

**Sonidos que Inspiran Viajes: Creación de Identidad Musical para la Empresa HI HI  
Travel To Usando como Herramienta Creativa la IA**

Karen Daniela Bernal Hurtado

Asesor trabajo de grado

Carlos Alberto Jurado Castro

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades – ECSAH

Programa de Música Bogotá

2025

## **Agradecimientos**

*Agradezco primero a Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino. A mi madre, Sandra Hurtado, por su amor incondicional, por estar siempre a mi lado y ser un pilar fundamental en mi vida; “tu apoyo constante ha sido clave para alcanzar esta meta”. A mi padre, Jorge Bernal, “gracias por creer siempre en mí, por tu orgullo, tu confianza y tu acompañamiento incondicional”. A mis hermanos y a toda mi familia, gracias por su cariño, por su compañía sincera y por el respaldo que me han brindado a lo largo de este proceso. A mi compañero de vida, Daniel Ortiz, “gracias por tu amor inagotable, por tu risa, por animarme en los momentos difíciles y por hacer que esta experiencia fuera más luminosa”. Finalmente, agradezco al profesor Carlos Jurado, mi asesor y guía en este proyecto, por su acompañamiento, por cada palabra de aliento y por el compromiso con el desarrollo de este trabajo.*

## Resumen

La presente investigación-creación tiene por objetivo crear un portafolio musical publicitario con el uso de Inteligencia Artificial (AI), como apoyo creativo en el proceso de producción de la identidad sonora de la agencia de estudio en el extranjero, Hi Hi Travel To. Para este acto investigativo se tomaron en cuenta autores con temáticas relevantes para su creación, empezando con Kellaris y Kent (1991), quienes expresaron la importancia de letras pegajosas utilizadas en la publicidad. Seguidamente, Kasson (1997), quien se centra en examinar la música publicitaria y su evolución a través de la televisión en las décadas de 1940. Del mismo modo, los autores Bateman y Brown (2014), los cuales, presenciaron una transformación en la música publicitaria al integrar elementos de géneros populares, capitalizando la conexión emocional entre la música y espectadores. Para apoyar este proceso, se integran herramientas de la inteligencia artificial (García, 2022), favoreciendo el potencial en las fases de creación con múltiples posibilidades de personalización y adaptación a los diversos formatos publicitarios que la compañía utiliza, como: plataformas digitales, redes sociales y videos promocionales. En este orden de ideas, esta propuesta no solo responde a las necesidades empresariales de Hi Hi Travel To, sino que también, constituye un ejercicio práctico de preproducción, producción y postproducción de habilidades técnicas y artísticas adquiridas a lo largo de la formación pedagógica en producción musical, en donde se establezca una conexión emocional sólida con población joven en busca de experiencias educativas, creativas y de aventura en entornos multiculturales.

*Palabras clave:* creación, producción, experiencia educativa, aventura, viaja, vive, aprende

### **Abstract**

This research aims at developing an advertising musical portfolio by using Artificial Intelligence (AI) as a creative aid, along the production process of the sound branding for the overseas study agency Hi Hi Travel To. Several authors were accounted in order to make up the theoretical basis to the thesis, e.g., Kellaris and Kent (1991), who agreed with the outstanding relevance of the use of catchy lyrics in advertising. Kasson (1997) is likewise quoted for focusing on analyzing advertising music and its evolution through the 1940's television broadcasting. Also, Bateman and Brown (2014) are considered as long as they helped to transform the advertising music at integrating audio elements of folk genre, bringing to life the emotional connection within music and audience. This way, Artificial Intelligence (AI) tools were fit into for this process to be achieved (García, 2022), boosting the creative stages of production with numerous possibilities of personalization and adaptation to the wide range of advertising formats the firm uses, e.g., digital platforms, social networks and promoting video clips. According to this sequence of ideas the proposal not only fulfills the business requirements of Hi Hi Travel To, but it becomes as well a pragmatic exercise of preproduction, production and postproduction of technical and artistic skills earned during the pedagogical learning time in music production. That fosters a strong emotional bond between the agency and the young customer in search of both educational experiences and life adventure in a multicultural context.

*Keywords:* creation, production, educational experience, adventure

## Tabla de contenido

Agradecimientos .....	2
Resumen.....	3
Abstract .....	4
Tabla de contenido .....	5
Introducción .....	12
Planteamiento Temático.....	14
Pregunta Problema .....	15
Justificación .....	16
Objetivos de la Investigación.....	18
Objetivo general .....	18
Objetivos específicos .....	18
Marco Teórico.....	19
Bases investigativas.....	19
Historia de la música publicitaria .....	19
Evolución de la música publicitaria.....	20
Tipos y funciones de la música publicitaria .....	21
La música publicitaria en la actualidad .....	22
Importancia de la identidad sonora en el marketing empresarial .....	22
Inteligencia Artificial (IA).....	23
La Inteligencia Artificial en la producción musical: controversia y oportunidad .....	24
Producción musical. ....	24
Producción musical inteligente.....	24
Asistencia creativa / restando creatividad. ....	25
No tiene que ver con sustituir a los ingenieros de sonido. ....	25
El ascenso de la IA en la producción musical: socio creativo o compositor rival.....	26
El advenimiento de la IA en la música.....	26

Una sinfonía de progreso: la historia de la tecnología en la música.....	26
La IA entra al estudio de producción: una nueva composición comienza. .....	26
Herramientas de IA golpeando las notas altas. ....	27
Estadísticas sobre implementación de IA entre compositores musicales.....	27
Herramientas específicas de IA aplicadas a la música y ejemplos exitosos en publicidad .....	28
Ejemplos de éxito en publicidad:.....	29
Aspectos éticos y legales del uso de la inteligencia artificial en música.....	29
Retos legales en la protección de derechos de autor para la música generada por IA.....	30
Consideraciones éticas en la creatividad automatizada .....	30
Marco legal en Colombia.....	31
Uso y apropiamiento de las piezas generadas por herramientas de IA musical .....	31
Influencia en el ámbito legal.....	32
Proceso creativo .....	33
Preproducción.....	33
Selección de medios .....	36
Fase creativa .....	36
Uso de la IA en la creación de maquetas musicales.....	38
Pieza elegida - jingle base .....	39
Instrumentos seleccionados .....	40
Producción y Posproducción.....	42
Grabación y Edición.....	42
Desarrollo de actividades .....	42
Grabación instrumentos.....	43
Procesamiento y edición de guitarras .....	43
Guitarra acústica. ....	43
Guitarra eléctrica. ....	46

Grabación Voces .....	47
Grabación voz masculina - Daniel Ortiz Santacruz.....	47
Capas vocales y procesamiento de voces .....	48
Grabación voz femenina – Sara Urrea Monzalve.....	52
Capas vocales y procesamiento .....	54
Grabación y edición de los instrumentos virtuales.....	57
Procesamiento e integración del bajo. ....	58
Procesamiento e integración del teclado.....	59
Programación y procesamiento de la batería. ....	61
Integración del sintetizador de IA.....	63
Procesamiento y posproducción.....	64
Jingle masterización .....	64
Música incidental .....	68
Logo sonoro.....	70
Cuña radial.....	72
Edición y procesamiento vocal.....	73
Sonidos ambientales y espacialidad en la mezcla .....	73
Masterización y ajustes finales.....	74
Conclusión .....	77
Link - portafolio publicitario .....	79
Referencias Bibliográficas .....	80
Anexos .....	84

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> Instrucciones dadas a la IA - Chat GPT .....	37
<b>Figura 2</b> Letra creada con las instrucciones dadas por la IA-Chat GPT .....	38
<b>Figura 3</b> IA SUNO- Inteligencia Artificial usada como herramienta creativa.....	39
<b>Figura 4</b> Grabación guitarra electroacústica - Martin Rodríguez .....	44
<b>Figura 5</b> Grabación DAW Ableton – guitarra electroacústica.....	45
<b>Figura 6</b> Procesamiento- guitarras acústicas.....	45
<b>Figura 7</b> Grabación guitarra electroacústica - Martin Rodríguez .....	46
<b>Figura 8</b> Procesamiento - guitarra eléctrica .....	47
<b>Figura 9</b> Adaptación acústica de espacio doméstico para grabación vocal .....	50
<b>Figura 10</b> Preparación del Daw y herramientas de grabación .....	51
<b>Figura 11</b> Grabación en curso- Daniel Ortiz Santacruz .....	51
<b>Figura 12</b> Registro de voces en Reaper durante la sesión de grabación. ....	52
<b>Figura 13</b> Voces Daniel- canales de voces editados y con procesamientos (compresión multibanda, saturación, delay, reverb).....	52
<b>Figura 14</b> Equipo de grabación Sara Monzalve .....	55
<b>Figura 15</b> Grabación en curso- Sara Urrea Monzalve.....	55
<b>Figura 16</b> Voz de Sara con procesamiento .....	56
<b>Figura 17</b> Voces Daniel y Sara - evidencias de mezclador con los niveles equilibrados y sus respectivos paneos .....	57
<b>Figura 18</b> Tipo de bajo seleccionado - bajo (MODO BASS IK multimedia) .....	59
<b>Figura 19</b> Evidencias bajo (MODO BASS IK multimedia), programación MIDI .....	59
<b>Figura 20</b> Teclado MIDI.....	60
<b>Figura 21</b> Teclado evidencias - preset usado: MK1 2 Crunchy Piano (emulación Fender Rhodes) ....	61
<b>Figura 22</b> Plugin usado y set de batería seleccionado (EZ Drummer 3).....	62
<b>Figura 23</b> Programación MIDI de (EZ Drummer 3).....	62
<b>Figura 24</b> Sintetizador de la IA (Sin ediciones. Paneado 25% a la izquierda, -2.6 dB de ganancia y un envío de reverb de -16.2 dB).....	64
<b>Figura 25</b> Mastering 1. Ecualización mono - stereo .....	65
<b>Figura 26</b> Mastering 2. Compresor catch peaks, utility y limitador .....	66
<b>Figura 27</b> Mastering 3. Utility y limitador.....	67
<b>Figura 28</b> Medición de LUFs y True Peak (Plugin YouLean Loudness Meter).....	68
<b>Figura 29</b> Sonido de mar con paneo hacia la derecha y automatización de volumen.....	69
<b>Figura 30</b> Sonido de gaviotas con automatización de volumen y paneo a la izquierda.....	70
<b>Figura 31</b> Track ambiente - Grandpiano que reemplazan teclados Rhodes.....	70
<b>Figura 32</b> Evidencia MIDI.....	71

<b>Figura 33</b> Se usaron dos capas de sintetizadores: Lead Heart y June O Pad (Ambos, presets de Operator, sintetizador nativo de Ableton Live).....	72
<b>Figura 34</b> Pista: editada, con automatizaciones de volumen y voz en Off (a excepción del coro).....	74
<b>Figura 35</b> Track ambiente - Grandpiano que reemplazan teclados Rhodes.....	75
<b>Figura 36</b> Voz de Karen (locutora) editada y procesada (preamp, compresión, ecualización).....	75
<b>Figura 37</b> Mastering cuña radial - limitador con -4.10 Db .....	76
<b>Figura 38</b> Youlean Loudness Meter (-16 LUFS aprox y -1.8dB True Peak).....	76

### Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> Resultados de la tabla de ventas.....	33
<b>Tabla 2</b> Tabla de edades y ventas - Hi Hi Travel To.....	34

**Lista de Anexos**

<b>Anexo 1</b> Tabla de festivales en Malta.....	84
<b>Anexo 2</b> Archivo con propuestas.....	85
<b>Anexo 3</b> Letra de las canciones .....	86
<b>Anexo 4</b> Letra Jingle - Viaja, Aprende, Vive - Electronic Tropical House.....	90
<b>Anexo 5</b> Contratación de profesionales - recursos humanos y tecnológicos.....	91

## **Introducción**

La presente investigación plantea la iniciativa de crear la Identidad Musical, usando como herramienta la Inteligencia Artificial en apoyo únicamente del proceso creativo y la parte de producción y post producción corresponde a la elaboración propia del investigador para Hi Hi Travel To, a través de la creación de un portafolio musical publicitario. Teniendo en cuenta que, la Universidad Abierta y a Distancia, tiene como única opción para trabajo de grado la Creación Artística, el proyecto se orienta según las especificaciones y reglamento establecido.

De este modo, en las generalidades del documento se plantean aspectos muy relevantes con respecto a la estructura de forma y fondo del documento, es decir que, además de la composición musical, el proyecto contiene la portada con los logos de la universidad y todo lo referente a la carrera, el título, los autores que se incluyeron en la investigación, la lista de índice, el resumen, la introducción, los planteamientos temáticos, la justificación, los diferentes referentes teóricos artísticos, teóricos y conceptuales, objetivos, propósitos del proyectos, proceso creativo y de investigación, registro escrito del proceso creativo y de investigación.

Por otro lado, en la base general del discurso académico, se plantea la problemática, la cual es la base fundamental de la investigación y creación. Por esta razón, este documento tendrá como línea de profundización la Producción musical. Del mismo modo, la estructura de extensión, en este apartado, se describe la cantidad de texto, teniendo en cuenta desde el conteo desde la portada hasta los anexos. Igualmente, se tienen en cuenta las características de estilo del documento, según parámetros de la UNAD, las cuales especifican las herramientas de forma que debe contener el documento para su presentación, estas representan interlineados, márgenes etc. En el estilo de redacción, se tiene en cuenta estilo de fondo, es decir lo correspondiente a ortografía, redacción, presentación del texto entre otros.

Finalmente, se tiene la estructura del contenido, esta debe tener la estructura sugerida por la universidad, debe incluir todos los componentes que permiten la construcción de un documento incluyendo fotos de las evidencias.

### **Planteamiento Temático**

El presente proyecto, constituye un ejercicio práctico de preproducción, producción y postproducción de habilidades técnicas y artísticas adquiridas a lo largo de la formación pedagógica en producción musical. Esto con el propósito fundamental de establecer una conexión emocional sólida con población joven en busca de experiencias educativas, lingüísticas, creativas y de aventura en entornos multiculturales.

Es así, que en este contexto se requiere la creación y desarrollo de una identidad innovadora y, además, que sea producida mediante el apoyo de herramientas basadas en inteligencia artificial, las cuales representarán una estrategia clave y fundamental para fortalecer el posicionamiento de la marca maximizando su alcance, impacto y reconocimiento.

Adicionalmente, el portafolio que se produzca, será un reflejo práctico y tangible de cómo las tecnologías de la información y la comunicación pueden ser integradas de manera estratégica en la industria musical y publicitaria, ejemplificando un modelo de innovación y excelencia.

### **Pregunta Problema**

¿De qué forma, al crear la identidad musical para la empresa Hi Hi Travel To usando como herramienta creativa de apoyo la inteligencia artificial, favorecería su posicionamiento en el mercado?

## **Justificación**

Hi Hi Travel To, es una empresa orientada a guiar estudiantes interesados en aprender inglés en el extranjero, y a operar en un mercado altamente competitivo. De ese modo, destacar en dicho entorno de exigencia, requiere más que una oferta de servicios sobresaliente, haciendo fundamental el establecimiento de una conexión emocional sólida con población joven en busca de experiencias educativas, creativas y de aventura en entornos multiculturales.

Consecuentemente, el proyecto se centra en el desarrollo de un portafolio sonoro que combina creatividad y tecnología, reflejando, simultáneamente, los principales valores empresariales de Hi Hi Travel To: educación competitiva, aventura y multiculturalidad. En ese sentido, este portafolio de oferta incluirá como jingles tres (3) canciones publicitarias maquetas (o jingle Adsong), con voces e instrumentación en diferentes estilos y géneros musicales.

Con base en una de las tres canciones publicitarias anteriores, los productos finales serán un (1) jingle de marca, un (1) logo musical, una (1) cuña radial y una (1) pieza de música incidental original para video promocional. De ese modo, dichas piezas musicales serán personalizadas y tendrán efectos auditivos que, diseñados estratégicamente transmitan el mensaje que la marca desea promover para, de esa forma, cumplir con las expectativas de la audiencia.

Para este propósito, se adoptan herramientas de inteligencia artificial durante el proceso, ya que, se ve un potencial en el que las fases de creación brindan al oyente y la empresa diversas opciones auditivas, lo que a su vez, permite que se exploren nuevas y múltiples posibilidades de personalización y adaptación a los diversos formatos publicitarios que la compañía utiliza, como: plataformas digitales, redes sociales y videos promocionales.

De tal modo que, el presente proyecto no solo responde a las necesidades

empresariales de Hi Hi Travel To, sino que también, constituye un ejercicio práctico de preproducción, producción y postproducción de habilidades técnicas y artísticas adquiridas a lo largo de la formación pedagógica en producción musical. La cual permitirá aplicar procedimientos avanzados de composición, edición y masterización; aprovechando las capacidades de la inteligencia artificial, como asistente en la concepción de piezas de alto impacto que refuercen los mensajes publicitarios de la marca. Así pues, la utilidad de la elección de este enfoque técnico refleja un sentido concreto de evolución hacia un modelo de comunicación publicitaria más dinámico y efectivo, donde las melodías y efectos de sonido creados con Inteligencia Artificial pueden fortalecer la identidad de la marca y conectar emotivamente con la audiencia.

Para finalizar, la producción de la identidad sonora de Hi Hi Travel To mediante herramientas digitales de la inteligencia artificial no solo posicionará a la empresa como un referente de innovación en su sector, sino que, también, consolidará la relación con su audiencia objetivo.

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo general**

Crear la identidad musical para la empresa Hi Hi Travel To usando como herramienta creativa de apoyo la inteligencia artificial, para favorecer su posicionamiento en el mercado.

### ***Objetivos específicos***

Investigar y analizar herramientas de inteligencia artificial adecuadas para apoyar el proceso creativo en la producción musical publicitaria, seleccionando aquellas que ofrezcan resultados alineados con las necesidades del proyecto.

Evaluar las piezas publicitarias generadas por la IA para elegir la pertinencia según los estándares buscados y el público objetivo a quien va dirigido el portafolio.

Construir un portafolio musical a través de la producción, grabación, post producción, mezcla y masterización, incorporando la inteligencia artificial como herramienta creativa de apoyo para definir la identidad sonora de Hi Hi Travel to.

## Marco Teórico

La naturaleza de la producción de música publicitaria, como elemento constitutivo fundamental para el diseño de estrategias de mercadeo, ha supuesto una evolución técnica relevante a través del tiempo. Este marco teórico busca ubicar al lector, especialmente al jurado, en el contexto y la relevancia de la música publicitaria en el proyecto de Hi Hi Travel To, centrándose en el objetivo general y los objetivos específicos.

### Bases investigativas

#### *Historia de la música publicitaria*

Dentro del seno del siglo XX, el origen de la música publicitaria puede ser identificado, históricamente, con a la aparición de los jingles radiofónicos; fenómeno a partir del cual este campo ha experimentado un desarrollo técnico y creativo hasta el día de hoy. De acuerdo con los autores Kellaris y Kent (1991), los jingles publicitarios, considerados semánticamente como “cortas piezas musicales acompañadas de letras pegajosas, diseñadas e implementadas con propósito publicitario”, se distinguieron desde entonces, como un medio auditivo pionero para conectar emocionalmente con el consumidor comercial.

Posteriormente, con la evolución de las telecomunicaciones hacia la transmisión televisiva, la música publicitaria se transformó al implementar en su composición la unión sinérgica de imágenes y sonidos, conjuntamente. Por ejemplo, Kasson (1997), en "Selling Sounds: The Commercial Revolution in American Music", hace un repaso académico he histórico acerca del desarrollo de la música publicitaria en el contexto audiovisual de la televisión durante las décadas de los 40's y 50's, trazando el camino hacia una experiencia de entretenimiento multisensorial.

En fecha posterior, de acuerdo a Bateman y Brown (2014), en las décadas de los 60's y los 70's se presentó una transformación significativa en la música publicitaria al ser

integrados elementos de géneros populares, concretando la conexión emocional entre música y espectadores. Esta tendencia emergida, por ejemplo, explorada técnicamente por Frith y Horne (1987) en “Art into Pop”, se consolidó con el lanzamiento de campañas icónicas caracterizadas por el uso de canciones del género rock en la producción de anuncios comerciales.

