



**Universidad Miguel Hernández de Elche Facultad de Ciencias
Sociales y Jurídicas de Elche**

Grado en Comunicación Audiovisual

TRABAJO FIN DE GRADO

23/24

**Creemos en lo que creamos: Realización de un documercial para la
productora Llum de Lluna**

Tipo de trabajo:

Experimental (Tipo B)

ALUMNO/A:

Cintia Montoya Pérez

TUTOR:

Leónidas Spinelli Capel

ÍNDICE

1. Introducción.....	4
1.1 Objetivos.....	4
1.2 Referente de autor.....	5
2. Metodología.....	8
2.1 Análisis de la productora Llum de Lluna.....	9
3. Desarrollo del trabajo.....	9
3.1 Preproducción.....	9
3.2 Producción.....	11
3.3 Postproducción.....	13
3.4 Estrategia de difusión.....	14
4. Resultados.....	15
5. Conclusiones.....	15
6. Bibliografía.....	17
7. Anexo.....	19
Anexo : Índice de imágenes.....	19



Resumen

El siguiente Trabajo de Fin de Grado se centra en la creación audiovisual de un docmercial para la productora Llum de Lluna. A partir de esta pieza hemos representado los valores e identidad de la productora de la manera más cercana y auténtica posible. Siguiendo el formato que caracteriza a los docmerciales, hemos combinado elementos publicitarios con el estilo narrativo de los documentales.

Como pieza clave para realizar nuestra pieza, hemos realizado una investigación sobre el autor, Carlos Spottorno, el cual nos ha servido como referente para adentrarnos en el mundo del docmercial.

El trabajo pone en valor lo aprendido del Grado en Comunicación Audiovisual en las áreas de producción y dirección que nos ha dado las herramientas necesarias para obtener el resultado final.

Palabras clave

Audiovisual, producción, Docmercial, Marca



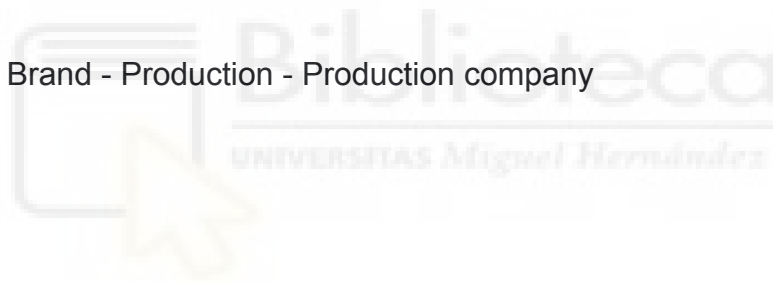
Abstract

The following Final Degree Project focuses on the audiovisual creation of a documentary for the production company Llum de Lluna. From this piece we have represented the values and identity of the production company in the closest and most authentic way possible. Following the format that characterizes documericals, we have combined advertising elements with the narrative style of documentaries. As a key piece to create our piece, we have carried out research on the author, Carlos Spottorno, which has served as a reference for us to enter the world of documericals.

The work values what we learned from the Degree in Audiovisual Communication in the areas of production and direction, which has given us the necessary tools to obtain the final result.

Keywords

Documentary - Brand - Production - Production company



1. Introducción

Este trabajo persigue la creación de un documercial para promocionar la productora emergente Llum de Lluna. El audiovisual que hemos desarrollado muestra los valores de la productora, su estilo de trabajo y el fin que su equipo persigue. Se han plasmado todos los aspectos diferenciales: voz y tono de la productora, el por qué de su nacimiento y los objetivos que persigue.

El trabajo posee una estética marcada y planteada en el plan de preproducción con guión, guión técnico, esquema de luces, fechas y localizaciones. Para su correspondiente filmación, se ha realizado una investigación en cuanto a qué es un documercial, referentes a seguir y algunos ejemplos visuales para poder acercarnos al resultado que queremos conseguir.

El documercial es un producto audiovisual creado para que las empresas puedan contar su historia de la forma más cercana e intimista posible. Los documerciales son característicos por obtener una carga publicitaria, emocional, pero con la estética de un documental, lo que le hace ser auténtico y mostrar entretenimiento a los espectadores.

