



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE Comunicaciones

PROGRAMA ACADÉMICO DE Comunicación Audiovisual y Medios
Interactivos

Síclo Fest Perú 2024: Estrategias audiovisuales en reels de Instagram

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación Audiovisual y Medios
Interactivos

AUTOR(ES)

Pacheco Gejaño, Sudy Meylin
Timoteo Bazan, Francesca Hiare

0000-0002-9603-9246
0000-0001-6047-2075

ASESOR(ES)

Pegot Ogier, Evelyne

0009-0008-4922-380X

Lima, 4 de noviembre del 2024

Dedicatoria

Para nuestros profesores, así como a nuestros padres y familiares, quienes nos han brindado su apoyo incondicional a lo largo de nuestro camino profesional.

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a Síclo Perú por su invaluable apoyo en la realización de este trabajo académico. Su colaboración ha sido fundamental y nos ha motivado a llevar a cabo esta labor con gran entusiasmo.

Resumen

Síclo es un centro deportivo fundado en México en 2015 y, desde el año 2020, tiene presencia en Lima, Perú. Este trabajo analiza los elementos audiovisuales utilizados en los reels de Instagram creados para promocionar y recapitular el Síclo Fest Perú 2024, un festival anual organizado por el centro. En su cuarta edición, el evento utilizó su perfil de Instagram para reforzar su vínculo con la comunidad y atraer nuevos participantes. Se seleccionaron cinco reels que destacan por su capacidad de reflejar la esencia del evento, utilizando recursos audiovisuales que contribuyen a la promoción efectiva del festival.

Palabras clave: Reels de Instagram; Síclo; Síclo Fest Perú 2024; audiovisual

Síclo Fest Peru 2024: Audiovisual Strategies in Instagram Reels

Abstract

Síclo is a sports center founded in Mexico in 2015 and has had a presence in Lima, Peru, since 2020. This work analyzes the audiovisual elements used in the Instagram reels created to promote and recap the Síclo Fest Peru 2024, an annual festival organized by the center. In its fourth edition, the event utilized its Instagram profile to strengthen its bond with the community and attract new participants. Five reels were selected that stand out for their ability to reflect the essence of the event, using audiovisual resources that contribute to the effective promotion of the festival.

Keywords: Instagram Reels; Síclo; Síclo Fest Peru 2024; audiovisual.

Dupla 28.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

1 %

INDICE DE SIMILITUD

1 %

FUENTES DE INTERNET

0 %

PUBLICACIONES

0 %

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Trabajo del estudiante

<1 %

2

www.lasc.umd.edu

Fuente de Internet

<1 %

3

repositorioacademico.upc.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

4

prezi.com

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo

Tabla de contenido

1. Introducción	1
2. Capítulo 1: Narrativa audiovisual	2
1.1	2
1.2 Nivel Micro	5
1.3 Comparación con otras producciones audiovisuales	10
1.3.1. Comparación de los reels de Sículo Perú y Sículo México	10
1.3.2. Comparación de los reels de Sículo Perú y Sículo España	11
1.4 Oportunidad de mejora	12
3. Capítulo 2: Lenguaje audiovisual	15
2.1	215
2.1.1. Error! Bookmark not defined.	16
2.1.2. Movimiento de cámara - cámara rápida	18
2.1.3. Iluminación	19
2.2 Dirección de Arte	20
2.2.1. Línea Gráfica	20
2.2.2. Locación	22
2.2.3. Utilería	23
2.2.4. Vestuario	24
2.3 Post producción	25
2.3.1. Edición	26
2.3.2. Musicalización	27
2.3.3. Animación	28
2.4 Comparación con otras producciones audiovisuales	29
2.5 Oportunidad de mejora	31
4. Capítulo 3: Técnicas y Tecnologías Audiovisuales e Interactivas	33
3.1 Error! Bookmark not defined.	33
3.1.1. Error! Bookmark not defined.	34
3.1.2. Tecnologías utilizadas	35
3.1.3. Comparación con otras producciones audiovisuales	35

3.1.4. Oportunidad de mejora	36
3.2 Segundo Reto: Derecho de autor de la música	36
3.2.1. Técnicas utilizadas	37
3.2.2. Tecnologías utilizadas	38
3.2.3. Comparación con otras producciones audiovisuales	38
3.2.4. Oportunidad de mejora	39
3.3 Tercer Reto: Talento Artístico no profesional	40
3.3.1. Técnicas utilizadas	40
3.3.2. Tecnologías utilizadas	41
3.3.3. Comparación con otras producciones audiovisuales	42
3.3.4. Oportunidad de mejora	43
3.4 Cuarto Reto: Ajuste de Plan de Rodaje	43
3.4.1. Técnicas utilizadas	44
3.4.2. Tecnologías utilizadas	45
3.4.3. Comparación con otras producciones audiovisuales	45
3.4.4. Oportunidad de mejora	46
5. Conclusiones	48
Referencias	50
Anexo(s)	57

Lista de Figuras

Figura		1:
a.	Reservas Síclo. (s.f.) . Kike. [Fotografía]. https://reserva.siclo.com/instructors	7
b.	Síclo Perú. (2024). Gracias a todos los partners. [Captura Pantalla]. https://www.instagram.com/p/C-qFRzbO12m/	7
Figura 2 : Síclo Perú. (2019). Síclo en Lima por primera vez. [Captura de pantalla]. https://www.instagram.com/p/B4JQ0vWFs3E/?utm_source=ig_web_copy_link		
16		
Figura 3 : Síclo [@Siclo_Peru]. (2024). Tenemos nuevo venue. [Captura de pantalla]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/C9Sjh5FpmFm/?utm_source=ig_web_copy_link		
17		
Figura 4 :		
Faltan solo 7 días para el Síclo Fest		
a.	Síclo Perú [@Siclo_Peru]. (2024). 7 días para el Síclo Perú. [Captura de Pantalla]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C-RALbss9-P/	21
b.	Síclo Perú [@Siclo_Peru]. (2024). 7 días para el Síclo Perú. [Captura de Pantalla]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C-RALbss9-P/	21
c.	Síclo Perú [@Siclo_Peru]. (2024). 7 días para el Síclo Perú. [Captura de Pantalla]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C-RALbss9-P/	21
Figura 5 :		
Gracias a todos los partners por sumarse al Síclo Fest 24 x @natura.peru		
a. a.	Síclo Perú [@Siclo_Peru]. (2024). Reel de Instagram Gracias a los partners por sumarse al Síclo Fest 24. [Captura de Pantalla]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C-qFRzbO12m	22
b. a.	Síclo Perú [@Siclo_Peru]. (2024). Reel de Instagram Gracias a los partners por sumarse al Síclo Fest 24. [Captura de Pantalla]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C-qFRzbO12m	22

c. a. Sículo Perú [@Siclo_Peru]. (2024). Reel de Instagram Gracias a los partners por sumarse al Sículo Fest 24. [Captura de Pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C-qFRzbO12m>.....22

Figura 6: Sículo & Barre Sí [@Siclo_Peru]. (2024). Nuevo venue para Sículo Fest Perú '24 en el JW Marriott Lima [Captura de pantalla]. Instagram.https://www.instagram.com/reel/C9Sjh5FpmFm/?utm_source=ig_web_copy_link.....23

Figura 7:

Gracias a todos los partners por sumarse al Sículo Fest 24 x @natura.peru

a. Sículo Perú [@Siclo_Peru]. (2024). Reel de Instagram Gracias a los partners por sumarse al Sículo Fest 24. [Captura de Pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C-qFRzbO12m>.....24

b. Sículo Perú [@Siclo_Peru]. (2024). Gracias a los partners por sumarse al Sículo Fest 24. [Captura de Pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C-qFRzbO12m>.....24

c. Sículo Perú [@Siclo_Peru]. (2024). Gracias a los partners por sumarse al Sículo Fest 24. [Captura de Pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C-qFRzbO12m>.....24

Figura 8:

Los rockstars del Sículo Fest Perú 24 x Natura

a. Sículo Perú [@Siclo_Peru]. (2024, 10 de agosto). Llegada de los rockstars al Sículo Fest 2024. [Captura de pantalla]. Instagram.https://www.instagram.com/reel/C-gbH_Du92z/?utm_source=ig_web_copy_link.....25

b.Sículo Perú [@Siclo_Peru]. (2024, 10 de agosto). Nueva venue del Sículo Fest. [Captura de pantalla]. Instagram.https://www.instagram.com/reel/C-gbH_Du92z/?utm_source=ig_web_copy_link.....25

c. Sículo Perú [@Siclo_Peru]. (2024, 10 de agosto). Gracias a los partners por sumarse al Sículo Fest 24 [Captura de pantalla]. Instagram.https://www.instagram.com/reel/C-gbH_Du92z/?utm_source=ig_web_copy_link.....25

Figura 9: Síclo Perú [@Siclo_Peru]. (2024). Prepárate para un evento lleno de energía, bienestar y sorpresas increíbles. [Captura de pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C-RALbss9-P/>.....29

1. Introducción

Siclo, fundado en México en 2015, es un centro deportivo especializado en ciclismo indoor (Bonifaz, 2023), al que luego sumó disciplinas como Barre, Yoga y Bala. Barre combina ballet, pilates, aeróbicos y ejercicios de abdominales; Yoga incluye power yoga, stretching y meditación guiada; y Bala mezcla boxeo y entrenamiento completo (Siclo, n.d.). Con su expansión a países como España, Perú, Colombia y EE. UU., cada sede ofrece ciclismo indoor en bicicletas estáticas con música y efectos de iluminación, además de otras disciplinas (Risueño, 2024, p. 42).

La primera sede en Perú se inauguró en 2020, impulsando el crecimiento del ciclismo indoor en Lima. Los alumnos valoran la experiencia única de entrenar al ritmo de la música (Flores, 2022). En este contexto, surge el Siclo Fest Perú, un evento anual de ejercicio y música que fortalece la comunidad de indoor cycling. Este evento ha sido promocionado mediante estrategias de comunicación en redes sociales, como reels de Instagram, que capturan la atención de los usuarios.

En el presente trabajo se analizarán cinco reels de Instagram relacionados con el evento Siclo Fest. Estos videos capturan distintos momentos del evento: tres se enfocan en la fase previa (intriga y promoción) y dos presentan resúmenes de lo ocurrido. Todos los reels están publicados en el perfil de Instagram de Siclo, y cuatro de ellos también se encuentran en el perfil de Siclo Perú (Siclo, 2024).

El primer reel muestra a cuatro entrenadores visitando distintas sedes, destacando una narrativa visual que busca conectar e involucrar al público. El segundo reel es una animación con una cuenta regresiva que despierta anticipación de manera efectiva, gracias al uso de transiciones rápidas y gráficos que reflejan la identidad de la marca. En el tercer reel, se muestra la llegada de los coaches al hotel, enfocándose en los preparativos del evento y generando contenido de valor. Los dos últimos reels presentan recapitulaciones de las clases, ampliando así la visibilidad del evento en redes sociales (Siclo, 2024).

Además, se realizará una comparación entre los reels producidos en México y Perú, analizando cómo las variaciones en la edición, los encuadres y los elementos visuales influyen en la recepción del contenido en diferentes contextos. Esto se alinearán con estudios previos que señalan cómo las diferencias en la presentación del contenido pueden modificar la experiencia del usuario (Díaz, 2022).

2. Capítulo 1: Narrativa audiovisual e interactiva

En este capítulo se analizará la narrativa audiovisual en dos niveles interrelacionados: el macro y el micro. Este enfoque permitirá comprender cómo ambos niveles influyen en la construcción del mensaje y en la experiencia del espectador. A nivel macro, se examinarán la estructura general y los temas principales de los reels de Instagram del Síclo Fest Perú 2024, los cuales reflejan estrategias de marketing digital diseñadas para eventos. Este análisis busca revelar cómo cada etapa contribuye a fortalecer la presencia y el impacto del evento Síclo, desde su inicio hasta su conclusión.

El primer video reel crea una atmósfera de intriga a través de un popular trend de Instagram. Muestra a cuatro entrenadores de Síclo mientras recorren diversas sedes en Lima, culminando en el Hotel Marriott, lugar donde se celebró el evento Síclo Fest. El segundo reel, una animación en 2D, presenta una cuenta regresiva de siete días para el evento, destacando mensajes de anticipación junto con los logotipos de Síclo y Natura. El tercer reel funciona como material promocional, mostrando a los entrenadores llegando al Hotel Marriott y presentando a las personalidades clave del evento, fomentando la participación del público (Instagram, 2024). El cuarto video ofrece un resumen del evento, incluyendo vistas panorámicas del Hotel Marriott en una tarde fría. Se puede apreciar la presencia de patrocinadores como Ford, Natura, Gatorade y Pacífico en las clases de indoor cycling y barré. Este video también destaca los stands de productos y las actividades que formaron parte del festival, terminando con una despedida grupal de los entrenadores y participantes (Síclo, 2024). Por último, el reel final documenta la inauguración del evento mostrando interacciones sociales y clases en sesión, concluyendo con una toma aérea nocturna del Marriott y una fotografía grupal del equipo organizador (Instagram, 2024).

1.1 Nivel Macro

La narrativa audiovisual, en su versión más clásica, se fundamenta en la estructura aristotélica, que se divide en tres actos: inicio, desarrollo y desenlace. Esta organización permite guiar al espectador a través de una experiencia emocional y lógica. Según Bordwell y Thompson (2010), "la narración cinematográfica se construye a partir de un orden específico de eventos, creando una conexión entre el espectador y la historia" (p. 32). En el contexto de la campaña de promoción del Síclo Fest 2024, esta estructura se manifiesta claramente en tres bloques: expectativa, promoción y recapitulación.

El primer bloque, a nivel macro, correspondiente al acto de expectativa, se materializa en los reels que anticipan el evento, generando un sentido de urgencia y emoción en la audiencia. En particular, el video que anuncia que faltan siete días para el festival crea un vínculo inicial que invita activamente a la participación. Esta estrategia se alinea con lo que señala McKee (1997), quien afirma que "la anticipación es fundamental para mantener el interés del espectador" (p. 56). Así, este primer acto sienta las bases sobre las cuales se desarrollará la narrativa del evento, capturando la atención desde el inicio y preparando al público para la experiencia que está por venir. Por otro lado, destaca el reel donde se observa a los cuatro coaches realizando una coreografía y recorriendo las sedes de Síclo en Lima hasta llegar al Hotel Marriot, el lugar donde se llevará a cabo el evento. Este video también forma parte de la campaña de intriga, ya que, al igual que el primer reel, cumple con la teoría de McKee, manteniendo la emoción y el interés de la audiencia al anticipar lo que será el gran día del festival.

El segundo bloque, centrado en la promoción, representa el acto de desarrollo de la narrativa. En esta etapa, los videos muestran a los coaches interactuando en el lobby del Hotel Marriot y luego dirigiéndose al cuarto piso, donde se llevó a cabo el evento, y donde finalmente se instalan. Este hecho profundiza en la conexión emocional entre la audiencia y los protagonistas, generando mayor expectativa. Como señala Adams (2018), "la promoción efectiva no solo informa, sino que activa emociones que motivan al espectador a involucrarse" (p. 45). Este desarrollo narrativo es esencial para mantener la atención del público, preparando el terreno para el clímax de la historia. Asimismo, muchos de los espectadores, especialmente los miembros de la comunidad de Síclo, se mostraron entusiasmados al ver a sus coaches favoritos en el espacio donde se realizaría el evento. Estos coaches, pertenecientes a las tres disciplinas principales del Síclo Fest Perú 2024, no solo fueron figuras clave en la narrativa del festival, sino también en la construcción de una experiencia compartida que resonó emocionalmente con los asistentes.

Finalmente, el tercer bloque se asocia con la recapitulación, que representa el desenlace de la narrativa. Los videos de recapitulación permiten reflexionar sobre la experiencia del Síclo Fest 2024, destacando cómo se desarrolló el evento y subrayando los momentos clave. Esta fase resulta crucial, ya que, como afirman Bordwell y Thompson (2010), "la conclusión de una narrativa debe ofrecer satisfacción y resolución" (p. 88). De

este modo, la recapitulación no sólo cierra el ciclo de la narrativa, sino que también ofrece a los asistentes una oportunidad para revivir las emociones del evento.

A través de estos tres actos —expectativa, promoción y recapitulación— se construye una campaña coherente y emocionalmente resonante, capaz de mantener el interés del público en cada etapa. Asimismo, se refleja la satisfacción compartida por muchos de los asistentes del Sículo Fest 2024, quienes disfrutaron de las actividades y experiencias vividas, al igual que los coaches, quienes también se divirtieron y disfrutaron de las clases que impartieron. En resumen, el evento transmitió una sensación de alegría y satisfacción tanto para los participantes como para los organizadores, consolidando el éxito del festival.

Por otro lado, a nivel macro también se pueden identificar elementos narrativos del viaje del héroe, una estructura que describe el proceso de transformación de un personaje a través de varias etapas. Esta narrativa incluye fases como el llamado a la aventura, el encuentro con el mentor y el regreso al mundo ordinario, donde el héroe comparte sus aprendizajes (Campbell, 2004, p. 45). A continuación, se analizarán en detalle los elementos presentes en los reels del Sículo Fest, segmentados según los distintos bloques temáticos del evento.