En ese sentido, la evolución técnica permanente condujo a la industria musical a la era digital experimentando una nueva revolución, de modo tal, que según Smith (2018), permitió innovaciones como la personalización de bandas sonoras a la medida para anuncios en línea y la colaboración con artistas contemporáneos, a la vez que reflejó la dinámica cambiante de la cultura y la tecnología.

### ***Evolución de la música publicitaria***

La evolución general de la música publicitaria ha sido notable en cuanto a su producción y contenido a lo largo de las décadas, adaptándose a los acelerados cambios culturales, tecnológicos y de consumo que han caracterizado el último siglo. Por ejemplo, durante los inicios de la música publicitaria, los jingles pegajosos dominaron la programación comercial radial para, posteriormente, con la llegada súbita de la televisión en la década de los 60's, dar lugar a los anuncios televisivos que, naturalmente, se convertirían en una plataforma clave de influencia colectiva.

Característicamente, en los años 90 se incrementó el uso y la adaptación de canciones reconocidas y éxitos musicales en anuncios masivos, explotando neurologüísticamente el potencial de la conexión emocional entre el mensaje dirigido y el público objetivo. Con la llegada del siglo XXI, el fenómeno de la música publicitaria se diversificó aún más con la aparición de nuevas plataformas digitales, y la colaboración sinérgica entre músicos y marcas comerciales ávidas de captar y expandir a su favor nuevos públicos de consumo.

De este modo, la integración estrecha de la música con la narrativa visual, junto con el

aumento de la música independiente y la personalización según la audiencia, se convirtieron no solo en tendencias de actualidad cambiante, sino mucho más allá, en patrones de producción contruidos a partir de ingeniería de la información y “machine learning”, que reflejan la continua evolución y adaptación de la música en el ámbito publicitario.

### ***Tipos y funciones de la música publicitaria***

Desde los primeros pasos de la música publicitaria, su diversidad de formas compositivas y funciones técnicas han desempeñado un rol fundamental en la construcción de la identidad de marca y el desarrollo del vínculo emocional y de fidelidad con la audiencia.

Es así, como las melodías pegajosas y los jingles breves, son diseñados con el objetivo de arraigarse en la memoria del consumidor, para crear un reconocimiento sólido entre el consumidor y la identidad de marca a través de una experiencia sonora, en lo posible, memorable. Como derivado evolutivo, surgieron los spots publicitarios, los cuales son más extensos, permitiendo una narrativa musical y un mensaje más elaborados, integrados de manera efectiva en anuncios visuales. Por otra parte, existe también la música ambiental, implementada para generar atmósferas y tonos distintivos en entornos físicos contribuyendo a una experiencia sonora envolvente para el cliente, por encima de la estructura y el ritmo de la pieza presentada.

Similarmente, la creación de la música publicitaria se beneficia con la adopción del sound branding para establecer una “firma sonora” exclusiva de marca, mientras que las bandas sonoras personalizadas ofrecen composiciones originales para campañas más extensas. Se puede estimar, entonces, que la música digital se ha vuelto indispensable y de aplicación estándar para la producción de videos online, que son adaptados a formatos específicos para contenidos en redes sociales, juegos de video y plataformas digitales.

Resumidamente, estos distintos tipos de música publicitaria se combinan estratégicamente para formar el paisaje sonoro que refleja la esencia y valores de una marca

en su viaje hacia la consolidación en la mente y voluntad de actuar del consumidor.

### ***La música publicitaria en la actualidad***

Actualmente, la música publicitaria ha experimentado una transformación significativa, siendo influenciada por la evolución de la tecnología, los cambios en los hábitos de consumo de medios y, la diversificación de plataformas de publicidad. Por esta razón, la música para anuncios no se limita solo a la televisión y la radio, sino que también se ha integrado de manera crucial en campañas digitales, videos en línea y todo tipo de contenido multimedia.

En este orden de ideas, tal capacidad adaptativa y flexibilidad de uso permite que la música sea utilizada estratégicamente para construir identidades de marca, generar emociones específicas y conectar con audiencias cada vez más diversas, promoviendo una mayor accesibilidad a una amplia gama de géneros y estilos musicales diversificando las opciones de personalización y adaptación a diferentes segmentos demográficos.

Al día de hoy, la colaboración entre artistas reconocidos y productores musicales, la creación de bandas sonoras originales y, el uso de licencias para canciones populares; son prácticas comunes que buscan aprovechar la familiaridad, el prestigio ya logrado, la fidelidad, el alcance público forjado, y el impacto emocional de la música ya histórica en la memoria del consumidor.

### ***Importancia de la identidad sonora en el marketing empresarial***

La identidad sonora es un elemento muy importante en el marketing empresarial, debido a su capacidad para generar una conexión emocional única entre la marca y su audiencia. Es decir, la identidad sonora va más allá de la simple asociación de una melodía con la promoción comercial de una marca; implica la creación de una experiencia sonora coherente que refleje una correspondencia consentida y positiva entre los valores, la personalidad y los objetivos de la empresa, con los valores personales, colectivos y culturales

de público objetivo.

Tal vínculo de aceptación afectiva, finalmente, contribuye a la formación de una percepción sólida y duradera (de expectativa ética) en la mente del consumidor, facilitando el reconocimiento instantáneo de la marca en diversos contextos. Finalmente, la identidad sonora se convierte en un activo estratégico al crear consistencia unificadora en todas las plataformas de comunicación; desde los anuncios publicitarios hasta las interacciones de alcance más personal en redes sociales. Ciertamente, por este motivo se puede afirmar que la capacidad de evocar emociones específicas a través de la fuerza anímica de la música, determina y fortalece la conexión emocional del consumidor con la marca.

### ***Inteligencia Artificial (IA)***

La inteligencia artificial, representa un cambio significativo en la humanidad, un avance que sobre pasa los límites de la mente, esto conlleva a múltiples definiciones para significar lo realmente representa esta herramienta. Sin embargo, según diferentes autores, esta representa la imitación y evolución de la inteligencia humana a través del desarrollo de herramientas tecnológicas digitales, es decir, le permite a una máquina basada en un sistema computacional asumir un comportamiento autónomo de aprendizaje, ejecutando tareas cognitivas propias de la evolución del intelecto humano.

En el caso de la publicidad y el mercadeo, tal grupo de capacidades informáticas ha permitido una segmentación más precisa y personalizada de las audiencias, maximizando la efectividad del efecto masivo de las campañas publicitarias. De acuerdo a estudios sobre la materia, el uso de esta tecnología ha incrementado la efectividad de consumo derivada de las estrategias publicitarias hasta en un 40% (diario El País, 2025).

Por otra parte, en el ámbito de la composición musical, la inteligencia artificial, ha dado origen a herramientas innovadoras que están reconfigurando de amplia manera los procesos creativos, siendo éstas capaces de generar creativamente desde la letra, pasando por

el “beat” adecuado la base y la armonía instrumental, hasta definir por completo el patrón musical.

Para concluir lo anterior, el impacto de la inteligencia artificial, tanto en la vida cotidiana como en sectores creativos e industriales, continúa creciendo a medida que evoluciona. Su capacidad para analizar datos masivos y adaptarse a diversas necesidades la convierte en una herramienta indispensable en el dinámico panorama tecnológico actual.

### ***La Inteligencia Artificial en la producción musical: controversia y oportunidad***

**Producción musical.** Según el autor, Reiss, J. (2022) en el artículo académico titulado: La inteligencia artificial en la producción musical: controversia y oportunidad, afirma que, en cuanto a la producción musical suele haber muchas fuentes potenciales de referencia que deben ser escuchadas simultáneamente, caracterizadas por una naturaleza diversa y flexible. Es labor del compositor hacer que la combinación de tales fuentes sonoras conserve su diferenciación y, aun así, produzcan una combinación de sonidos pulcra y agradable; para lo que es requerido un ingeniero profesional, pues lograr ese resultado es una labor demandante y exigente.

En ese sentido, los sistemas modernos de producción son una ayuda, pero también son sumamente complejos de manejar necesitando de intervención manual y, a pesar de que la tecnología en este campo ha avanzado siendo más funcional, esta no necesariamente ofrece una usabilidad más simple para el usuario.

**Producción musical inteligente.** Con respecto a la producción musical inteligente, el autor Reiss, J. (2022) expone que los sistemas inteligentes pueden analizar todo el espectro de señales entrantes y determinar cómo deberían procesadas, modificadas y combinadas, es decir, esta tecnología tiene el potencial de revolucionar la producción musical, en efecto, implementando un programa que actúe como “ingeniero de sonido robot” dentro de cada

dispositivo de grabación, consola de mezcla o cabina de audio. Consecuentemente, el autor se cuestiona si realmente esto puede ser alcanzado, agregando que dicho interrogante conduce de distinguir y discernir lo que tanto el arte como la ciencia son, de esclarecer el papel del productor musical y por qué preferimos una mezcla sobre otra.

**Asistencia creativa / restando creatividad.** El uso de la IA como asistente de producción musical puede ser controversial, afirma Joshua Reiss, el autor del artículo. De nuevo, comparte otra experiencia personal en la cual “hicieron participar” una mezcla hecha con IA durante una competición estudiantil de grabaciones, proponiendo discretamente una especie de “Test de Turing” (test de Alan Turing para distinguir una inteligencia artificial de un ser humano).

Técnicamente, engañamos, porque se suponía que las mezclas debían ser hechas por los estudiantes, no por una “inteligencia artificial” creada por un estudiante. Los primeros dos estaban sorprendidos y tenían curiosidad cuando les aclare la forma a través de la que fue hecha. El tercer juez emitió comentarios útiles cuando pensó que escuchó la mezcla de un estudiante, pero cuando le dije que era una “mezcla automática”, repentinamente cambió de postura agregando que la composición era basura y que, además, podía señalar por qué. (Reiss, J., 2022)

Mezclar es un proceso creativo compuesto de decisiones estilísticas, afirma el artículo. En ese sentido, ¿es el ejemplo expuesto, una asistencia creativa? ¿Supone restar trabajos? Tales preguntas van y vienen a través del tiempo de acuerdo a la aparición de nuevas tecnologías.

**No tiene que ver con sustituir a los ingenieros de sonido.** Las anteriores son preocupaciones válidas, pero es necesario considerar más enfoques al respecto. Debe ser aclarado que una abrumadora parte del proceso de producción musical es trabajo técnico y, en ese sentido, la calidad del sonido producido podría mejorarse si se estiman estos interrogantes

y el valor de la asistencia con sistemas inteligentes.

**El ascenso de la IA en la producción musical: socio creativo o compositor rival.**

Por otra parte, según el artículo *“The rise of AI in production: creative partner or composer competitor”* del portal *masteringthemix.com*, la implementación de la Inteligencia Artificial en múltiples campos de la tecnología y la manifestación cultural, no ha sido menos que una transformación revolucionaria, modificando los contextos de industrias desde el servicio de seguridad social hasta las finanzas. Alegóricamente, en ningún otro espacio, su integración parece oírse como una sinfonía dramática más que como está ocurriendo en el mundo de la producción musical.

La tal vez, abrupta penetración de la IA en este dominio de la creatividad humana no es tan solo una cuestión histórica de evolución tecnológica; es una narrativa asombrosa y fascinante sobre el cómo la pura esencia de la creación musical está pasando por un proceso de reexaminación y redefinición.

**El advenimiento de la IA en la música.** El camino recorrido desde el vinilo hasta la realidad virtual en la producción musical ha sido una combinación de avances tecnológicos e incursiones atrevidas, pero, no obstante, la llegada de la IA en este escenario podría bien ser una especie de crescendo que esta industria no previó.

*Una sinfonía de progreso: la historia de la tecnología en la música.* Retrocedamos el cassette un poco, propone el autor (es) del artículo. La historia de la producción musical es una partitura de innovación constante, por ejemplo, desde la invención del fonógrafo finalizando el siglo XIX hasta la aparición del sintetizador en la década de los sesenta, cada paso tecnológico hacia adelante redefinió el significado de lo que se considera música.

**La IA entra al estudio de producción: una nueva composición comienza.** La implementación de la IA en la música no es solo un nuevo capítulo de esta historia, es casi como un nuevo género. Al comienzo, el papel de la IA estaba definido por ordenamientos

racionales de algoritmos que podían sugerir música basada en las preferencias de usuario o, realzar pistas con sutil precisión.

***Herramientas de IA golpeando las notas altas.*** Representa el espectro de influencia, tanto así, que está presente desde *plug-ins (programas adicionales)* que realzan las mezclas y la “masterización” (*optimización y equilibrio del contenido sonoro durante la postproducción*) hasta algoritmos complejos que pueden escribir piezas musicales completas.

### ***Estadísticas sobre implementación de IA entre compositores musicales***

Con base a una encuesta realizada por Ditto Music a 1299 artistas independientes produciendo música activamente en 2023, los siguientes resultados fueron arrojados:

- El 59.5% ya está usando la IA para hacer música ya sea de modo experto o con alguna capacidad adquirida, para masterización, generar trabajo artístico o composición.
- El 20.3% de los artistas ya ha empleado la IA para masterización.
- El 38% de los artistas ha usado la IA para trabajo artístico.
- El 40% considera la IA como positiva, y el 39% cree que satisface sus objetivos.
- 11% de los artistas ha usado la IA para escribir canciones.

De ese modo, mientras algunos temen ser reemplazados, la mayoría ven la IA como un colaborador.

Similarmente, sobre la cuestión ¿qué lo ha desalentado para el uso de la IA?, estos respondieron:

- El 28.4% manifestó carecer de acceso a herramientas de IA.
- Otro 28.4% declaró no haber tenido tiempo para usar herramientas de IA.
- El 23.1% afirmó la falta de creatividad de la AI como razón.
- El 17.1% de los artistas opinó no poder costear su precio.
- Finalmente, el 6.6% mencionó que ha sido una combinación de factores.

Siendo así, las estadísticas anteriores muestran un panorama claro: la IA en el contexto de la producción musical no es tan solo una inclinación tecnológica pasajera; está reconfigurando el medioambiente musical de modos que apenas estamos comenzando a comprender.

### ***Herramientas específicas de IA aplicadas a la música y ejemplos exitosos en publicidad***

El impacto de la IA en la música no sería posible sin el desarrollo de plataformas innovadoras que han transformado la dinámica creativa, es así como algunas de las herramientas de asistencia más destacadas en este ámbito incluyen:

- **SUNO:** ésta IA se posiciona como una plataforma pionera en la generación de contenido sonoro para la producción musical, permitiendo a sus usuarios crear y editar música completamente original mediante descripciones textuales. Su potente capacidad de traducir ideas abstractas de generación en composiciones completas la convierte en una herramienta indispensable y altamente competente para el desarrollo de campañas publicitarias personalizadas.
- **AIVA (Artificial Intelligence Virtual Artist):** es una plataforma especializada en la creación de piezas musicales para bandas sonoras y proyectos audiovisuales. Esta IA es ampliamente reconocida por ser utilizada en la industria publicitaria gracias a su versatilidad y capacidad para generar música que, particularmente, evoque emociones específicas.
- **Amper Music:** Amper destaca por su accesibilidad, permitiendo que usuarios sin experiencia musical sean capaces de producir composiciones únicas y complejas en cuestión de minutos. Tal plataforma se caracteriza por ser ideal para anuncios y proyectos multimedia ofreciendo total control sobre el diseño del estilo, la determinación del ritmo compositivo y, la duración de la pieza.

- **Soundraw:** esta herramienta ofrece la posibilidad de combinar la personalización con la generación automática, permitiendo a los usuarios ajustar adaptativamente géneros con estados de ánimo y otros parámetros compositivos, para crear música “diseñada a medida” usada en proyectos publicitarios digitales.
- **Magenta Studio:** es una IA desarrollada por Google al punto que hoy en día es una de las herramientas de asistencia para la producción musical, más reconocidas por su capacidad para generar melodías, ritmos y loops, que pueden integrarse en composiciones más complejas dirigidas hacia campañas de rasgo innovador y con potencial disruptivo.

#### *Ejemplos de éxito en publicidad:*

- **Coca-Cola:** empresas como Coca-Cola han utilizado IA para crear melodías adaptativas, ajustando las piezas según las audiencias y contextos culturales en los que se reproducen los anuncios, con el propósito de crear una conexión emocional más profunda con los consumidores.
- **Samsung:** Esta firma ha usado en su promoción de dispositivos de la línea Galaxy, composiciones creadas por IA para resaltar una imagen moderna y tecnológica, con el objetivo de conectar emocionalmente con un público joven.

#### *Aspectos éticos y legales del uso de la inteligencia artificial en música*

La Inteligencia Artificial (IA) ha transformado la creación musical, generando nuevas oportunidades y desafíos tanto éticos como legales. En Colombia, esta innovación plantea cuestiones sobre la autoría, originalidad y protección de derechos de autor en las obras musicales generadas por IA, destacando la necesidad de adaptaciones legales y reflexiones éticas profundas en torno a la creatividad automatizada.

### ***Retos legales en la protección de derechos de autor para la música generada por IA***

En el contexto colombiano, la Ley 23 de 1982 y su modificación mediante la Ley 1915 de 2018 regulan los derechos de autor, protegiendo las obras producto de la creatividad humana. Sin embargo, las obras creadas íntegramente por sistemas de IA quedan en un vacío legal, ya que no existe una figura jurídica que permita atribuir su autoría ni reconocer su titularidad (Dirección Nacional de Derecho de Autor, 2018). Este vacío plantea dudas sobre si las piezas generadas por IA pueden ser consideradas originales y si, en caso afirmativo, los derechos deben recaer en el programador, el usuario o el propio sistema.

Asimismo, el entrenamiento de modelos de IA con datos protegidos por derechos de autor abre una nueva dimensión de conflictos legales. En Colombia, la normativa actual no regula explícitamente la minería de datos en este ámbito, lo que podría derivar en vulneraciones de los derechos de los artistas originales si las obras protegidas son utilizadas sin licencia o consentimiento (Palacio Puerta & Monroy Rodríguez, 2024). Este escenario enfatiza la necesidad de marcos legales actualizados para equilibrar los intereses de creadores humanos y desarrolladores tecnológicos.

### ***Consideraciones éticas en la creatividad automatizada***

El uso de la IA en la música también despierta inquietudes éticas. La capacidad de los algoritmos para crear composiciones que imitan géneros y estilos específicos plantea preguntas sobre el papel del ser humano en el proceso artístico. En un contexto donde la creatividad automatizada es cada vez más común, es fundamental reflexionar sobre la autenticidad de estas obras y su valor artístico (IA Solver, 2023).

Además, el uso generalizado de la IA podría desplazar a músicos y compositores humanos, generando desigualdad y concentrando oportunidades en manos de quienes controlan estas tecnologías. Por otro lado, surge la cuestión de la transparencia: los consumidores tienen derecho a conocer si una obra fue creada por IA, especialmente en casos

donde la autenticidad constituye un valor fundamental (Impacto TIC, 2024).

### ***Marco legal en Colombia***

En Colombia, aunque no existe una legislación específica sobre la IA aplicada a la música, el país ha dado pasos hacia una regulación más adecuada. La Ley 1915 de 2018, que actualiza la Ley 23 de 1982, protege las obras literarias y artísticas creadas por humanos, lo que subraya la falta de cobertura para piezas generadas mediante tecnología autónoma (Dirección Nacional de Derecho de Autor, 2018). A nivel estratégico, documentos como el Conpes 3975 de 2019 incluyen políticas que promueven la transformación digital y el uso ético de tecnologías emergentes como la IA.

### ***Uso y apropiamiento de las piezas generadas por herramientas de IA musical***

La utilización de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) en la creación musical ha revolucionado los procesos creativos, pero también ha generado debates éticos y legales, especialmente en lo relacionado con la propiedad y uso de las composiciones producidas por estas tecnologías. Plataformas como **SUNO**, **AIVA**, **Amper Music** y otras ofrecen soluciones avanzadas para la creación de música automatizada, planteando importantes interrogantes respecto a la autoría y los derechos de las obras generadas.

