



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Elaboración de un video promocional. El fenómeno  
aftermovie como estrategia de marketing para eventos  
musicales en Valencia.

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Postproducción Digital

AUTOR/A: Lozano Bohigues, Maria

Tutor/a: Villar García, Juan José

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

## Resumen

Los *aftermovies* o vídeo resúmenes, se han convertido en la era de la información en un reclamo publicitario y en una forma de vida para todos esos trabajadores y trabajadoras del audiovisual que viven de festival en festival.

El TFM consistirá en la creación de un vídeo profesional para la promoción del ciclo de conciertos La Prèvia Festival. El objetivo es crear un vídeo que acerque al público al festival, genere interés y promueva la asistencia a los conciertos.

En este trabajo también estudiaremos la necesidad de los eventos musicales de adaptarse a los nuevos formatos de promoción, cuáles son sus estrategias comunicativas y si hay agentes externos (marcas, colaboradores...) que influyen en dicha estrategia.

A continuación nos centraremos en las demandas de los promotores culturales respecto al producto final, el *aftermovie*. Exploraremos sus características, ritmos, referencias y evoluciones a lo largo de los últimos cinco años. También trataremos de entender porqué cada vez más artistas y promotores requieren de profesionales del audiovisual para crear sus conceptos de marketing y a la vez reforzar su identidad visual. Finalmente pondremos el foco en la figura del videógrafo de concierto. Haremos una vista atrás para ver el nacimiento de esta figura, la importancia que poco a poco ha ido ganando con la creación masiva de grandes festivales y cuál es su flujo de trabajo.

Respaldaremos las investigaciones en los trabajos profesionales que he realizado para La Prèvia Festival. La conclusión final englobará lo aprendido durante mi experiencia profesional en el mundo *aftermovie* en Valencia junto a las investigaciones sobre el marketing de estos eventos musicales.

**Palabras clave:** Aftermovie; videógrafos; fotógrafos; festivales; publicidad; edición

## **Abstract**

Aftermovies or video summaries have become an advertising claim and a way of life for all those workers of the audiovisual that live from festival to festival.

The TFM will consist of the creation of a professional video to promote the La Prèvia Festival concert series. The objective is to create a video that brings the public closer to the festival, generates interest and promotes attendance at the concerts.

In this work we will also study the need for musical events to adapt to new promotion formats, what their communication strategies are and if there are external agents (brands, collaborators...) that influence said strategy.

Next we will focus on the demands of cultural promoters regarding the final product, the aftermovie. We will explore its characteristics, rhythms, references and evolutions over the last five years. We will also try to understand why more and more artists and promoters require audiovisual professionals to create their marketing concepts and at the same time reinforce their visual identity. Finally we will focus on the figure of the concert videographer. We will take a look back to see the birth of this figure, the importance that little by little it has been gaining with the massive creation of large festivals and what its workflow is.

We will support the research in the professional work that I have done for La Prèvia Festival. The final conclusion will encompass what I learned during my professional experience in the aftermovie world in Valencia along with research on the marketing of these musical events.

**Keywords:** Aftermovie; videographers; photographers; festivals; advertising; edition

## **Agradecimientos**

A Àngel por hacerme tan feliz y ser refugio, abrazo y mi banda sonora favorita.

A mi familia por perdonarme las ausencias y el hacerles padecer cuando viajo sola. A mi madre por mimarme cuando sabe que voy hasta arriba (y el resto del tiempo también). Y a mi padre y a mi tío Urbà porque siempre están para leer todo lo que escribo. Gracias a ellos y a mis personas vitamina por estar cuando soy Lacroniques y más aún cuando soy María.

A mis amigas, que desde un primer momento me acompañaron campo a través en busca de aventuras, de maneras de ver el mundo, de nuevas formas de crear y entender el audiovisual. A todas esas personas que alguna vez vieron algo especial en mis fotos y me dieron una oportunidad, de todas esas tardes de prácticas lo he aprendido todo. A David, por enseñarme a manejar la cámara y tener un flujo de trabajo.

A Iris, Maik, Rafa y Loren por confiar en mí desde el principio y motivarme a seguir creciendo a su lado. Nos queda todo por hacer.

A Mark Dasousa y Meri Bas, por abrirme las puertas de Atomic y hacerme parte de esa gran familia. Trabajar con los grupos ha sido lo más importante de mi carrera. Poder compartir con ellos y con vosotros la ilusión de subir a un escenario me ha dado la confianza y el empuje para poder formarme y saber, a ciencia cierta, que me quiero dedicar a esto.