En primer lugar, el llamado a la aventura se refleja en el video que anuncia los siete días previos al evento, donde "el héroe es convocado a dejar su mundo ordinario" (Campbell, 2004, p. 58). Este video genera en la audiencia una anticipación y motivación crecientes, preparándolos para el festival con el entusiasmo de vivir una experiencia similar a ediciones pasadas del Sículo Fest Perú. Esto es especialmente evidente en los alumnos que forman parte de la comunidad de Sículo, quienes ya están familiarizados con el evento.

A continuación, el rechazo a la llamada y el encuentro con el mentor se identifican como los siguientes elementos clave de la narrativa, representados en el reel que muestra el recorrido de los cuatro coaches por las sedes de Sículo Lima hasta llegar al Hotel Marriot. Este recorrido ilustra cómo "el mentor ofrece ayuda y guía" (Campbell, 2004, p. 99), generando en la audiencia una reacción de admiración. Los coaches son vistos como figuras de autoridad y sabiduría, lo que inspira a los asistentes y los motiva aún más a participar en el evento.

Finalmente, el regreso con el elixir, o el retorno al mundo ordinario, se plasma en los videos de recapitulación, donde el Sículo Fest se convierte en una auténtica celebración del

bienestar a través del deporte y el juego. Este momento reafirma la idea de que "el héroe regresa transformado y comparte su elixir con los demás" (Campbell, 2004, p. 135). En otras palabras, se observa cómo se ejecutó con precisión el evento más importante del año para Síclo, y cómo fue recibido con entusiasmo por parte de sus asistentes. Este éxito se evidencia en las diversas dinámicas realizadas en las sesiones, organizadas según cada disciplina, así como en las experiencias ofrecidas en los stands de las marcas auspiciadoras. En particular, la participación de Natura, como marca auspiciadora principal, destacó por su interacción con el público a través de la promoción de productos como jabones y perfumes, todos alineados con su lema de cuidado de la piel.

En resumen, el Síclo Fest no solo fue una celebración del bienestar físico, emocional y espiritual, sino también una experiencia colectiva que reforzó el sentido de comunidad entre los participantes. Además, sirvió como una oportunidad para ampliar la familia de Síclo, atrayendo a nuevos asistentes y coaches, lo que consolidó el éxito del evento como un referente anual dentro de la comunidad del bienestar.

Considerando estos aspectos, el evento refleja claramente las etapas del viaje del héroe: el llamado a la aventura representado en el video de animación "faltan 7 días", el rechazo de la llamada y el encuentro con el mentor simbolizados por los cuatro coaches, y el retorno al mundo ordinario capturado en los videos recap, donde el bienestar se celebra a través del deporte y el juego. La participación de Natura como auspiciadora principal, que consiente y cuida a los asistentes, refuerza el enfoque integral del evento. De este modo, el Síclo Fest se convierte en una verdadera fiesta del bienestar, promoviendo la conexión, el compartir y un profundo sentido de pertenencia a una comunidad unida por el propósito de bienestar integral.

1.2 Nivel Micro

En el análisis micro de la narrativa audiovisual, se consideran componentes como los perfiles de los personajes, arquetipos, acciones significativas, diálogos y sonidos. Estos elementos construyen el significado dentro de la narrativa, guiando el desarrollo de la trama y potenciando la experiencia del espectador (Bordwell & Thompson, 2013). En este trabajo, estos elementos se evidencian con mayor precisión en cuatro de los reels analizados. En el primer bloque, centrado en la intriga, se destacan en el video donde cuatro coaches recorren las sedes de Síclo Lima hasta llegar al Hotel Marriot. De igual manera, los mismos

componentes están presentes en el único reel de promoción y en los dos reels de recapitulación.

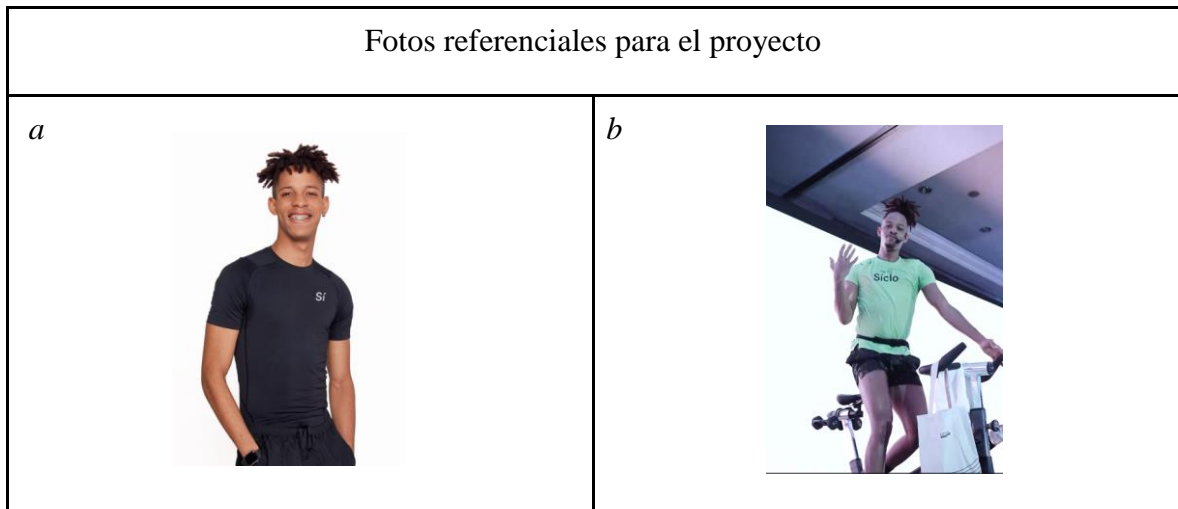
En cuanto al perfil de los personajes, los coaches se presentan como mentores de bienestar físico y emocional a través del deporte en cada uno de los videos. El rol del mentor en la narrativa audiovisual es un arquetipo clásico que guía al protagonista o a la audiencia hacia un objetivo, brindando apoyo emocional y conocimiento especializado (Vogler, 2007). En los videos analizados, los instructores asumen este papel al invitar a la audiencia a participar en clases de indoor cycling, barré o yoga. Por ejemplo, en el video donde cuatro coaches recorren las sedes de Lima, guían al público mediante una coreografía hasta el lugar del evento, invitándolos a ser parte de la celebración más importante del año para el centro deportivo. En el reel promocional, este rol se refuerza cuando las coaches de barré y yoga realizan posturas comunes de sus clases, destacando su liderazgo y enseñanza.

Este mismo arquetipo de mentor se refleja en los reels, donde los coaches se identifican claramente en su papel de guías. En los videos de recapitulación, por ejemplo, los coaches de indoor cycling motivan a los alumnos desde el escenario, aplaudiendo y, en algunos casos, entregando rosas o productos a los alumnos destacados, interactuando con todo el grupo, incluso con quienes estaban en las últimas filas. Este tipo de interacción demuestra su cercanía y dinamismo dentro de la comunidad Síclo. En contraste, los videos de intriga y promocionales se centran únicamente en los coaches, sin la participación de los alumnos, lo que resalta aún más su rol protagónico como figuras de liderazgo y mentores dentro de la narrativa audiovisual de la marca.

Por otro lado, a nivel micro, se presentan algunas dificultades para identificar a los coaches en ciertos videos. Por ejemplo, en el video donde los cuatro coaches recorren las sedes de Lima, no llevan uniforme ni prendas con el logo de Síclo, lo que dificulta su reconocimiento inmediato como mentores. Sin embargo, en el video promocional, Kike es el coach más fácilmente identificable, ya que es el único hombre entre un grupo mayoritariamente femenino, lo que junto con su peinado distintivo lo hace destacar visualmente. En los videos de recapitulación, la actitud de Kike refuerza el arquetipo del mentor, ya que sus técnicas y posturas reflejan claramente su rol de coach, consolidando su figura de guía y líder dentro de la narrativa visual. A pesar de las dificultades iniciales para identificarlos, el comportamiento y las interacciones de los coaches en estos videos logran transmitir su papel de mentores dentro de la comunidad Síclo.

Figura 1:

Kike, instructor de Síclo



a. *Nota.* De Kike, por Reservas Síclo, s.f. (<https://reserva.siclo.com/instructores>). b. *Nota.* De Gracias a los partners, por Síclo Perú, 2024

Es importante destacar que Kike es un instructor de gran relevancia y reconocimiento dentro de la comunidad de Síclo, siendo uno de los primeros en formar parte del equipo y habiendo participado previamente en Síclo España. Su presencia en los reels promocionales y en las recapitulaciones es fundamental, ya que refuerza con claridad el arquetipo del mentor, guiando a la audiencia a través de su experiencia y liderazgo.

Por otro lado, se encuentra presente el arquetipo del héroe, que se caracteriza por la búsqueda de un objetivo significativo y el enfrentamiento de desafíos en su camino hacia el crecimiento personal (Campbell, 2008). En los vídeos analizados a nivel micro, este arquetipo se identifica con los participantes que asisten al Síclo Fest en busca de una experiencia única y distinta al practicar indoor cycling, barré o yoga. Para los miembros de la comunidad de Síclo, su expectativa es unirse a la celebración y participar en la edición 2024, disfrutando de las disciplinas en un entorno dinámico, diferente a las clases convencionales. En el caso de los asistentes que participan por primera vez, esperan encontrar una experiencia que se aleje de la rutina de un gimnasio tradicional. Buscan practicar disciplinas que no suelen incluir en su entrenamiento diario y tener la oportunidad de interactuar con las marcas patrocinadoras presentes en el evento. Es importante señalar que, desde ambos lados, se evidencia la influencia de los coaches en los bloques de intriga y promoción, cuyo impacto se refleja claramente en los videos de recapitulación, donde se muestra cómo disfrutaron del evento y las experiencias interactivas que ofreció esta edición.

Además, es importante destacar que Lima y el Hotel Marriott actúan como personajes secundarios en los videos, ya que su presencia es constante a lo largo de los reels. El hotel cobra especial relevancia al ser el lugar donde se llevó a cabo el evento, apareciendo en diversas formas según el video. En el video de intriga, su presencia es sutil, limitándose a una toma del logo como destino final de los cuatro coaches. En cambio, en el video de promoción, el hotel se muestra en mayor detalle, desde la llegada de los coaches al primer piso hasta su instalación en el cuarto piso, donde se desarrolla el evento. En los videos de recapitulación, se observa con más claridad la locación, con clases y stands montados en el cuarto piso, e incluso una toma general de las afueras del hotel que sitúa al espectador en un contexto geográfico. Asimismo, Lima se consolida como un personaje secundario al ser la ciudad anfitriona del Sículo Fest Perú 2024, un evento de gran importancia para el centro deportivo en el país, especialmente considerando que el festival tiene su origen en México.

La acción significativa es un componente clave en la narrativa audiovisual a nivel macro, ya que ayuda a definir el significado general de la obra y a impulsar el avance de la trama. Esto ocurre porque cada acción en pantalla está cargada de simbolismo y propósito, influyendo en la percepción del espectador y creando conexiones emocionales (Bordwell & Thompson, 2013). En los reels de recapitulación, un ejemplo claro de acción significativa es cuando el coach Kike hace una seña de "ven", invitando al público a unirse a una sesión de indoor cycling, lo que refuerza su rol de mentor y guía. También se observa una acción significativa en el stand de Natura, donde una colaboradora agita un perfume, invitando al público a interactuar con los productos y participar en las sesiones de maquillaje, enfatizando la presencia de la marca en el evento. Otra acción destacada es cuando los cuatro coaches de indoor cycling finalizan sus clases y se toman una foto grupal con los asistentes, capturando el espíritu de comunidad y celebración del evento. En las sesiones de barré, la disposición de una toalla y productos de la marca Seguridad también actúa como una acción significativa, subrayando su papel como patrocinador principal. En el reel de la campaña de intriga, una acción simbólica se presenta cuando los logos de las marcas patrocinadoras aparecen en pantalla negra, anticipando su presencia en el evento y generando expectativa en la audiencia. Finalmente, en el video promocional, las acciones significativas incluyen a los coaches Kike y Daniela abriendo la puerta del cuarto piso, donde se realizó el evento, y el enfoque en el botón del ascensor que señala dicho piso, ambos elementos subrayan la importancia del lugar y el momento clave del evento.

De esta manera, las acciones significantes en los videos logran transmitir al público emociones como el entusiasmo, la energía, la felicidad, el espíritu lúdico, el baile y el bienestar vividos en el Síclo Fest Perú 2024. Estas acciones no solo comunican visualmente lo que sucede, sino que también generan una conexión emocional con la audiencia, permitiendo que experimenten el evento de manera inmersiva y auténtica. A nivel micro, estas emociones se reflejan en los gestos de los asistentes, como sus sonrisas, que evidencian la felicidad y el entretenimiento durante las clases de indoor cycling. Además, en los videos de recapitulación, se observan momentos en los que los coaches se abrazan al final de las sesiones, mostrando camaradería y satisfacción compartida.

El entusiasmo y la energía son evidentes en las coreografías de las clases de indoor cycling, barré y yoga, así como en los videos de intriga y promoción, donde los coaches transmiten una actitud vibrante y motivadora antes del evento. El espíritu lúdico se refleja en la interacción de los asistentes con las máquinas de juego y otros elementos de los diferentes stands presentes. En cuanto al baile y el bienestar, estos aspectos se capturan en el video de intriga, en el que los cuatro coaches realizan una coreografía mientras recorren las sedes de Lima hasta llegar al Hotel Marriott. En los videos de recapitulación, se ven a participantes bailando durante las clases de indoor cycling para animar la sesión, resaltando el bienestar que se genera al practicar deporte en un entorno cronometrado. Todo esto contribuye a crear una atmósfera de celebración del bienestar en el Síclo Fest Perú 2024, consolidando el evento como una verdadera "fiesta del bienestar".

Finalmente, como un elemento clave a nivel macro, se observa que ninguno de los videos analizados en los distintos bloques incluye diálogos. Esta ausencia de diálogo es una estrategia narrativa que permite a las imágenes y la música transmitir el significado, apelando a un enfoque visual más universal y emocional (Chion, 1994). Cada uno de los videos está acompañado por una música de fondo cuidadosamente seleccionada, lo que refuerza la atmósfera y el tono general de las piezas audiovisuales. Es decir, se ha optado por una canción específica para cada reel, y la edición de los videos sigue el ritmo de la música, creando una sincronización dinámica entre las imágenes y el sonido. Esta elección potencia la experiencia sensorial y emocional de los espectadores, enfocando su atención en las acciones y emociones visuales sin la distracción de palabras habladas.

1.3 Comparación con otras producciones audiovisuales

1.3.3. Comparación de los reels de *Síclo Perú* y *Síclo México*

El *Síclo Fest México* celebró su noveno aniversario el 15 de junio en el presente año de manera espectacular, capturando la atención del público desde el inicio. A diferencia de Perú, el evento se dividió en dos fases: promoción y recapitulación. Para promocionar esta emocionante ocasión, se realizaron fotografías, carruseles de imágenes y reels en cada etapa. Gracias a estas dinámicas y publicaciones atractivas, se logró mostrar la diversidad de actividades y experiencias disponibles para los asistentes.

El primer reel promocional consistió en una animación 3D con vistas generales de la Ciudad de México, acompañadas de las figuras icónicas del *Síclo Fest*. Para culminar, se revelaron el día y lugar del evento, permitiendo que aquellos interesados reservaran esa fecha para disfrutar del *Síclo* (Instagram, 2024).

Otro reel promocional que sobresalió en particular fue una animación en 2D, la cual, mediante un trazo animado, escribe el nombre de *Síclo Fest* y concluye con la aparición del logotipo de *Síclo Fest x Nike*. Esta animación logra comunicar una combinación de sentimientos como satisfacción, alegría, elegancia y conexión, emociones que se transmiten al público sin necesidad de interacción directa con la cámara y respaldadas por un sonido extradiegético de música electrónica (Instagram, 2024).

Entre los reels promocionales más significativos se incluye uno que recapitula las ediciones pasadas del *Síclo Fest México*. Dicho reel encapsula las emociones que el festival ha evocado a lo largo de los años: desde personas que gritan de entusiasmo hasta otras que, a pesar de estar sudando, demuestran concentración y felicidad, mientras realizan las diversas disciplinas. Así, el *Síclo Fest México* logra capturar la atención de una audiencia nueva que puede ser parte de una edición (Instagram, 2024).

Por último, el reel de recapitulación se presentó en formato horizontal, mostrando desde el primer segundo a los instructores impartiendo sus clases. Estos son fácilmente reconocibles gracias al logo de *Síclo* o *Nike* en sus camisetas. También se aprecia el entusiasmo de los alumnos, quienes participan activamente en sesiones de indoor cycling, barré, entre otras. A las afueras del evento, la gran afluencia de personas muestra interés por el festival, buscando información sobre el *Síclo Fest* e interactuando con las marcas asociadas. A diferencia del enfoque en Perú, México incorporó una pantalla detrás de los

instructores, visible para los participantes. Esta pantalla proyectó constantemente los logos de Síclo y Nike, asegurando la presencia continua de las marcas durante el evento. A través de esta estrategia promocional, el Síclo Fest México x Nike consiguió captar un amplio público, generando un notable interés y entusiasmo por este evento tan especial.