En el caso de **SUNO**, sus términos y condiciones establecen que los usuarios son propietarios de las piezas musicales generadas, otorgándoles libertad para distribuir las, comercializarlas y utilizarlas sin restricciones. Sin embargo, esta propiedad no siempre equivale a la obtención de derechos de autor conforme a la legislación internacional, ya que las obras creadas exclusivamente por sistemas de IA pueden no cumplir con los requisitos tradicionales de originalidad y creatividad humana establecidos en normativas como el Convenio de Berna. Esto deja a los usuarios en una posición incierta cuando buscan proteger legalmente sus creaciones o hacer reclamos de autoría (Dirección Nacional de Derecho de Autor, 2018).

Desde una perspectiva legal, en países como Colombia, la Ley 1915 de 2018 y la Ley 23 de 1982 regulan los derechos de autor y conexos, pero no contemplan específicamente las obras generadas por sistemas autónomos. Este vacío normativo resalta la necesidad de adaptar las legislaciones nacionales para abordar las implicaciones de la creatividad automatizada y la responsabilidad tanto de los usuarios como de las plataformas (Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, 2025). Mientras tanto, las plataformas suelen incluir cláusulas eximiéndose de responsabilidad en caso de que las obras generadas infrinjan derechos de terceros, dejando la carga de cumplimiento legal en los usuarios.

### ***Influencia en el ámbito legal***

La falta de regulación específica sobre la música generada por IA genera riesgos para los artistas, consumidores y las mismas plataformas. En primer lugar, los usuarios pueden enfrentarse a posibles demandas si las piezas que crean tienen similitudes con obras protegidas, incluso si estas fueron generadas de manera automática. Además, la ausencia de criterios claros para la protección de derechos de autor de las obras generadas por IA dificulta la posibilidad de registrarlas formalmente, lo que podría afectar la comercialización y reconocimiento de estas creaciones (Impacto TIC, 2024).

## Proceso creativo

### Preproducción

La etapa de preproducción en este proyecto de investigación-creación se centró en crear un portafolio musical publicitario con el uso de inteligencia artificial como apoyo creativo en el proceso de producción para la agencia de estudio en el extranjero Hi Hi Travel To. Este proceso abarcó varias etapas antes de la implementación de la inteligencia artificial, entre ellas iniciamos con un proceso investigativo identificando el grupo de población a quien iba enfocado el portafolio, para ello se usaron datos de ventas de la empresa dando como resultado:

**Tabla 1**

*Resultados de la tabla de ventas*

Edad promedio	31 años
Edad mínima	20 años
Edad máxima	46 años
Total, de estudiantes	50

Llegamos a la conclusión de que nuestro público objetivo se encuentra entre jóvenes de 20 a 31 años. En una segunda fase, se determinaron las fechas más demandadas dentro de Hi Hi Travel To, concluyendo que estas abarcan desde abril hasta septiembre, meses que coinciden con la temporada de verano, también conocida como temporada alta. Durante este periodo, se registra un incremento notable en la llegada de turistas y estudiantes, además de la realización de festivales musicales de gran relevancia, los cuales resultan ser un factor determinante en la atracción de este segmento demográfico. (Para ampliar información sobre los festivales en Malta ver Anexo 1)

Con base en esto, se utilizaron palabras clave que previamente habían sido definidas por el equipo de marketing, tales como: *estudiar inglés en Malta, viaja, vive, aprende,*

*Europa, verano, mix cultural, festivales, MTV, Glitch Festival*. Estas palabras estaban estrechamente relacionadas con la esencia y objetivos de la empresa.

Posteriormente, se realizó un análisis exhaustivo de los referentes musicales y los ritmos que suelen asociarse a la experiencia veraniega en Malta. Este estudio, llevado a cabo en colaboración con el equipo de marketing de Hi Hi Travel To, identificó géneros musicales predominantes en festivales y conciertos de la isla, tales como: electrónica, techno, house, deep house, progressive techno, EDM, reguetón, pop, funk y disco. A partir de este análisis, los CEOS y el equipo de marketing seleccionaron los géneros que representaban mejor la identidad musical para el portafolio, decidiendo enfocarse en ritmos como: electrónica tropical, house pop, funk disco y progressive techno.

Para completar este proceso, también se tomaron como inspiración dos jingles de la marca Coca-Cola, que fueron: *Coca-Cola Move chegou* y *Cola Song* de Inna y J Balvin. Estas referencias contribuyeron significativamente en la conceptualización y producción de las maquetas, asegurando que estas reflejaran el espíritu dinámico y veraniego que caracteriza a Hi Hi Travel To.

**Tabla 2**

*Tabla de edades y ventas - Hi Hi Travel To*

Nombre Estudiante	Lugar de residencia	Edad
Diana Alejandra	Villavicencio	35
Ramalho Rodrigo	Brasil	41
Jhon Pulido	Villavicencio	42
Jasbleidy Ramirez	Cali	26
Etson Amado	Bogotá	29
Paula Lozando	Bogotá	27
Daniel Muñoz	Bogotá	30
Duban Saavedra	Bucaramanga	32
Katherin Florez	Valle	24
Diego Paisa	Medellín	31
Alejandra	Bogotá	32

Daniel	Bogotá	33
Maria Bonilla	Bogotá	24
Viviana	Bogotá	28
Andres	Bogotá	31
Katerine	Bogotá	32
Kevin Ceballos	Cali	20
Veronica	El salvador	30
Daniela Vigoya	Bogotá	30
Lina	Villavicencio	28
Yeison	Villavicencio	31
Katherin Rodriguez	Medellín	31
EC		
Mitza	Chile	26
Sandra Garcés	Colombia- Mexico	36
Andrés Cardozo	Colombia- Mexico	38
Diana Gallego	Andes - Antioquía	42
Luisa Fernanda	Bogotá	29
Vanessa Pineda	Bogotá	24
Clara Gonzales	Chile	26
Patricia Angulo	Perú	24
Angelica Gonzales	Colombia	45
Angee	Cali	26
Steven Arcila	Colombia	28
Isabell Garcia	Venezuela	26
David Caro	Sogamoso	31
Andres	Sogamoso	27
Katherine	Sogamoso	29
Marioluca Broccolo	Chile	30
Patricia Gonzales	Villavicencio	46
Brayan Gonzales	Villavicencio	27
Nicolas Tovar	Tolima	28
Alvaro	Colombia	30
Levy Sanchez	Boyacá	42
Leidy Paola	Boyacá	30
Sarmiento		
Monica Garzon	Colombia	29
Jorge Rivas	Colombia	34
Viviana Gutierrez	El salvador	30
Laura Torres	Cali	27
Julio Vera	Colombia	42

## **Selección de medios**

La elección de los medios para la distribución de los materiales de producción musical se realizó teniendo en cuenta las dinámicas actuales de consumo digital y las plataformas con mayor impacto en el público objetivo. Se decidió trabajar exclusivamente con redes sociales y la página web empresarial para asegurar una difusión eficiente y alineada con las tendencias actuales en la industria musical.

Las plataformas seleccionadas fueron TikTok, Instagram y Facebook debido a su potencial para generar interacción directa y de alto alcance. TikTok, por su formato idóneo para promocionar fragmentos musicales de corta duración; Instagram, por la versatilidad que ofrecen sus funcionalidades como reels e historias, ideales para contenido visual y sonoro; y Facebook, por su alcance global y las herramientas avanzadas de segmentación y análisis de audiencia.

Adicionalmente, la página web de la empresa desempeñará un papel fundamental al servir como espacio oficial para la promoción y distribución de las piezas musicales.

## **Fase creativa**

En la etapa inicial del proceso creativo, se priorizó la composición de letras que reflejaran la esencia de la marca, manteniendo coherencia con los lineamientos establecidos por la agencia. Partiendo del eslogan corporativo “VIAJA, VIVE, EXPLORA, APRENDE”, junto con las palabras clave definidas y los géneros musicales investigados (electrónica, funk, disco y progressive techno), se desarrollaron diversas propuestas creativas.

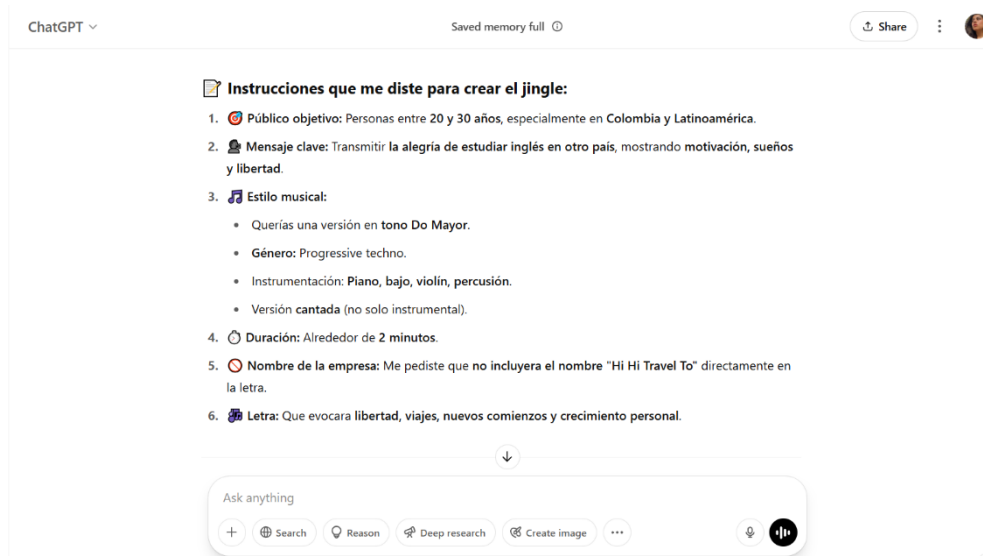
Para enriquecer el proceso de composición, se recurrió a la inteligencia artificial como herramienta de apoyo, generando múltiples ideas y explorando diferentes estructuras y juegos de palabras, siempre manteniendo el enfoque alineado con la identidad sonora de la marca. A partir de estas opciones, se realizó un análisis detallado, discutiendo las alternativas más

representativas y atractivas desde una perspectiva musical y estratégica.

Una vez definidas las mejores opciones, las propuestas fueron presentadas a los CEOs y al equipo creativo para su evaluación. Tras realizar ajustes menores a la versión más prometedora, se consolidó una propuesta final que capturó la esencia de la marca, estableciendo el punto de partida para las siguientes etapas del proceso de producción. (Para ampliar información sobre las letras propuestas Anexo 2)

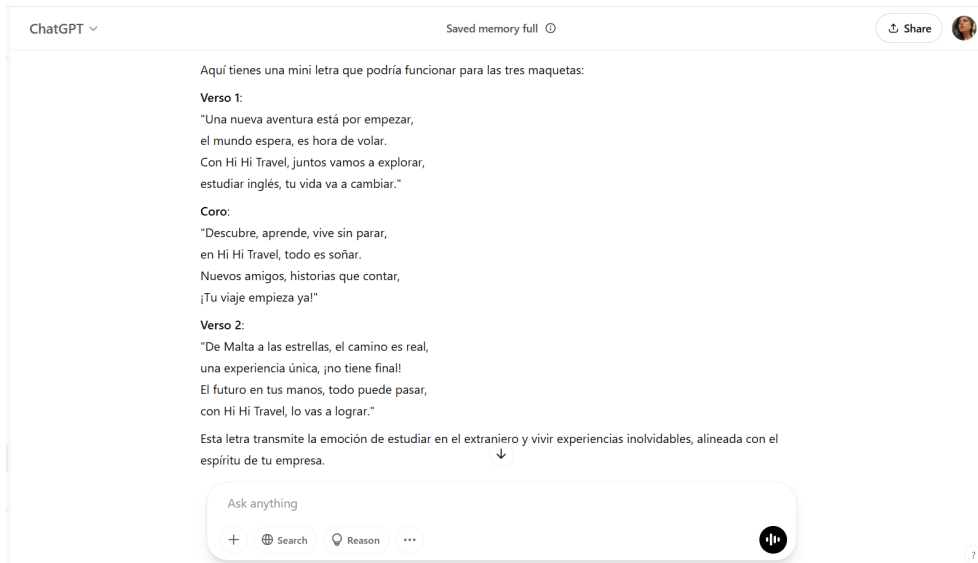
## Figura 1

*Instrucciones dadas a la IA - Chat GPT*



## Figura 2

*Letra creada con las instrucciones dadas por la IA-Chat GPT*



## Uso de la IA en la creación de maquetas musicales

Como parte del desarrollo creativo del proyecto, se optó por la utilización de SUNO IA para la composición de tres maquetas musicales en diferentes ritmos y con variaciones en las letras. Esta decisión respondió a la capacidad de la herramienta para adaptarse a los parámetros específicos establecidos por la empresa, ya que esta ofrece una flexibilidad que optimiza el proceso de producción.

SUNO IA permitió la selección de los tiempos exactos requeridos en cada pieza, permitió elegir los ritmos previamente investigados y aprobados —como electrónica tropical house— y posibilitó la integración de las letras ya definidas por el equipo.

A lo largo de este proceso creativo, se definieron tres maquetas que cumplían con las características deseadas por la empresa. Estas fueron puestas sobre la mesa para evaluar pros y contras, en una discusión conjunta con el equipo de marketing y los CEOs. Las opciones

consideradas fueron:

- Viaja, Aprende, Vive - Electronic Tropical House
- Fija tu camino - Funk Disco
- Viaja, Vive, Sueña - Progressive Techno

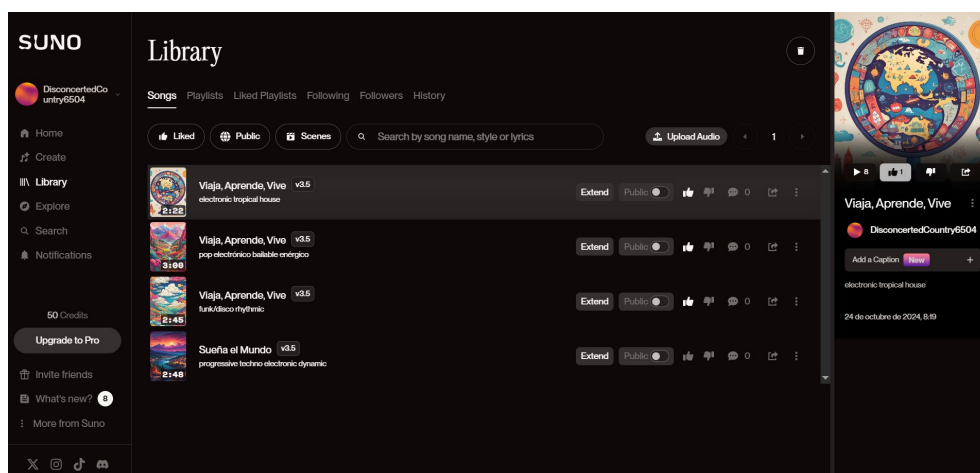
Tras un análisis detallado, se seleccionó la maqueta que mejor reflejaba la esencia de la marca, identificada como Viaja, Aprende, Vive - Electronic Tropical House. Esta versión final fue aprobada para proceder con las siguientes etapas de producción, consolidándose como un elemento clave dentro de la estrategia sonora de Hi Hi Travel To.

A continuación, se pueden evidenciar los audios de las maquetas descritas:

[https://drive.google.com/drive/folders/1vwsFwSwysq4nOICYqrJg\\_1Eo0fOE\\_UvS?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1vwsFwSwysq4nOICYqrJg_1Eo0fOE_UvS?usp=drive_link)

### Figura 3

*IA SUNO- Inteligencia Artificial usada como herramienta creativa*



### Pieza elegida - jingle base

Una vez seleccionado el tema final del jingle (*Viaja, Aprende, Vive - Electronic Tropical House*) se realizaron los cambios necesarios para perfeccionar su letra, estructura y adaptarlo por completo a los objetivos creativos y estratégicos del proyecto. Este proceso incluyó una revisión detallada de la composición, algunos ajustes en las melodías, además se

seleccionaron los instrumentos que formarían parte de la producción musical.

### *Instrumentos seleccionados*

- Guitarra acústica.
- Guitarra eléctrica.
- Teclado
- Sintetizador original- IA
- Voz femenina
- Voz masculina
- Batería
- Bajo

(Para ampliar información Letra Jingle -Viaja, Aprende, Vive - Electronic Tropical House ver Anexo 3)

Teniendo a consideración las necesidades para este proyecto, fue necesaria la intervención de tres músicos, 2 cantantes, Daniel Ortiz Santacruz, Sara Monsalve Urrea y un guitarrista Martin Rodríguez.

Además de mi participación directa, estos fueron los roles en los que se desarrollaron:

Martín Rodríguez: Fue responsable de tocar y grabar en su estudio personal. Registró dos canales de guitarra acústica, dos canales de guitarra eléctrica directamente conectadas a la interfaz de audio, y el teclado utilizando MIDI.

Daniel Ortiz: Desempeñó el rol de cantante y grabó las voces en un estudio casero. Grabó dos capas en la octava base y una capa adicional en una octava inferior para lograr mayor profundidad y textura en el jingle.

Sara Monzalve: Contribuyó con su voz femenina, fue responsable de cantar la voz principal y grabar en su estudio en casa.

(Para ampliar información *Contratación de Profesionales - Recursos Humanos y tecnológicos Anexo 4*)

## **Producción y Posproducción**

### **Grabación y Edición**

Para esta etapa, después de definirse los roles de cada músico, y los instrumentos virtuales que iban a ser usados, se procedió a la grabación de los instrumentos tales como guitarra eléctrica, acústica y piano, seguidamente de los instrumentos virtuales con técnica MIDI y como último Realización de grabaciones y edición de voces, instrumentos y otros elementos sonoros para lograr coherencia estilística.

### **Desarrollo de actividades**

En esta fase, una vez definidos los roles de cada músico y seleccionados los instrumentos virtuales (VSTi), se procedió a la grabación y captura de los instrumentos acústicos, guitarra eléctrica, guitarra acústica. Estas sesiones fueron realizadas en los espacios designados previamente de Martin Rodríguez,

Posteriormente, se integraron los instrumentos virtuales mediante técnicas de programación MIDI, proceso que permitió ajustar tiempos, dinámicas y efectos.

Para completar la producción, se llevó a cabo la grabación de las voces, primero la de Daniel Ortiz seguidamente la de Sara Monzalve.

Durante el proceso, se mantuvo un estricto control sobre la ejecución y calidad sonora, supervisando cada toma para garantizar que las grabaciones se realizaban correctamente y conforme a los estándares de producción definidos. Esta supervisión permitió detectar posibles ajustes en tiempo real y asegurar una integración precisa entre los instrumentos grabados y las pistas programadas digitalmente.

## **Grabación instrumentos**

Para la producción del jingle, coordiné un cronograma con el músico Martín Rodríguez para establecer un horario de grabación conveniente, considerando que él reside en Colombia y yo en Italia. Se dispuso de su parte el DAW Ableton, una interfaz de audio, junto con guitarra eléctrica, guitarra electroacústica y piano, y se definió que la captura del audio se realizaría en dos canales (panorama derecha e izquierda), conectados directamente a la interfaz ya que se contaba con la interfaz de audio Universal VOLT 476 que tiene la capacidad de gestionar grabaciones de hasta 24 bits/192 kHz, y que permite una conversión analógica-digital con rango dinámico extendido, esta interfaz fue idónea ya que cuenta con un preamplificador clásico y compresor analógico lo que optimiza la captura de transitorios y matices sonoros, y a su vez garantiza precisión en la reproducción de cada interpretación. Además, cuenta con monitoreo directo sin latencia, proporcionando una referencia en tiempo real de la distribución de los canales en el panorama estéreo.

Para mejorar la localización de los instrumentos en la mezcla, se implementó la duplicación de pistas de guitarra, asignando una toma al canal derecho y otra al izquierdo. Esta técnica permitió una mayor separación de frecuencias en la imagen estéreo, optimizando así la claridad y distribución del sonido dentro de la producción que era lo que se buscaba. Gracias a este enfoque, se logró una captura limpia y controlada, reduciendo interferencias y compensando la falta de tratamiento acústico en el entorno de grabación. A lo largo del proceso, se priorizó la calidad de la señal, ajustando los recursos disponibles para obtener una grabación técnicamente precisa sin comprometer la coherencia del material.