La finalidad de este proyecto, es una producción audiovisual de carácter profesional que consiga un resultado final óptimo. Un documercial completo sobre la productora Llum de Lluna la cual quiere expandirse poco a poco por el territorio autonómico y hacerse un hueco en la industria de la producción audiovisual de cualquier tipo.

1.1 Objetivos

Este trabajo fin de grado persigue los siguientes objetivos:

- Crear un portfolio profesional/marca personal de carácter profesional.
- Producir y dirigir un documercial sobre la productora “Llum de Lluna”.
- Investigar y analizar los diferentes tipos de documerciales que nos permita obtener un resultado profesional.

- Aprender una nueva forma de comunicación, que nos permita alternar diferentes ámbitos como es un documental y una pieza publicitaria.

1.2 Referente de autor

Para alcanzar nuestros objetivos, hemos realizado una investigación sobre autores de documerciales que trabajan tanto a nivel nacional como internacional. Hemos encontrado productoras y autores freelance que han hecho hincapié en el sector del documercial y en su uso para mostrar historias relacionadas con el mundo empresarial. Como autor principal, nos hemos centrado en Carlos Spottorno en el que se explicará toda su trayectoria y relación con los documerciales.

Carlos Spottorno (1971) es un fotógrafo documental graduado en pintura y grabado en la Academia de Bellas Artes de Roma. Comenzó como director de arte en la industria publicitaria en el año 2001 y a partir de ahí comenzó a realizar proyectos fotográficos basados en la política, economía y cuestiones sociales.

Su trayectoria abarca numerosos proyectos relacionados con el ámbito audiovisual, desde la fotografía hasta el cine documental. Tras estudiar arquitectura en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, se adentró en el fotoperiodismo en varios medios de comunicación como puede ser el periódico El Mundo.

La obra de Carlos Spottorno destaca principalmente por dos proyectos muy destacables, uno de ellos es su libro fotográfico *The Pigs* (Los Cerdos) que se publicó en 2013 y donde plasma la crisis económica en España mediante imágenes impactantes que muestran las consecuencias sociales y económicas. Por otro lado, respecto al cine documental, Spottorno dirigió, junto al periodista Guillermo Abril, el documental *La Grieta* (2016) que abordaba la crisis de los refugiados de Europa. Recibió el premio al Mejor Documental en el Festival Internacional de Cine de Las Palmas de Gran Canaria (2019).

Según Spottorno (Taller de Documerciales, 2013), “los documerciales son aptos para todos aquellos que poseen un pequeño equipo y es accesible para todos los bolsillos”. Pretende trasladar la manera de trabajar de un fotógrafo, a vídeo, utiliza las herramientas de documental/periodismo adaptadas a un fin comercial y todos tienen un fin común, que es mostrar a los espectadores la realidad de empresas, personas, proyectos, escuelas, etc. Algunos documerciales del autor son los

siguientes: *Tevasa, traditional cooperage* (2013), *Palermo: the printers* (2012), *Under Pressure: Living with MS in Europe* (2013).



Figura 1: Carlos Spottorno Fuente: European Press Prize

Cabe destacar que Carlos Spottorno no es el único autor de docucomerciales, hay muchos más tanto en el ámbito nacional como internacional como por ejemplo pueden ser: Edgar de Melo, Ethan y Jake Rusell, dos hermanos fundadores de la productora GoodBrother, la cual también se centra en parte al ámbito del docucomercial y Paco Basallote, que realizó *Rompemoldes, seis años y un siglo* (2018).

Para adentrarnos más en el formato del docucomercial, hemos analizado dos piezas audiovisuales en las que nos hemos basado para realizar la de la productora Llum de Lluna. La primera pieza la realizó el autor Edgar Melo (1969) para la empresa de diseño catalana Mel (2002). Se trata de una empresa pionera en una nueva forma de soplo para crear piezas de vidrio. El docucomercial creado por Melo comienza con recursos con un ritmo rápido, claro y conciso. Hemos desatacado la voz en off de una de las trabajadoras que explica cuál es el desarrollo que siguen en la empresa, quiénes componen el equipo, cuál es la tarea a realizar y cómo la van a realizar.

