



**Emprende  
UP**  
Universidad  
del Pacífico



**TALLER**  
**COMUNICACIÓN**  
**INNOVADORA:**  
**HERRAMIENTAS DE AUDIO Y MÚSICA**

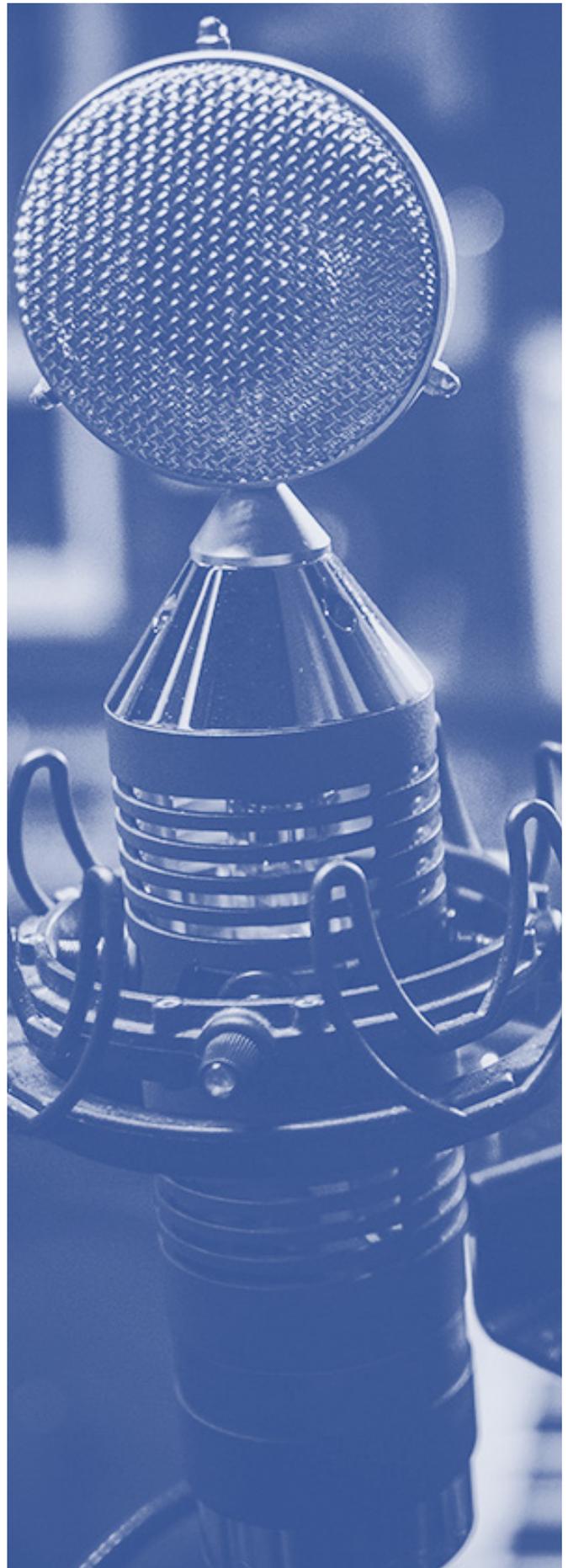
# I. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

En el mundo publicitario actual, los profesionales deben actualizarse y capacitarse constantemente, ya que la tecnología avanza a una velocidad increíble y las formas de llegar a los públicos cambian radicalmente en poco tiempo. En este contexto, los conocimientos básicos de producción audiovisual, producción de audio, diseño, desarrollo web, pauta publicitaria digital, entre otros, no son un plus, sino una necesidad. El storytelling.

Respondiendo a este escenario, el curso incluye conceptos básicos de creación musical y diseño sonoro, orientados al mundo publicitario. Se resaltarán el impacto del audio en las piezas de comunicación y se explicará cuál es el proceso que se debe seguir para crear un tema, cómo se llama cada parte de este proceso y qué sucede en cada una. Adicionalmente, se profundizará en qué herramientas se utilizan para alcanzar el resultado deseado, terminología básica, entre otros.

# II. OBJETIVO DEL TALLER

- Darles a todas las personas relacionadas al mundo de la publicidad y marketing herramientas que les permitan comunicar con efectividad sus necesidades de creación musical y de diseño sonoro. Los estudiantes adquirirán las siguientes herramientas al final del curso: nociones básicas del proceso de creación musical y diseño sonoro, uso de terminología elemental para la comunicación y desarrollo de las ideas y capacidad de crítica constructiva en temas de audio.