## **Procesamiento y edición de guitarras**

### ***Guitarra acústica.***

Las guitarras acústicas fueron procesadas con ajustes precisos de panorámica y volumen, garantizando un balance espectral adecuado sin necesidad de preamplificación.

Se trabajaron dos capas, una paneada 29 % a la izquierda y otra 25 % a la derecha, asegurando una distribución estéreo amplia. A nivel de volumen, se aplicó un ajuste diferencial:

La guitarra a la derecha tiene un nivel de -8.1 dB, proporcionando un soporte armónico más tenue.

La guitarra a la izquierda presenta una ganancia de -5.3 dB, logrando una presencia ligeramente más marcada dentro de la mezcla.

#### **Figura 4**

*Grabación guitarra electroacústica - Martin Rodríguez*

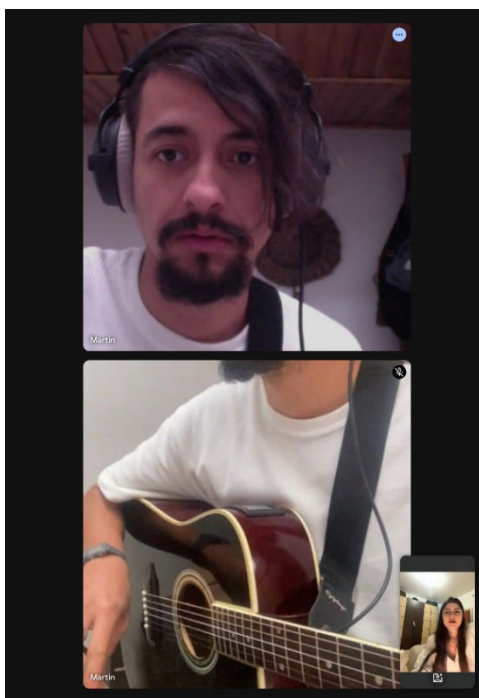


Figura 5

Grabación DAW Ableton – guitarra electroacústica

Figura 5A

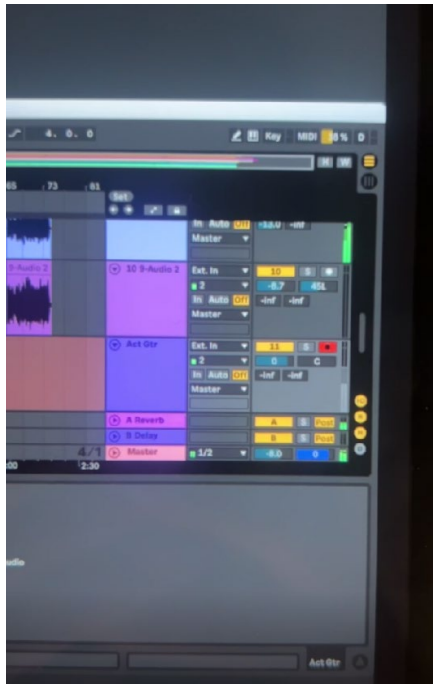


Figura 5B

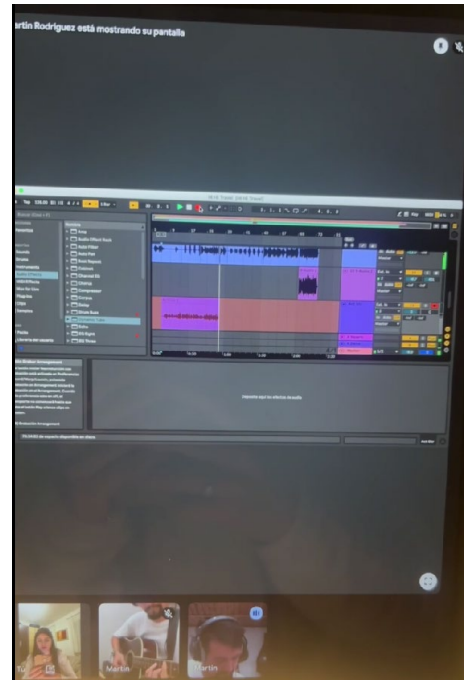
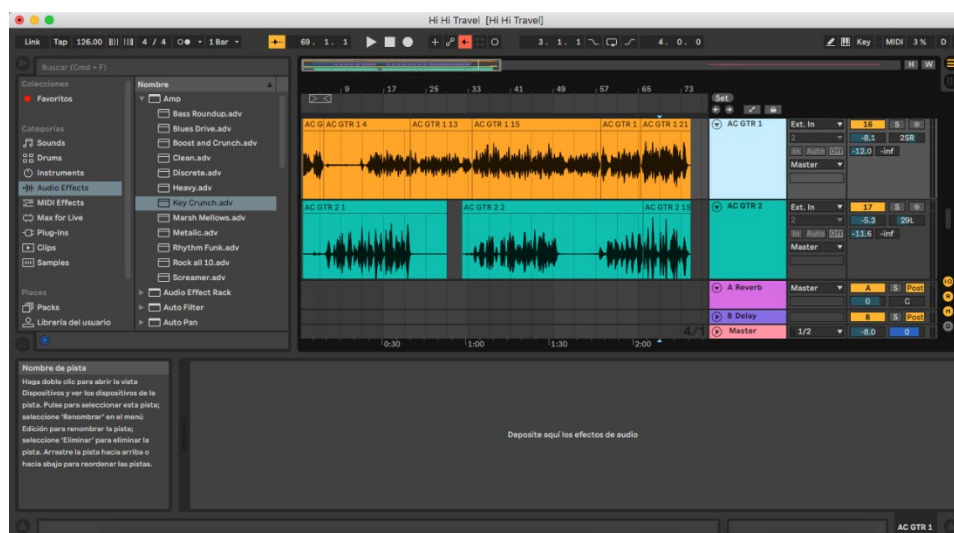


Figura 6

Procesamiento- guitarras acústicas



### ***Guitarra eléctrica.***

La guitarra eléctrica recibió una edición leve, asegurando que las capturas fueran lo más limpias posibles, con mínimos cortes dentro del canal de grabación.

A nivel de posicionamiento, la guitarra está paneada 35 % hacia la derecha, con una ganancia de -5.4 dB y un envío de reverb ajustado a -13 dB, proporcionando una sensación espacial equilibrada dentro de la mezcla.

Adicionalmente, se integró un emulador de amplificación denominado KeyCrunch, un preset del amplificador nativo de Ableton, diseñado para agregar leve overdrive a la señal, proporcionando una saturación controlada que realza la textura armónica de la interpretación.

### **Figura 7**

*Grabación guitarra electroacústica - Martin Rodríguez*

**Figura 7A**

**Figura 7B**

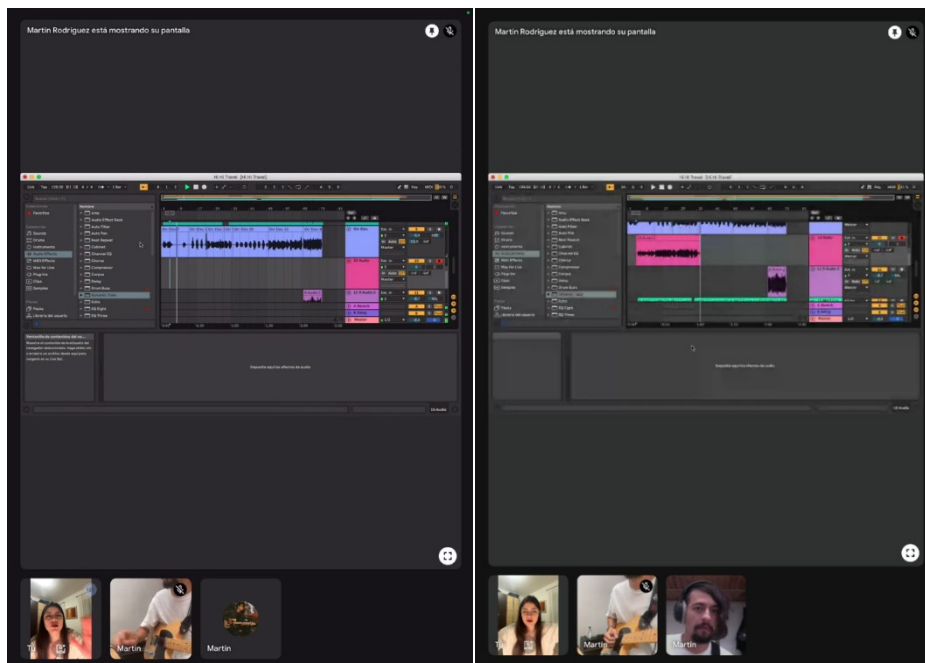
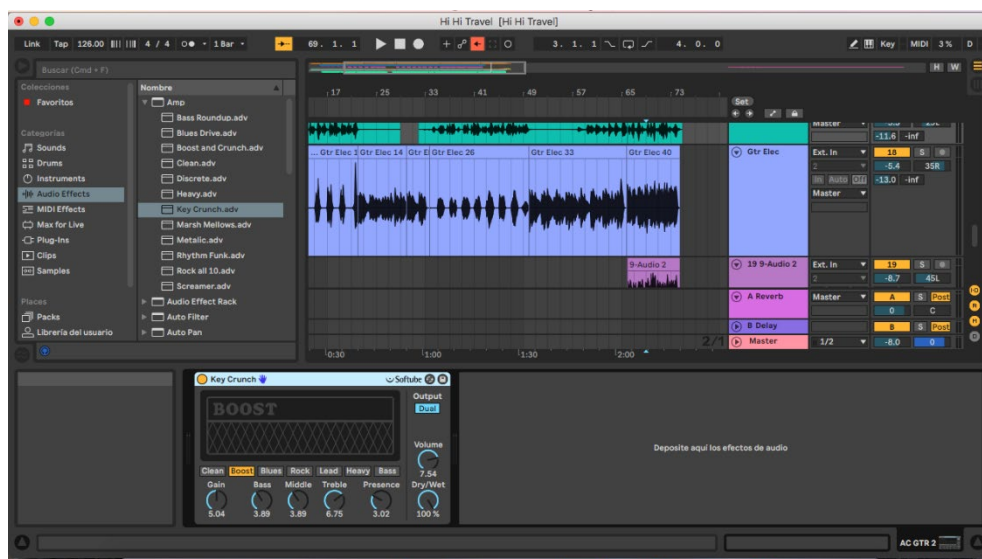


Figura 8

Procesamiento - guitarra eléctrica



## Grabación Voces

### *Grabación voz masculina - Daniel Ortiz Santacruz*

Para la grabación de las voces de Daniel Ortiz, se trabajó con un kit Focusrite 2i2, un micrófono de condensador CM25 MkIII, auriculares cerrados SH-450 y el DAW Reaper. A pesar de contar con equipos de captura de señal optimizados, el entorno de grabación no tenía tratamiento acústico, lo que me exigió la implementación de soluciones para minimizar reflexiones no controladas, resonancias y contaminación sonora que pudieran comprometer la comprensibilidad y precisión espectral de la voz registrada.

Para mitigar estas limitaciones acústicas, se acondicionó un espacio dentro de mi hogar en el armario utilizando cobijas gruesas sobre las puertas del armario a cada lado y manteniendo ropa gruesa, como abrigo dentro del compartimento, que buscaba generar un sistema de absorción pasivo esto disminuyó la presencia de ondas estacionarias y la reverberación no deseada, con la implementación de esta estrategia se permitió mejorar el control del sonido directo, y se aseguró una captura más limpia dentro del rango dinámico disponible.

Además, se integró el uso del filtro anti-pop este se incorporó en el espacio de grabación para la reducción o eliminación de irregularidades en la señal de audio causadas por variaciones abruptas de presión acústica generados por consonantes explosivas como “P” y “B”, evitando picos en la respuesta transitoria que pudieran generar distorsión en la onda de señal, asimismo se cuidó la distancia entre el micrófono y la fuente sonora y se estableció como parámetro de referencia el margen de 15 a 30 cm, para de esta manera optimizar la relación proximidad-claridad, evitando saturación y asegurando una captación equilibrada del espectro frecuencial.

Para esta grabación, fueron necesarias tres capas de interpretación, dos en la misma octava y una en una octava inferior, lo que permitió extender la estructura armónica y aportar densidad espectral al jingle, sumado a esto se incorporaron voces generadas por inteligencia artificial provenientes de la maqueta original como relleno sonoro, para ser utilizadas como refuerzo en la textura de fondo y así poder mejorar la integración tímbrica en la producción que se estaba buscando.

Para finalizar la grabación se realizó en horario nocturno, momento en el que la presencia de ruido ambiental externo disminuye, minimizando así interferencias en la toma y asegurando una captura de señal con menor incidencia de contaminación acústica. Se ejecutaron pruebas de nivel previas, ajustando parámetros de ganancia y monitoreo en tiempo real para garantizar una óptima relación señal/ruido y una interpretación técnicamente precisa dentro del entorno de grabación disponible.

### ***Capas vocales y procesamiento de voces***

Las voces capturadas de Daniel Ortiz inicialmente pasaron por un proceso de edición detallado, eliminando impurezas y aplicando cortes estratégicos para depurar el material registrado no necesario. Se realizó una nivelación individual en cada fragmento, ajustando la ganancia de cada clip para mantener una uniformidad en el volumen dentro de la mezcla.

Todas las tomas vocales fueron agrupadas en un bus de mezcla denominado “Voces Daniel”, estableciendo su nivel general en -5.5 dB. Posteriormente, se redujeron las capas a dos tomas principales, cada una con ajustes específicos de volumen y efectos:

Voz 1 (principal): posicionada en el centro, con un volumen de -5.6 dB, un envío de reverb de -15.2 dB y un delay de -30 dB.

Voz 2 (refuerzo): paneada completamente a la izquierda, con un volumen de -13 dB, un envío de reverb de -18 dB y un delay de -23.7 dB, contribuyendo a la profundidad y espacialidad del conjunto vocal.

Para optimizar la presencia tonal de las voces de Daniel Ortiz, se implementaron tres efectos principales, ajustando la dinámica y resaltando frecuencias clave:

- **Dynamic Tube:** Un saturador de armónicos, empleado para excitar la saturación de frecuencias con un drive de 1.9 dB, aportando color tonal controlado.
- **Compresor multibanda:** Aplicado para realzar las frecuencias altas, específicamente en la banda de 2.500 Hz, mejorando la presencia sin alterar la inteligibilidad.
- **Glue Compressor:** Implementado con una compresión leve, utilizada para equilibrar los rangos dinámicos y unificar el carácter de las tomas, manteniendo estabilidad dentro de la mezcla.

Siguiendo la premisa técnica aplicada en el proyecto, no se afinó ninguna de las voces, incluyendo las de Daniel Ortiz, con el fin de preservar la interpretación original sin alteraciones artificiales.

Los efectos utilizados fueron calibrados para realzar la textura sonora, asegurando equilibrio dentro del espectro de mezcla, sin sobre procesar las señales y manteniendo la naturalidad de la interpretación.

**Figura 9**

*Adaptación acústica de espacio doméstico para grabación vocal*



**Figura 10**

*Preparación del Daw y herramientas de grabación*

**Figura 11**

*Grabación en curso- Daniel Ortiz Santacruz*

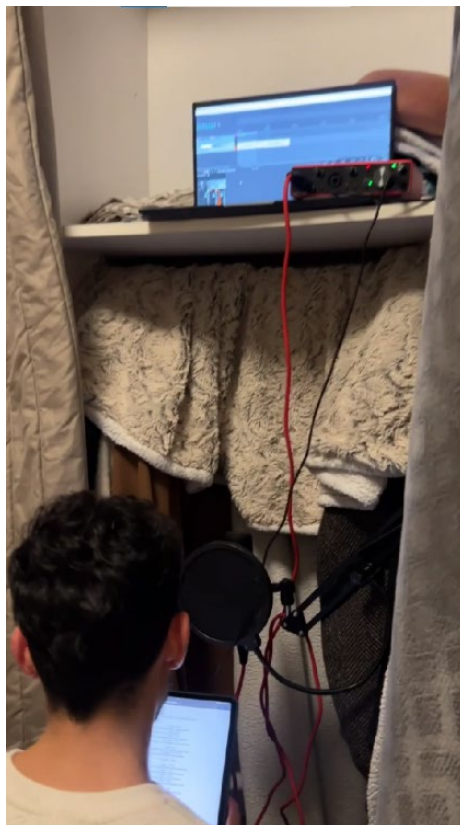


Figura 12

Registro de voces en Reaper durante la sesión de grabación.

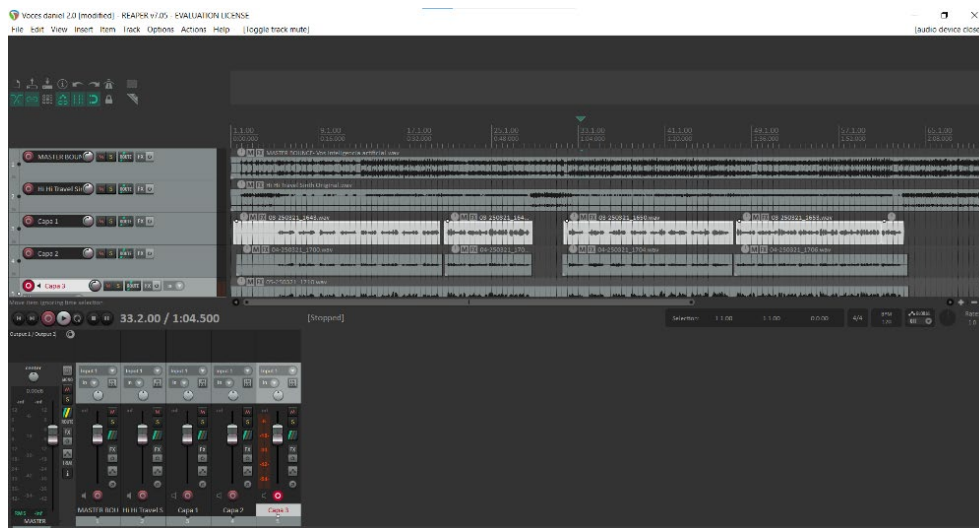
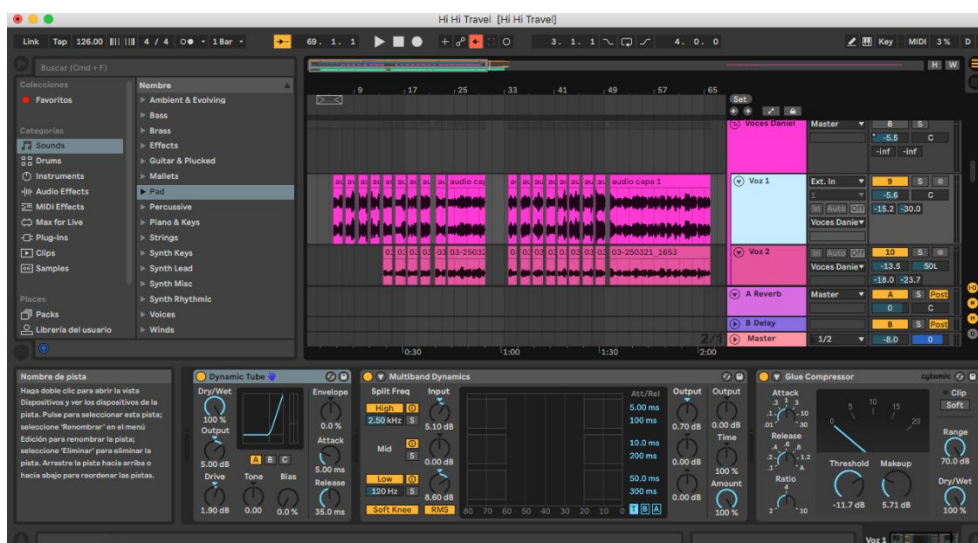


Figura 13

Voces Daniel- canales de voces editados y con procesamientos (compresión multibanda, saturación, delay, reverb)



### Grabación voz femenina – Sara Urrea Monzalve

Para la captura de la voz principal de Sara Urrea Monzalve, se empleó un micrófono dinámico Shure SM7B junto con la interfaz Universal Audio Volt 276. A diferencia de los micrófonos de condensador, el Shure SM7B posee una sensibilidad reducida, lo que lo hace

menos reactivo a variaciones de presión sonora y transitorios rápidos. Su patrón polar cardioide concentra la captación en la fuente directa y atenúa el ruido ambiental, permitiendo su uso en espacios sin tratamiento acústico sin comprometer la inteligibilidad de la señal registrada.