Además de mostrar la forma de trabajo, también se muestran a las personas. Es importante mostrar cómo es el equipo de trabajo de las empresas, la cercanía y la ilusión que les hace crear nuevas formas de trabajo en su ámbito.



Figura 2: fotograma del documercial *Mel* Fuente: Edgar de Melo, Fotografía y Vídeo

Respecto al nivel técnico, en los primeros planos hemos analizado cómo el autor quiere situarnos en el espacio ya que no es una acción que sea conocida por cualquier espectador. Más adelante se muestran partes del trabajo más específicas como puede ser el proceso a seguir para crear estos moldes y para esto, utilizó primeros planos. Del mismo modo, ha intercalado estos planos con planos de los miembros de la empresa, lo que nos indica que las personas que están alrededor del proyecto son muy significativas.

El siguiente documercial que hemos escogido es del autor Alberto Serrano (1976), se titula *Nívola Uyá, ilustración con amor* (2013). Esta pieza retrata el trabajo de la ilustradora de cuentos infantiles, Nívola. El primer minuto y medio del audiovisual cuenta la historia de la ilustradora y las raíces del por qué trabaja en ello, más adelante, durante el resto del documercial, explica de una manera más profunda en qué consiste su trabajo y cómo se inspira para crear las ilustraciones. Cabe destacar que son muy pocas las veces en las que el autor utilizó planos de la ilustradora, en casi todo momento se utilizan planos recursos para poner al público en contexto cuál es su lugar de trabajo y fuente de inspiración.



Figura 3: fotograma del documercial *Nívola Uyá, ilustración con amor*. Fuente: Vimeo

1. Metodología

En cuanto a la metodología del trabajo de fin de grado, nos hemos centrado en un serie de tareas que entendíamos oportunas para culminar con éxito nuestra labor. La preproducción del documercial para la productora Llum de Lluna comenzó con la investigación sobre el concepto documercial, qué es exactamente y cómo se realizan para seguir el ejemplo y obtener el resultado más óptimo posible.

Para definir el estilo que queríamos realizar, hemos visualizado y analizado dos piezas en la hemos basado la creación de nuestro producto. En este caso, como lo que pretendemos es promocionar la productora Llum de Lluna, hemos escogido un documercial centrado únicamente en la empresa y el equipo de trabajo.

La redacción del guion técnico, adjudicación de los días de rodaje, localizaciones, equipo técnico y realizamos una reunión con el equipo de la productora para ser entrevistados. Todos estos pasos serán explicados posteriormente en el apartado de “Preproducción”.

Después de la preproducción, nos centramos en la descripción sobre cómo han transcurrido los días de rodaje, problemas, soluciones, observaciones y elementos a destacar.

En el proceso de la post producción, seleccionamos el material para el posterior montaje y color del documercial. Esta parte del trabajo es la más importante ya que le daremos voz y color a la productora Llum de Lluna.

2.1 Análisis de la productora Llum de Lluna

Llum de Lluna es una productora que ofrece servicios de producción y creación gráfica y audiovisual de calidad que abarca tanto a redes sociales, videoclips, publicidad y ficción, siempre de manera creativa y representando la visión del cliente . Se propone como una productora juvenil, cercana, atrevida, con gran determinación y capacidad de hacer frente a las adversidades y retos cuyo público objetivo sean artistas y empresas emergentes que buscan darle un enfoque juvenil a su marca o lanzamiento. Con la realización del documercial la productora pretende:

- Construir la imagen de marca como productora audiovisual de ficción y no ficción en la provincia de Alicante
- Posicionar la marca dentro del sector a nivel de proximidad
- Fomentar la confianza en sus creaciones y generar beneficios económicos
- Experimentar con nuevas formas creativas.

3. Desarrollo del trabajo

3.1 Preproducción

Para empezar con la creación de la pieza audiovisual, hemos realizado una investigación en la que encontrar referencias en cuanto a contenido tanto técnico cómo narrativo. El documercial en el que nos hemos basado para realizar el de la productora será el del autor Edgar de Melo, creado para la empresa Mel.