1.3.2 Comparación de los reels de Síclo Perú y Síclo España

El Síclo Madrid Fest, que tuvo lugar el 6 de octubre de 2024, no solo destacó por su vibrante atmósfera, sino también por el impacto significativo que generó en los asistentes y en la comunidad local. A través de dos vídeos promocionales en animaciones 3D, maqueta del Síclo México Fest adaptadas a las particularidades y el estilo que manejan y un vídeo de recapitulación; todos posteados en la cuenta de Instagram de Síclo (Instagram, 2024).

La psicología del espectador está profundamente ligada a cómo los elementos audiovisuales afectan la percepción y la experiencia del público. Al comparar el Síclo Madrid Fest con eventos en Perú, es interesante ver cómo las diferencias en la tecnología y la producción no siempre se traducen en una mayor sofisticación visual, sino en enfoques que responden a las expectativas y necesidades emocionales del espectador.

En España, a pesar de tener acceso a tecnología de vanguardia, el enfoque sobrio y contenido menos recargado es una elección consciente que busca evitar que los efectos visuales distraigan de la esencia del evento. Los planos generales, por ejemplo, permiten al público enfocarse en el espectáculo en su totalidad, sin ser abrumados por efectos intrusivos. Esta decisión es estratégica porque reconoce que el espectador, en algunos contextos, busca una experiencia inmersiva pero sin distracciones que lo alejen del evento en vivo. Este enfoque responde a una comprensión de la psicología del espectador que valora la simplicidad y la claridad sobre la sobreestimulación. Mientras que en Perú, el uso de tecnología para crear producciones más dinámicas o visualmente intensas puede atraer a una audiencia que asocia la sofisticación con un estilo más elaborado, en España, se opta por una producción más sobria que refleja un respeto hacia la experiencia contemplativa del público.

En resumen, esta elección en la producción audiovisual es una manifestación de la psicología del espectador que varía según el contexto cultural. Mientras algunos públicos prefieren estímulos visuales complejos, otros valoran la capacidad de disfrutar de un evento de manera más integral, sin distracciones que desvíen la atención de la esencia del espectáculo.

El reel que tuvo como enfoque profesional, son figuradas animadas que no sólo capturan la atención del espectador, sino que también transmiten de manera clara y directa la información necesaria sobre el evento. A través de estos recursos, se fomenta un sentido de anticipación y participación, haciendo que el público se sienta más involucrado.

En los últimos segundos del reel, se destaca la presencia de las marcas auspiciadoras, un elemento clave que subraya la importancia de las colaboraciones comerciales en la creación de experiencias memorables. Estas asociaciones no sólo amplifican el alcance del evento al llegar a más audiencias, sino que también refuerzan la credibilidad del festival, elevando su atractivo en un contexto donde las decisiones comerciales juegan un papel fundamental en la percepción del éxito. Por último, estos reels están diseñados para atraer a un público que busca adoptar un estilo de vida saludable, con un enfoque particular en mejorar su bienestar físico y mental a través del ejercicio.

El reel de recapitulación del evento, se pueden resaltar diversos aspectos significativos. En primer lugar, los entrenadores son fácilmente identificables gracias a sus camisetas de tonos oscuros, lo que facilita su distinción dentro del grupo. Además, es notable la concentración de los alumnos durante las clases, así como su ejecución sincronizada de las actividades. Fuera de las sesiones, se observa la interacción entre los asistentes y las marcas patrocinadoras del festival. A diferencia de los eventos en México y Perú, para este reel se seleccionó una pieza musical popular de David Guetta, "Memories", lo cual se alinea con la preferencia por la música electrónica predominante en España.

1.4 Oportunidad de mejora

En primer lugar, es crucial reconocer que, como una oportunidad de mejora, se debe considerar el desarrollo de una narrativa audiovisual más elaborada en los vídeos promocionales que se utilizan antes del evento. Esta narrativa debe tener el potencial de causar un impacto significativo, especialmente entre un público nuevo que busca una experiencia única. Es decir vídeos que no sólo informen, sino que también generen intriga y emoción, se puede lograr que los espectadores sientan un deseo genuino de conocer más sobre Síclo. Al hacerlo, no solo se atrae a nuevos participantes, sino que también se fomenta un sentido de comunidad y pertenencia alrededor de la marca.

En segundo lugar, es fundamental considerar que la animación en 2D puede desempeñar un papel crucial en la creación de una experiencia inmersiva y memorable para

los espectadores. Es decir, en lugar de solo marcar los días que faltan para el evento, que a menudo no genera muchas sensaciones. Si a la narrativa audiovisual en 2D se integran elementos visuales que resaltan la importancia del ejercicio en la salud y el bienestar, podría convertirse en una herramienta poderosa que no solo capte la atención, sino que también inspire y motive a los espectadores a participar.

En tercer lugar, una oportunidad de mejora en el video donde aparecen los cuatro coaches caminando hacia el Hotel Marriott es que no se logra identificar claramente si son coaches de Síclo, lo que dificulta diferenciarlos de los asistentes al evento. Una solución podría ser que usaran polos con el logo de Síclo, facilitando su identificación. Esta falta de distinción también se observa en los videos de recapitulación, donde las coaches mujeres tienen una apariencia similar, restando claridad a la narrativa. Aunque Kike se destaca como el único hombre y un coach carismático, es fundamental que todos los instructores sean fácilmente reconocibles. En futuras ediciones, sería beneficioso incorporar elementos visuales que resalten las características únicas de cada coach, mejorando así la conexión con el público y promoviendo un sentido de comunidad en el evento.

En cuarto lugar, se identifica una oportunidad de mejora en el video donde los cinco coaches se instalan en el Hotel Marriott: incluir una toma general del lugar que permita al espectador situarse geográficamente respecto al evento. Aunque este enfoque se utilizó en uno de los videos de recapitulación, podría implementarse en este video para proporcionar un mejor contexto al público, ayudándolo a visualizar la ubicación y la magnitud del evento, lo que enriquecería la experiencia narrativa.

Finalmente, se sugiere realizar un análisis más detallado de los personajes como una oportunidad de mejora. En otras palabras, una mejor preproducción hubiera permitido construir personajes más sólidos, tanto en su caracterización como en el vestuario, especialmente en los videos previos al evento, como el caso de los cuatro coaches llegando al Marriott y cuando se instalan en el hotel con sus objetos. De esta manera, se lograría una mayor diferenciación y reconocimiento de los personajes, permitiendo al público identificar claramente su rol y relación con la marca desde el primer momento.

En resumen, al enfocarse en mejorar la narrativa audiovisual y aprovechar el potencial de una animación en 3D, Síclo puede crear un impacto duradero en su comunicación. Cada vídeo promocional debería ser visto como una oportunidad de mejora

continua, donde la creatividad y la innovación se unen para contar historias que resuenen con el público. En definitiva, la narrativa que se construya en torno al Sículo Fest no sólo debe informar, sino que debe inspirar y movilizar a las personas hacia una vida más activa y conectada.

3. Capítulo 2: Lenguaje audiovisual

Los elementos audiovisuales presentes en cada uno de los videos se dividen en dos áreas principales. En primer lugar, destaca la dirección de fotografía, que sigue un estilo característico de los reels en Instagram, donde se aprecian variaciones en el tamaño y la composición de los planos, el uso de cámara rápida y una cuidada iluminación. En segundo lugar, se observa un trabajo notable en la postproducción, donde se destacan aspectos como la musicalización, la edición y la incorporación de animaciones, los cuales enriquecen cada uno de los vídeos analizados.

2.1 Dirección de Fotografía

La fotografía es uno de los componentes audiovisuales más esenciales en los reels analizados, ya que no solo contribuye al posicionamiento de la marca y al aumento de ventas, sino que también permite transmitir una idea o mensaje a través de un vídeo (Berger, 2011). En este proceso, la dirección de fotografía desempeña un papel clave, ya que no solo se trata de capturar imágenes atractivas, sino de generar una narrativa visual que evoque emociones y comunique el mensaje de manera efectiva (Brown, 2016).

Desde sus inicios en Instagram, Síclo apostó por el uso de reels en su estrategia de contenido. Sin embargo, los primeros reels no lograron gran impacto debido a la falta de una dirección de fotografía definida. Estos vídeos, de baja calidad y sin cuidado en la composición o iluminación, eran tomas caseras de sus clases de indoor cycling, con una duración muy breve (alrededor de 5 segundos). La ausencia de elementos fotográficos fundamentales redujo la capacidad de estos vídeos para captar la atención de la audiencia (Bordwell & Thompson, 2017).

En 2019, Síclo adoptó un enfoque más profesional en sus vídeos, donde la dirección de fotografía se volvió clave. Los reels empezaron a contar historias con mejor iluminación, encuadres precisos y un mayor enfoque en las emociones, como el entusiasmo, orgullo y motivación, mejorando la conexión con la audiencia (Block, 2020). Un ejemplo es el reel de apertura de su sede en Lima, donde los planos detalle y generales capturaron la emoción de su expansión, transmitiendo optimismo y una fuerte sensación de comunidad, guiando al espectador hacia los aspectos clave (Zettl, 2013). Este uso inteligente de luz, color y ángulos ayudó a diferenciar a Síclo, reforzando sus valores y narrativa de crecimiento e inspiración (Keating, 2019).

Figura 2:

Síclo Perú en Lima por primera vez



Nota. De “Por primera Síclo en Lima”, por Síclo. 2024

Este año se realizaron varios reels para promocionar el Síclo Fest Perú, destacando especialmente la dirección de fotografía por su técnica y cuidada estética visual en cada etapa del evento.

2.1.1. Tamaños y dimensión de los planos

La elección de planos en los vídeos es crucial, ya que permite al espectador captar mejor el contenido que se desea transmitir (Martin, 2013). En el Síclo Fest Perú, destacan los planos generales, primeros planos y planos detalle, cuyo principal objetivo es familiarizar a los usuarios con la marca Síclo y motivarlos a formar parte de ella, tanto durante el evento como fuera de él. Estos planos refuerzan la conexión emocional y visual con la audiencia, impulsando su participación.

En primer lugar, *los planos generales* son fundamentales para encuadrar tanto el entorno como a los personajes dentro de él, proporcionando información clave sobre la época, el momento del día y el contexto en el que ocurre la acción, lo que permite una mayor inmersión en la narrativa audiovisual (Martín, 2013), ya que nos ayuda a percibir las emociones que fluyen a través de los personajes al interactuar con dicho espacio.

El video promocional que documenta la llegada de cinco coaches al Hotel Marriott comienza con un plano general y luego se enfoca en un plano detalle que muestra el lugar donde se realizó el evento. Estas imágenes no solo permiten apreciar el entorno, sino que también muestran la interacción entre los entrenadores, transmitiendo la emoción y

entusiasmo de haber llegado al sitio del Síclo Fest Perú 2024. Particularmente, las entrenadoras de yoga y barre ejecutan movimientos y posturas características de sus disciplinas, interactuando con las estructuras sólidas del escenario. Esta interacción con el entorno ilustra lo que Block (2020) denomina "narrativa a través del movimiento", donde los gestos y acciones físicas en una toma amplia no solo describen lo que ocurre, sino que también comunican las emociones y la expectativa de lo que está por llegar (Síclo , 2024).

Figura

3:

Tenemos nuevo venue



Nota. Síclo & Barre_Si. 2024

Por otro lado, en el video que genera intriga con los coaches recorriendo las sedes de Síclo en Lima, no todos los planos están bien encuadrados, lo cual dificulta que el espectador distinga si se trata de una sede de Síclo o de cualquier otro lugar.

En segundo lugar, el *plano medio* es una herramienta clave en la cinematografía, equilibra la intimidad emocional del personaje con el contexto que lo rodea. Frecuentemente utilizado en situaciones que requieren mostrar detalles emocionales, este encuadre permite que el espectador observe cómo los personajes reaccionan física y emocionalmente en su entorno. Según Thompson y Bordwell (2020), el plano medio es particularmente útil para escenas de interacción social y emocional, ya que mantiene la conexión con la acción y no pierde los matices del escenario.

En este video destacan especialmente los planos medios, como es la escena donde dos coaches de indoor cycling llegan al cuarto piso, rodeados de figuras y objetos sólidos que simbolizan el Síclo Fest Perú. Este tipo de encuadre permite capturar tanto las

expresiones faciales como el lenguaje corporal de los protagonistas, resaltando la anticipación y emoción que se vive en ese momento clave.

Finalmente, los *planos detalle* pueden considerarse como primerísimos primeros planos, ya que muestran con mayor cercanía los elementos retratados, como el botón del número 4 del ascensor (Rivas Paniagua, 2022).

El video destaca claramente donde debían llegar los asistentes al evento, enfatizando el espacio donde se llevó a cabo. Esto generaba una sensación de cercanía y orientación, ya que los coaches acompañaban a los participantes y los guiaban antes del inicio. Además, se resalta únicamente el logo del Hotel Marriott, uno de los más lujosos de Lima, donde suelen celebrarse eventos de marcas y empresas reconocidas. Esta elección aporta un sentido de importancia y grandeza al Síclo Fest Perú, conectando de manera efectiva los detalles con la experiencia emocional de los protagonistas.

Cada plano es fundamental, ya que en cuestión de segundos muestra cómo el staff de Síclo preparó minuciosamente el lugar para este gran evento que atrajo a 2,000 espectadores. Asimismo, se logra transmitir emociones de dinamismo, ilusión, euforia y curiosidad, conectando de manera profunda con su comunidad y reflejando la energía vibrante del evento.

2.1.2. Movimiento de cámara - cámara rápida

En Síclo, el uso de la cámara rápida es una de las herramientas audiovisuales más aplicadas en la mayoría de sus vídeos. Este recurso no sólo dinamiza la narrativa, sino que actúa como una herramienta eficaz para sintetizar eventos y mantener la atención del espectador. Al comprimir el tiempo de manera visual, la cámara rápida permite resumir eventos largos o rutinarios en pocos segundos, evitando que el público se aburra o pierda interés. Por ejemplo, en uno de los videos de recapitulación, se utiliza este movimiento ágil junto con técnicas de zoom in y zoom out en varios clips, lo que le otorga ritmo a la historia. Además, la inclusión de ángulos como picados y contrapicados en rápida sucesión añade profundidad y variedad visual, enriqueciendo la experiencia audiovisual y evitando la monotonía (Síclo Perú, 2024).

Teóricamente, el movimiento de cámara es una conexión cercana entre el espacio y la acción que intensifica la experiencia visual, así como generar sensaciones instantáneas, como es amenaza, felicidad, intriga, así como lo indica Martín. Según Bordwell y

Thompson, el uso del zoom no solo cambia la escala de la imagen, sino que también altera la percepción del espacio y la carga emocional de la escena, lo que refuerza el impacto emocional de los momentos capturados. Con respecto al reel se puede identificar la euforia y energía de muchos espectadores y asistentes que forman parte de la comunidad de Sículo tras lo vivido ese día, pese haber estado realizando diversas actividades realizadas ese día.

Los movimientos de cámara contribuyeron a darle una perspectiva más sólida y profesional al vídeo, ya que sin ellos no se habrían podido evocar las emociones necesarias en el espectador, enriqueciendo así la narrativa visual y haciendo la experiencia más inmersiva.

2.1.3. Iluminación

Un elemento crucial al analizar en la dirección de fotografía es *la iluminación*, dado que sin un esquema de luces pertinente se desmerece el valor no solo del plano, sino del producto audiovisual. En el video de recapitulación, los primeros 3 segundos comienzan con un plano general de los coaches felices ingresando al Hotel Marriot, como símbolo de que el Sículo Fest Perú ya inició, en este caso la luz principal es artificial con todos cálidos y la luz de relleno es natural; se destaca el uso de una iluminación en clave alta, añadiendo profundidad a la escena que crea una atmósfera vibrante y acogedora (Sículo Perú, 2024).

A diferencia de los primeros segundos, el resto del vídeo, como en los planos generales de los alumnos en plena clase, utiliza una luz principal con una temperatura de color fría. Tanto las luces de relleno como las luces laterales varían entre temperaturas de color cálidas y frías, logrando una iluminación en clave baja con luz suave. A nivel cinematográfico, los colores de tonalidades frías buscan transmitir una sensación de calma y seriedad, contrastando con la energía vibrante del evento que emite calidez y a su vez compañerismo y felicidad compartida por la comunidad de Sículo durante el festival más importante del año, reflejando así la energía positiva del evento. Según Adams (2018), la combinación de luz artificial y natural genera un dinamismo visual más atractivo, enriqueciendo la experiencia del espectador y evocando una sensación de euforia y nostalgia por lo vivido en esta última edición. A propósito, el uso de una iluminación de clave baja, como señalan Bordwell y Thompson (2016), permite observar con claridad a los coaches, alumnos y los productos destacados, dirigiendo la atención hacia los elementos más relevantes y añadiendo profundidad a la escena. Esto también facilita la identificación de los

coaches, las marcas y figuras públicas que forman parte de la comunidad Síclo presentes en el evento.