Dado que este micrófono requiere una proximidad controlada para lograr un registro limpio y balanceado, la distancia de trabajo se estableció en 5 cm, optimizando la presencia tonal y evitando pérdidas en el rango espectral de la voz. Además, al tener una menor sensibilidad, la ganancia de entrada debió ajustarse con precisión para alcanzar niveles adecuados de grabación. Esto se gestionó a través del preamplificador integrado en la Universal Audio Volt 276, lo que asegura una conversión analógico-digital con un óptimo rango dinámico y sin distorsión en la etapa de captura.

La sesión de grabación se realizó mediante el DAW Ableton Live, lo que permitió una gestión de señal en tiempo real con monitoreo directo y ajuste de niveles antes de la toma definitiva, en este caso, la voz de Sara cumplió la función de línea principal, registrándose una única capa, sin requerir doblajes ni armonización adicional, priorizando la claridad y definición del material sonoro obtenido.

En el caso de las condiciones acústicas y ajustes técnicos se hizo la elección de grabación en un horario nocturno para la captura y esto respondió a la necesidad de minimizar la interferencia de ruido externo y mejorar la relación señal/ruido, lo que permitió precisar una grabación sin contaminación sonora que pudiera comprometer la claridad del registro. Aunque se establecieron parámetros técnicos previos y se propuso una supervisión sincronizada del proceso, el cambio de horario debido a la diferencia de países en los que residimos, Sara en Colombia y yo en Italia, esto impidió la realización de una reunión en tiempo real para la validación de la toma. No obstante, las instrucciones dadas fueron aplicadas, sumándole a ello, la experiencia de Sara grabando lo que permitió obtener una

señal con correcta definición espectral y distribución tonal equilibrada.

La combinación del Shure SM7B con la Universal Audio Volt 276 optimizó el flujo de señal, lo que garantizó una conversión estable y una captura precisa que preservó la integridad sonora de la interpretación.

### ***Capas vocales y procesamiento***

A pesar de que la línea melódica central fue capturada en una única toma, posteriormente se enviaron tres capas vocales: la principal (Voz Sara 1) y dos secundarias (Voz Sara 2 y Voz Sara 3), exclusivas para el coro como refuerzo unísono. Las capas secundarias fueron paneadas, con Voz Sara 2 posicionada en el lado L y Voz Sara 3 en R, permitiendo una mayor amplitud en el campo estéreo sin comprometer la coherencia tímbrica del conjunto vocal.

En términos de procesamiento, la voz principal se configuró con un volumen de 1.2, integrando un envío de reverb ajustado a -13.4 dB y un envío de delay a -31.0 dB, con un efecto sutil para mantener la definición sin saturar la mezcla. Las capas de refuerzo fueron balanceadas a -13 dB, incorporando reverb adicional, con valores de -22 dB y -26 dB, generando profundidad sin alterar la inteligibilidad.

Para finalizar, las voces secundarias recibieron un procesamiento mínimo, sin ecualización ni afinación, únicamente con una compresión ligera para equilibrar la dinámica sin alterar su naturaleza original. Este ajuste final permitió que las tomas vocales se integraran de manera natural dentro de la mezcla.

**Figura 14**

*Equipo de grabación Sara Monzalve*

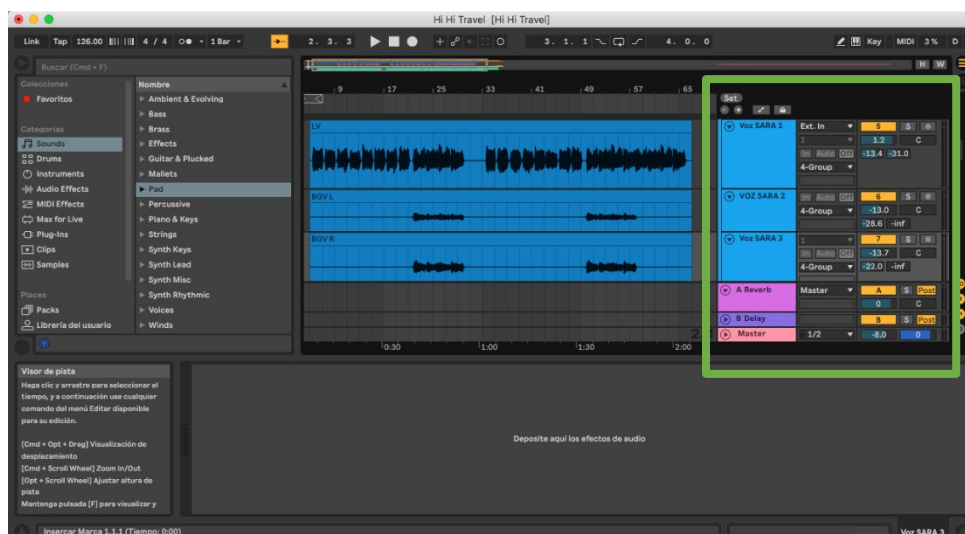
**Figura 14A****Figura 14B****Figura 15**

*Grabación en curso- Sara Urrea Monzalve.*



Figura 16

*Voz de Sara con procesamiento*



Una vez finalizados los ajustes individuales en las voces de Daniel Ortiz y Sara Monzalve, se trabajó en la optimización de su interacción dentro de la mezcla, para de esta forma buscar una integración equilibrada que mantuviera la identidad sonora de cada interpretación, el proceso se enfocó en la compensación de niveles, el panning y el ajuste de texturas tímbricas, asegurando que ambas voces compartieran el espectro sonoro de manera controlada, sin interferencias y conservando su carácter propio. La estructuración final tomó en cuenta la evidencia del mezclador, donde se calibraron los parámetros esenciales para definir su posición dentro del espacio estéreo.

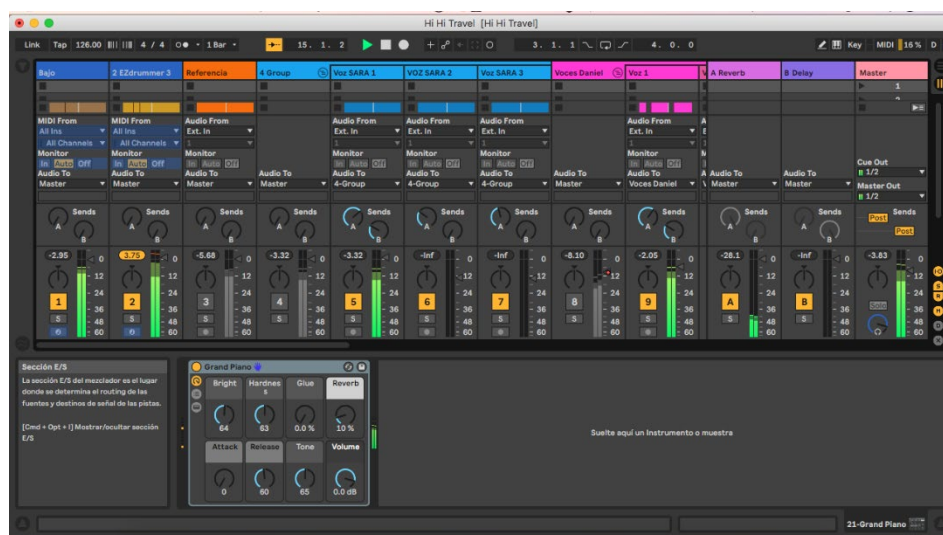
Las voces fueron ecualizadas y procesadas para estabilizar su relación armónica, favoreciendo así una cohesión tonal maximizando su expresividad sin comprometer la claridad de los registros. Se implementó un sistema de profundidad mediante efectos que reforzó la sensación envolvente de las interpretaciones, permitiendo una transición fluida en la dinámica del arreglo.

Como resultado, la mezcla final estableció una base vocal sólida, donde las voces de Daniel y Sara trabajaron en conjunto con equilibrio y claridad. Su integración marcó el cierre

de la fase de edición vocal, consolidándose así como un elemento clave dentro de la estructura sonora del proyecto.

**Figura 17**

*Voces Daniel y Sara - evidencias de mezclador con los niveles equilibrados y sus respectivos paneos*



## Grabación y edición de los instrumentos virtuales

La grabación de los instrumentos virtuales se realizó mediante MIDI, la batería fue generada con EZ Drummer 3, que utiliza samples preprocesados con algoritmos de articulación avanzada para una respuesta dinámica realista, posterior a esto la línea de bajo se programó con MODO BASS (IK Multimedia), un sistema de modelado físico que simula la vibración de las cuerdas y el comportamiento mecánico del instrumento, que ofrece un sonido dinámico con una amplia expresividad y control en la interpretación. Además de esto, se incorporaron shakers sampleados previamente grabados de un proyecto pasado, y para la ejecución de teclados, se utilizó el Casio CDP-S100, configurado para la interpretación de Rhodes, lo que genera una sonoridad cálida y orgánica dentro del diseño sonoro, que es lo que se busca.

### ***Procesamiento e integración del bajo.***

El bajo fue grabado mediante captura MIDI, se le asignó el sonido 70s J Bass, un preset de emulación de un Fender Jazz Bass, ya que este modelo es reconocido como uno de los bajos eléctricos más icónicos, junto con el Fender Precision, y es ampliamente utilizado en géneros como funk, blues y jazz, aportando una sonoridad representativa de los años 70 y 80.

El concepto estético del jingle llevó a buscar un sonido vintage, y buscando coherencia con la línea tímbrica establecida por el Rhodes Fender del teclado, la elección del 70s J Bass permitió conservar esa identidad sonora, lo que ofreció una textura cálida y dinámica que se adaptó al estilo musical buscado en el proyecto.

El plugin utilizado para la simulación del bajo incorporó pedales integrados, de los cuales se utilizaron dos:

Graphic EQ: Ajustado para acentuar las frecuencias altas, permitiendo mayor claridad y presencia en la mezcla.

Compresor: Aplicado con una configuración mínima, solo para controlar los picos de interpretación, estabilizando la dinámica sin afectar la expresividad.

Además, el bajo pasó por un amplificador emulado dentro del plugin MODO BASS, una simulación del Ampeg, un amplificador con reconocimiento en la industria del bajo eléctrico. Este procesamiento permitió reforzar la profundidad y el carácter del instrumento sin alterar la naturaleza de la interpretación.

El sonido final se integró dentro de la mezcla manteniendo su identidad sin modificaciones adicionales en el preset ni en la configuración del plugin y la única variación aplicada fue un ajuste de ganancia de -3.7 dB, garantizando su posicionamiento dentro del espectro de la producción.

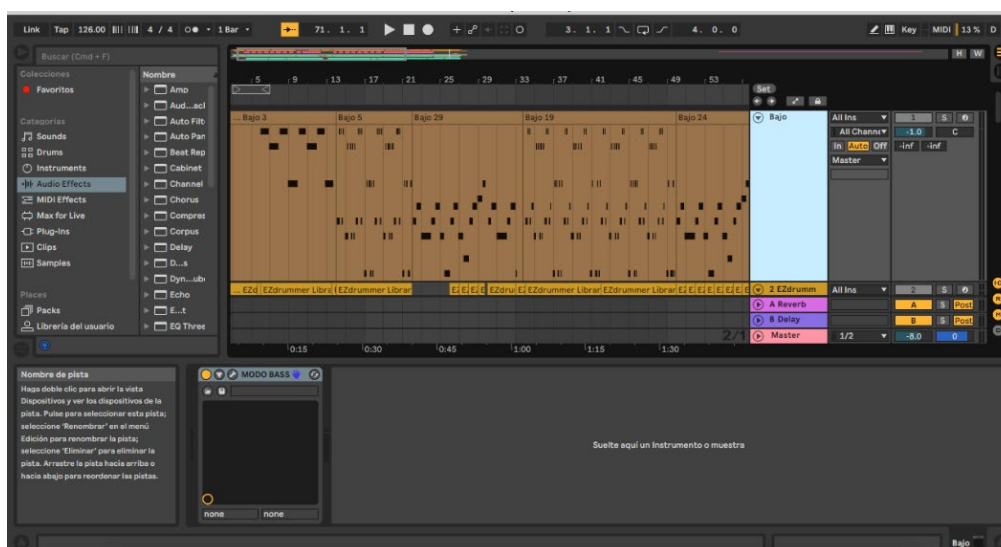
Figura 18

*Tipo de bajo seleccionado - bajo (MODO BASS IK multimedia)*



Figura 19

*Evidencias bajo (MODO BASS IK multimedia), programación MIDI*



### ***Procesamiento e integración del teclado.***

El teclado se grabó mediante captura MIDI, asignándole el sonido MKL2 Crunchy Piano, un emulador nativo de Ableton diseñado para simular un Rhodes Fender, este ajuste se hizo con el fin de responder a la dirección estética que tomó el jingle, priorizando así una

sonoridad más vintage, lo que permitió adaptar la producción a una combinación equilibrada entre elementos electrónicos y acústicos.

Como parte del enfoque artístico definido para el jingle, se decidió integrar instrumentos grabados en vivo, buscando así una mayor riqueza tímbrica y profundidad sonora dentro de la producción.

Para optimizar la imagen estéreo, el teclado fue duplicado, generando dos canales con el mismo sonido:

- Uno paneado a la izquierda.
- Otro paneado a la derecha.

El preset no recibió modificaciones, manteniéndose en su estado original sin alteraciones en su estructura interna ni en la configuración del instrumento. La única variación aplicada fue una ganancia de -3.7 dB, ajustada dentro del proceso de mezcla para estabilizar la señal y definir su presencia dentro del conjunto instrumental.

No se asignaron efectos adicionales, manteniendo la cadena de procesamiento en su forma nula, dejando que el sonido del MKL2 Crunchy Piano mantuviera su característica tímbrica intacta dentro del arreglo final.

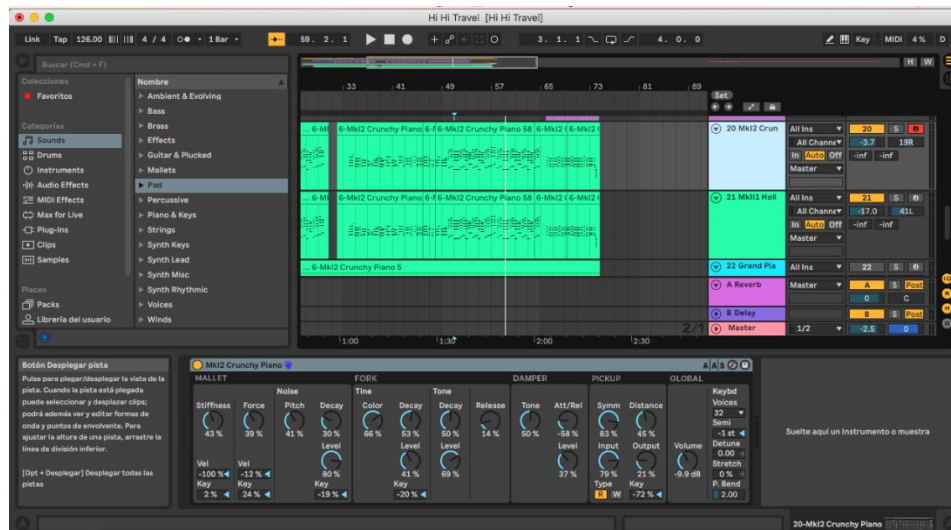
## Figura 20

*Teclado MIDI*



Figura 21

Teclado evidencias - preset usado: MK1 2 Crunchy Piano (emulación Fender Rhodes)



### ***Programación y procesamiento de la batería.***

Para la batería, se utilizó el plugin EZ Drummer 3, con una programación MIDI de todos los elementos rítmicos, empleando los sonidos integrados en la librería del plugin sin modificaciones adicionales, esta elección se hizo con el fin de permitir una estructura rítmica precisa y controlada. Dentro del Rack de la batería, se incorporó un sonido de shaker, que no forma parte de los sonidos nativos del plugin, ya que este elemento proviene de un banco personal de sonidos, y fue agregado para aportar textura y complejidad rítmica en la mezcla. Aunque se integró dentro del rack, su origen es independiente de EZ Drummer 3.

No se aplicaron modificaciones adicionales ni procesamiento externo a los sonidos de batería fuera de las opciones que ya trae el plugin por defecto. De este modo, la batería mantiene su sonoridad original.

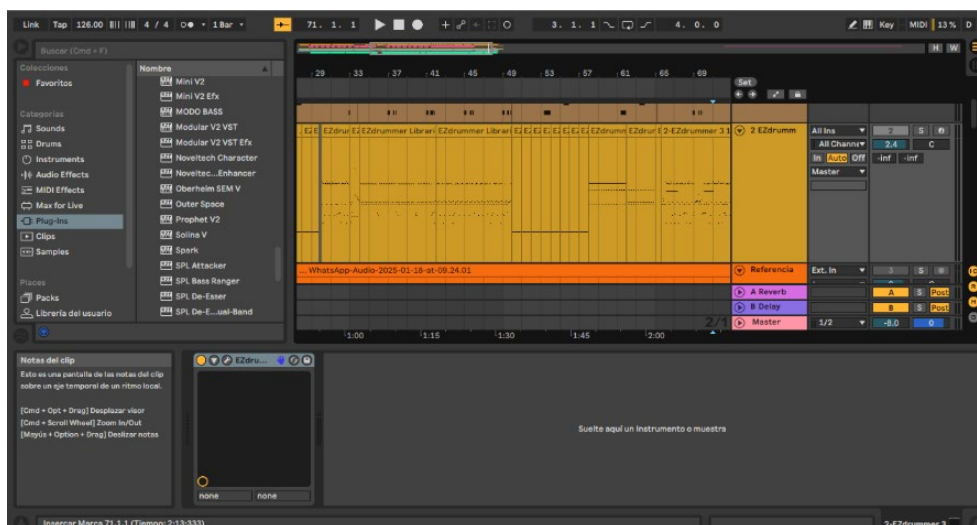
**Figura 22**

*Plugin usado y set de batería seleccionado (EZ Drummer 3)*



**Figura 23**

*Programación MIDI de (EZ Drummer 3)*



### ***Integración del sintetizador de IA.***

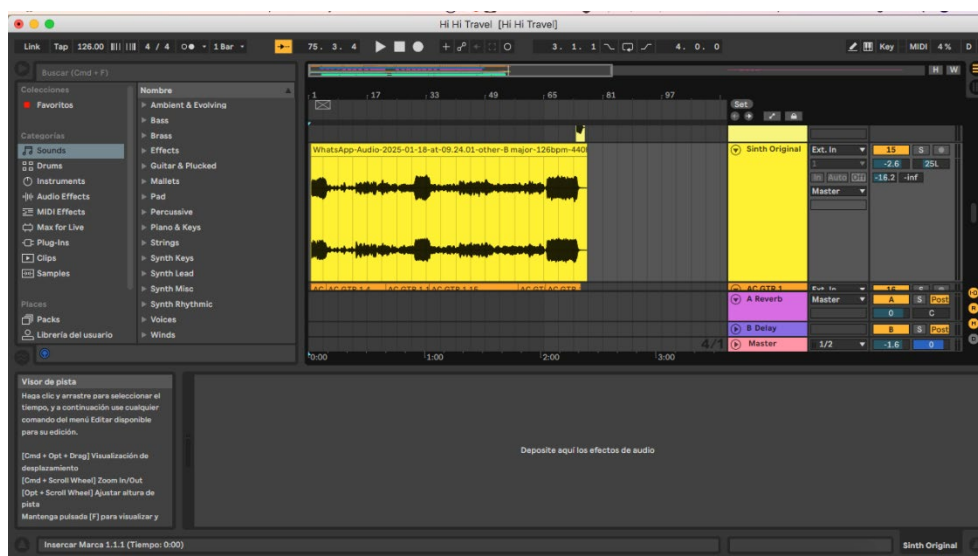
Inicialmente, la pista dejada por la IA era una composición completa, pero se separó el sintetizador para utilizarlo como referencia para los músicos en las grabaciones y así poder acelerar el proceso de grabaciones, en este transcurso, se evidenció que el sintetizador no solo funcionaba como guía, sino que tenía el potencial de quedarse dentro de la mezcla final, ya que aportaba profundidad y carácter.