Y a Patri por ser la voz que necesito en momentos importantes.

No estaría consiguiendo vivir la vida que quiero sin vosotras.

Gracias a todas.

# ÍNDICE

<b>Capítulo 1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
1.1. Motivación:.....	9
1.2. Objetivo Principal:.....	9
1.3. Objetivos Secundarios:.....	10
1.4. Metodología.....	10
<b>Capítulo 2. EL AFTERMOVIE: ANTECEDENTES.....</b>	<b>12</b>
2.1. Los inicios en la década de los 60-70.....	14
2.2. El DVD y el nacimiento del aftermovie para su consumo particular.....	16
2.3. Expansión en redes sociales y plataformas de vídeo.....	18
<b>Capítulo 3. PREPRODUCCIÓN Y PRODUCCIÓN.....</b>	<b>20</b>
3.1. Preproducción.....	20
3.1.1. Documentación y comunicación con la empresa.....	21
3.1.2. Estudio de tendencias e inspiración.....	24
3.1.3. Preparación del equipo.....	26
3.1.4. Prevención de riesgos laborales.....	28
3.1.5. Localización.....	30
3.2. Producción.....	33
<b>Capítulo 4. POSTPRODUCCIÓN.....</b>	<b>37</b>
4.1. Volcado en SSD.....	37
4.2. Creación del proyecto en Premiere Pro.....	38
4.3. Importar.....	39
4.4. Corte y etiquetado.....	41
4.5. Reescalado.....	42
4.6. Localización de secuencias de audio en directo.....	42
4.7. Edición del audio final.....	43
4.8. Montaje y transiciones primarias.....	45
4.9. Aplicación del estilo de color (LUT) y ajuste.....	47
4.10. Transiciones secundarias.....	48
4.11. Subtítulos.....	51
4.12. Exportación.....	53
<b>Capítulo 5. ENTREGA Y SEGUIMIENTO.....</b>	<b>54</b>
5.1. Entrega.....	54
5.2. Seguimiento.....	55
<b>Conclusiones.....</b>	<b>57</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>59</b>
<b>ANEXO I. Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.....</b>	<b>62</b>

# ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tipología de aftermovies de concierto. Fuente: elaboración propia.....	13
Figura 2: Principales listas de reproducción de tendencias virales en Internet. Fuente: Spotify y elaboración propia.....	14
Figura 3: Jimi Hendrix durante su concierto en Woodstock en 1969. Fuente: YouTube.....	16
Figura 4: Aftermovies de los conciertos de Héroes del Silencio y The Rolling Stones en formato VHS. Fuentes: Todocoleccion (Héroes del Silencio) y Etsy (The Rolling Stones).....	17
Figura 5: Tutorial “Video Editing Transitions” de Taylor Cut Films. Fuente: YouTube.....	18
Figura 6: Gráfico lineal del workflow para la preproducción. Fuente: elaboración propia.....	21
Figura 7. Tabla de contenidos a pactar con la empresa durante la preproducción. Fuente: elaboración propia.....	23
Figura 8: Estructura de carpetas en Instagram para el estudio de tendencias. Fuente: elaboración propia.....	24
Figura 9: Interfaz de Flim.ai realizando la búsqueda ‘festivales musicales’. Fuente: elaboración propia.....	25
Figura 10: inventario personal para la gira de conciertos 2024. Fuente: elaboración propia.....	28
Figura 11: Tabla de Condiciones de uso y mantenimiento de Equipos de Prevención Individual (2018) en el que se indica el tiempo máximo de exposición al ruido según sus decibelios. Fuente: Web Selección de EPI del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social ( <a href="https://epiconstruccion.lineaprevencion.com/tipos-de-epi/proteccion-auditiva/condiciones-de-uso-y-mantenimiento-5">https://epiconstruccion.lineaprevencion.com/tipos-de-epi/proteccion-auditiva/condiciones-de-uso-y-mantenimiento-5</a> ).....	30
Figura 12: Hoja de ruta con la comprobación de permisos y accesos en conciertos (concierto falso). Fuente: elaboración propia.....	32
Figura 13: Hoja de ruta con la comprobación de permisos y accesos en festivales (festival falso). Fuente: elaboración propia.....	32
Figura 14: Esquema de producción durante el concierto de Zetak en La Prèvia. Fuente: elaboración propia.....	36
Figura 15: Información sobre el almacenamiento del material rodado. Fuente: elaboración propia.....	37
Figura 16: Creación de la secuencia ‘Zetak’ en Premiere Pro. Fuente: elaboración propia.....	39
Figura 17: Creación de proxies en Premiere Pro. Fuente: elaboración propia.....	40
Figura 18: Almacenamiento de los proxies en la SSD. Fuente: elaboración propia..	40
Figura 19: Creación de proxies en Media Encoder. Fuente: elaboración propia...	41
Figura 20: Esquema del etiquetado de las tomas. Fuente: elaboración propia.....	42
Figura 21: Pistas de vídeo aisladas con audio original del directo. Fuente:	

