

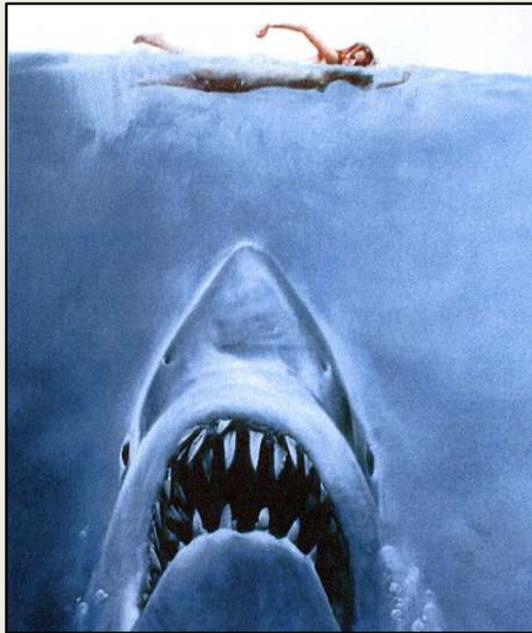


ALONDRA
MUSIC

MÓDULO 1: ¿QUÉ ES UNA SINCRO?

LECCIÓN 1. 1: ¿Qué es una sincronización?

MÚSICA + IMAGEN



"Tiburón" de Steven Spielberg



"Psicosis" de Alfred Hitchcock

MÓDULO 1:

¿QUÉ ES UNA SINCRO?

LECCIÓN 1. 2: Ejemplos

- Créditos iniciales y finales de una película
- Cabecera de una serie o programa de TV
- Vídeos corporativos a nivel privado o público
- Festivales de cine
- Cortometrajes
- Videojuegos
- Documentales
- Películas
- Anuncios y/o campañas publicitarias
- Serie

MÓDULO 2: TIPOS DE SINCROS

LECCIÓN 2. 1: Sincronización para películas

- Inclusión de un tema en una escena o en los créditos de un largometraje = BANDA SONORA. Puede ser:

➔ Preexistente



Guardianes de la Galaxia, escena final con el tema "Ain't No Mountain High Enough" de Marvin Gaye



La boda de mi mejor amigo, escena restaurante con el tema "I Say A Little Pray For You" de Dione Warrick



Pretty Woman, con el tema "Pretty Woman" de Roy Robinson

MÓDULO 2: TIPOS DE SINCROS

➔ A demanda



"El Piano", banda sonora de Michael Nyman



"Star Wars", banda sonora de John Williams

MÓDULO 2: TIPOS DE SINCROS

LECCIÓN 2. 2: Sincronización para series

La inclusión de un tema musical en series sigue el mismo procedimiento que en las películas.



JUEGO DE TRONOS

PEAKY BLINDERS

CUÉNTAME

MÓDULO 2:

TIPOS DE SINCROS

LECCIÓN 2. 3: Sincronizaciones en publicidad

⇒ Preexistente

- Puede ser igual que en los casos anteriores

⇒ A demanda

- La diferencia principal es que su duración es mucho menor (de 30 a 60 segundos) con un montaje audiovisual mucho más dinámico



Campaña Lotería de Navidad de 2015, con música de Ludovico Einaudi ("*Nuvole Bianche*")

MÓDULO 2:

TIPOS DE SINCROS

LECCIÓN 2. 4: Sincronización en programas de TV

EN CASI TODOS LOS CASOS:
Música introductoria para la cabecera del programa



Cabecera de "Corazón Corazón", con la canción "These boots are made for walking" de Nancy Sinatra