Desde el inicio de la producción, se consideró reemplazar el sintetizador generado por IA por uno diseñado manualmente. Sin embargo, al evaluar la separación instrumental obtenida, el resultado mostró un timbre sólido y una consistencia sonora que terminó alineándose de manera natural con lo que se buscaba en el proyecto y en lugar de descartar este elemento, se decidió mantenerlo dentro de la producción, no como una solución técnica o pasajera, sino más bien como una elección consciente, buscando integrar el sonido de la IA dentro de la identidad sonora del jingle.

Más allá de su fidelidad en la adaptación del jingle, este sintetizador permitió conservar un matiz moderno y experimental, sumándose a la estética ya establecida sin alterar el balance sonoro enriqueciendo la producción y dándole un detalle distintivo dentro del proceso creativo.

Figura 24

Sintetizador de la IA (Sin ediciones. Paneado 25% a la izquierda, -2.6 dB de ganancia y un envío de reverb de -16.2 dB)



## Jingle masterización

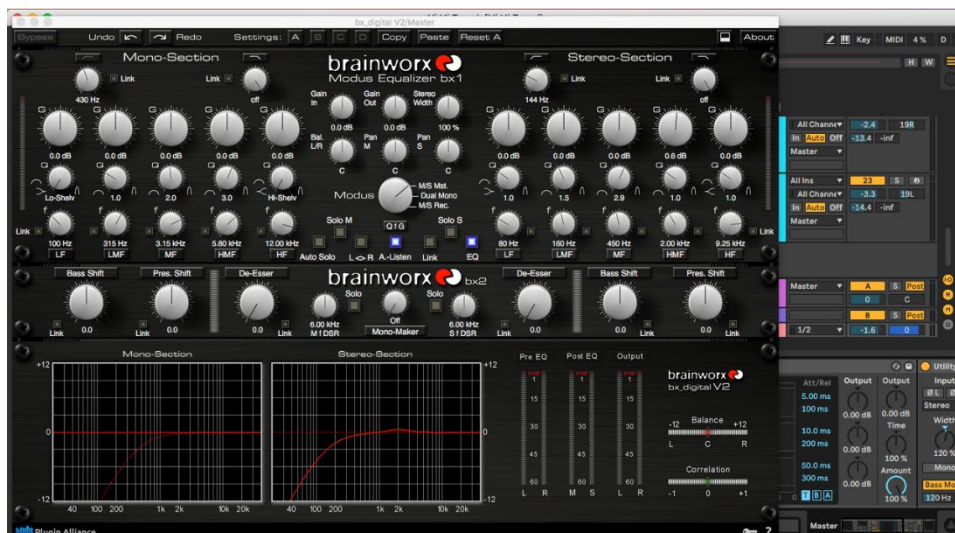
Dentro de la cadena de masterización, el primer elemento utilizado fue el Modus Equalizer BX1 de Brainworx. Este ecualizador se empleó con el fin específicamente de ajustar los elementos en el espectro monofónico y los elementos dentro del espectro estéreo, permitiendo así una ecualización diferenciada según su ubicación en el espacio sonoro.

El BX1 facilitó una gestión detallada de frecuencias, lo que a su vez aseguró que cada ajuste respete la identidad de los instrumentos sin comprometer el balance general de la mezcla, posterior a ello la ecualización aplicada permitió optimizar la claridad y profundidad, asegurando así que los sonidos en el centro del espectro mantuvieran presencia y estabilidad, mientras que los elementos distribuidos en el estéreo conservaran definición sin saturaciones innecesarias.

Este proceso se integró dentro de la masterización como un recurso para el control tonal y la expansión sonora, que finalmente resultó estructurando una respuesta equilibrada entre los distintos componentes del arreglo.

Figura 25

Mastering 1. Ecuación mono - stereo



El siguiente elemento en la cadena de masterización es un compresor, utilizado en este caso el preset Mastering Cat Speaks Su función principal dentro del proceso fue atenuar los picos de intensidad más fuertes de la canción, para conseguir una transición dinámica equilibrada sin comprometer la naturalidad del sonido.

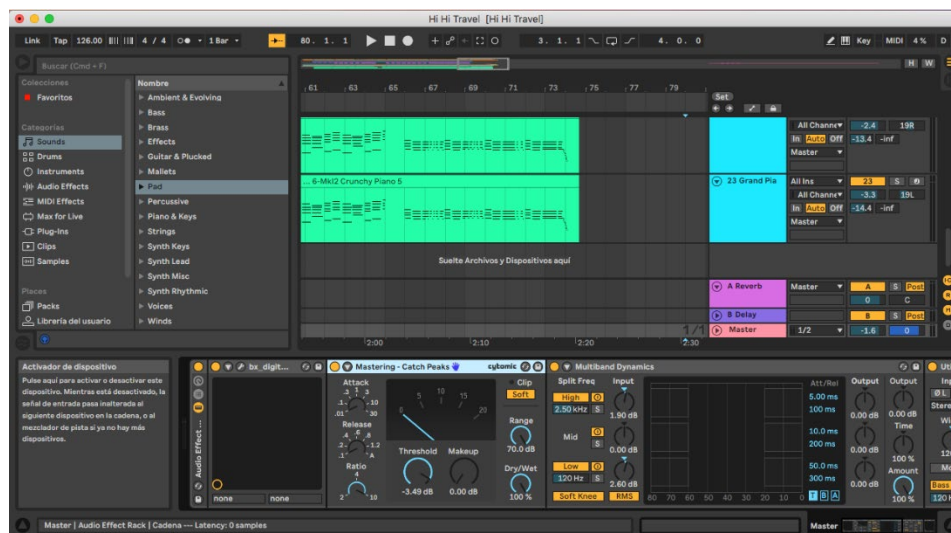
La ganancia aplicada al compresor fue mínima, con el objetivo de preservar la expresividad de la mezcla sin generar una compresión invasiva. En términos generales, este compresor se encargó de controlar los picos más pronunciados, aportando así más estabilidad sin afectar el carácter original de la interpretación, que es lo que se buscaba, ahora el nivel de intrusión dentro de la señal fue muy reducido, permitiendo de esta manera que la dinámica general de la canción se mantuviera intacta, con una respuesta más controlada sin sensación de sobre procesamiento.

Posteriormente de ello el proceso fue la aplicación de un ecualizador y compresor multibanda, utilizando el Multiband Dynamics. Este procesador se empleó principalmente para acentuar las frecuencias altas, aportando más brillo al conjunto sonoro, y reforzando así las frecuencias bajas, asegurando una base sólida dentro de la mezcla.

El ajuste realizado permitió equilibrar la respuesta tonal del jingle, lo que a su vez aseguro que los extremos del espectro mantuvieran presencia sin generar saturaciones innecesarias. La compresión multibanda cumplió un rol clave en la estabilización de dinámicas, permitiendo que cada banda de frecuencia tuviera un control preciso dentro de la mezcla final, esto se implementó con un enfoque sutil, evitando modificaciones invasivas y asegurando que la masterización siempre respetara la naturalidad de la mezcla sin alterar la identidad sonora del proyecto.

**Figura 26**

*Mastering 2. Compresor catch peaks, utility y limitador*



A continuación, se implementaron dos plugins esenciales para garantizar el equilibrio y la coherencia del sonido final, uno de ellos fue Utility, el cual tiene una opción activada de Bass Mono y aseguró que las frecuencias más bajas, como el kick y el bajo eléctrico, permanecieran en el espectro monofónico, evitando su dispersión en el estéreo, así que reforzó la solidez y definición de los graves en la mezcla, manteniendo el impacto preciso en el centro del espectro.

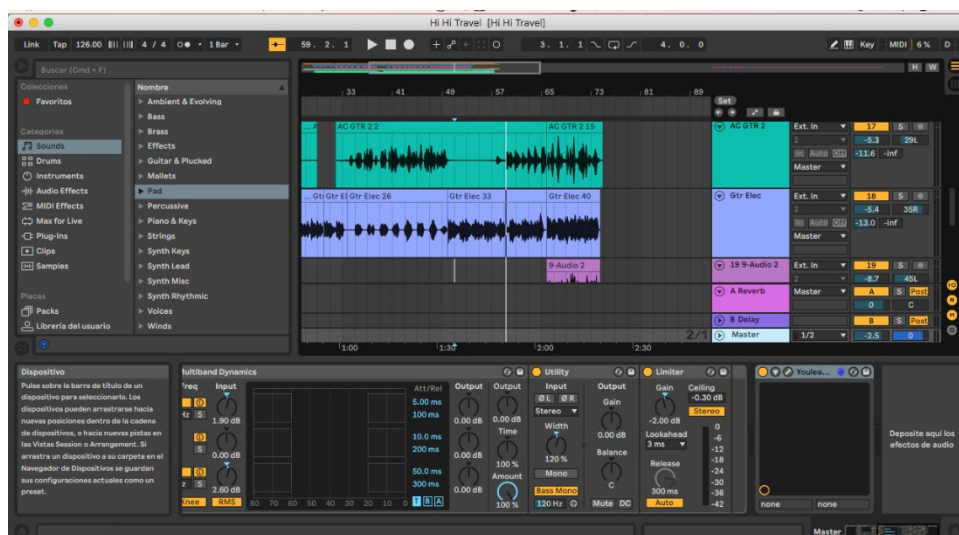
Además, dentro de Utility, se usó la opción Width, con un incremento moderado del 100% al 120%, que produjo que se otorgara mayor profundidad y expansión al campo

estéreo. Este ajuste le permitió que la mezcla tuviera más apertura, sin comprometer la estabilidad de los elementos en mono, logrando una imagen sonora más envolvente, como el ajuste final de volumen, se integró un limitador, cuya función principal fue regular la intensidad de la canción, asegurando así que se mantuviera dentro de un nivel competitivo. La masterización se estableció a -14 LUFS, considerando que la pista se encontraba previamente entre -12 y -11 LUFS y mediante el limitador, se redujeron -2 dB, para una sonoridad uniforme y alineada con los estándares habituales de la música publicitaria, que generalmente oscila entre -16 y -14 LUFS.

Lo que permitió no solo estabilizar el color sonoro trabajado en la mezcla, sino también optimizar la respuesta de la pista en diferentes sistemas de reproducción, permitiendo que mantuviera claridad, presencia y balance sin comprometer su dinámica natural.

**Figura 27**

*Mastering 3. Utility y limitador*



Para cerrar la cadena de masterización, se utilizó Youlean Loudness Meter, una herramienta usada para verificar la intensidad de los LUFS y controlar el True Peak de la canción.

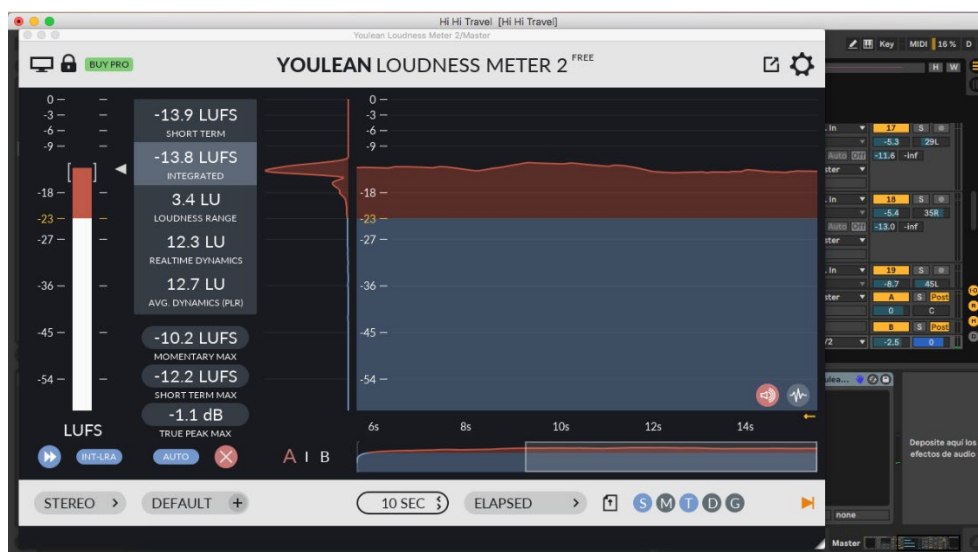
En la medición realizada, el loudness se registró en -13.8 LUFS a -13.9 LUFS, un valor muy próximo al objetivo de -14 LUFS, Este ajuste busca garantizar una presencia clara y definida, evitando excesos en la compresión y preservando la dinámica de la mezcla.

Respecto al True Peak, el medidor reflejó -1.1 dB, una cifra muy cercana al máximo recomendado de -1 dB. Esto confirma que la canción se encuentra dentro del rango seguro y evita distorsiones digitales, asegurando así una reproducción limpia en cualquier sistema.

Con estos últimos ajustes, la masterización consolidó un balance preciso, asegurando que los niveles de loudness y dinámica estén correctamente alineados con los parámetros buscados.

## Figura 28

*Medición de LUFs y True Peak (Plugin YouLean Loudness Meter)*



## Música incidental

La música incidental dentro del proyecto tiene una relación directa con el jingle, pero con variaciones que le otorgan un carácter propio

Primero, en el diseño del ambiente sonoro, hubo modificaciones sutiles en algunos elementos en comparación con el jingle, los grupos de voces identificados en la captura, "Voces Sara" y "Voces Daniel", fueron desactivados, asegurando que el track de ambiente

permaneciera instrumental, los teclados Fender Rhodes fueron reemplazados por un Grand Piano, buscando una textura más definida y ajustada a la atmósfera buscada, posterior a ello para la distribución en el espacio sonoro, se empleó una técnica de paneo donde un canal se ubicó a la izquierda y otro a la derecha, con leves variaciones en ganancia para ampliar la profundidad estéreo. Además, de que estos nuevos teclados contaron con una reverb aplicada a -13.4 dB y -14.4 dB, lo que finalmente añadió dimensión sin cambiar su naturaleza, a nivel técnico, comparte la misma cadena de masterización, por lo que mantiene la coherencia en su procesamiento sin requerir ajustes adicionales.

Concluyendo así con un resultado con una ambientación refinada, que mantiene la estética general del proyecto, pero con detalles que aportan matices diferenciadores.

## Figura 29

*Sonido de mar con paneo hacia la derecha y automatización de volumen*

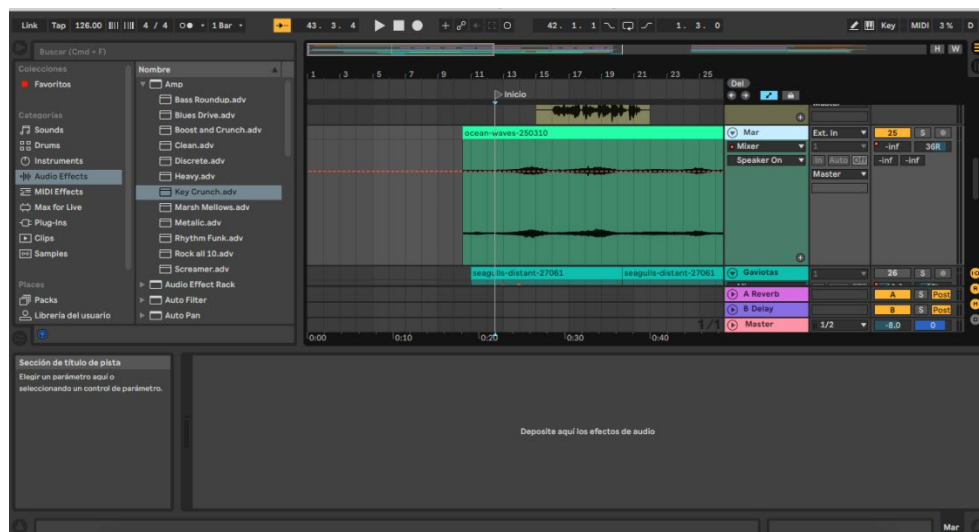


Figura 30

*Sonido de gaviotas con automatización de volumen y paneo a la izquierda*

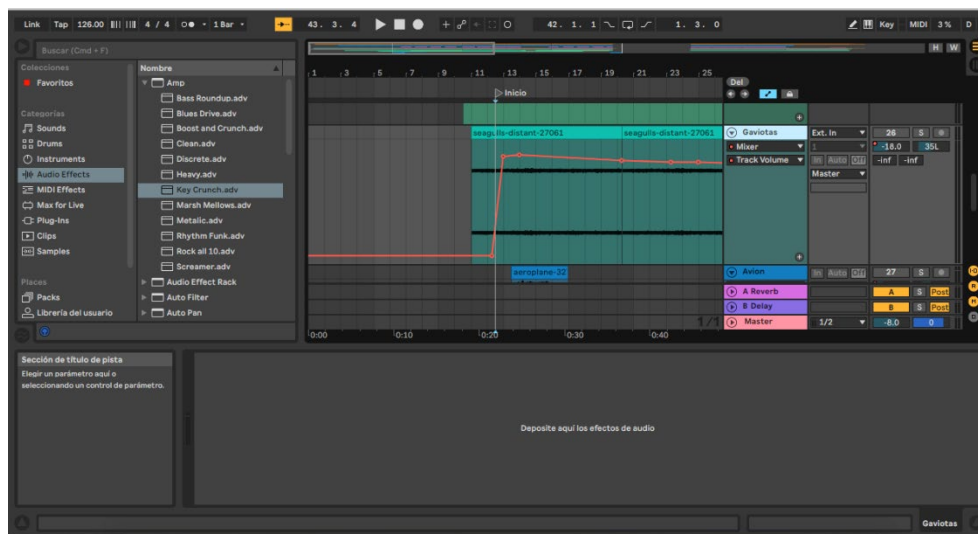
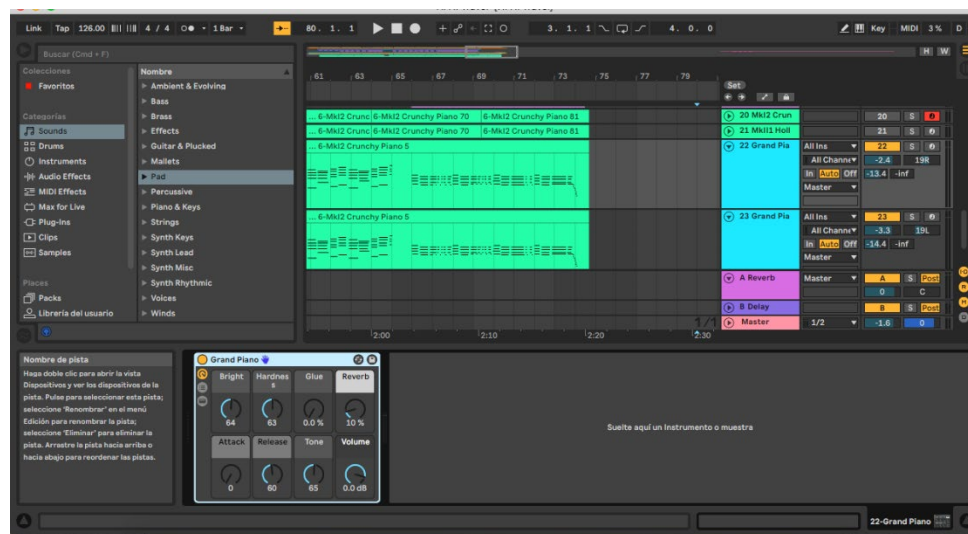


Figura 31

*Track ambiente - Grandpiano que reemplazan teclados Rhodes*



## Logo sonoro

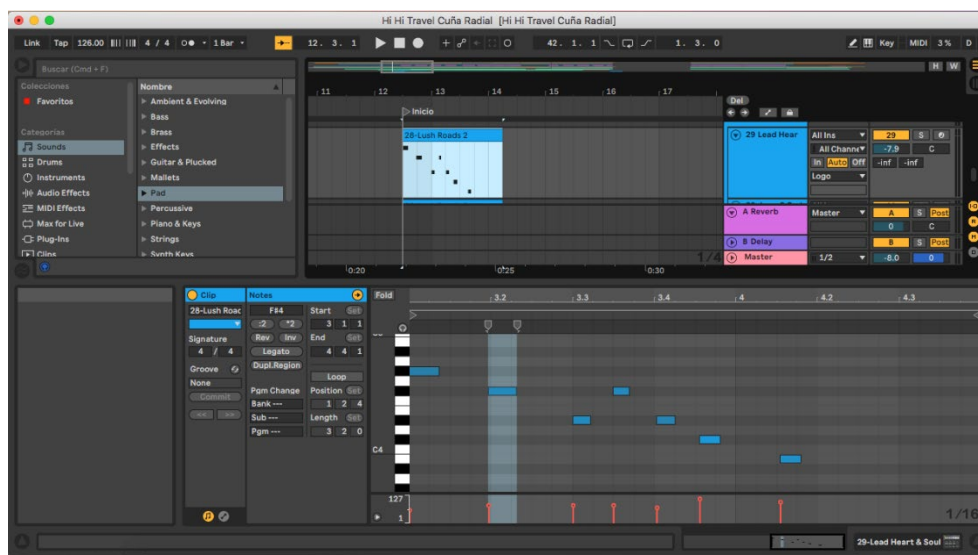
La melodía del logo sonoro tiene su origen en la idea inicial del jingle, pero su diseño fue desarrollado desde cero, para su composición, se emplearon dos instrumentos MIDI, cuyos presets ya estaban diseñados dentro del software, sin modificaciones en sus parámetros, la construcción de este logo se realizó trasladando la melodía del jingle a MIDI y

combinando dos capas de sintetizadores, para de esta forma generar una textura sonora definida pero fiel a la sonoridad original. Los presets fueron utilizados tal cual, sin alteraciones, manteniendo intacta su configuración inicial.