# III. CONTENIDOS

## UNIDAD DIDACTICA I

### Introducción al audio y la música y su impacto en la publicidad

- Conceptos básicos de teoría de onda y audio digital
- Conceptos básicos de armonía, melodía, escala y ritmo
- Qué es una canción y qué es un tema
- La canción/tema, sus partes y qué función cumple cada una
- Impacto que generan los sonidos y la música en el cerebro y cómo se procesan
- Impacto del sonido y la música en las piezas audiovisuales
- Casos representativos en el mundo publicitario

## UNIDAD DIDACTICA II

### Las casas de audio. Miembros del equipo y roles

- Equipo básico en toda casa de audio (personal y equipos).
- El productor musical y sus funciones.
- El post productor de audio y sus funciones.

## UNIDAD DIDACTICA III

### Solicitudes a la casa de audio: el brief

- Cómo se debe armar un brief para una casa de audio
- Cómo enviar referencias de manera eficiente

## UNIDAD DIDACTICA IV

### El proceso de composición

- Qué implica componer desde cero y qué implica partir de una referencia
- Qué es lo que se puede mantener de una referencia y qué no
- En qué casos la casa de audio contrata a un compositor adicional

## UNIDAD DIDACTICA V

### El proceso de grabación

- Descripción general del proceso
- Tipos de micrófonos y para qué se usan
- Grabación de instrumentos por línea
- Qué implica que algo esté “bien grabado
- Diferencias técnicas entre sonido directo y grabación de estudio
- Errores clásicos de grabación y problemas derivados

- Por qué se necesitan músicos de sesión
- Foley y sonidos de archivo

## **UNIDAD DIDACTICA VI**

### **El proceso de mezcla**

- Qué es mezclar
- Conceptos de balance, profundidad, volumen, presencia, color del sonido y panning
- Conceptos básicos de compresión, ecualización, reverberación y delay
- Impacto de los procesos de mezcla en el sonido original
- Cómo determinar que una mezcla está terminada
- A qué se le llama una buena mezcla

## **UNIDAD DIDACTICA VII**

### **El proceso de mastering**

- Qué es masterizar, quién lo realiza y cuándo es necesario
- Procesos de mezcla y compresión del mastering
- Ejemplos de audios sin y con mastering

## **UNIDAD DIDACTICA VIII**

### **Temas legales y de registro**

- Qué tipos de registro existen y con qué instituciones se realizan
- Qué es lo que se registra de una composición musical
- Qué significa “plagio” en términos legales
- Qué acciones toman las empresas, las instituciones y los artistas contra el plagio
- Cuándo necesito autorización expresa del artista y cuándo no
- Qué significa comprar los derechos de una canción, cuánto dura la compra y cuánto cuesta
- Importancia de la protección de derechos de autor y la gestión colectiva



## VI. DATOS DEL FACILITADOR



### DIEGO DIBÓS CARAVEDO

Productor  
musical,  
arreglista,  
compositor e  
intérprete

Diego Dibós Caravedo es productor musical, arreglista, compositor e intérprete. Cuenta con 15 años de experiencia musicalizando, creando canciones y diseñando sonido para artistas, películas, series, obras de teatro y las marcas más importantes del país. Forma parte del staff de compositores de Warner Chappell Music México y se encuentra en proceso de composición de su décimo disco de estudio.

Ha trabajado como productor general, director musical y vocal, arreglista musical, creador de música e ingeniero de grabación y mezcla de los discos de las obras Avenida Larco, Barrio Nuevo, Mentiras, Blancanieves y La Cenicienta. Asimismo, ha trabajado como director musical, encargado del diseño sonoro y compositor en series y películas como El Último Bastón, Utopía, Avenida Larco “La Película” y A los 40.

Como cantautor, ha llevado su música por Latino América y Estados Unidos. Cuenta con 9 discos grabados (4 como solista, 1 con Barrionuevo, 3 con TK, 1 de Navidad). Todos sus discos han vendido el equivalente a disco de oro y/o platino y 20 de sus canciones se han encontrado en los primeros lugares de las radios. Ha recibido 3 joyas musicales de APDAYC (Esmeralda, Zafiro y Diamante).

Ha ganado 2 premios MTV Latino (2003 y 2004) a “Mejor Artista Central”, tiene 12 videos en alta rotación en Latino América y Estados Unidos y ha compartido escenario con Juanes, Fito Páez, Charlie García, Diego Torres, Alanis Morissette, Los Prisioneros, Enanitos Verdes, Miguel Ríos, Nito Mestre, La Oreja de Van Gogh, Río Roma, Prince Royce, entre otros.



Universidad del Pacífico - Pabellón H  
Jirón Sánchez Cerro 2121, Jesús María  
(+51 1) 219-0100 anexos 2119 o 2633  
[emprendeup.pe](http://emprendeup.pe)