Volcados de lleno en el proceso, dividimos la grabación en dos partes: la primera consistiría en la grabación de planos recurso en la localización “Jackson American” (Elche,Alicante), y la segunda, en el plató de la Universidad Miguel Hernández de Elche en la que procederíamos a filmar las entrevistas de los componentes de la productora. La primera semana de abril (1-7) consistió en la redacción de los objetivos y la búsqueda de referencias para abordar el proyecto. Una vez

concretado el tipo de docucomercial que íbamos a filmar, redactamos los guiones y esquemas de luces pertinentes para facilitar el proceso de producción.

La fecha de grabación de planos recursos fueron entre el 1 y 2 de mayo de 2024 en la ciudad de Elche. El día uno se planeó grabar un making of, tanto para redes como para el propio docucomercial y el día dos, seguimos con este vídeo y más planos recurso para el docucomercial.

El día 13 de mayo de 2024, reservamos un plató de la Universidad Miguel Hernández para poder seguir con la grabación de recursos y las entrevistas de los integrantes.

Para este día, realizamos una reserva de material el cual lo utilizado en forma de atrezzo y para grabar las entrevistas. El material fue el siguiente:

- Plató blanco
- Canon EF 50 mm f/1.4 USM
- Objetivo Canon EF 17-40 mm f/4L USM
- Samyang 35 mm T1.5
- Blackmagic Pocket Cinema Camera
- Trípode video
- Claqueta
- Paneles Led Ledgo LG-600MCS (x2)
- Grabadora Zoom H4nPro
- Cable XLR
- Manguera eléctrica
- Micrófono Rode NTG-1
- Auriculares
- Rode Boompole
- Grip Rode PG2
- Cosmobeam Cosmoligth 1000W
- Dolly
- Canon EOS 6D
- Reflector Lastolite

Por último cabe destacar que el montaje se dividió en dos partes que muestran al máximo su potencial. Por un lado, qué es Llum de Lluna como productora, y por otro lado, la presentación de los miembros de la misma. Con esto hemos pretendido dar

a conocer en mayor profundidad todo lo que engloba la productora, desde sus participantes hasta el último proyecto que han realizado.

3.2 Producción

El comienzo de este proceso fue en el ensayo del día 24 de abril. Los componentes de la productora Llum de Lluna tuvieron la primera toma de contacto con el equipo y espacios para la grabación de su videoclip. Tuvimos la oportunidad de grabar diversos recursos en los que se puede observar su forma de trabajar, cómo es su proceso de preproducción y cómo se implican a la hora de realizar su trabajo. Este día fue principalmente una toma de contacto con el equipo de la productora.

En cuanto a la grabación, mayoritariamente grabamos planos recurso que nos servirán de relleno para el montaje final. Para ello hemos utilizado la cámara Blackmagic Design Pocket Cinema Camera 4K, dos focos LEDGO, una Canon 250D, un trípode y un Gimbal - DJI RS3 combo.

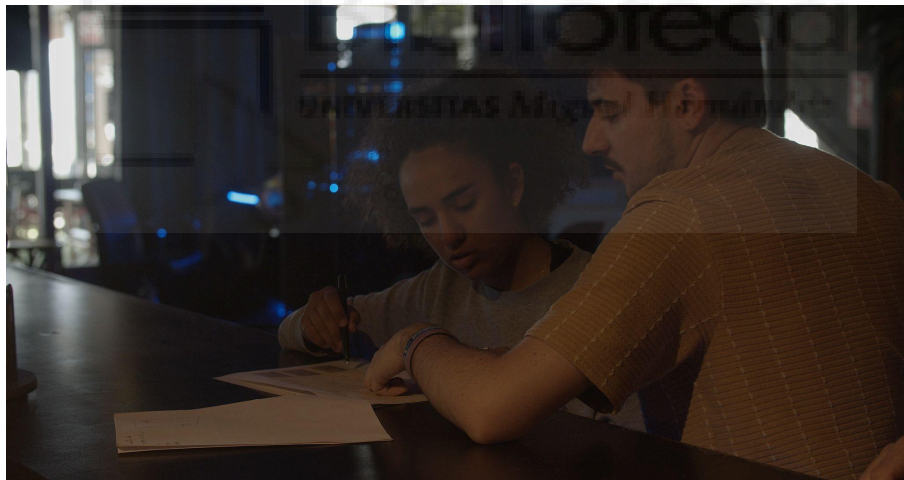


Figura 4: fotografía tomada durante el rodaje del docucomercial. Fuente: elaboración propia