elaboración propia.....	43
Figura 22: Pistas de vídeo aisladas con el audio final mezclado. Fuente: elaboración propia.....	45
Figura 23: Montaje de la pieza y aplicación de transiciones primarias. Fuente: elaboración propia.....	46
Figura 24: Aplicación del LUT en el proyecto Zetak. Fuente: elaboración propia....	47
Figura 25: Creación de una capa de ajuste para ajustar el LUT en el proyecto Zetak. Fuente: elaboración propia.....	48
Figura 26: Ajuste de transiciones secundarias. Fuente: elaboración propia.....	49
Figura 27: Aplicación de frames en blanco y frames en negro en el proyecto Zetak. Fuente: elaboración propia.....	50
Figura 28: Tipografía Vasca y Quartzo Demo. Fuente: archivo tipográfico propio...	51
Figura 29: Rekalde Taberna. Fuente: camera_phone_lomo ( <a href="https://www.flickr.com/photos/camera_phone_lomo/37348839822/">https://www.flickr.com/photos/camera_phone_lomo/37348839822/</a> ).....	52
Figura 30: Aplicación de subtítulos al proyecto Zetak. Fuente: elaboración propia..	53
Figura 31: beneficios de realizar el envío a través de Myairbridge.com. Fuente: Myairbridge.com y elaboración propia.....	55
Figura 32: Alcance del aftermovie en Instagram. Fuente: elaboración propia.....	56

## Capítulo 1. INTRODUCCIÓN

Algo que se recuerde. Es una frase que tenemos todos en la mente a la hora de editar y, siendo realistas, algo francamente poco probable si tenemos en cuenta la era en la que vivimos. No van a recordar nuestro vídeo, pero tenemos que hacer todo lo posible porque así sea.

Hace nueve años que empecé a hacer fotos con mis amigas, por aquel entonces la gente de mi edad empezó a tener un especial interés por la fotografía, un fenómeno estrechamente ligado a querer destacar en redes sociales, conseguir seguidores, ‘me gustas’... Todo eso nos hacía populares y al mismo tiempo nos daba una vaga sensación de validación externa.

Nueve años después, esas sesiones de fotos con amigas se han convertido en un trabajo estable para mí y para muchas que como yo empezaron a interesarse por el audiovisual viendo grandes trabajos de videógrafas y videógrafos de todo el mundo, que de golpe y porrazo, estaban al alcance de nuestras manos. Esa creatividad que muchas teníamos reservada para los trabajos de clase, algunos certámenes y poco más, de repente tenía un escaparate de escala mundial donde ser expuesta. Qué revolución. Y lo vimos todas: era nuestra oportunidad.

Instagram, hasta ahora la red social con más tráfico en el mundo creativo, empezó siendo un lugar donde subir, de manera casi anecdótica, escenas de la vida cotidiana. Muchas mezclaban eso aparentemente normal con lo artístico a través de la luz, los colores... De la noche a la mañana cualquiera podía editar fotos y postproducir videos de una manera más o menos decente. Las marcas y la publicidad de toda la vida también se subieron al carro, no les quedaba otra, tenían que estar donde estaba todo el mundo: en redes. Ese fenómeno, que empezó como algo extraño a nosotras, con el postureo y todas esas palabras nuevas, lo ha engullido todo. Ha creado nuevos formatos, códigos, tendencias, puestos de trabajo...

El alcance del audiovisual en redes ha hecho que toda persona o empresa local pueda ser, potencialmente, mundialmente conocida. Y eso es precisamente lo que se busca conseguir

muy especialmente con las empresas que vamos a estudiar en este trabajo y que contienen un elemento que mueve a todo bicho viviente: la música.