En cuanto al proceso técnico, el logo sonoro se extrajo directamente del proyecto del jingle, lo que significa que comparte exactamente la misma cadena de masterización, ya que los ajustes de procesamiento estaban previamente integrados.

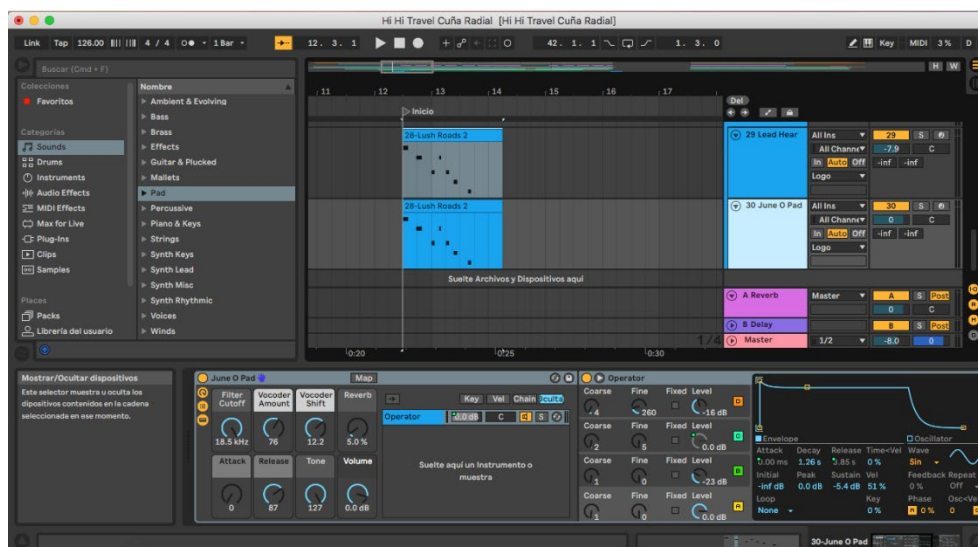
## Figura 32

### *Evidencia MIDI*



**Figura 33**

*Se usaron dos capas de sintetizadores: Lead Heart y June O Pad (Ambos, presets de Operator, sintetizador nativo de Ableton Live)*



## Cuña radial

La cuña fue estructurada a partir del jingle musical, aplicando un esquema de automatización sobre el grupo principal de voces. Tanto en las interpretaciones de Sara Urrea Monzalve como las de Daniel Ortiz fueron agrupadas en una pista única, donde se configuró una automatización de activación y desactivación, estas se desactivaron gran parte de la cuña, salvo en el coro, en donde se activan y se mantienen la estructura y el volumen original del jingle.

Toda la pista se encuentra contenida dentro de un grupo, aunque ciertos elementos externos como la locución de Karen (locutora), los sonidos ambientales (mar, gaviotas, avión) y el logo sonoro permanecen independientes.

La automatización de volumen se programó en función de la locución, iniciando en 0 dB y ajustándose a -14.8 dB cuando la voz principal entra en escena, durante el coro, donde la música retoma protagonismo, el volumen se incrementa a -4.2 dB y, posteriormente, con el regreso de la locución, la pista se estabiliza en -13.2 dB para mantener el equilibrio sonoro y

en el cierre, se realiza un último ajuste con un pico de volumen a -4.2 dB, enfatizando el final del segmento.

### **Edición y procesamiento vocal**

La locución pasó por un proceso de edición detallado, eliminando así imperfecciones y aplicando cortes estratégicos para nivelar la ganancia en cada segmento, debido a la variación en la proyección vocal, se ajustaron los niveles para garantizar una presencia estable en toda la cuña.

Además, al cierre del jingle se incorporó un vocal chop con la frase de Daniel Ortiz: "huellas dejadas en cada venida", en el cual se usaron los siguientes parámetros:

Paneado completamente a la izquierda, con una ganancia de -9.6 dB.

Reverb adicional ajustado a -24.4 dB y un delay de -18 dB, generando profundidad en la mezcla.

Ecuilización con un preset nativo de Ableton, eliminando frecuencias graves y enfatizando medios y agudos, logrando un efecto tipo megáfono, simulando la reproducción a través de un altavoz sin presencia de bajos.

### **Sonidos ambientales y espacialidad en la mezcla**

Los efectos ambientales fueron trabajados con automatización de volumen, buscando transiciones fluidas en la mezcla:

Sonido del mar, paneado a la derecha (36%), con automatización de entrada y salida.

Gaviotas, paneadas a la izquierda (35%), bajo la misma técnica de automatización.

Sonido de avión, con un paneo de 28% a la izquierda, donde la automatización del volumen acentúa su presencia en el desarrollo de la cuña.

En cuanto a los teclados, los Fender Rhodes fueron reemplazados por un Grand Piano, buscando un timbre más definido dentro de la ambientación. Los canales 22 y 23 contienen

esta instrumentación duplicada, paneada de manera opuesta para lograr mayor apertura en el estéreo y a nivel de efectos, se aplicó una reverb con envíos ajustados a -13.4 dB y -14.4 dB, sumando profundidad sin alterar la claridad del sonido.

## Masterización y ajustes finales

El proceso de masterización conservó la misma cadena del jingle, pero con ajustes específicos para la locución, debido a los picos de ganancia más elevados en la voz, el limitador se redujo de -2 dB a -4.1 dB, lo que permitió estabilizar estos niveles sin afectar el equilibrio de la mezcla.

La medición final de loudness reflejó un promedio de -16 LUFS, manteniéndose dentro del margen esperado entre -16 y -14 LUFS para piezas publicitarias. El True Peak registró -1.8 dB, asegurando que no sobrepase el límite de -1 dB, y así evitando saturaciones, manteniendo una reproducción óptima.

### Figura 34

*Pista: editada, con automatizaciones de volumen y voz en Off (a excepción del coro)*

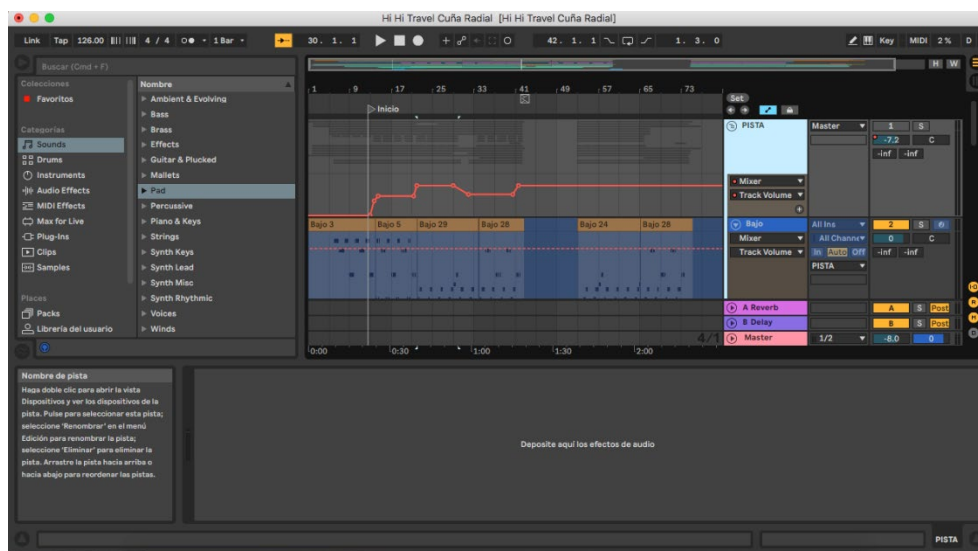


Figura 35

*Track ambiente - Grandpiano que reemplazan teclados Rhodes*

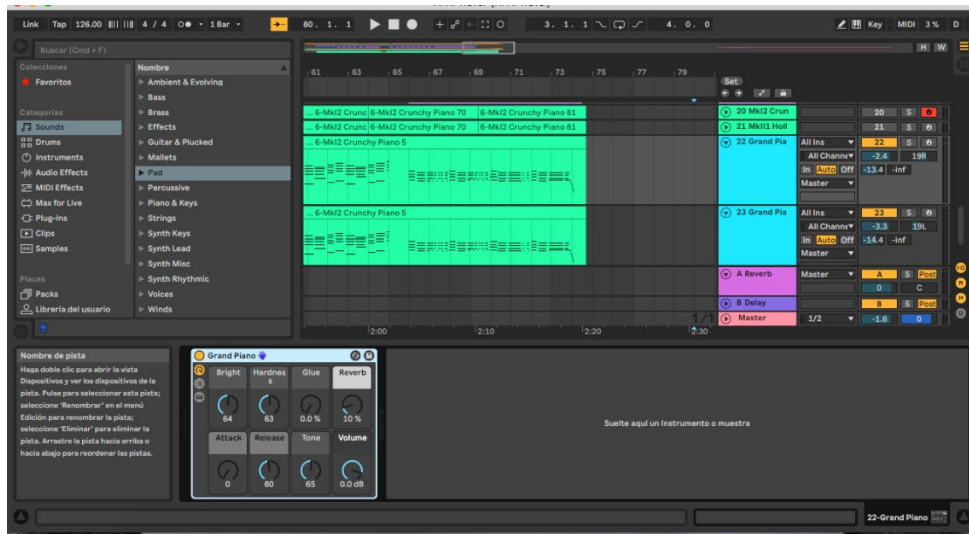


Figura 36

*Voz de Karen (locutora) editada y procesada (preamp, compresión, ecualización)*

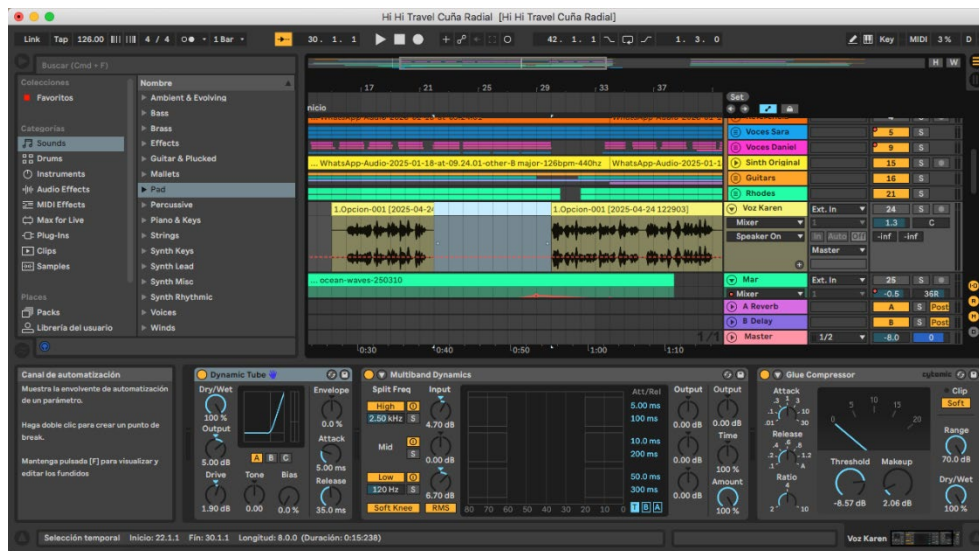


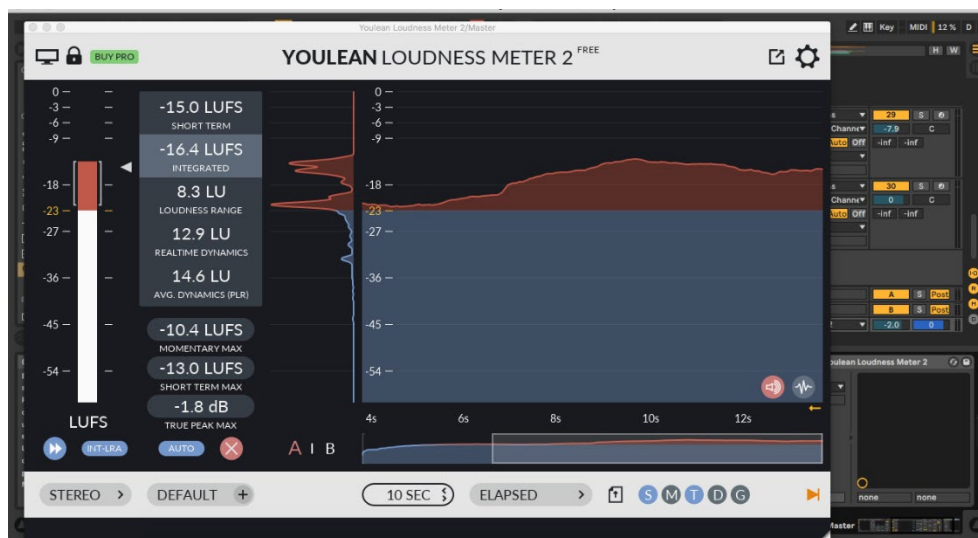
Figura 37

Mastering cuña radial - limitador con  $-4.10\text{ Db}$



Figura 38

Youlean Loudness Meter (-16 LUFS aprox y  $-1.8\text{dB True Peak}$ )



## Conclusión

La producción musical publicitaria ha evolucionado con el desarrollo de nuevas tecnologías, y este proyecto de grado ha sido una oportunidad para explorar la integración de la inteligencia artificial (IA) dentro de la industria sonora, permitiendo así una reflexión sobre su impacto y funcionalidad dentro del proceso creativo. Si bien la IA es un instrumento controversial que ha despertado dudas y preocupaciones sobre su papel en la producción musical, esta investigación ha demostrado que su uso no implica reemplazo para el ser humanos, sino adaptación y aprovechamiento estratégico para optimizar el flujo de trabajo, así como un día lo hicimos con el internet.

Como estudiante de música con énfasis en producción, esta experiencia ha representado una reafirmación y expansión del conocimiento adquirido a lo largo de la formación académica, permitiendo poner en práctica herramientas de grabación, mezcla y masterización dentro de un contexto publicitario real. La construcción del portafolio sonoro de Hi Hi Travel To no solo ha sido un ejercicio técnico, sino una oportunidad para entender cómo la producción musical puede articularse con el marketing y la identidad de una marca, generando piezas que cumplan un propósito comercial sin perder su valor artístico.

A lo largo del proyecto, se trabajaron tres objetivos principales que guiaron la investigación y el desarrollo de cada pieza del portafolio.

La investigación y el análisis de herramientas de IA en producción musical publicitaria que se realizó mediante un estudio detallado sobre plataformas de IA aplicadas a la música, evaluando sus capacidades dentro del contexto publicitario. SUNO y ChatGPT fueron seleccionadas como las más adecuadas para este proyecto, ya que permitieron la generación de contenido lírico, instrumental y vocal, facilitando la exploración de nuevas texturas y enfoques musicales sin comprometer la creatividad humana.

Posterior a ello se generó la evaluación de las piezas generadas por IA y el impacto en

la identidad sonora, para esta fase de producción, se dio como resultado tres maquetas guía con variaciones en la letra y el ritmo, según las solicitudes de la agencia de estudios. Este proceso fue respaldado por una investigación previa junto al equipo de marketing, donde se analizaron los géneros y mensajes que mejor se alineaban con la marca.

La IA permitió ampliar la perspectiva creativa, y explorar múltiples posibilidades tímbricas, rítmicas y composiciones líricas, lo que permitió definir la opción más efectiva para el portafolio final, antes de su producción. Para finalizar se produjo un portafolio sonoro que integró grabación, mezcla y masterización, con la base guía elegida de las 3 maquetas, *Viaja, Aprende, Vive - Electronic Tropical House*, se planificaron criterios de música publicitaria para garantizar una coherencia dentro de la marca.

Cada elemento, desde el logo sonoro hasta la música incidental, fue trabajado con la mayor precisión posible, consolidando una identidad auditiva que responde a los estándares de la industria. Además, este proyecto se convirtió en una reafirmación del conocimiento adquirido en la carrera, permitiendo expandir la comprensión sobre la relación entre producción musical y estrategias de branding.

#### Reflexión sobre el impacto de la IA en la producción musical

El avance de la inteligencia artificial en la música ha generado diversas reacciones dentro de la industria. Si bien algunos la perciben como una amenaza, los datos reflejan que la mayoría de los artistas la ven como un colaborador más que un sustituto. Tal como sucedió con la llegada de internet o los DAWs en los años 90, la evolución tecnológica nos obliga a adaptarnos y encontrar nuevas formas de potenciar la creatividad sin perder nuestra esencia artística.

Este proyecto de grado reafirma que, aunque la tecnología permite agilizar ciertos procesos, la producción musical sigue requiriendo dirección humana, ya que la sensibilidad, el criterio y la emoción no pueden ser automatizados. La IA ha sido utilizada en este trabajo

como un recurso estratégico, pero la construcción sonora ha estado guiada por la visión de un productor, manteniendo el control sobre cada decisión estilística y técnica.

La industria musical se encuentra en un proceso de redefinición, y nosotros, como creadores, seguimos reinventándonos.