El primer día de grabación, como hemos indicado al principio, consistió en una toma de contacto con el equipo y en el que iba a ser filmado parte del videoclip el cual va a realizar la productora.



Figura 5: fotografía tomada durante la grabación del documercial. Fuente: elaboración propia.

El día 1 y 2 de mayo, la productora comenzó el rodaje de un videoclip para la cantante Ariadna Tortosa, exconкурсante de Operación Triunfo. Durante estos dos días pudimos comprobar la capacidad de adaptación y trabajo que poseen. Continuamos con la grabación de planos recurso y a su vez también vídeos verticales para la difusión en redes sociales. Todos estos planos fueron grabados de forma que el trabajo de los componentes de la productora fuera más elaborado.

En cuanto al día 8 de mayo, utilizamos el plató de la Universidad Miguel Hernández, concretamente el blanco en el que tendremos los siguientes materiales: Blackmagic Design Pocket Cinema Camera 4K, dos focos LEDGO, una Canon 250D, un trípode y un Gimbal - DJI RS3 combo, focos Cool Lux, Butanitos y cámaras en modo de atrezzo.

Procedimos al montaje del material tanto para realizar la entrevista como para los recursos. Esta última parte consistió principalmente en colocar todo el material en modo de atrezzo para que los integrantes de la productora puedan interactuar con ellos mientras son filmados de una manera más profesional y con la luz adecuada.

Las entrevistas grabadas en formato tres cuartos han sido utilizadas para hacer una presentación de la productora y de sus propios integrantes.

3.3 Postproducción

Una vez terminada la grabación, analizamos el material y comprobamos que todo estuviese filmado correctamente. Los dividimos por localizaciones y entrevistas/recursos para comenzar el montaje con el programa Adobe Premiere 2023. Al ser videos grabados en alta calidad, desactivamos los proxys y nos creará una carpeta con los vídeos en más baja calidad para poder editar con mayor facilidad y ser más eficientes.

El proceso de montaje se dividió en el estudio de las entrevistas para crear una historia a partir de todas las declaraciones. Y la búsqueda de música de acceso libre para que la pieza sea dinámica.

Como punto positivo, hemos añadido subtítulos para el apoyo a la comunicación que posibilita la integración de las personas sordas o con pérdida auditiva.

En cuanto al color, tratamos de ser lo más fieles posibles a lo que es la realidad, ajustamos los parámetros básicos: contraste y exposición.