Finalmente, en el video del anuncio del Síclo Fest, predomina la luz natural con tonalidades cálidas, En este contexto, se emplea una iluminación de clave baja, lo que permite que los coaches se destaquen mientras se dirigen al lugar donde se llevará a cabo el evento, realzando su presencia y energía (Síclo Perú, 2024). Esta técnica resalta la euforia y la ilusión del público, ya que se acercaba el momento del evento más esperado del año, capturando así la emoción que rodea a la comunidad de Síclo.

2.2 Dirección de arte

La dirección de arte desempeña un rol fundamental en el lenguaje audiovisual, ya que es clave para construir la atmósfera, reforzar la narrativa, y transmitir emociones de manera efectiva. No solo contribuye a definir la estética visual de un proyecto, sino que también juega un papel esencial en la creación de una identidad visual coherente que atraiga y resuene con la audiencia. Cada elección, desde los colores y las texturas hasta los objetos y el entorno, se diseña para enriquecer la experiencia del espectador y comunicar, de forma sutil o directa, mensajes que complementen el contenido narrativo. La dirección de arte, en su conjunto, es el puente entre la historia y la audiencia, permitiendo que la visión creativa cobre vida en pantalla. (Hernández & Salas, 2021).

En los reels analizados, se observa que los elementos más destacados dentro de este departamento son la línea gráfica de la marca, la selección de locaciones, la utilería y el vestuario. Estos componentes trabajan en conjunto para reforzar la identidad visual y transmitir de manera efectiva el mensaje de la marca, creando una estética coherente que resuena con el público objetivo. Además, buscan evocar diversas emociones, como el compañerismo, la euforia, el afecto, la alegría y la nostalgia, tanto en los miembros de la comunidad de Síclo, como en los asistentes al evento e incluso en los espectadores de los reels.

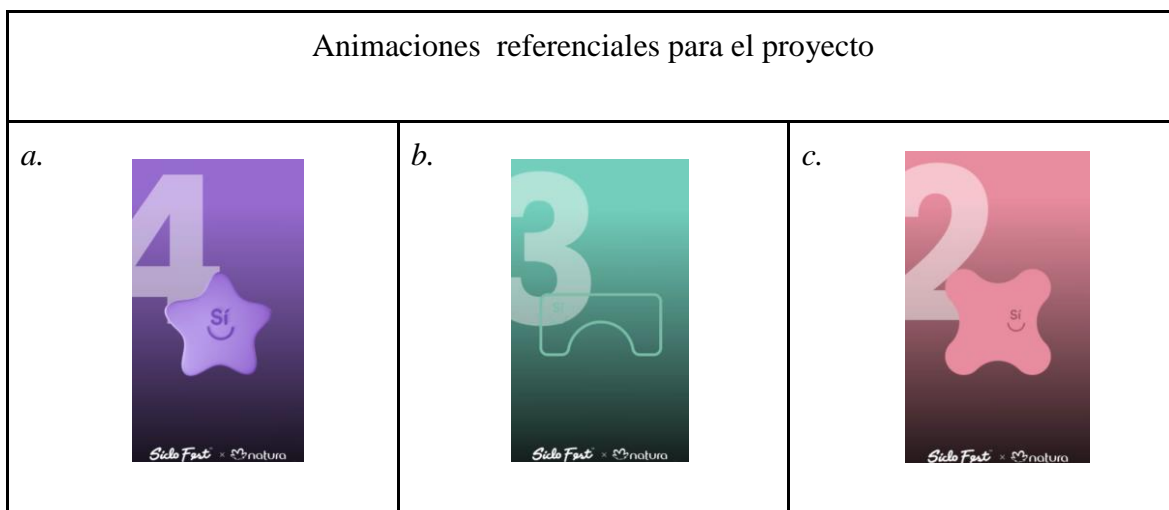
2.2.1. Línea gráfica de Síclo

El manual de marca y la línea gráfica son fundamentales para garantizar consistencia y coherencia en la comunicación visual de una organización (García & López, 2020). La línea gráfica de Síclo destaca por una paleta de colores distintiva, utilizando tonos predominantes como azul, rosado, morado, celeste y verde (Síclo, s.f.). Esta coherencia

visual es evidente en todos los reels analizados, donde la presencia del logo de Síclo en distintas tomas refuerza la identidad de la marca. En el video de animación de la cuenta regresiva a 7 días del evento, esta alineación cromática cobra especial relevancia, utilizando los colores estratégicamente para anticipar y generar expectativa hacia el evento.

Figura 4:

Faltan solo 7 días para el Síclo Fest



a. *Nota.* 7 días para el Síclo Perú por Síclo, 2024. b. *Nota.* 7 días para el Síclo Perú por Síclo, 2024. c. *Nota.* 7 días para el Síclo Perú por Síclo, 2024.

De igual manera, en cada video promocional y de recapitulación del Síclo Fest Perú 2024, el logo de Síclo aparece junto al de Natura, lo que subraya la colaboración y enfatiza el evento de manera visualmente atractiva y consistente. Este uso conjunto de elementos visuales y logotipos refuerza el mensaje de comunidad y pertenencia, destacando la identidad del evento y garantizando que la comunicación visual del Síclo Fest sea impactante y alineada con los valores de la marca.

Además de transmitir emociones de unión y compañerismo, el uso de la línea gráfica de Síclo puede evocar sentimientos de pertenencia, confianza y entusiasmo en su comunidad. La consistencia en los elementos visuales y en la paleta de colores no solo crea una conexión visual, sino también emocional, fortaleciendo la lealtad hacia la marca y generando una sensación de familiaridad y confort. Esto permite que los espectadores no solo se sientan parte de la comunidad, sino que también experimenten motivación y un impulso positivo hacia la participación en los eventos y actividades de Síclo. La alineación gráfica también

contribuye a la percepción de profesionalismo y autenticidad, inspirando respeto y admiración por la identidad de la marca.

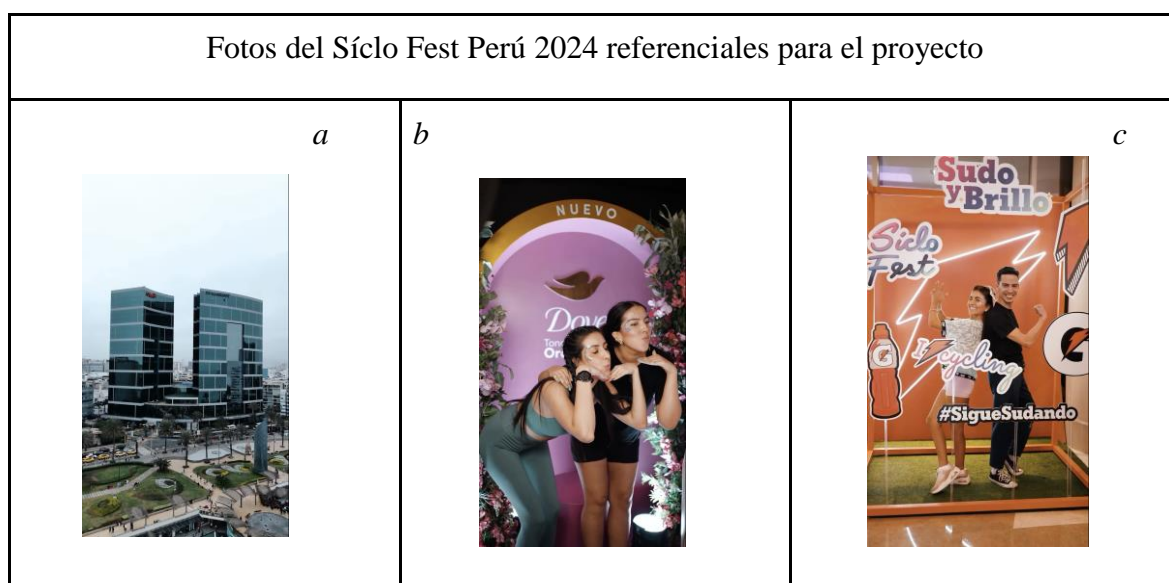
2.2.2. Locación

En los cinco reels analizados, la locación juega un papel crucial, actuando como un personaje secundario. El más destacado es el Hotel Marriott, uno de los hoteles más lujosos de Lima, Perú, que fue el escenario del evento más significativo del año. Esta elección de lugar agrega prestigio y enriquece la experiencia visual, proporcionando al evento una atmósfera sofisticada y profesional. Según señala Pile (2015), “el espacio físico influye directamente en cómo el público percibe y experimenta la historia” (p. 67), y en estos reels, el Hotel Marriott refuerza tanto la identidad de la marca como el carácter exclusivo del evento.

Otra locación importante en los reels de recapitulación son los módulos stand de las marcas patrocinadoras y Síclo, donde se llevaron a cabo actividades adicionales durante las clases. Esto permitió fomentar la cercanía y la interacción entre los asistentes, quienes podían tomarse fotos, ganar premios o realizar compras en el Síclo Fest (Instagram, 2024).

Figura 5:

Gracias a todos los partners por sumarse al Síclo Fest 24 x @natura.peru



a. *Nota.* Gracias a todos los partners por sumarse al Síclo Fest 24 por Síclo Perú, 2024. b. *Nota.* Gracias a todos los partners por sumarse al Síclo Fest 24 por Síclo Perú, 2024. c. *Nota.* Gracias a todos los partners por sumarse al Síclo Fest 24 por Síclo Perú, 2024

2.2.3. Utilería

La utilería es uno de los componentes cruciales dentro de la dirección de arte, ya que los objetos presentes en la puesta en escena ayudan a construir la atmósfera y contribuyen a la narrativa visual. Según Bacher (2013), "cada elemento en una escena, ya sea un mueble o un pequeño detalle, comunica visualmente y ayuda a contar una historia" (p. 45). Este uso de la utilería no solo refuerza el contexto y la época, sino que también contribuye a definir el tono emocional de la producción y a enriquecer la identidad de los personajes.

Dentro de los reels analizados, se evidencia el uso estratégico de la utilería tanto en el reel de promoción del evento como en las recapitulaciones del Sículo Fest 2024. En el reel promocional, donde los coaches se encuentran en el cuarto piso del Hotel Marriott, destaca la presencia de figuras sólidas que representan objetos gráficos de la marca. Estos elementos no solo aportan dinamismo a las interacciones entre los coaches, sino que también transmiten emociones de alegría y nostalgia al público, anticipando el evento más esperado del año para la comunidad.

Figura 6:

Conociendo el nuevo

venue del Sículo Fest Perú

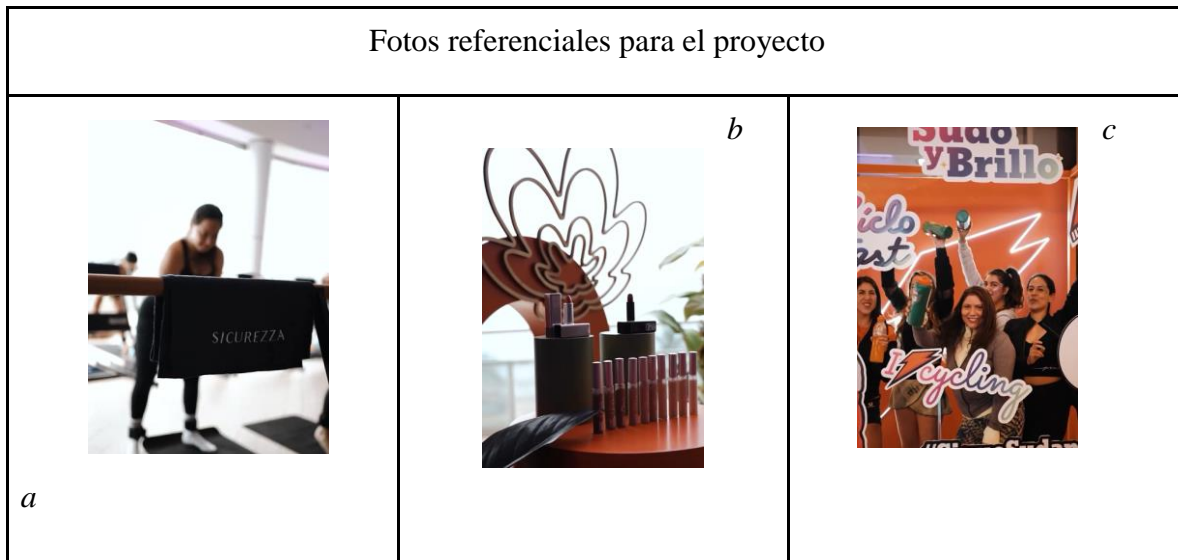


Nota. Tenemos nuevo venue. Sículo. 2024

En los videos de recapitulación, la utilería también cumple un papel fundamental a través de los stands de las diferentes marcas patrocinadoras como Natura, Ford, y Gatorade, entre otras. Estos stands, ubicados estratégicamente dentro de las áreas de clases, ofrecían productos en línea con las actividades, como las sesiones de barre patrocinadas por Sicurezza y las clases de indoor cycling respaldadas por Gatorade. En cada clase, los productos ofrecidos fortalecían la experiencia del evento, generando en el público emociones de euforia, alegría y una profunda sensación de pertenencia a la comunidad de Sículo Perú.

Figura 7:

Gracias a todos los partners por sumarse al Sículo Fest 24 x @natura.peru



a. *Nota.* Gracias a todos los partners por sumarse al Sículo Fest 24 por Sículo Perú, 2024. b. *Nota.* Gracias a todos los partners por sumarse al Sículo Fest 24 por Sículo Perú, 2024. c. *Nota.* Gracias a todos los partners por sumarse al Sículo Fest 24 por Sículo Perú, 2024

Este uso de la utilería como un recurso de dirección de arte ayuda a comunicar visualmente la esencia del evento y refuerza la identidad de marca a través de la interacción física y emocional con los asistentes.

2.2.4. Vestuario

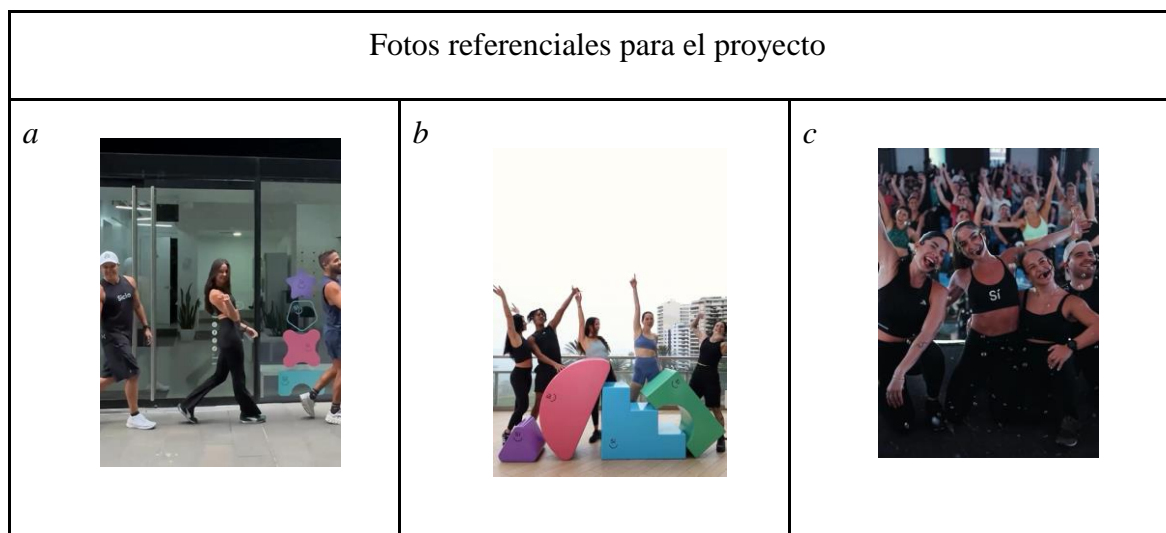
El último componente de la dirección artística encontrado en cuatro de los reels analizados es el vestuario. Este elemento es crucial en la dirección artística porque, como señala Barnwell (2017), “el vestuario no solo define el estilo visual, sino que también actúa como una extensión de los personajes y refuerza el contexto de la narrativa” (p. 98). En los reels de Sículo, se puede evidenciar como algunos de los coaches utilizan polos en los que aparece el logo de la marca, lo cual se alinea con la identidad visual y transmite profesionalismo y pertenencia a la comunidad.

En el video de campaña de intriga, los cuatro coaches visten ropa de entrenamiento en tonos oscuros, con diseños similares tanto para hombres como para mujeres, y en una de las prendas se observa el logo de Sículo. Sin embargo, en el video promocional los coaches también llevan ropa deportiva, aunque esta vez sin el logo de la marca. En los videos de recapitulación, algunos instructores aparecen vistiendo camisetas con el logo de Sículo,

especialmente en las sesiones de indoor cycling, donde la identidad de la marca se hace más visible.