A continuación, en el siguiente link podrá evidenciar el portafolio sonoro

**Link - portafolio publicitario**

<https://drive.google.com/drive/folders/1Nz638il9UZH3nUtVmuT6GHEqwz0KP7X9?usp=sharing>

### Referencias Bibliográficas

- Bandsintown. (2025). *Próximos eventos en Valletta, Malta*. Recuperado de <https://www.bandsintown.com/es/c/valletta-malta>
- Patiño Flórez, K. V. (2020). *Aplicación e influencia de la música en la publicidad* (Tesis de grado). Universidad Católica de Manizales, Manizales, Colombia.
- GayTravel4U. (2025). *Orgullo Gay de Malta 2025*. Recuperado de <https://www.gaytravel4u.es/event/malta-gay-pride/>
- Sweetwater. (s.f.). *History of the Fender Jazz Bass*. Sweetwater. <https://www.sweetwater.com/insync/history-of-the-fender-jazz-bass/>
- Universidad Autónoma de México. (2013). *La historia de la música*. La Historia De La Música, 1–13. Recuperado en marzo 10 de 2020 de [http://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/la\\_historia\\_de\\_la\\_msica.pdf](http://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/la_historia_de_la_msica.pdf)

### Referencias Bibliográficas IA

- AIVA Technologies. (n.d.). *Artificial Intelligence Virtual Artist*. Recuperado de <https://www.aiva.ai>
- Amper Music. (n.d.). *Compose Unique Music Instantly*. Recuperado de <https://www.ampermusic.com>
- Artificial Intelligence (AI) in Research (s.f.). *Committee on the Use of Humans as Experimental Subjects - MIT Office of the Vice President for Research*. Disponible en: <https://couhes.mit.edu/researchers/guidelines/artificial-intelligence-ai-research#:~:text=While%20there%20are%20many%20definitions,typically%20associated%20with%20human%20intellect>
- Cadena SER. (2025). *La IA generativa trabaja con estadística, no puede hacer arte: Dibujantes, guionistas y actores de doblaje exigen más control en su uso y que no los*

sustituya. [https://cadenaser.com/nacional/2025/03/16/la-ia-generativa-trabaja-con-estadistica-no-puede-hacer-arte-dibujantes-guionistas-y-actores-de-doblaje-exigen-mas-control-en-su-uso-y-que-no-los-sustituya-cadena-ser/?utm\\_source=chatgpt.com](https://cadenaser.com/nacional/2025/03/16/la-ia-generativa-trabaja-con-estadistica-no-puede-hacer-arte-dibujantes-guionistas-y-actores-de-doblaje-exigen-mas-control-en-su-uso-y-que-no-los-sustituya-cadena-ser/?utm_source=chatgpt.com)

Coca-Cola Company. (2025). AI-driven soundtracks enhance audience connection in global campaigns. Recuperado de [<https://www.coca-colacompany.com>] (Nota: Este ejemplo de referencia necesita validación directa en las fuentes oficiales de la empresa para agregar detalles específicos).

Dirección Nacional de Derecho de Autor. (2018). Ley 1915 del 12 de julio de 2018.

Recuperado de <https://www.derechodeautor.gov.co>

Dirección Nacional de Derecho de Autor. (1982). Ley 23 del 28 de enero de 1982: Ley de derechos de autor. Recuperado de

<https://www.derechodeautor.gov.co/sites/default/files/2024-02/LEY%2023%20DEL%2028%20DE%20ENERO%20DE%201982%20%20LEY%20DE%20DERECHOS%20DE%20AUTOR.pdf>

El País. (2025). IA y publicidad: ¿Aliada o amenaza de los creativos?

[https://elpais.com/proyecto-tendencias/2025-03-14/ia-y-publicidad-aliada-o-amenaza-de-los-creativos.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://elpais.com/proyecto-tendencias/2025-03-14/ia-y-publicidad-aliada-o-amenaza-de-los-creativos.html?utm_source=chatgpt.com)

García Hernández, A. (2022). El problema comunicativo de la inteligencia artificial explicable: Un modelo conversacional (Tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de México.

IA Solver. (2023). Ética de la IA: Desafíos y consideraciones. Recuperado de

<https://iasolver.es/etica-ia-desafios-consideraciones/>

Impacto TIC. (2024). Regulación de la inteligencia artificial en Colombia: Proyectos de ley.

Recuperado de <https://impactotic.co/tecnologia/regulacion-de-la-inteligencia-artificial-en-colombia-proyectos-de-ley/>

Ji Wang, X. (2023). La inteligencia artificial en la industria publicitaria (Trabajo de Fin de Grado). Universidad de Valladolid.

Joshua Reiss Reiss (2 de noviembre de 2022). Artificial intelligence in music production: controversy & opportunity. Queen Mary University of London, Disponible en: <https://acoustics.org/artificial-intelligence-in-music-production-controversy-and-opportunity/>

Los 40. (2025). Samsung nos quiere hacer la vida más fácil con IA y no nos quejamos. [https://los40.com/2025/03/19/samsung-nos-quiere-hacer-la-vida-mas-facil-con-ia-y-no-nos-quejamos/?utm\\_source=chatgpt.com](https://los40.com/2025/03/19/samsung-nos-quiere-hacer-la-vida-mas-facil-con-ia-y-no-nos-quejamos/?utm_source=chatgpt.com)

Masteringthemix (12 de diciembre de 2023). The rise of AI in production: creative partner or composer competitor. Disponible en: [https://www.masteringthemix.com/blogs/learn/the-rise-of-ai-in-music-production-creative-partner-or-composer-competitor?srsId=AfmBOopKbvzYpJYEZmv403sqkQR4DTk\\_4pNGUp7IQorCVH6WbHjFNRdr](https://www.masteringthemix.com/blogs/learn/the-rise-of-ai-in-music-production-creative-partner-or-composer-competitor?srsId=AfmBOopKbvzYpJYEZmv403sqkQR4DTk_4pNGUp7IQorCVH6WbHjFNRdr)

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2025). Socialización del proyecto de ley para regular la inteligencia artificial en Colombia. Recuperado de [https://minciencias.gov.co/sala\\_de\\_prensa/el-ministerio-ciencia-tecnologia-e-innovacion-participo-en-la-socializacion-del](https://minciencias.gov.co/sala_de_prensa/el-ministerio-ciencia-tecnologia-e-innovacion-participo-en-la-socializacion-del)

Malta Hotels and Restaurants Association. (2025). Tourists spent more money but less time in Malta at end of 2024 - report. Recuperado de <https://timesofmalta.com>.

Maltalingua School of English. (2025). Calendario - eventos en Malta 2025. Recuperado de <https://www.maltalingua.es/malta/eventos/>

Palacio Puerta, M., & Monroy Rodríguez, J. C. (2024). La inteligencia artificial generativa en la música y el derecho de autor colombiano. *Novum Jus*, 18(3), 69–93. Recuperado de <https://novumjus.ucatolica.edu.co/article/view/5685>

Sociedad Uruguaya, (2024). ¿Qué es la inteligencia artificial y cómo impacta en tu vida diaria? [https://www.sociedaduruguaya.org/2024/11/que-es-la-inteligencia-artificial-y-como-impacta-en-tu-vida-diaria.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.sociedaduruguaya.org/2024/11/que-es-la-inteligencia-artificial-y-como-impacta-en-tu-vida-diaria.html?utm_source=chatgpt.com)

Soundraw. (n.d.). Genera música personalizable al instante. Recuperado de <https://soundraw.io>

## Anexos

### Anexo 1

#### *Tabla de festivales en Malta*

##### Festivales Malta

Entre abril y septiembre de 2025, Malta ofrece una variedad de eventos culturales y festivales destacados. A continuación, se presentan algunos de los más relevantes:

##### Abril:

Festival Internacional de Fuegos Artificiales de Malta: Un espectáculo pirotécnico en el Gran Puerto de Valletta que conmemora la adhesión de Malta a la Unión Europea.

##### Mayo:

Rock The South Malta 2025: Festival de música alternativa en Zion Bar & Restaurant, Wied il-Għajn.

Rong Open Air Festival 2025: Evento musical en UNO Malta, Attard.

##### Junio:

Earth Garden: Festival de música al aire libre en el Parque Nacional Ta' Qali, con múltiples escenarios y un ambiente ecológico.

Abode on the Rock: Festival de música electrónica en la isla de Gozo, con fiestas en la playa y en barcos.

Festival Internacional de Artes de Malta: Presentaciones de teatro, danza, música y arte en diversos lugares de Valletta.

##### Julio:

Isle of MTV Malta: Concierto gratuito en Floriana que atrae a artistas internacionales y a más de 50,000 asistentes.

Malta Jazz Festival: Evento que reúne a destacados músicos de jazz en Ta' Liesse, Valletta.

##### Agosto:

Glitch Festival: Dedicado a la música house y techno, se lleva a cabo en Gianpula Village, Rabat.

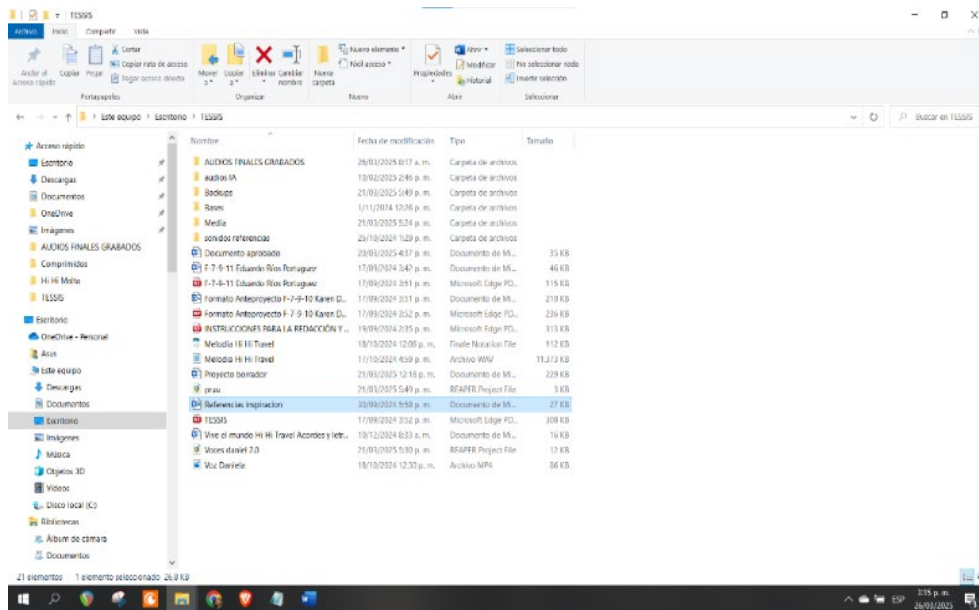
##### Septiembre:

Día de la Victoria (8 de septiembre): Conmemora eventos históricos con festividades en Senglea, Naxxar, Mellicha y Xaghra (Gozo), incluyendo la tradicional regata en el Gran Puerto.

Malta Gay Pride: Celebraciones que incluyen un desfile colorido, fiestas en la calle y conciertos, promoviendo la diversidad y la inclusión.

## Anexo 2

### Archivo con propuestas



## Anexo 3

## Letra de las canciones

Referencias inspiracion

**Coca-Cola Move chegou!**

<https://www.youtube.com/watch?v=GWw1crCaYFs>

**Cola Song - Inna, JBalvin//traducción español**

<https://www.youtube.com/watch?v=zAm-miOkfAI>

Genero Urbano – Latino

**Verso 1:**

Mundo abierto, todo va a empezar,  
Mueve el cuerpo, ven a disfrutar.  
Nuevas caras, todo por descubrir,  
Estudia inglés, ¡la vida es pa' sentir!

**Pre-Coro:**

Cada paso te lleva a volar,  
Viaja lejos, vamos a soñar.  
Cruzando fronteras, sin parar,  
Tú eres fuego, nada te va a frenar.

**Coro (Pegajoso):**

¡Viaja, viaja, sin parar!  
Conoce el mundo, ven a disfrutar.  
Nuevos amigos, nueva ciudad,  
Estudia y vibra, todo va a cambiar.

**Post-Coro:**

Vuela alto, sin dudar,  
Siente la vida, es tu lugar.  
Nuevas culturas por probar,  
Estudia inglés, ¡vamos a celebrar!

**Verso 2:**

Sol en la piel, ¡todo se siente bien!  
Nuevas aventuras, la vida a cien.  
Aprender, disfrutar, conocer,  
Esto es tuyo, ¡no lo dejes de hacer!

**Pre-Coro:**

Cada paso te lleva a volar,  
Viaja lejos, vamos a soñar.  
Cruzando fronteras, sin parar,  
Tú eres fuego, nada te va a frenar.

**Coro (Pegajoso):**

¡Viaja, viaja, sin parar!  
Conoce el mundo, ven a disfrutar.  
Nuevos amigos, nueva ciudad,  
Estudia y vibra, todo va a cambiar.

**Post-Coro:**

Vuela alto, sin dudar,  
Siente la vida, es tu lugar.  
Nuevas culturas por probar,  
Estudia inglés, ¡vamos a celebrar!

**Puente (Rap):**

Sube, sube, siente el ritmo,  
Conéctate con el mundo, es distinto.  
Viajar, aprender, siempre hay más,  
Haz lo tuyo, no mires atrás.  
El inglés te abre la puerta,  
Mueve el cuerpo, la vida despierta.  
Gente nueva, todo está por venir,  
Estudia y viaja, es tiempo de vivir.

**Coro Final:**

¡Viaja, viaja, sin parar!  
Conoce el mundo, ven a disfrutar.  
Nuevos amigos, nueva ciudad,  
Estudia y vibra, todo va a cambiar.

**Coro (Pegajoso):**

¡Viaja, viaja, sin parar!  
Conoce el mundo, ven a disfrutar.  
Nuevos amigos, nueva ciudad,  
Estudia y vibra, todo va a cambiar.

**Post-Coro:**

Vuela alto, sin dudar,  
Siente la vida, es tu lugar.  
Nuevas culturas por probar,  
Estudia inglés, ¡vamos a celebrar!

**Puente (Rap):**

Sube, sube, siente el ritmo,  
Conéctate con el mundo, es distinto.  
Viajar, aprender, siempre hay más,  
Haz lo tuyo, no mires atrás.  
El inglés te abre la puerta,  
Mueve el cuerpo, la vida despierta.  
Gente nueva, todo está por venir,  
Estudia y viaja, es tiempo de vivir.

**Coro Final:**

¡Viaja, viaja, sin parar!  
Conoce el mundo, ven a disfrutar.  
Nuevos amigos, nueva ciudad,  
Estudia y vibra, todo va a cambiar.

**Despegar**

<https://www.youtube.com/watch?v=LsYO7aKlSiA>

Syrem

[https://youtube.com/shorts/MUpsd2-GTXc?si=eT67VYk5FQEZtd\\_J](https://youtube.com/shorts/MUpsd2-GTXc?si=eT67VYk5FQEZtd_J)

**Verso 1:**

¡Viaja, aprende, vive ya!  
Nuevos destinos por explorar,  
Estudia inglés, abre tu mente,  
El mundo es tuyo, ¡es el presente!

**Coro (Pegajoso):**

Siente la vibra, vive el momento,

Viajar te cambia, es el comienzo.  
Nuevos amigos, culturas sin fin,  
¡Estudia, viaja, ven a descubrir!

**Verso 2:**

Deja el miedo, ven a volar,  
Estudiar y viajar, ¡qué más da!  
Puertas abiertas, mundo global,  
Inglés es clave, ¡todo es real!

**Coro (Pegajoso):**

Siente la vibra, vive el momento,  
Viajar te cambia, es el comienzo.  
Nuevos amigos, culturas sin fin,  
¡Estudia, viaja, ven a descubrir!

**Love of Lesbian - Fantastic shine (videoclip oficial)**

<https://www.youtube.com/watch?v=WNbW2MOJxcY&list=PLkcE-YKRdAlzaMjUN3zNvJ7yzcu6UlwCp>

**CEV | Spot publicitario ` CocaCola`**

<https://www.youtube.com/watch?v=IXWEQHCKR20>

**Spot Publicitario – "Siente el mundo, vive la experiencia"**

**Visuales:**

- Escenas de jóvenes en diferentes partes del mundo, disfrutando de nuevas experiencias: caminando por una ciudad vibrante, tomando clases de inglés al aire libre, compartiendo risas en una cafetería con nuevos amigos de diferentes culturas, bailando en una playa al atardecer.

**Narrador en off (voz cálida y optimista):**

"El mundo está ahí, esperando por ti.  
Cada paso es una nueva oportunidad.  
Para aprender, para crecer, para sentir."

**Corte rápido a diferentes tomas:**

**Visual final:**

- Una joven levantando una maleta con una mirada decidida, mientras sus amigos la despiden sonrientes.
- La pantalla se ilumina con el sol saliendo detrás de una ciudad en el horizonte.

**Narrador en off (cierre):**

"Tu aventura comienza aquí.  
Estudia, viaja, vive...  
El mundo está esperando por tí."

**Logo de la empresa en pantalla:**

(Aparece el logo de tu empresa con un eslogan como "Vive el mundo, aprende con nosotros.")

**Coro de la canción (suave, para finalizar):**

"Viaja, sueña, vive más..."

**Estilo musical:**

Un ritmo alegre y pop, con influencias de música electrónica ligera y un coro pegajoso. Idealmente, una mezcla que evoque la emoción de descubrir algo nuevo y la energía juvenil de los estudiantes.

**Ven a Colombia, El País de la Belleza**

<https://www.youtube.com/watch?v=3iRbX0WfJOY>

Verano, vivir una experiencia nueva, Isla paradisíaca, experiencia

Letra corta cantada, Frases, acompañamiento

Bases rítmicas

## Anexo 4

### Letra Jingle - Viaja, Aprende, Vive - Electronic Tropical House

Vive el mundo <u>Hi Hi Travel</u> – Tempo Negra a 120, Tonalidad Si Mayor	V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4
Intro	Iluminados por el mar y el calmar, navegamos un destino a marcar	
V - iii6/4 - I6/4 X2	V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4
Estrofa I	Estudia inglés y empieza a volar, más alto cada vez sin retroceder,	
V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4	
Viaja aprende vive sin parar, viento en tu pelo el mundo a explorar	V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4
V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4	
cae la noche la luna brillar, mil aventuras por disfrutar	Verás tus sueños tomar y respirar, hacia arriba el cielo hay que recorrer.	
V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4	
Hi <u>Hi Travel</u> tiempo de soñar, destinos nuevos vamos a encontrar	V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4
V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4	
ríos sin montes o todo un mar, el viaje empieza no hay que esperar	Coro	
Coro	V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4
V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4	
Hi <u>Hi Travel</u> tu mundo va a cambiar, ríe y vive antes que acabe el día	V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4
V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V7 – V6/5	
Hi <u>Hi Travel</u> un lugar para estar, huellas dejadas en cada lugar.	Hi <u>Hi Travel</u> un lugar para estar, huellas dejadas en cada avenida.	
Puente 1	V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V7 – V6/5
V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V6/4	
Estrofa II	Hi <u>Hi Travel</u> tu mundo va a cambiar, ríe y vive antes que acabe el día	
V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V7 – V6/5	
Baja el sol o las estrellas por mirar, tomando rumbos nadie puede parar	V - iii6/4 - I6/4 -	V - iii6/4 – V7 – V6/5
	V - iii6/4 – V6/4	
	Hi <u>Hi Travel</u> un lugar para estar, huellas dejadas en cada lugar.	
	Final	
	Mismos acordes del puente 1.	

## Anexo 5

## Contratación de profesionales - recursos humanos y tecnológicos

RECURSO	DESCRIPCION	PRESUPUESTO (\$)
<b>Equipo Humano</b>	Locutor.	\$0
	Músicos instrumentistas.	\$1'000.000
	Cantante Mujer.	\$260.000
	Cantante Hombre.	\$0
<b>Equipos y Software</b>	-Computador Asus – Ryzen 4000 series 5 -Interfaz de Audio Focusrite Scarlett 2i2, interfaz – -Interfaz de Auido Universal Audio VOLT 476 - Interfaz Universal Audio Volt 276 -Micrófono de condensador CM25 MkIII -Micrófono Dinámico Shure SM7B -Auriculares cerrados SH-450. -Daw Ableton y Reaper.Micrófonos -Auriculares y Altavoces de Estudio -Instrumentos Virtuales (VST) Software: Daw Ableton y Reaper Plugins de Efectos y Instrumentos Virtuales	0
<b>Recursos IA</b>	Chat GPT SUNO IA	\$0
<b>Materiales y suministros</b>	Instrumentos Musicales Guitarra acústica  Guitarra eléctrica.  Teclado  Sintetizador original- IA  Voz femenina  Voz masculina  Batería  Bajo  Equipo de Grabación y Producción Accesorios Musicales (Cables, Soportes, etc.)	\$0
<b>TOTAL</b>		\$1'260.000