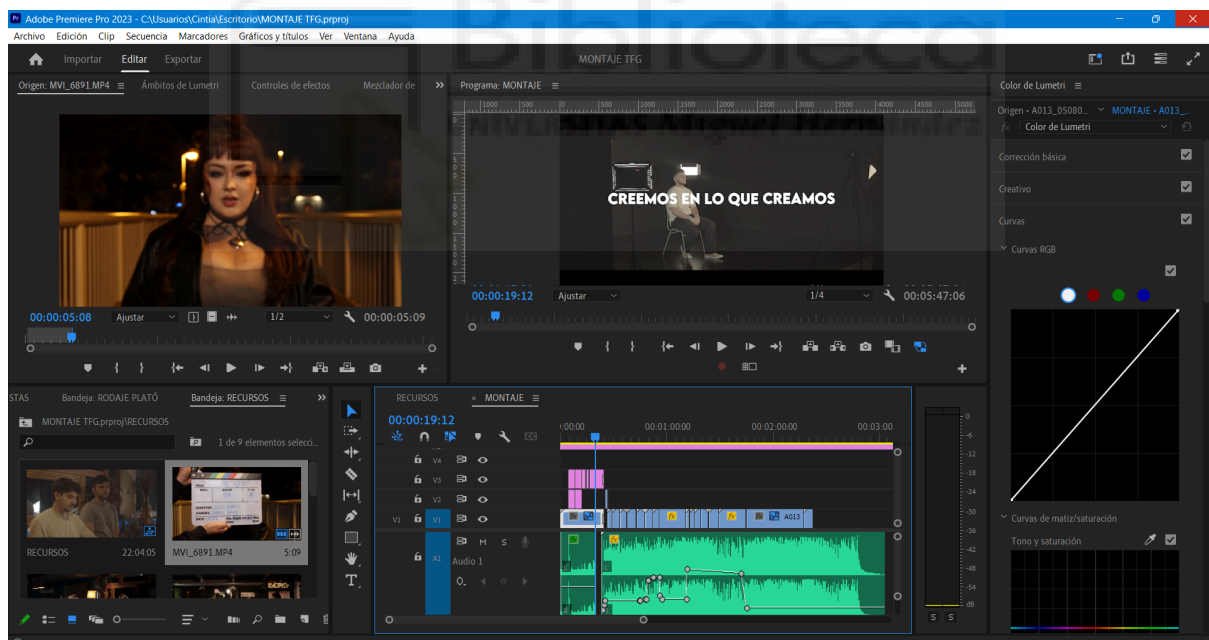


Figura 6: proceso de montaje del documercial. Fuente: elaboración propia

3.4 Estrategia de difusión

Este apartado lo hemos creado conjuntamente con los componentes de la productora Llum de Lluna. Hemos querido que la pieza audiovisual llegue a la máxima audiencia posible y para ello, hemos invertido dinero en campañas de publicidad en redes sociales de la productora: Instagram y TikTok.

Nuestra estrategia de difusión se ha centrado en la provincia de Alicante, para darle visibilidad tanto al documercial como a la propia productora. Con la finalidad de obtener los mejores resultados, se ha elaborado una página web: llumdellunaprod.com, la cual va a contener un dossier consistente sobre todos los trabajos que han realizado y a su vez, habrá un apartado exclusivo para la reproducción de la pieza junto a una sinopsis y la finalidad de este.

También hemos creado una campaña de publicidad más orgánica y tangible para los espectadores. Tanto nuestro público objetivo como el de la productora es amplio y sin restricciones. Hemos querido llegar a la mayor cantidad de personas posible y hemos adoptado estrategias de marketing tradicionales para aquellos que no estén familiarizados con el uso de las redes sociales. Están incluidos la creación de carteles con códigos QR que redirijan a la reproducción del documercial, permitiendo que más personas nos hayan conocido de primera mano y causando una buena impresión a todos los interesados.

Por último, hemos asistido a eventos culturales que se han realizado en nuestras respectivas ciudades, y junto con los miembros de la productora hemos montado un puesto con una pantalla en la que se reproduce el documercial en bucle. Se podía encontrar además, tarjetas, carteles y folletos informativos sobre la productora para todo aquel que estuviese interesado en contratar alguno de los servicios que ofrece Llum de Lluna.

4. Resultados

El resultado final del documercial tiene una duración de 6:32 minutos el cual está compuesto por dos partes muy representativas, la primera mitad muestra una visión generalizada de la productora Llum de Lluna, sus objetivos y metas. La segunda parte encontramos a parte del equipo que ha ayudado a que se lleve a cabo la siguiente pieza audiovisual.

Enlace a youtube: <https://youtu.be/fYNjoMoUNTQ>

5. Conclusiones

En cuanto a las conclusiones del proyecto, cabe destacar que pese a las dificultades que se nos han presentado, la pieza ha cumplido todos los objetivos propuestos al principio de la memoria.

En primer lugar, el estudio teórico nos ha permitido adquirir un conocimiento sólido sobre los documerciales, su importancia y la aplicación en el campo de la comunicación audiovisual. Hemos explorado la evolución de estos y así conocer de primera mano las formas narrativas para poder transmitir mensajes de una manera más orgánica y cercana. Gracias al estudio de todos los autores de documerciales, hemos descubierto que es una forma pionera de comunicación que todavía le queda mucho por recorrer. Pese a la poca información que hay sobre este, hemos realizado una pieza completa en la que se reflejan todos los aspectos positivos de la productora Llum de Lluna, tanto de manera técnica como personal.