Figura 8:

Los rockstars del Síclo Fest 24 x Natura



a. *Nota.* Llegada de los rockstars al Síclo Fest 24 por Síclo Perú, 2024. b. *Nota.* Nuevo venue del Síclo Fest por Síclo, 2024. c. *Nota.* c. *Nota.* Gracias a todos los partners por sumarse al Síclo Fest 24 por Síclo Perú, 2024

Este uso del vestuario ayuda a transmitir emociones de felicidad, dinamismo y compañerismo hacia los asistentes del evento, ya sea que formen parte de la comunidad de Síclo o que estén descubriendo la marca por primera vez en el evento. La cohesión visual y la elección de los elementos de vestuario refuerzan el sentido de pertenencia y fomentan la conexión entre los participantes.

2.3. Post Producción

La postproducción es la etapa final en el proceso de realización audiovisual, donde se recopila y organiza todo el material para llevar a cabo la edición. Sin embargo, este proceso va mucho más allá de simplemente cortar y unir videos; implica aplicar diversas herramientas para asegurar que el producto final cumpla con los estándares estéticos y técnicos deseados. Aspectos como la estética visual, los encuadres, el color, los audios y otros elementos clave se optimizan y ajustan en esta fase, garantizando un resultado coherente y de alta calidad (Suárez, 2023).

Dentro del lenguaje audiovisual, la postproducción juega un papel crucial en la creación de reels. Esto se debe a la importancia de las herramientas de edición, que no solo

mejoran la calidad visual y ajustan el color, sino que también optimizan el ritmo y añaden efectos o música que enriquecen el contenido. Al dominar estos aspectos, es posible crear reels en Instagram que sean visualmente atractivos, capten la atención de manera efectiva y se destaquen en la plataforma, ofreciendo una experiencia entretenida y memorable para el espectador (Campo Arévalo y Delgado Pineda, 2024).

La postproducción no solo abarca la edición de imágenes, sino que también comprende una serie de procesos técnicos y creativos que, en conjunto, elevan el material audiovisual a un nivel superior. Estos ajustes no solo optimizan la calidad visual, sino que también permiten transmitir emociones, alterar el tiempo y el espacio dentro de la narrativa, y enriquecer la experiencia general del espectador (Princy, 2023).

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, a continuación se analizarán tres componentes clave en la postproducción de los reels del Síclo Fest Perú 2024. Estos componentes son la musicalización, la edición y la animación, los cuales destacan en los videos revisados para este trabajo.

2.3.1. Edición

En uno de los videos de recapitulación se presenta una edición ágil que incluye diversas tomas del evento, abarcando clases de distintas disciplinas, activaciones y los stands de las marcas patrocinadoras. Este video destaca por sus cortes rápidos, con algunas tomas que no superan los 5 segundos. También se incluyen secuencias un poco más largas que permiten apreciar con mayor detalle la puesta en escena, el entorno y los logos de Síclo y las marcas patrocinadoras. Además, el ritmo de la edición se sincroniza a la perfección con la música electrónica del video, realzando la energía del evento. Es importante mencionar que este tipo de edición es no lineal, lo que contribuye a su dinamismo y fluidez (Síclo Perú Instagram, 2024).

Por un lado, el montaje rápido es un elemento fundamental en la edición. Esta técnica se destaca por la sincronización entre la pista musical y la alternancia de las tomas del video, facilitando la creación de conexiones y coherencias temporales entre los planos del reel. De este modo, se logra transmitir el dinamismo del evento, así como la euforia y motivación que Síclo inspira en sus asistentes y en la comunidad (Roncallo & Uribe-Jongbloed, 2017).

Por otro lado, otro elemento relevante es la edición no lineal. Esta técnica ofrece una mayor flexibilidad y control creativo, permitiendo manipular el material audiovisual sin

comprometer su integridad. Facilita la inserción, reordenamiento y modificación de segmentos en cualquier momento durante el proceso de edición. En resumen, la edición no lineal no sigue una secuencia estricta y se apoya en la tecnología digital, lo que la convierte en una herramienta esencial para los editores contemporáneos (Fornaris, 2012). De este modo, se logra transmitir una euforia respecto a lo sucedido en el evento, ya que muchas de las tomas provienen de diferentes momentos y actividades. Además, genera alegría tanto en los espectadores como en la comunidad.

Este trabajo técnico y creativo permite que la visión del editor se exprese a través de una secuencia intencionada de escenas, un ritmo marcado por los encuadres y la fluidez de las imágenes (Velasco, 2011). De este modo, se logran transmitir con precisión las emociones que se desean evocar en el público, haciendo que las tomas ágiles y el ritmo rápido contribuyan a una experiencia envolvente y emocionante. Así, los espectadores de Síclo se sienten como si estuvieran participando en una clase habitual de sus estudios, pero en el contexto vibrante del festival anual más importante.

2.3.2. Musicalización

En el reel promocional del Síclo Fest 2024 se observa un ejemplo de la integración musical, donde los instructores realizan una coreografía mientras se desplazan hacia el lugar del evento. La música de fondo, perteneciente a un popular "trend" de Instagram, acompaña una caminata coreografiada que culmina en un punto específico. Esta melodía, alegre y suave, está diseñada para despertar curiosidad y motivación en los espectadores, anticipando la energía del festival. La música, similar a pistas de pre entrenamiento, crea una atmósfera energizante que refuerza el impacto visual y capta la atención del público. Además, la música es extradiegética, ya que proviene de fuera de la narración y no es percibida por los coaches (Síclo Perú Instagram, 2024).

La musicalización establece una conexión entre imagen y sonido, utilizando melodías, armonías y ritmos que crean una atmósfera capaz de comunicar emociones. En el reel promocional del Síclo Fest 2024, la música extraída de un "trend" popular no solo acompaña a los instructores en su coreografía, sino que potencia la narrativa audiovisual, generando una experiencia inmersiva que anticipa la energía y emoción del festival (Castrillón - Montoya & Ríos-Sosa, 2005).

En el video de recapitulación, la música electrónica y acelerada infunde dinamismo y refleja la intensidad del evento, funcionando como un sonido extradiegético que refuerza el impacto emocional. En este contexto, la musicalización incluye música de stock, lo que permite una combinación creativa que enriquece la experiencia audiovisual y transmite la emoción de compañerismo y unión dentro de la comunidad de Síclo (Vargas, 2023).

El sonido en ambos videos puede ser diegético, como el diálogo de los coaches, o extradiegético, como la música de fondo que no es percibida por los personajes (Bordwell & Thompson, 1995, p. 310). Este enfoque es especialmente relevante en plataformas como Instagram, donde integrar musicalización de manera sencilla potencia el impacto emocional y narrativo de los contenidos, reflejando cómo Síclo utiliza la música para transmitir una euforia compartida en su comunidad (Suarez, 2023).

2.3.3. Animación

En uno de los vídeos analizados se presenta una animación que combina técnicas de 2D y 3D, con un enfoque minimalista y sencillo, creada como parte de la campaña de intriga para el evento. El reel incluye una cuenta regresiva de 7 días antes del lanzamiento, en la que se muestran diversos objetos, textos y números animados que mantienen una coherencia visual con la identidad gráfica de la marca. Además, en la parte inferior del video se destacan los logotipos de Síclo y Natura, su principal patrocinador. (Instagram Síclo, 2024).

Este enfoque minimalista en la animación 3D, presente en el video analizado, se alinea con las propuestas del renombrado animador de videojuegos David O'Reilly, quien sostiene que el estilo visual debe basarse en la coherencia interna. O'Reilly aboga por una estética que realza las características propias de la técnica 3D, evitando ocultarlas o disimularlas. Esta filosofía se manifiesta claramente en el tratamiento de los objetos modelados, donde la simplicidad y autenticidad del diseño toman protagonismo (Viñolo, 2017). De esta manera, se logra transmitir una sensación de alegría y motivación a la comunidad de Síclo, que aguardaba con entusiasmo el evento más importante del año para el centro deportivo.

Figura 9.

Prepárate para un evento lleno de energía, bienestar y sorpresas increíbles.



Nota. Prepárate para el Sículo Fest 2024. Sículo. 2024

Por otro lado, la composición digital permite integrar diversos formatos, como la animación en 2D y 3D, junto con fotografías, ilustraciones y grafismos. En este caso, el reel demuestra la combinación de ambas técnicas, ya que los números que acompañan a los objetos están modelados en 2D (Falcón, 2023). Esta fusión no solo genera dinamismo, sino que también despierta curiosidad y anticipación, intensificando la emoción por lo que sucederá en el día señalado.

Finalmente, el video demuestra de manera efectiva la aplicación de los principios del diseño gráfico, siguiendo rigurosamente las pautas establecidas en el manual de identidad e imagen corporativa. Este manual proporciona directrices claras sobre el uso correcto de la marca en diversas plataformas, como en este caso las redes sociales (Godoy, 2024). La coherencia se refleja en la elección de las tipografías, la modelación de los objetos y números animados, así como en los colores predominantes del evento y la marca. Asimismo, el logotipo se presenta conforme a los parámetros del manual, asegurando una consistencia visual en cada componente. De este modo, se logra transmitir de manera efectiva la emoción de conexión y compañerismo entre la comunidad de Sículo de cara al evento.

2.4 Comparación con otras producciones audiovisuales

Una campaña audiovisual comparable sería la realizada por Sículo México para promover el Sículo Fest, que también empleó animación en su fase previa. Ambas producciones comparten similitudes, como el uso de la animación para generar expectativa y entusiasmo en el público sobre la llegada del evento más importante del año. En ambos casos, el objetivo es transmitir la euforia y alegría ante el inminente festival anual que une a

la comunidad. La principal diferencia radica en la técnica empleada: mientras que la campaña de México utilizó animación 3D, destacando el contorno del texto "Síclo Fest México 2024", el video se caracteriza por un estilo minimalista, en parte debido a la marca patrocinadora, Nike, cuyo logotipo es el único elemento gráfico adicional. Además, en este caso, la música de fondo es una pista motivacional que recuerda a las utilizadas en pre entrenamientos, lo que genera curiosidad y motiva al público a prepararse para el evento. (Síclo, 2023).

Por otro lado, en cuanto a la edición y el ritmo, se observa una clara similitud con un reel de Instagram publicado por la escuela de indoor cycling Boost Studio. En ambos casos, el montaje es rápido y está acompañado de música acelerada, generando una sensación de energía y dinamismo. Se utilizan cortes ágiles y breves, priorizando tomas rápidas y movimientos de cámara acelerados para mantener la intensidad visual en sintonía con la música. Además, en el video de Boost Studio se aprecia una iluminación cálida, lo que refuerza una atmósfera acogedora y vibrante, similar a la de los reels del Síclo Fest. Aunque la recapitulación de Boost Studio se centra en una clase temática de indoor cycling, hay similitudes notables con las producciones del Síclo Fest en cuanto a la preferencia por planos abiertos y detalles de productos promocionados por las marcas patrocinadoras. En el caso de Boost Studio, el producto destacado fue el desodorante femenino "Lady Speed Stick", mientras que en el Síclo Fest se exhibieron productos de varias marcas durante las clases de indoor cycling, subrayando la importancia de las colaboraciones comerciales en la producción audiovisual (Boost Studio, 2024).

En cuanto a la composición de planos y tomas, un reel que promociona una clase de barré en la escuela Espacio Barre presenta una relación directa con este aspecto. En el video se destacan planos abiertos que muestran las posturas características realizadas por las coaches durante la práctica. Aunque se observa un uso predominante de contraluces y clave baja, la similitud con otros videos es la intención de resaltar la disciplina y el compromiso de los instructores, lo que transmite al espectador una sensación de interés por participar en esta actividad. Además, se genera un sentido de conexión y alegría entre los usuarios, ya que ver a sus coaches ejecutando las posturas crea cercanía e incentiva el deseo de unirse a una sesión (Espacio Barre, 2024).

2.5 Oportunidad de mejora

En primer lugar, como oportunidad de mejora, se considera que en los videos de recapitulación podría extenderse la duración de las tomas más cortas. Estas secuencias, al ser tan breves, no permiten que los elementos visuales sean completamente apreciados, lo que puede dejar al espectador con curiosidad sobre quién o qué aparece en el clip. Al aumentar ligeramente la duración de estas tomas, se lograría un equilibrio entre dinamismo y visibilidad, lo cual reforzaría el objetivo de transmitir no solo energía y alegría, sino también una conexión más sólida entre Síclo y su comunidad. De esta manera, la narrativa visual sería más efectiva al crear un vínculo emocional más fuerte con el público.

En segundo lugar, una oportunidad de mejora en la dirección de fotografía sería ajustar los encuadres en el video de los cuatro coaches recorriendo las sedes, de manera que el logo de Síclo se visualice claramente, sin necesidad de pausar el video repetidamente. Esto es crucial, especialmente en la etapa de intriga, para reforzar la identidad visual de la marca y mejorar su reconocimiento entre el público. En el video actual, el logo no se aprecia con claridad en algunas tomas debido a obstáculos como árboles o encuadres que no lo resaltan adecuadamente. Por ello, es importante considerar este ajuste para optimizar la visibilidad del logo y su impacto visual.

En tercer lugar, en relación con la música, para transmitir la emoción de anticipación y euforia en los videos previos al evento, sería beneficioso incorporar pistas similares a las canciones utilizadas durante la etapa de "warm up" en las clases de indoor cycling. Esto no solo generaría un ambiente de dinamismo y alegría, sino que también ayudaría a crear una conexión emocional con el público al anticipar todas las sorpresas del festival más esperado del año. En los videos de recapitulación, las pistas aceleradas logran evocar tanto la emoción como la nostalgia vivida en el Síclo Fest, ya que evocan la misma energía que se siente al final de las clases de indoor cycling. Esta elección musical puede contribuir significativamente a resaltar la experiencia colectiva y el sentido de comunidad que caracteriza estos eventos.

En cuarto lugar, se debería implementar una animación más dinámica. Aunque la estética minimalista logra comunicar la anticipación del evento y mantiene la atención del público con una sensación de euforia y curiosidad sobre lo que podría suceder, se considera que optar por una animación más elaborada transmitiría una gama más amplia de emociones,

como la alegría y la nostalgia asociadas con la llegada de una nueva edición del Síclo Fest. Además, una animación más vibrante generaría un mayor dinamismo en la comunidad de Síclo Perú, fomentando una conexión más profunda y activa entre los asistentes y el evento.

Finalmente, en lo que respecta a la dirección de fotografía, se podrían incorporar variaciones de planos en varios de los videos. También sería recomendable utilizar una iluminación más cálida, lo que contribuiría a transmitir una sensación de felicidad al público tanto en la etapa previa como en la posterior al evento. Este tipo de iluminación puede evocar emociones de alegría y conexión. Además, optar por tomas con cámara fija sería beneficioso, ya que permitiría mantener la atención del público en momentos clave del evento o en elementos importantes a tener en cuenta para el Síclo Fest 2024. Este enfoque no solo mejoraría la calidad visual, sino que también reforzaría la anticipación, euforia y nostalgia entre los espectadores.

4. Capítulo 3: Técnicas y tecnologías audiovisuales e interactivas

La producción audiovisual de los reels varió según las distintas etapas del evento. A lo largo del Sículo Fest 2024, surgieron diversos desafíos que debieron resolverse tanto en la fase previa como posterior al evento. Se reconoce que la producción audiovisual consta de tres etapas: preproducción, producción y postproducción. Según Pyrokar (2020), cada etapa presenta desafíos únicos, desde la planificación y coordinación en la preproducción hasta los ajustes creativos en la postproducción. La atención a estos detalles es crucial para garantizar una producción exitosa y de alta calidad.

Para enfrentar los desafíos que surgen en la producción audiovisual, se pueden emplear diversas técnicas y tecnologías que actúan como apoyo. Estas herramientas son fundamentales para lograr un resultado final sólido y atractivo para el público. La implementación adecuada de estas estrategias puede marcar la diferencia en la calidad y el impacto del proyecto audiovisual. Según Schulz et al. (2021), es esencial adaptarse a los avances tecnológicos que han caracterizado a la industria cinematográfica desde sus inicios. La incorporación de herramientas modernas no solo optimiza la producción, sino que también mejora la experiencia del público.

Por lo tanto, se implementaron diversas técnicas y tecnologías en la producción de los videos para el Sículo Fest Perú 2024. En lo que sigue, se procederá a detallar cuatro de los principales retos que se enfrentaron en las distintas etapas de producción y en los diferentes videos analizados.

3.1 Primer reto: Filmación en tiempo real

El primer reto consistió en filmar videos en tiempo real sin la posibilidad de repetir tomas ni momentos. Esta situación requirió capturar la esencia del evento de manera única y espontánea, lo que exigió una cuidadosa planificación y una rápida capacidad de respuesta.