Introducción programa "El Hormiguero" compuesta por Israel Delgado

MÓDULO 3

PROCESO DE UNA SINCRO

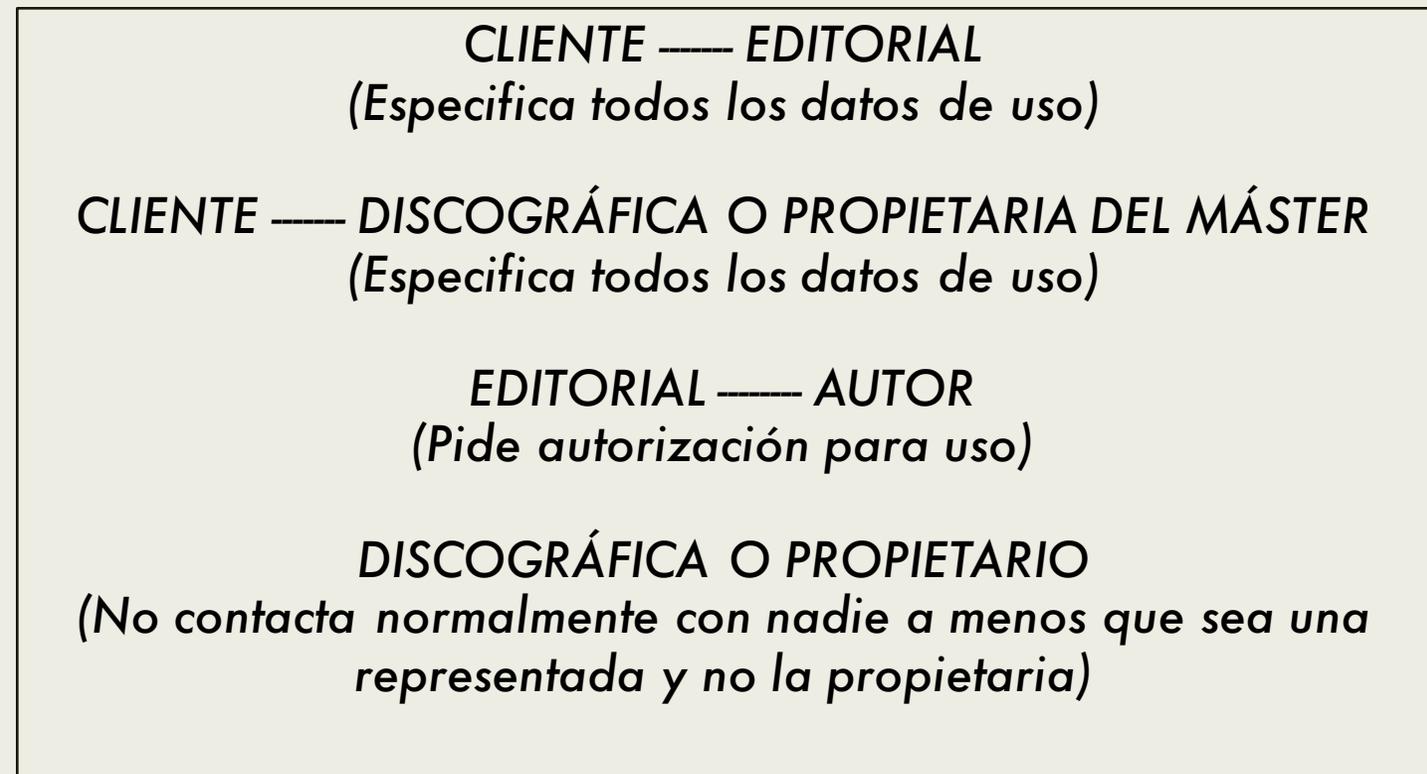
TODA SINCRO ➡ precisa autorización ➡

- Para uso de *derecho autoral*
- Para uso del derecho de la *grabación fonográfica*



Para ello, el CLIENTE debe contactar con la EDITORIAL que represente a los autores y con la DISCOGRÁFICA que gestione los derechos de grabación,

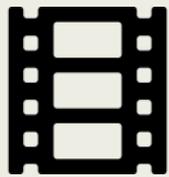
siguiendo el siguiente PROCESO: ➡



MÓDULO 4

EL CLIENTE

LECCIÓN 4. 1: Tipos de clientes



Productoras de cine



Productoras de TV



Agencias publicidad



Productoras de videojuegos



Y más...

LECCIÓN 4. 2: Formas de contacto

Los clientes pueden contactar directamente con el EDITOR y/o la DISCOGRÁFICA o vía SOCIEDADES DE GESTIÓN

MÓDULO 5

EL EDITOR

1. EDITOR

Responsable de obtener la autorización de los derechohabientes y conceder dicha autorización.

Deberá negociar las condiciones económicas de dicho uso.

2. Si EL AUTOR no tiene editorial,

el cliente contactará directamente con él o vía su sociedad de gestión.