Gracias a todos los conocimientos adquiridos en el Grado de Comunicación Audiovisual, hemos podido aplicar las bases de la realización de un documental, técnicas de dirección, dirección de fotografía, utilización de las cámaras, luces y postproducción.

En la producción del mismo, pudimos comprobar la importancia de todas las etapas que conlleva la realización de cualquier pieza audiovisual, pese a la organización previa, hubieron contratiempos que había que solucionar de la manera más eficaz posible. Un ejemplo de esto fue un fallo en la reserva de dos focos importantes para grabar planos recurso en el bar Jackson American. Raudamente, fuimos conscientes de ello y utilizamos tanto los parámetros de la propia cámara como dos

focos pequeños que teníamos junto a las linternas del móvil. Esto es solamente un ejemplo de algunos problemas que surgieron.

Cabe destacar que todos los contratiempos anteriores han sido minoritarios en cuanto a todo el aprendizaje y resultado obtenido.

Investigar el ámbito del docucomercial ha sido muy enriquecedor, es un formato el cual será muy utilizado para todas aquellas empresas que estén empezando su trayectoria, o bien aquellos profesionales que quieren darse a conocer. Además, a raíz de este proyecto, hemos empezado a desarrollar nuevos con esta misma estructura para seguir profundizando en el y sacar el mayor provecho posible.

He aprendido una nueva forma de comunicación que es la del docucomercial, un ámbito dentro de la comunicación que todavía le queda mucho camino por recorrer. Esta experiencia me ha ayudado a trabajar en equipo y saber solucionar los contratiempos que se me presentaban, aprendiendo así a cómo se trabaja en el mundo de la comunicación.



6. Bibliografía

MELLI Films. (2018, abril 1). Spot que dio mucho trabajo y muchas alegrías... [Video]. Facebook.

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=2060000044045502&id=174497192724623&locale=ur_PK

EFTI. (s.f.). Carlos Spottorno. EFTI. <https://efti.es/staff/carlos-spottorno>

Melo, E. (s.f.). Fotógrafo en Barcelona para eventos. Edgar Melo. <https://edgarmelo.es/fotografo-barcelona-eventos/>

Escofet, X. (2013, noviembre 25). True Wheel [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/79551901>

GoodBrother. (2019, octubre 17). What is a documercial? Medium. <https://medium.com/goodbrother/what-is-a-documercial-175d4619737e>

Spottorno, C. (s.f.). Carlos Spottorno. <https://spottorno.com/>

Ríos, A. (2014). Documercials: Blurring the lines between documentary and commercials [Tesis de maestría]. CORE. <https://core.ac.uk/reader/38818400>

Luz Norte Films. (s.f.). Documercial. Luz Norte Films. <https://luznortefilms.com/documercial/>

Gálvez, R. (2014, marzo 20). The Sound of Silence [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/89736695>

Macià, A. (2013, julio 15). Colours of the Desert [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/69380100>

Melo, E. (s.f.). MEL. Edgar Melo. <https://edgarmelo.es/project/mel/>

MELLI Films. (2019, octubre 10). Spot que dio mucho trabajo y muchas alegrías...
[Video]. Facebook.

https://m.facebook.com/MELLI-Films-647727812390834/videos/spot-que-dio-mucho-trabajo-y-muchas-alegr%C3%ADaslo-llamamos-docucomerciales-por-el-pro/807458213397751/?locale=hi_IN



7. Anexo

Anexo : Índice de imágenes

FIGURA	NOMBRE	PÁGINA
1	Carlos Spottorno	5
2	Fotograma documental <i>Mel</i>	7
3	Fotograma documental <i>Nívola Uyá, ilustración con amor</i>	8
4	Fotografía del rodaje	13
5	Fotografía del rodaje	13
6	Proceso de montaje del documental	17