En esta edición del Sículo Fest, era crucial que los videos de recapitulación resaltaran las principales marcas auspiciadoras y su interacción con los asistentes de diversas maneras. Se necesitaban tomas de los productos utilizados en las clases de indoor cycling, barré y yoga. Además, marcas destacadas como Natura, Ford, Gatorade, Dove y Quererte Sano contaban con sus propios stands interactivos en el cuarto piso del Marriott, por lo que era esencial grabar las actividades y la dinámica que se desarrollaban a lo largo del día en esos

espacios. Es importante mencionar que hubo clases en las que no se contaba con la presencia de productos de estas marcas, lo que añadía un nivel adicional de complejidad a la filmación.

Por otro lado, era fundamental que los reels de recapitulación incluyeran a todos los coaches de cada disciplina en cada una de las clases, así como su interacción durante estas. También era crucial destacar la presencia de celebridades, influencers, actores y figuras públicas vinculadas a la comunidad de Síclo que asistieron al evento. Resaltar cómo muchos de ellos participaron en las clases y su interacción con los productos disponibles en el evento ayudaba a enriquecer la narrativa visual de los reels.

De esta manera, se implementaron diversas técnicas respaldadas por tecnologías innovadoras para abordar estos desafíos y garantizar resultados de alta calidad en los dos reels de recapitulación del Síclo Fest 2024. Estas herramientas permitieron resaltar los momentos más impactantes del evento y crear un contenido atractivo que reflejara la energía y la interacción de todos los participantes.

3.1.1. Técnicas utilizadas

La primera técnica implementada fue el uso de múltiples cámaras. Este método permite capturar diversas perspectivas y garantizar la continuidad visual en la edición (Thompson & Bowen, 2013). Para las clases de indoor cycling, se utilizaron tres cámaras: dos de fotografía y un iPhone 15. En las clases de yoga y barré, se dispuso de un total de dos cámaras para la cobertura. Es importante señalar que las cámaras realizaron un recorrido por el espacio de las clases y se contó con una cámara adicional para indoor cycling. Dado que esta disciplina es la más relevante del evento y de Síclo en general, era crucial capturar diversos momentos a lo largo de los 50 a 60 minutos de cada clase, aprovechando al máximo la amplitud del espacio.

Por otro lado, se contaba con un cronograma detallado que no solo especificaba los horarios y disciplinas de las clases, sino también el line-up de instructores y la asignación de salas, como las destinadas a indoor cycling y yoga. Este desglose fue clave para la producción, ya que permitió organizar de manera eficiente los recursos y el personal para cada actividad o escena (Murch, 2001), proporcionando una visión clara de la planificación del evento. Gracias a esta preparación, se pudo abordar el rodaje de los reels de recapitulación sin contratiempos ni incertidumbres.

3.1.2. Tecnologías utilizadas

La tecnología empleada incluyó cámaras profesionales de fotografía, específicamente modelos de Canon (a validar con Síclo), junto con un iPhone 15, que se utilizó para capturar tomas clave e importantes a lo largo del evento. En total, se dispuso de tres cámaras diferentes para la cobertura de las clases de indoor cycling y dos para las de barré y yoga.

Además, para la edición de video, se utilizó el software CapCut, que permitió unir las tomas y publicarlas en los perfiles de Instagram de Síclo y Síclo Perú. Este software facilitó la incorporación de efectos y transiciones para los reels. Es importante mencionar que la edición se realizó utilizando un iPhone 15, lo que permitió aprovechar al máximo las capacidades de la cámara y las herramientas de edición disponibles en el dispositivo, asegurando que el resultado final capturara la energía y la esencia del evento de manera efectiva.

3.1.3. Comparación con otras producciones audiovisuales

Una de las producciones audiovisuales elegidas como referencia para los reels de recapitulación del Síclo Fest son los videos de resumen de la fiesta de Bresh. Estos videos presentan un contexto comparable al del Síclo Fest, ya que ambos eventos enfrentan el desafío de capturar en tiempo real los momentos más significativos. Un aspecto destacado de Bresh es la presencia de celebridades reconocidas dentro de su comunidad, lo que añade un atractivo especial a cada evento. Originaria de Argentina, esta fiesta se celebra en diversas ciudades del mundo, ampliando su alcance y atrayendo a un público diverso (Calle, 2024).

Además, muchos de los reels de recapitulación de Bresh presentan un ritmo de edición similar al del Síclo Fest, dado que ambos eventos enfatizan la motivación a través de la música. En este sentido, el Síclo Fest incorporó un DJ en vivo que interpretó algunas de las canciones más populares, muchas de las cuales también sonaban en la fiesta de Bresh, creando una experiencia dinámica y energizante para los asistentes (Cocktail, 2024).

Por último, la combinación de un ambiente festivo y la interactividad de los participantes en ambos eventos resalta la importancia de crear contenido audiovisual que no solo informe, sino que también emocione y conecte con la audiencia (Bresh, 2023). Capturar estas interacciones, ya sea a través de la danza, el ejercicio o la participación activa en actividades, permite que los reels de recapitulación no solo sean un reflejo de lo ocurrido,

sino también un vehículo para transmitir la energía y el entusiasmo que caracterizan a eventos como el Síclo Fest y Bresh.

Además, otra de las producciones audiovisuales seleccionadas es el video de resumen del Síclo Fest México, realizado para Nike. En este caso, la similitud con el evento en Perú es notable, ya que también se requería la captura de momentos clave y la participación de invitados destacados que representan a la comunidad de Síclo. Este proyecto no solo se centró en documentar la energía y el ambiente vibrante del festival, sino que también buscó resaltar las historias y experiencias de aquellos que forman parte de esta comunidad apasionada por el indoor cycling (Síclo, 2024). Al igual que en el festival de Perú, el objetivo era crear un contenido que no solo informara, sino que también inspirara y conectara emocionalmente con el público, mostrando la importancia del evento en la promoción de un estilo de vida activo y saludable.

3.1.4. Oportunidad de mejora

Una de las oportunidades de mejora a considerar para el primer reto enfrentado en la producción consiste en desarrollar un guion y un plan de rodaje detallado para los videos. Esto permitiría planificar las tomas, encuadres y otros aspectos técnicos con antelación, asegurando así una ejecución más fluida y efectiva durante el evento. Al contar con una estructura clara, el equipo podría optimizar su tiempo y recursos, lo que facilitaría la captura de momentos clave y mejoraría la calidad general del material audiovisual.

Otra oportunidad de mejora sería realizar ensayos previos o pruebas de grabación antes del evento. Estos ensayos permitirían al equipo familiarizarse con el espacio y las dinámicas de las clases, así como identificar los mejores ángulos y enfoques para las tomas. Además, se podría ajustar el equipo técnico y resolver cualquier problema técnico antes del evento real. Al practicar con antelación, el equipo podría anticipar los desafíos que pudieran surgir y adaptarse mejor a las condiciones del evento, lo que contribuiría a una captura más efectiva y dinámica de los momentos clave durante el festival.

3.2 Segundo reto: Derecho de autor de la música

El segundo desafío que enfrentamos fue la falta de derechos de autor para la música utilizada durante el evento. Tanto en las clases de indoor cycling como en barre, se reproducían canciones populares que, si bien aportaban dinamismo, resultaban costosas de incluir en los videos de recapitulación debido a las restricciones de derechos.

Era esencial, en este contexto, crear un ambiente sonoro que reflejara la experiencia vivida en el festival y conectara profundamente con el público, especialmente con la comunidad de Síclo. Esta conexión emocional era fundamental para fomentar la participación y el entusiasmo de los asistentes. Además, era crucial alinear la selección musical con los valores y principios que representa la marca Síclo, que se centra en la autenticidad, la comunidad y el bienestar.

Para lograrlo, implementamos diversas técnicas que nos permitieron explorar diferentes géneros musicales y crear arreglos que evocaran las pistas que se habían escuchado tanto en el festival como en las clases típicas de indoor cycling. Al priorizar esta disciplina, no solo garantizamos que la música reflejara el espíritu del evento, sino que también subrayamos su importancia dentro del centro deportivo. Esta elección estratégica nos permitió ofrecer una experiencia coherente y emocionante que resonara con los asistentes, transformando cada clase en un viaje sonoro que unía a la comunidad en torno a valores compartidos y recuerdos inolvidables.

3.2.1 Técnicas utilizadas

La primera técnica consistió en buscar músicas alternativas que fueran similares a las utilizadas en las clases en vivo del festival. Para lograrlo, se realizó un análisis exhaustivo de las pistas que resonaban en las sesiones de indoor cycling, buscando melodías y ritmos que no solo capturaran la esencia de las canciones populares, sino que también fueran libres de derechos de autor. El objetivo era mantener un montaje dinámico que preservara la conexión entre el movimiento y la música, lo cual es fundamental para potenciar la experiencia de los participantes y motivarlos durante las actividades. Al optar por música de este tipo, se garantizó que el contenido visual y sonoro pudiera ser utilizado sin preocupaciones legales, lo que permitió una mayor flexibilidad en la edición y en la presentación de los videos de recapitulación (Johnson, 2022). Este enfoque no solo facilitó el cumplimiento de las normativas, sino que también ayudó a crear una atmósfera envolvente y coherente que resonó con la identidad de la comunidad de Síclo.

La segunda técnica implementada fue un proceso de validación con los líderes de Síclo, quienes revisaron las diferentes opciones musicales propuestas para aprobar las canciones que finalmente serían incluidas. Es fundamental involucrar a los líderes en la selección musical, ya que su experiencia y conocimiento de la comunidad ayudan a

garantizar que la música elegida resuene con los valores y la identidad de la marca, además de crear una conexión más profunda con los participantes (Smith, 2023). Este proceso colaborativo no solo fomenta un sentido de pertenencia entre los líderes y el equipo de producción, sino que también fortalece la coherencia del evento al alinear la experiencia musical con la visión del festival.

3.2.2. Tecnologías utilizadas

La primera tecnología implementada fue el software CapCut para la edición e integración de la música en los videos de recapitulación. Las pistas se seleccionaron a través de la librería musical de HookSounds, que ofrece una variedad de opciones libres de derechos, asegurando así que los videos pudieran ser compartidos sin inconvenientes legales. Para la publicación de los videos, se utilizó Instagram, lo que permitió alcanzar a una audiencia más amplia y mantener a la comunidad de Síclo actualizada sobre los eventos.

En cuanto a las coordinaciones y validaciones con los líderes de Síclo, se llevaron a cabo reuniones a través de Zoom para que el equipo revisara y aprobara las canciones seleccionadas para el video. Este proceso fue esencial, ya que su experiencia y conocimiento de la comunidad ayudaron a garantizar que la música resonara con los valores y la identidad de la marca. Además, se mantuvo una comunicación constante mediante WhatsApp para asegurar una coordinación fluida y resolver cualquier inquietud de manera inmediata, lo que facilitó una colaboración efectiva y enriqueció la experiencia general del festival.

3.2.3. Comparación con otras producciones audiovisuales

En el video de recapitulación de Síclo México, se observan similitudes notables en relación con la música utilizada. La pista comienza de manera suave, creando una atmósfera tranquila que captura la atención del espectador; sin embargo, a medida que avanza el video, la música se acelera, generando una sensación de dinamismo y energía (Síclo, 2024). Esta progresión es característica de las pistas empleadas durante el fast jog, que se utiliza como parte final de las clases y en las coreografías de indoor cycling. Además, la música elegida se asemeja a las canciones que suelen sonar en un día típico de clases, reforzando la conexión emocional y la familiaridad para los participantes. Esta coherencia en la selección musical no solo enriquece la experiencia audiovisual, sino que también permite que el público se sienta más inmerso en la esencia del festival, reflejando así la identidad de Síclo de manera efectiva.

Por otro lado, se encuentra presente el video de recapitulación del centro deportivo KO, que también tiene presencia en Perú, México, Colombia y otros países. Esta producción audiovisual se centra en el Wellness Fest, un evento que resalta diversas disciplinas de bienestar. Al comparar ambos videos, se puede notar que la música utilizada en el evento de KO es similar a las pistas de los videos de recapitulación del Síclo Fest Perú 2024, lo que sugiere una tendencia en la selección musical para eventos de fitness (ilivekocolombia, 2024). Aunque en este caso se evidencian otras disciplinas como yoga, boxing y barre, la música mantiene un carácter dinámico y energético. Las melodías aceleradas que acompañan las rutinas transmiten euforia y motivación, lo que es esencial para crear un ambiente de alta energía durante el ejercicio. Esta similitud en la elección musical no solo contribuye a la cohesión de la experiencia del evento, sino que también resalta cómo diferentes centros deportivos pueden captar la atención del público al crear conexiones emocionales a través de la música, elevando así el impacto de sus producciones audiovisuales.

3.2.4. Oportunidad de mejora

Una oportunidad de mejora sería crear una galería de músicas y sonidos libres de derechos de autor, asegurando la inclusión de opciones en tendencia que resuenen con el público objetivo. Esta galería permitiría al equipo de producción acceder fácilmente a pistas que se alineen con la identidad de la marca, aumentando así el impacto y la viralidad de los videos. Además, contar con una biblioteca curada facilitaría la selección musical para futuras ediciones, ahorrando tiempo y recursos en el proceso. Al promover el uso de música libre de derechos, se minimizarían los riesgos legales y se fomentaría una conexión más auténtica con la audiencia, elevando la calidad del contenido compartido.

Otra oportunidad de mejora sería implementar encuestas regulares entre los participantes y líderes de Síclo para recoger feedback sobre las preferencias musicales. Esto no solo permitiría adaptar mejor las selecciones musicales a los gustos del público, sino que también haría que la comunidad se sintiera más involucrada en el proceso creativo.

Además, se podría considerar la creación de un equipo multidisciplinario que incluya a productores, editores de video y expertos en tendencias musicales. Este equipo podría trabajar de manera colaborativa para analizar qué tipos de música y estilos visuales están resonando en plataformas como Instagram y TikTok, asegurando que los videos no solo sean creativos, sino también estratégicos para maximizar su alcance y participación.

3.3 Tercer reto: Talento artístico no profesional

En la producción de uno de los videos promocionales del Síclo Fest, enfrentamos el desafío de no contar con talento artístico profesional, como actores o bailarines, para el reel. Sin embargo, cuatro coaches especializados en indoor cycling y barré asumieron este rol, ejecutando una coreografía que se había vuelto tendencia en Instagram y TikTok. Estos coaches recorrieron las cuatro sedes de Síclo en Lima, bailando al ritmo de la música, hasta llegar al Hotel Marriott, donde se llevó a cabo el evento.

Es importante destacar que para Síclo, como parte de su estrategia de marca, es habitual subir videos a Instagram en los que aparecen coaches de diferentes disciplinas, así como miembros influyentes de su comunidad. En este video en particular, era fundamental que los coaches que participarían en el evento también estuvieran presentes en la promoción, reforzando su papel protagónico.

Además, se buscaba recrear la dinámica y la coordinación características de los videos populares en este trend de Instagram. De esta manera, se lograría conectar con el público antes del evento, generando una sensación de euforia y cercanía entre los alumnos de la comunidad de Síclo. Esto también permitió mostrar la diversidad de disciplinas que Síclo ofrece, como barré y yoga, que han ganado popularidad en los últimos años, dejando claro que no solo se prioriza el indoor cycling.

De este modo, se implementaron técnicas relacionadas con la dirección de actores, así como un mayor número de ensayos para asegurar un resultado óptimo en la coreografía. Además, se llevó a cabo una cuidadosa selección de coaches, priorizando a aquellos con mejor desempeño ante cámaras y mayor capacidad para liderar la coreografía de este video de campaña previo al Síclo Fest 2024.

3.3.1. Técnicas Utilizadas

Una de las primeras técnicas implementadas para enfrentar este desafío fue la dirección de actores frente a cámara, un método que guía las emociones y acciones del intérprete para lograr una actuación convincente y acorde a las necesidades narrativas del medio audiovisual (Smith, 2019). En este caso, se consideró que algunos coaches ya contaban con experiencia frente a la cámara, ya fuera como influencers o en proyectos personales. No obstante, era crucial que los cuatro coaches del video estuvieran

completamente alineados, proyectando el mismo nivel de presencia frente a la cámara. Además, esto aseguraría una uniformidad en la coreografía, clave para el éxito de este video.

Por otro lado, se realizaron ensayos en los días previos a la grabación del video, ya que los ensayos con actores no profesionales son fundamentales para ayudarlos a ganar confianza, dominar la escena y reducir el margen de error durante el rodaje, lo que facilita una interpretación más natural frente a la cámara (Martínez, 2018, p. 112). De esta manera, los coaches pudieron familiarizarse mejor con la coreografía y el ritmo que debían seguir durante la grabación. Así, se esperaba obtener un resultado fluido y coherente, similar a los videos de referencia utilizados para este trend.

Finalmente, se identificó que el casting fue una técnica clave en este proceso. Dado que no contábamos con actores profesionales, fue fundamental seleccionar a los cuatro instructores, quienes desempeñarían un papel esencial en el video. Además, se buscaba evaluar qué coaches mostraban mayor desenvolvimiento frente a las cámaras. El casting de actores no profesionales requiere una atención especial, ya que es vital identificar a personas que puedan aportar autenticidad y conexión emocional al proyecto (López, 2021, p. 54). De esta manera, se aseguraba que los instructores estuvieran alineados con la visión creativa y pudieran transmitir de manera efectiva el mensaje del video.

