

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Talleres Extracurriculares 2025-2

A) Nombre del Taller:

Producción y realización de Videos Musicales: De la pre-producción a la exhibición.

B) Modalidad:

Presencial

C) Descripción:

Este curso está diseñado para guiar a los participantes a través de todas las etapas de la producción de un video musical. Los estudiantes aprenderán a desarrollar una idea inicial, planificar y ejecutar la producción, y finalmente, realizar la postproducción y la distribución en plataformas de Social Media. Se espera que los participantes concluyan el taller con un proyecto finalizado y listo para su exhibición.

D) Objetivo:

El objetivo de este taller es proporcionar a los participantes las habilidades y conocimientos necesarios para producir videos musicales de alta calidad, abarcando desde la conceptualización de la idea hasta la exhibición en redes sociales.

E) Perfil de los participantes

Estudiantes de Comunicación:

- **Estudiantes universitarios:** Especialmente aquellos que cursan carreras relacionadas con la comunicación, el cine, las artes visuales, y la producción audiovisual.
- **Profesionales del sector audiovisual:** Personas que ya trabajan en la industria audiovisual y buscan especializarse en la producción y realización de videos musicales.
-

Creativos y Artistas:

- **Músicos:** Aquellos que desean tener un mayor control creativo sobre la producción de sus propios videos musicales.

F) Cupo máximo:

20 estudiantes

G) Contenidos, ejes temáticos y actividades

- **Desarrollo de ideas y conceptualización:** Aprender a transformar ideas musicales en conceptos visuales impactantes.
- **Preproducción y planificación:** Adquirir habilidades para organizar y planificar todas las etapas del proceso de producción.
- **Técnicas de realización:** Dominar el uso de cámaras, iluminación, y técnicas de dirección específicas para videos musicales.
- **Postproducción:** Editar y finalizar videos musicales utilizando software profesional, incluyendo la integración de efectos visuales y corrección de color.

- **Estrategias de exhibición:** Aprender a promocionar y distribuir videos musicales en plataformas de Social Media para maximizar su alcance y éxito.

H) Metodología:

La metodología del taller "Producción y realización de Videos Musicales: De la pre-producción a la exhibición" se fundamenta en un enfoque teórico-práctico, con un diseño estructurado que abarca desde la conceptualización creativa hasta la distribución estratégica de los proyectos finales. A través de sesiones presenciales, los estudiantes analizarán fundamentos teóricos, explorarán casos de estudio relevantes y aplicarán técnicas de producción y postproducción en actividades prácticas. La metodología promueve el aprendizaje colaborativo, el desarrollo de habilidades técnicas y creativas, y la integración de herramientas digitales, concluyendo con la presentación y evaluación de un proyecto final exhibido en plataformas digitales.

I) Cronograma de trabajo:

Sesión 1: Introducción al curso y conceptualización de la idea

- Presentación del curso y objetivos.
- Historia del video musical.

Sesión 2: Directores de culto en el video musical

- Principales exponentes internacionales del video musical

Sesión 3: Creatividad audiovisual

- ¿De dónde nace la creatividad para un video musical?

Sesión 4: Del papel a la pantalla

- Definición del estilo visual y estético del video musical.

Sesión 5: Desarrollo de la idea

- Introducción a la carpeta de producción.

Sesión 6: Preproducción (Departamento de producción)

- Planificación del rodaje: cronograma de filmación y hoja de llamado.
- Planificación de la logística de producción.
- Búsqueda de locaciones y permisos.

Sesión 7: Preproducción (Departamento de dirección y fotografía)

- Diseño de producción: vestuario, maquillaje y arte.
- Creación de un guion técnico y storyboard.
- Preparación del equipo de grabación y pruebas técnicas.

Sesión 8: Realización (técnicas)

- Técnicas básicas de filmación.
- Encuadres, movimientos de cámara y composición.

Sesión 9: Realización (dirección)

- Dirección de actores y coordinación del equipo de producción.

Sesión 10: Realización (asistencia de dirección)

- Grabación de escenas planificadas en el plan de trabajo

Sesión 11: Postproducción

- Introducción al software de edición de video.

- Importación y organización del material grabado.
- Selección de tomas y creación de un primer corte del video.
- Finalización del corte final del video.

Sesión 12: Estrategia de distribución

- Estrategias para la distribución en redes sociales.

Sesión 13: Marketing de Contenidos

- Creación de un plan de contenido digital.