El propio autor = negociará las condiciones

MÓDULO 6

EL COMPOSITOR

En el caso de que un cliente quiera encargar a un compositor que le componga un tema original para su proyecto audiovisual se negocia de la siguiente manera:

LECCIÓN 6. 1: Encargo de Obras

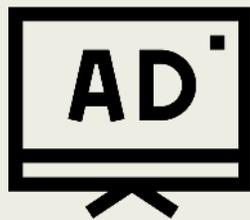
- ➔ Proceso más largo
- ➔ El cliente debe facilitar las escenas al compositor para crear música acorde con el ambiente deseado
- ➔ Estrecha relación cliente - compositor
- ➔ La editorial será la encargada de negociar las condiciones

MÓDULO 7

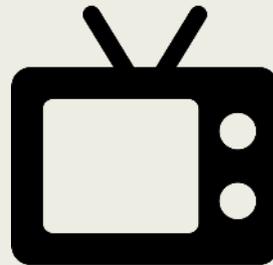
SUPERVISOR MUSICAL

Un *supervisor musical* es un profesional con una amplia *red de contactos* y un *gran conocimiento de música* que le permite proponer a sus clientes un gran abanico de canciones.

LECCIÓN 7. 1: Clientes del supervisor musical



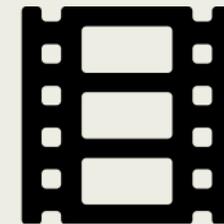
Agencias de publicidad



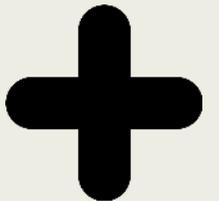
Cadenas de TV



Creativos



Productores



Y más...

MÓDULO 8

LOS DERECHOS DE UNA SINCRÓ

Dentro de una sincronización se suele negociar:

El precio por la fijación de la música

Cuando se emite



+ LENTO

se genera un
derecho de
comunicación
pública

+ RÁPIDO

se genera un derecho de
sincronización, que en una
cantidad económica que
paga el cliente tanto al
editor como al sello

El autor recibe su %
correspondiente

Condiciones:

- Territorio
- Medios
- Período de tiempo
- Duración de la música



Se percibe vía sociedades de
gestión que tienen acuerdos
con las televisiones, cines, etc.

MÓDULO 9

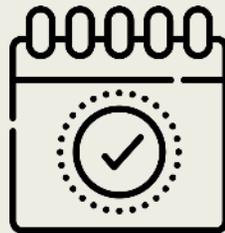
DOCUMENTOS DE UNA SINCRÓ

LECCIÓN 9. 1: Contrato

El editor deberá redactar un contrato de cesión de derechos que debe incluir:



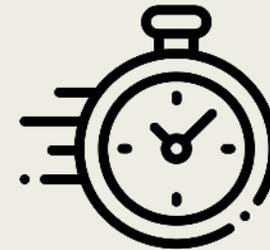
Territorio de licencia



Periodo de licencia



Música utilizada



Duración de la música



Precio del uso

LECCIÓN 9. 2: Factura

El editor prepara la factura y se envía junto con el contrato.

Ambos documentos deben ir firmados por ambas partes.

MÓDULO 9

DOCUMENTOS DE UNA SINCRÓ

LECCIÓN 9. 3: Obligaciones del cliente

En el caso de un largometraje, cortometraje, documental o spot el cliente debe producir un cue – sheet ➔ documento en el cual se detalla la siguiente información:

1. Minutajes de la música en cada escena
2. Creadores de la música y la letra del tema
3. Editorial
4. Título de la obra / música
5. Productores
6. Año de producción
7. País de producción
8. Título del proyecto audiovisual

MÓDULO 10

EJEMPLOS

LECCIÓN 10. 1: Covers



Campaña publicitaria de Orange, con el tema "All You Need Is Love" de The Beatles.

LECCIÓN 10. 2: Adaptaciones



Campaña publicitaria de Coca Cola, con adaptación al castellano de "Gold" de Spandau Ballet.

LECCIÓN 10.3: Arreglos



Versión "Bella Ciao" en la serie La Casa De Papel.

LECCIÓN 10. 4: Artistas Emergentes



Campaña publicitaria para McDonalds con la canción "Paraiso" de DVICIO cuando aún no eran conocidos