3.3.2. Tecnologías utilizadas

Para apoyar la técnica de dirección de actores, se utilizó tecnología basada en videos encontrados en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube, especialmente aquellos que seguían el trend de la canción usada en el reel. El equipo involucrado buscó videos de usuarios altamente reconocidos y con gran impacto en estas redes sociales para enseñarles a los coaches. De esta forma, los coaches pudieron familiarizarse con la coreografía y recibir orientación sobre la presencia escénica que debían proyectar frente a la cámara, así como sobre cómo desenvolverse de manera efectiva durante la grabación.

Para llevar a cabo los ensayos con los coaches, se realizaron algunas reuniones a través de Zoom o Google Meet, así como coordinaciones para el rodaje. Además, era esencial mantener una comunicación constante con ellos, dada la diferencia de sus horarios y disponibilidades. Se utilizó WhatsApp para mantenerlos informados y asegurarnos de que todos estuvieran alineados con el cronograma y los objetivos del proyecto.

El casting se llevó a cabo a través de diversas plataformas. En primer lugar, se solicitó a algunos de los coaches que enviaran un video de al menos un minuto a través de WhatsApp, lo que permitía evaluar su desenvolvimiento frente a la cámara. En segundo lugar, en algunos casos, las audiciones se realizaron de manera presencial en la sede de Síclo San Isidro. Para estas audiciones, se utilizó un iPhone 15 montado en un trípode de la marca Joby, lo que permitió grabar las presentaciones y asegurarse de contar con un registro del desempeño de cada coach que podría revisarse posteriormente. De esta forma, se tomó una decisión final sobre qué coaches participarían en el video.

3.3.3. Comparación con otras producciones audiovisuales

Una de las producciones audiovisuales que se asemeja a este video de campaña de promoción es un video de intriga creado por la escuela B-Class, especializada en indoor cycling. En este video, se presenta un afiche publicitario con un código QR ubicado en un poste de luz cerca de una de las sedes del centro deportivo. La intención de esta campaña es que, al pasar un usuario por ese lugar, escanee el código QR y acceda al sitio web de la escuela, donde podrá beneficiarse de una primera clase gratuita (B-Class, 2023). Aunque el contexto de ambas campañas es diferente, comparten similitudes significativas: ambas buscan promocionar el indoor cycling y presentan a miembros de la comunidad de cada escuela en sus videos.

Por otro lado, se destaca un video que promociona paquetes especiales para la temporada de primavera en B-Class, donde hasta cuatro personas pueden inscribirse para disfrutar de clases de indoor cycling (bclassperu, 2023). Una similitud notable con este video de campaña es que las coaches de la escuela se dirigen al local antes de iniciar su clase, lo que se relaciona con la manera en que anticipan la llegada del evento al llegar al Hotel Marriot. Esta conexión refuerza la emoción y la expectativa en torno a la experiencia de las clases, creando un paralelismo efectivo entre ambas promociones.

Finalmente, es crucial destacar las diferencias observadas en el reel del Síclo Fest México de este año. Al ser la sede principal de Síclo, se tomó como referencia implementar una coreografía creada por los coaches en el local donde se llevaría a cabo el evento. Sin embargo, en esta ocasión, el video presenta una cámara fija que captura a varios coaches interactuando con elementos de Síclo en las afueras del local, acompañados de una canción de tendencia popular en Instagram y TikTok. Al final del video, se muestran todas las marcas

colaboradoras, lo que destaca la colaboración y el apoyo en el evento, mientras que el logo de Síclo aparece en la parte posterior, reforzando así la identidad de la marca en esta experiencia (Síclo, 2024).

3.3.4. Oportunidad de mejora

Una de las oportunidades de mejora a considerar es la planificación anticipada de ensayos para los talentos que participarán en el video, especialmente si se trata de personas que no son actores profesionales, como coaches, personal o alumnos destacados de la comunidad de Síclo. Es fundamental comenzar los ensayos con varios meses de anticipación al rodaje, en lugar de solo días, y organizar reuniones regulares para que estén familiarizados con el material y las dinámicas que se grabarán. Esta estrategia no solo les permitirá ganar confianza frente a la cámara, sino que también contribuirá a que el rodaje sea más eficiente y se realice en menos tiempo.

Por otro lado, sería beneficioso contar con una galería de videos de referencia descargados de TikTok. Esto proporcionaría un repertorio más amplio de ejemplos para que los participantes se familiaricen con el estilo y las dinámicas del contenido que se desea crear. Al tener acceso a estas referencias con suficiente anticipación, se podría avanzar más rápidamente en los ensayos y facilitar una mayor familiarización de los talentos involucrados.

Finalmente, otro aspecto a considerar para mejorar el proceso sería implementar los castings de selección de personal en las cuatro sedes de Síclo Perú, con un periodo de anticipación más amplio. Esto permitiría contar con una mayor variedad de opciones y dar la oportunidad al público de ver a sus coaches favoritos participando en los reels o videos publicitarios de las próximas ediciones del evento. De esta manera, se fomentaría una conexión más cercana entre los coaches y la comunidad, lo que podría aumentar el interés y la participación en futuros eventos.

3.4 Cuarto reto: Ajuste del Plan de Rodaje

El último desafío en esta producción consistió en realizar ajustes rápidos y modificaciones durante el rodaje de otro video promocional para el Síclo Fest. Esto se debió a la limitada disponibilidad de tiempo para grabar en el cuarto piso del Hotel Marriot, lo que obligó al equipo a encontrar soluciones eficientes de manera urgente. Además, el horario y el espacio no eran totalmente controlables, lo que redujo aún más el tiempo disponible.

En este video, se pueden ver a cinco de los coaches en el lobby del Hotel Marriot. Al entrar al ascensor, se dirigen al cuarto piso. Una vez allí, se instalan con los objetos de Síclo y algunos de ellos interactúan como si estuvieran dictando una de sus clases, según su disciplina correspondiente. Era crucial capturar diversas tomas en este piso, ya que fue allí donde se llevó a cabo el evento. La interacción de los coaches de tres disciplinas distintas se convirtió en un aspecto central de la grabación, por lo que fue fundamental priorizar las tomas que mostraran cómo interactuaban con los objetos y juguetes de Síclo, resaltando su dinámica y conexión con el evento.

Asimismo, se buscaba priorizar las tomas en el exterior del cuarto piso durante el día, especialmente para las disciplinas de barre y yoga. También era importante grabar escenas que capturaran la interacción de los cinco coaches mientras se instalaban en ese espacio, lo que permitiría mostrar la energía y el entusiasmo que caracterizan a estas disciplinas.

De esta manera, surgieron diversos ajustes dentro de la producción de este video, con el objetivo de lograr un resultado que no solo fuera de calidad, sino que también anticipara al público la importancia de conocer el lugar donde se llevaría a cabo el evento más esperado del año. Además, era fundamental resaltar la presencia de las tres disciplinas, dado que una de las coaches se especializa en barre y yoga, mientras que otra, muy reconocida en la comunidad, imparte las tres disciplinas en Síclo. Esto no solo realza la diversidad del evento, sino que también crea una conexión emocional con los asistentes, subrayando la riqueza de la experiencia que les espera.

3.4.1. Técnicas Utilizadas

Una de las técnicas empleadas fue optimizar el plan de rodaje para hacerlo más eficiente. Esto resultó crucial debido al tiempo limitado otorgado para filmar en el espacio. Según Castillo y Martínez (2017), la reducción de tiempos en el plan de rodaje es una práctica común cuando los permisos de grabación son restringidos, lo que obliga a reajustar la planificación original para priorizar las tomas más importantes o complejas (p. 84). En este caso, se priorizó grabar primero las tomas más amplias en el cuarto piso con los cinco coaches, así como las escenas en las que interactúan con objetos o las instructoras de yoga realizan posturas frente a la cámara. Posteriormente, se dejó para el final la filmación de tomas más detalladas, como cuando los personajes aprietan el botón 4 del ascensor para dirigirse al cuarto piso, y también las tomas en el lobby del hotel.

Otra de las técnicas implementadas fue la opción de utilizar múltiples cámaras. Este tipo de técnica se suele emplear cuando se busca capturar diferentes ángulos de una escena de manera simultánea, optimizando el tiempo de rodaje y garantizando una mayor cobertura visual (González & Pérez, 2019, p. 56). Así se llevó a cabo el rodaje de este video, especialmente en las tomas que mostraban la interacción con todos los coaches, ya que tenían la mayor prioridad. Asimismo, era fundamental contar con tomas de respaldo, dado que Síclo había enfatizado la importancia de capturar la interacción de los coaches en el piso donde se llevaría a cabo el evento.

3.4.2. Tecnologías utilizadas

La tecnología que se implementó para modificar el plan de rodaje fue Excel, que permitió realizar los ajustes de manera eficiente y compartir el documento con el equipo de producción y el staff de Síclo. Además, se utilizó Google Calendar para crear un cronograma que mantuviera al equipo informado sobre el avance del rodaje del reel. El staff de Síclo mantuvo una comunicación fluida con los encargados de la locación a través de WhatsApp y llamadas telefónicas. Por otro lado, la coordinación con los coaches se llevó a cabo mediante reuniones en Zoom y mensajes de WhatsApp, asegurando una alineación constante durante todo el proceso.

La tecnología utilizada para la filmación multicámara incluyó iPhone 15 y cámaras Canon EOS Rebel T7. Se empleó un trípode Roadtrip ajustable de 61 cm a 156 cm para proporcionar soporte a la cámara de video, mientras que el iPhone se montó en un trípode Joby. Esto permitió priorizar las tomas fijas, facilitando la captura del movimiento, la interacción y las posturas de los coaches. Para las tomas en el lobby y el ascensor, se optó por grabar con cámara en mano, siguiendo el recorrido de los coaches. En estas escenas, se utilizó un estabilizador Insta360 para el celular, que contaba con un sistema de 3 ejes y un trípode integrado, asegurando estabilidad y fluidez en las tomas en movimiento.

3.4.3. Comparación con otras producciones audiovisuales

Una producción similar en este caso sería el reel que se elaboró para Síclo España durante el Síclo Fest 2023. En este video, se observa la participación de cuatro coaches en las afueras de la discoteca “Rubicón”, que fue la sede del evento ese año. La filmación captura momentos en los que las coaches interactúan y bailan emocionadamente, lanzando polvos de colores naranjas y amarillos, lo que añade un ambiente vibrante y festivo. Esta

similitud es notable, ya que en ambos proyectos se contó con las mismas coaches de Síclo y se grabó en las afueras del local, así como en las calles circundantes del Barrio de Salamanca, lo que proporciona un contexto visual que resalta la esencia del evento (Síclo, 2023).

Por otro lado, se identifica otra producción audiovisual similar: uno de los reels de la escuela Boost de indoor cycling. La similitud radica en que esta producción también forma parte de una campaña de intriga por el cuarto aniversario de la escuela, al igual que la celebración del cuarto aniversario de Síclo. Sin embargo, la celebración en Boost es notablemente diferente. Un elemento en común es que ambas producciones se graban en la sede principal, donde se lleva a cabo el evento, y en ambas aparece una de las coaches de la escuela. Además, en el reel de Boost se observa la interacción con los afiches que decoran las paredes del local, y al final se presenta un logo animado que refuerza la identidad visual de la marca (Boost Studio, 2024).

3.4.4. Oportunidad de mejora

Como parte de las oportunidades de mejora para este reto, se identifica la necesidad de elaborar un guión y un plan de rodaje para los videos. Esto permitiría planificar las tomas, encuadres y otros aspectos técnicos con anticipación. Además, un guión bien estructurado serviría como una herramienta de apoyo para todos los involucrados en la producción, especialmente para los coaches que protagonizaron el video. Muchos de ellos tienen horarios muy ajustados debido a sus compromisos de enseñanza en diferentes sedes o a largas jornadas laborales. Por lo tanto, contar con un plan claro y cronogramas precisos les permitiría estar orientados y optimizar su tiempo, facilitando la organización de las tomas y asegurando que cada uno pueda contribuir de manera efectiva al proyecto sin interferir en sus otras responsabilidades. Esto no solo mejoraría la eficiencia en el rodaje, sino que también garantizaría una mejor calidad en el producto final.

Asimismo, se sugiere llevar a cabo un scouting técnico de la locación. En este caso, habría sido beneficioso visitar el cuarto piso del Hotel Marriott para familiarizarse con el entorno, lo que facilitaría la identificación de soluciones rápidas durante la grabación. Al conocer mejor el espacio, se podría determinar en qué áreas se pueden realizar tomas más efectivas y cuáles son propicias para un rodaje más ágil o, por el contrario, aquellas que requieren más tiempo y planificación. Además, esta exploración preliminar serviría como apoyo para la creación de un storyboard, permitiendo llegar a la locación con una visión más

clara y recursos visuales bien definidos para el video. Esto no solo optimizaría el proceso de filmación, sino que también contribuiría a una mayor coherencia y calidad en el producto final.

5. Conclusiones

En resumen, este trabajo presenta un análisis detallado de las estrategias audiovisuales empleadas en cinco reels de Instagram del Sículo Fest Perú, abarcando distintas etapas del evento: tres dedicadas a su promoción y dos como recapitulaciones de lo ocurrido. El objetivo principal del evento fue atraer nuevo público, mantener el interés de los asistentes habituales y posicionarse estratégicamente en el sector deportivo en Perú. Gracias a los reels, se logró cumplir con estos objetivos, creando una conexión emocional que trascendió lo superficial, impactando tanto en la percepción del público como en su participación activa en el perfil de Instagram de Sículo.

A nivel macro, es evidente la aplicación del modelo aristotélico tradicional en la narrativa de cada reel, así como elementos del viaje del héroe en las tres etapas del evento. Esta estructura permite captar la atención del espectador y construir una narrativa atractiva y memorable que acompaña cada fase del evento. Con esta estrategia, se logra una progresión narrativa en la que el espectador transita desde la anticipación (intriga), pasa por la emoción del evento en sí (promoción), y finaliza con un cierre emotivo y comunitario (recapitulación).

A nivel micro, los reels de Sículo Fest reflejan la teoría del viaje del héroe, donde los coaches actúan como mentores y los asistentes como héroes en su propio recorrido de superación, con el Hotel Marriott y Lima como personajes secundarios que aportan contexto y ambiente. Sin sonido directo ni diálogo, cada reel se acompaña únicamente de música de fondo, sincronizada con el ritmo de la edición según el momento de la narrativa. Las acciones significativas en cada reel marcan puntos clave del "viaje", reforzando una narrativa de comunidad y pertenencia que permite a la audiencia identificarse y conectarse emocionalmente con la historia del evento.

El lenguaje audiovisual utilizado en los reels de Sículo ha sido eficaz para transmitir emociones como la alegría, el compañerismo y la euforia, gracias a la calidad en la dirección de fotografía, dirección de arte y la postproducción. No obstante, incorporar ciertas oportunidades de mejora podría haber elevado significativamente el impacto visual y emocional, como se pudo apreciar en el caso de México, logrando un producto final más atractivo y conectando de manera más profunda con el público.

Es importante resaltar que, en el lenguaje audiovisual, la animación jugó un rol muy importante. La fusión de la animación con los elementos gráficos y textuales despierta la curiosidad y establece un sentido de conexión entre Sículo y su audiencia. Además, maneja

un enfoque minimalista que destaca la simplicidad y autenticidad. Sin embargo, como oportunidad de mejora para enriquecer la experiencia emocional del usuario, sería beneficioso implementar una animación más dinámica, elaborada y energética que transmita alegría y nostalgia por el Sículo Fest Perú, considerando que el público objetivo está compuesto por personas fitness y activas.

Por otro lado, en cuanto a las técnicas y tecnologías implementadas para superar los desafíos en la producción y postproducción de los reels, se utilizó una combinación de métodos tradicionales y tecnologías contemporáneas en tendencia. Esta estrategia facilitó que el resultado final se alinearé con las expectativas establecidas desde el principio. Aunque existieron oportunidades de mejora, como realizar ensayos previos con actores no profesionales o efectuar un scouting técnico en la locación del evento, es importante resaltar que cada reel cumplió con los objetivos propuestos por el equipo de Sículo.

Finalmente, la campaña del Sículo Fest Perú 2024 puede considerarse un éxito, destacando especialmente en la fase de intriga, ya que logró cumplir los objetivos planteados por la marca Sículo Perú. Entre estos objetivos estaban atraer a un nuevo público, fortalecer la lealtad de los clientes actuales y aumentar la inscripción en las clases regulares. No obstante, existen oportunidades de mejora, particularmente en la fase de preproducción. Resultaría beneficioso contar con un guión técnico más detallado, que incluya planos, audios y tiempos de duración de cada escena, así como un plan de rodaje estructurado que tome en cuenta el tiempo disponible en cada locación y la disponibilidad de los actores. Adicionalmente, un scouting exhaustivo de locaciones permitiría comprender mejor cada espacio y sus limitaciones, mientras que un casting preliminar ayudaría a identificar las fortalezas y áreas de mejora de cada instructor. Estas optimizaciones contribuirían a mejorar significativamente el impacto y la viralidad de la campaña en redes sociales, alineándose de forma más precisa con los objetivos iniciales.