Sesión 14: Exhibición en Social Media

- Publicación del video en diferentes plataformas.
- Revisión de resultados en redes sociales.
- Uso de herramientas de análisis y métricas.
- Presentación de los proyectos finales.
- Conclusiones y aprendizajes del curso.

J) Criterios de Evaluación

Asistencia (20%)

Se requiere una asistencia mínima al 80% de las sesiones para poder acreditar el taller.

Carpeta de Producción (40%)

- Entrega de una carpeta de producción que incluya:
- Conceptualización del video musical (idea inicial, referencias visuales y moodboard).
- Planificación detallada (storyboard, cronograma, hoja d llamado, y logística).
- Diseño de producción (vestuario, maquillaje, arte, locaciones y permisos).

Realización del Video Musical (40%)

- Entrega de un proyecto audiovisual finalizado, considerando los siguientes aspectos:
- Calidad técnica (encuadres, iluminación, edición y corrección de color).
- Creatividad y coherencia conceptual con la carpeta de producción.
- Estrategia de distribución y publicación en plataformas digitales.

Participación Activa (Bonus hasta 10%)

- Participación destacada en actividades prácticas y colaborativas durante el taller.

K) Bibliografía:

- Bernstein, Steve. *Técnicas de Producción Cinematográfica*, Versión española, Limusa. 1993.
- De Aguilera, Miguel, Adelly Joan E., Sedeño Valdellós, Ana María. *Comunicación y Música I. Lenguaje y Medios*, Barcelona, Advisory Board. 2008.
- Denisoff, R. Serge. *Inside MTV*, Estados Unidos, Transaction Publishers, Third pepeperback printing. 2006.

- Durá Grimalt, Raúl. *Los Video-clips. Precedentes, Orígenes y Características*, Valencia, Universidad Politécnica de Valencia. 1988.
- Edgar-Hunt, Robert. *Dirección. Bases del cine 03*, España, Parramón Arquitectura y Diseño. 2010.
- Gaskell, Ed. *Make Your Own Music Video*. San Francisco, United States, Motion Studio CMP Books. 2004.
- Hoye, Jacob. *MTV Uncensored*. Estados Unidos, Pocket Books, 2001.
- Kellison, Caterine. *Producing for TV and Video. A real-world Approach*, United States of America, Focal press. 2006.
- Manovich, Lev. *El Lenguaje de los Nuevos Medios de comunicación, La Imagen en la Era Digital*, España, Paidós. 2005.
- Marner, Terence St, John. *Cómo dirigir cine*, España, Editorial Fundamentos, sexta edición.1998.
- Schwartz, Lara M. *Making Music Videos Everything you Need to Know from the Best in the Business*, New York, Billboard Books. 2007.
- Temporal, Paul. *The Branding of MTV. Will Internet Kill the Video Star?*, United States Wiley. 2008.
- Worthington, Charlortte. *Producción. Bases del cine 01*. España. Parramón Arquitectura y Diseño. 2009.

L) Requerimientos del taller:

- Cámaras de video o smartphone (para tareas)
- Computadoras con software de edición de video de video (para tareas)

M) Nombre completo: Lic. Miguel Ángel Márquez Pérez

N) Correo electrónico: ma.marquez@politicass.unam.mx

O) Semblanza: Lic. Miguel Ángel Márquez Pérez

Soy Director de Marketing y Comunicación en Numen Agencia Creativa de Inbound Marketing, profesor de Producción Audiovisual en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y profesor de Marketing Digital en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM. Soy licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UNAM y tengo una especialidad en Estrategias de Marketing Digital y Social Media por la Universidad Iberoamericana.

Mi experiencia profesional abarca el desarrollo de estrategias de marketing comunicación en las industrias financiera, tecnológica y del entretenimiento. He desarrollado campañas para clientes B2B y B2C. Además, he trabajado en diversos roles creativos y de producción en empresas como Detonador Films, VIACOM, Grupo Salinas, Gideas, y Fidelity Marketing, he sido responsable de la coordinación de importantes eventos y proyectos audiovisuales.

En el ámbito académico, imparto clases en la UNAM sobre Mercadotecnia Digital y Producción Audiovisual, enfocándome en nuevas tecnologías y medios digitales. También he participado en la formación de la primera generación de la carrera en Producción Digital en el Tec Universitario.

He colaborado en la producción y coordinación de numerosos proyectos audiovisuales, incluyendo videos musicales para artistas como María José, Reik, Fobia y Dulce María, y campañas publicitarias para marcas como Bancomer y Coca Cola. Esta mezcla de experiencia práctica y académica me permite aportar una visión integral y actualizada en cada uno de mis proyectos.