Referencias

1. Adams, M. (2018). *Lighting for film and digital cinema*. Routledge.
2. Adams, R. (2018). *Effective promotional strategies in modern media*. New York, NY: Media Press.
3. Asia Sur. (2024). Sículo Fest 24 x Natura. Sociales. <https://grupoas.com.pe/nota/siclofest24/>
4. Bacher, L. (2013). *Still Moving: The Art of Cinematic Composition*. Oxford University Press.
5. Barnwell, J. (2017). *The fundamentals of costume design*. Bloomsbury Publishing.
6. B-Class.. [@bclassperu]. (2023, 6 de agosto). Sabias que puedes ser feliz pedaleando! Si aún no ruedas con nosotros, te invitamos a tu primera clase... [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cvm8FzFtP8N/?hl=es>
7. B-Class.. [@bclassperu]. (2023, 13 de septiembre). ¡LLEGÓ PRIMAVERA ZERO! Sabias que @bclassperu tiene paquetes especiales para ti y tus amigas?... [Reel]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/CxJyxsQtNvT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
8. Berger, J. (2011). *Ways of Seeing*. Penguin Books.
9. Block, B. (2020). *The Visual Story: Creating the Visual Structure of Film, TV, and Digital Media*. Focal Press.
10. Bonifaz, Z. [@daniel-bonifaz-zegarra]. (2023, 10 de marzo). *Analizando Sículo: El Starbucks del mundo fitness*. [Fotografía]. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/analizando-siculo-el-starbucks-del-mundo-fitness-bonifaz-zegarra/>
11. BOOST | Indoor Cycling Studio. [@booststudiope]. (2024, 1 de marzo). BOOSTERS! Hoy empieza nuestro mes de aniversario #4 ¡4 años imparables de Boost!... [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/C3-s59LJQqA/>
12. BOOST | Indoor Cycling Studio. [@booststudiope]. (2024, 3 de abril). Disfrutamos de unos rides junto a Lady Speed Stick x BOOST... [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/C5USuXbreWE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
13. Bordwell, D., & Thompson, K. (1995). *El arte cinematográfico: una introducción*. Paidós Ibérica.

14. Bordwell, D., & Thompson, K. (2010). *Film Art: An Introduction* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
15. Bordwell, D., & Thompson, K. (2010). *Film art: An introduction* (10th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
16. Bordwell, D., & Thompson, K. (2013). *Film Art: An Introduction*. McGraw-Hill Education.
17. Bordwell, D., & Thompson, K. (2013). *Film Art: An Introduction* (10th ed.). McGraw-Hill.
18. Bordwell, D. (2013). *Narration in the fiction film*. Routledge.
19. Bordwell, D., & Thompson, K. (2016). *Film art: An introduction* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
20. Bordwell, D., & Thompson, K. (2017). *Film Art: An Introduction*. McGraw-Hill Education.
21. Bresh. [@bresh] (2023, diciembre 31). Gracias por este año increíble juntos ☑️🌟Feliz 2024 para todos ☑️ Los amamos con todo el cora... [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/C1inxHpsan7/?hl=es-la>
22. Brown, B. (2016). *Cinematography: Theory and Practice: Image Making for Cinematographers and Directors*. Focal Press.
23. Business Empresarial (2023). Siclo Fest: Más de 1,500 personas participaron de actividades deportivas en el Westin Lima Hotel. *Economía & Negocios*. <https://www.businessempresarial.com.pe/siclo-fest-mas-de-1500-personas-participaron-de-actividades-deportivas-en-el-westin-lima-hotel/>
24. Calle, T. (2024) La magia y colorido de Bresh reúne en su fiesta a la gente común con las celebridades. *Los Angeles Times*. Entretenimiento. <https://www.latimes.com/espanol/entretenimiento/articulo/2024-05-20/la-magia-y-colorido-de-bresh-reune-en-su-fiesta-a-la-gente-comun-con-las-celebridades#:~:text=La%20idea%20de%20esta%20fiesta,ambiente%20que%20rec haze%20la%20discriminaci%C3%B3n>.
25. Campbell, J. (2004). *El héroe de las mil caras*. Fondo de Cultura Económica.
26. Campbell, J. (2008). *The hero with a thousand faces* (3rd ed.). New World Library.
27. Campo Arevalo, M. C., & Delgado Pineda, R. (2024). *Técnicas cinematográficas para hacer reels en Instagram*.

28. Castillo, J., & Martínez, P. (2017). Gestión de tiempos en producción audiovisual: Estrategias para la optimización del rodaje. Ediciones CineArte.
29. Castrillón-Montoya, H., & Ríos-Sosa, J. J. (2005). La composición musical como producto tecnológico. *TecnoLógicas*, (14), 161-174.
30. Chion, M. (1994). *Audio-vision: Sound on screen*. Columbia University Press.
31. Cocktail. (2024). *Síclo Fest 24 x Natura: Un día de salud integral y ritmo en Lima*. Deporte, Entretenimiento, Moda. <https://cocktail.pe/siclo-fest-24-x-natura-un-dia-de-salud-integral-y-ritmo-en-lima/>
32. Díaz López, M. (2022). El reels como recurso audiovisual para la comunicación en redes sociales.
33. Espacio Barre. [@espaciobarreperu] (2024, 1 de septiembre). ¡Finalmente... El team esta completo! ✨👉👉👉... [Vídeo]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/C_YmY5rprAW/
34. Falcón Barrionuevo, J. L., & Poveda Reinoso, C. R. (2013). Desarrollo de un corto animado 2D para aprovechar las técnicas de ilustración y la animación digital para el tema Bullying, enfocada hacia los padres y docentes de la ciudad de Quito (Bachelor's thesis). Universidad de las Américas, Quito.
35. Flores, J. (2022, 25 de marzo). Ciclismo indoor: El deporte de moda en Lima. Conoce sus beneficios en el cuerpo y la mente. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/viu/estar-bien/ciclismo-indoor-cycling-el-deporte-de-moda-en-lima-conoce-sus-beneficios-en-el-cuerpo-y-la-mente-indoor-cycling-siclo-lima-peru-bicicleta-deporte-ejercicios-salud-fisica-salud-mental-bienestar-noticia-noticia/>
36. Fornaris, Y. D. T. (2012). Herramienta para la transmisión de audiovisuales basada en listas de decisión de edición para el Departamento de Señales Digitales.
37. García, M., & López, A. (2020). *Manual de identidad visual y su aplicación en medios audiovisuales*. Editorial Comunicación Visual.
38. Godoy Ruíz, A. G. (2024). Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos que conforman la marca Arcadia Sportswear dirigido a las personas asociadas internamente de la empresa (Doctoral dissertation). Guatemala, Guatemala.
39. González, M., & Pérez, L. (2019). *Técnicas avanzadas de filmación: El uso de multicámaras en producciones audiovisuales*. Editorial CineVisión.

40. Hernández, J., & Salas, M. (2021). El impacto de la dirección de arte en la narrativa audiovisual. Editorial Audiovisual Creativo.
41. Iivekocolombia. [@ilivekocolombia](2024, 2 septiembre). GRACIAS BOGOTÁ □□ Gracias por haber sido parte del WELLNESS+FEST, el primero de muchos que vendrán!... [Vídeo]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/C_bryEapMxW/?utm_source=ig_web_copy_link
42. Johnson, L. (2022). Using royalty-free music in fitness classes. Fitness Music Hub. <https://www.fitnessmusicclub.com/royalty-free-music>
43. Keating, P. (2019). Film and the Cinematic Image: A Critical Introduction. Palgrave Macmillan.
44. Lang, P. (1994). The emotion theory of Cannon-Bard: Emotional experience and physiological responses. *Emotion Review*, 7(2), 123-136
45. López, A. (2021). Casting de actores no profesionales: Enfoques y metodologías en el cine contemporáneo. Editorial CineArte.
46. Martin (2013). El lenguaje del cine. Editorial Gedisa. https://www.google.com.pe/books/edition/El_lenguaje_del_cine/miczEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=tipos%20de%20planos%20cinematograficos%20libro&pg=PA2&printsec=frontcover
47. Martínez, R. (2018). Dirección de actores no profesionales en el cine: Estrategias y técnicas. Editorial Arte y Cine.
48. Martín García, A. (2021). Percepción de los estudiantes del grado de publicidad y RR. PP. Sobre la relación entre marcas e influencers en Instagram.
49. McKee, R. (1997). Story: Substance, structure, style and the principles of screenwriting. HarperCollins.
50. Menduet, A. (2024). Sículo Fest 24 celebró un año más con su comunidad. El Heraldo de México. Tendencias. <https://heraldodemexico.com.mx/tendencias/2024/6/20/siclo-fest-24-celebro-un-año-más-con-su-comunidad-613976.html>
51. Murch, W. (2001). In the Blink of an Eye: A Perspective on Film Editing. Silman-James Press.
52. Pérez, C. (2022). Fiesta sobre la bici: ¿de qué va el deporte que se ha vuelto tendencia en Lima?. El Comercio. <https://elcomercio.pe/somos/estilo/fiesta-sobre-la-bici-de->

- que-va-el-deporte-que-se-causa-sensacion-en-lima-indoor-cycling-deporte-bicicleta-siclo-boost-studio-noticia/
53. Pile, J. (2015). *Designing interior environments*. Laurence King Publishing.
 54. Princy, A. J. (2023, July 3). Recent trends and tools that could swiftly unleash creativity in post production industry. Research Dive. <https://www.researchdive.com/blog/recent-trends-and-tools-that-could-swiftly-unleash-creativity-in-post-production-industry>
 55. Pyrokar, Y. (2020). The three stages of video production. FictionTalk. <https://fictiontalk.com/2020/10/15/the-three-stages-of-video-production/>
 56. Revista J. (2024, 9 de agosto). Síclo Fest 24 x Natura. <https://revistaj.pe/estilo-de-vida/siclo-fest-24-x-natura>
 57. Revista Placeres. (2024). Síclo Fest 24 x Natura: más de 2500 personas contagiaron bienestar y felicidad en Lima. <https://placeres.pe/siclo-fest-24-x-natura-mas-de-2500-personas-contagiaron-bienestar-y-felicidad-en-lima/>
 58. Rivas Paniagua, L. K. (2022). Informe final práctica laboral en el Batallón de Apoyo y Servicio para el Combate N° 4.
 59. Roncallo, S., & Uribe-Jongbloed, E. (2017). La estética de los videoclips: Propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales. <http://hdl.handle.net/20.500.12010/8938>
 60. Salazar Rios, K. (2022). Propuesta de narrativa audiovisual para Reels de viaje en Instagram [Trabajo de grado profesional, Universidad de Antioquia]. Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia.
 61. Schulz, A., Eder, A., Tiberius, V., Casas Solorio, S., Fabro, M., & Brehmer, N. (2021). The Digitalization of Motion Picture Production and Its Value Chain Implications. *Media*, 2(3), 397-416. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2030024>
 62. Sicilia Montoro, S. (2021). Los pet influencers: Los nuevos comunicadores del social media en TikTok y Instagram.
 63. Siclo. (s.f.). *Síclo Estudios*. Recuperado el 28 de agosto del 2024, de <https://www.siclo.com/>
 64. Siclo. (s.f.). *Line up*. Recuperado el 30 de agosto del 2024, de <https://www.siclo.com/siclofest#lineup>
 65. Síclo (s.f.). *Encuentra un estudio cerca de ti*. Recuperado el 28 de agosto de 2024, de <https://reserva.siclo.com/?home-pe=1>

66. Síclo. (s.f.). Kike [Fotografía]. <https://reserva.siclo.com/?home-pe=1>
67. Smith, J. (2019). *Técnicas avanzadas de dirección de actores en el cine y la televisión*. Editorial Cinearte.
68. Smith, J. (2023). The impact of leadership on music selection in fitness events. *Journal of Fitness Management*, 15(2), 45-58. <https://doi.org/10.1234/jfm.2023.5678>
69. Suárez González, K. D. (2023). *Instagram como herramienta de venta para los pequeños emprendimientos en Guayaquil* (Bachelor's thesis).
70. The Michael Group. (2018, October 19). Video post-production – The importance of music. Michael Group Ltd. [https://www.michaelgroupltd.com/blog/the-importance-of-music-in-video-post-production​;contentReference\[oaicite:0\]{index=0}](https://www.michaelgroupltd.com/blog/the-importance-of-music-in-video-post-production​;contentReference[oaicite:0]{index=0})
71. The Westin Lima Hotel & Convention Center. (2024, junio 29). The Westin Lima Hotel celebró el primer Síclo Fest en línea con su pilar de bienestar. Hotevia. <https://hotevia.info/the-westin-lima-hotel-celebro-el-primer-siclo-fest-en-linea-con-su-pilar-de-bienestar/>
72. Thomaz, G. M., Biz, A. A., & Gândara, J. M. G. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales: Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(1), 102-119.
73. Thompson, K., & Bordwell, D. (2020). *Film Art: An Introduction* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
74. Vargas, N. S. (2023). *Análisis de la musicalización audiovisual en las secuencias de la serie Euphoria* (Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/35323>
75. Velasco, R. D. (2011). Teorías sobre montaje audiovisual. *Punto Cero*, 16(22), 69-77. Universidad Católica Boliviana.
76. Viñolo Locubiche, J. S. (2017). *El modelo de producción industrial de animación 3D estadounidense*.
77. Vogler, C. (2007). *The writer's journey: Mythic structure for writers* (3rd ed.). Michael Wiese Productions.
78. Zettl, H. (2013). *Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics*. Cengage Learning.

Anexo(s)

1. Síclo. [@siclo.] (2015, abril 24). Síclo #síclo #proximamente #comingsoon #df... [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/14SdUXHJEA/?hl=es>
2. Síclo. [@siclo.] (2019, octubre 27). Ahora Sí te contamos con mucha emoción que Rodamos a Lima [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/B4JQ0vWFs3E/>
3. Síclo. [@siclo.] (2023, 11 de septiembre). ¡La espera ha terminado! Reserva tu plaza para Síclo Fest Rubicon, Madrid... [Reel]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CxCyubjtIGa>
4. Síclo. [@siclo.] (2024, 19 de mayo). 9 años cambiando la forma de rodar merece un fiestón. SÍCLO FEST 24 X NIKE... [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C7K3H0XNgMg/>
5. Síclo. [@siclo.] (2024, 20 de mayo). Prepara tus alas que el Síclo Fest 24 x Nike está a la vuelta de la esquina y este año... [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/C7NeLrWN-Lx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
6. Síclo. [@siclo.] (2024, 22 de mayo). El Síclo Fest 24 x Nike está a la vuelta de la esquina y tú eres el invitado más especial... [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/C7RqyZaMkYM/>
7. Síclo. [@siclo.] (2024, 9 de junio). Para que te pongas en mood, recordemos los mejores momentos de los Síclo Fests anteriores. ¡Listos para hacer nuevas memorias!... [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C8A94d9NTk9/>
8. Síclo. [@siclo.] (2024, 8 de julio). El Síclo Fest 24 x Nike fue una experiencia difícil de olvidar, aquí un pequeño recap de la energía... [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/C9Lnp0etp86/?igsh=MXNibWNYb2R3bXoxYg%3D%3D>
9. Síclo. [@siclo.] (2024, 11 de julio). ¡Tenemos nuevo venue! SÍCLO FEST PERÚ '24 en el @jwmarriottlima +4 años contagiando felicidad... [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C9Sjh5FpmFm/>

10. Síclo. [@siclo.] (2024, 12 de julio). ☐☐Prepárate para un evento lleno de energía, bienestar y sorpresas increíbles. Te revelamos al owner... [Captura de pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/C9VtSnNRiVW/>
11. Síclo. [@siclo.] (2024, 4 de agosto). ¡A tan solo 7 días! El Síclo Fest '24 x Natura está a la vuelta de la esquina... [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C-RALbss9-P/>
12. Síclo Perú. [@siclo.peru.] (2024, 10 de agosto). ¡Así van llegando los rockstars al Síclo Fest 24 x Natura! ¿Ya estás preparado?... [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C-gbH_Du92z/
13. Síclo Perú. [@siclo.peru.] (2024, 13 de agosto). Y esto fue el Síclo Fest '24 x @natura.peru. ¡GRACIAS a todos los que participaron!... [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C-ny-5GPVTb/>
14. Síclo Perú. [@siclo.peru.] (2024, 14 de agosto). Gracias a todos los partners por sumarse al Síclo Fest 24 x @natura.peru... [Reel]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C-qFRzbO12m/>
15. Síclo. [@siclo.] (2024, 7 de septiembre). ☐☐¡MADRID, la fiesta más esperada ya es una realidad!☐ Te presentamos al owner...¡Síclo Fest 24 x YoPRO!☐... [Reel]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/C_niQbJtXBJ/
16. Síclo Perú. [@siclo.peru.] (2024, 11 de octubre). ¡Seguimos con resaca emocional del Síclo Fest 24 x YoPRO! GRACIAS a ti por hacerlo posible... [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/DA_FuaRN3Z