La industria musical y muy especialmente las promotoras de eventos musicales se han tenido que adaptar vertiginosamente a las nuevas plataformas de creación y difusión de contenidos. La facilidad con la que ahora se consume música a través de las plataformas pudo haber puesto en jaque a todas esas organizadoras de música en vivo, pero sin embargo se han sabido adaptar a las tendencias convirtiendo un peligro en un negocio.

Siguiendo muchas de las directrices de la publicidad tradicional (imagen de marca, logotipos, eslóganes, colores corporativos), las promotoras de eventos musicales han conseguido que cada evento tenga una personalidad, un público potencial, una imagen, y sobre todo, una reputación. Y esa reputación bebe mucho de las sensaciones, de la experiencia del público, de la imagen que se proyecta sobre lo que pasa durante el festival. Ahí es donde entran los fotógrafos y videógrafos de festivales, encargados de plasmar la experiencia y potenciarla. Con la creación de los aftermovies de concierto no se deja nada a la imaginación. Tú sabes quién ha ido al festival, quién ha tocado, qué actividades se han realizado, qué patrocinadores han puesto sus *stands*... Nadie te lo tiene que contar, porque el discurso lo marca el propio festival.

Los aftermovies de concierto se han convertido en un imprescindible para ser más visibles, para destacar dentro de una industria musical competitiva y mordaz. Y ese valor que le puede sumar a una empresa tener una identidad de marca y una buena publicidad no siempre se traduce en lucrarse o hacerse de oro. En muchos casos tener éxito en la respuesta de los consumidores, conseguir *sold out*, solo significa poder sobrevivir.

## **1.1. Motivación:**

Este proyecto que embarcamos surge de Iris y Maik de Pro21 Cultural y su idea de hacer un ciclo de conciertos en Valencia. La Prèvia se ha compuesto de los conciertos de Stay Homas, La Fúmiga, Ginestà, Zetak, Caramelo y Quinto. El navarro Zetak ha sido el único grupo de fuera del circuito de música en valenciano. Los valores principales de este festival han sido la promoción de grupos emergentes, la creación de espacios para la música en valenciano y la hermandad entre el público en esa ‘previa’ que se hace antes de cada concierto.

Mi participación en el proyecto comienza cuando desde la organización, con la que ya había trabajado anteriormente en varios proyectos, me piden que sea la fotógrafa y videógrafa de La Prèvia. El proyecto implica sacar fotografías de cada concierto para tener contenido (para los artistas y las redes del festival) y un video-resumen de cada jornada. En este trabajo nos centraremos en el proceso de producción y postproducción de los aftermovies, el campo en que menos experiencia tenía y que mayores aprendizajes me ha aportado a nivel profesional.

## **1.2. Objetivo Principal:**

El objetivo principal del proyecto es crear un aftermovie que promocioe el concierto de Zetak en la Sala Jerusalem de Valencia, enmarcado dentro del ciclo de conciertos de La Prèvia.

### **1.3. Objetivos Secundarios:**

- Analizar la necesidad de las empresas del sector musical de tener contenido audiovisual para sus redes;
- Detectar las características de los aftermovies de festivales así como sus tendencias este año y aplicarlos a las necesidades del cliente;
- Diseñar un plan de comunicación junto a la empresa en el que se reflejen sus valores y las emociones que quieren transmitir en el vídeo de Zetak;
- Establecer un flujo de trabajo para la producción y postproducción del aftermovie;

### **1.4. Metodología**

La metodología de este trabajo ha estado estructurado en cuatro fases. La primera fase ha sido la documentación. Mediante la escucha del artista que actúa en el ciclo de conciertos de La Prèvia he podido determinar su género musical y las canciones más populares que componen su discografía. En esta línea también he estudiado su comunicación en redes y qué puntos de encuentro puede tener su estrategia con la de La Prèvia.

La segunda fase llega cuando, una vez familiarizada con el grupo y habiendo concertado con La Prèvia la línea del vídeo, me encargo de grabar en directo las canciones en catalán del artista, pues estas son las más reconocidas en Valencia y pueden servir como enlace entre Navarra, lugar de origen de Zetak y la ciudad del Túria.

Con el material rodado, la tercera fase consiste en documentar cada paso de la postproducción para tener constancia de cada paso. Mediante capturas de pantalla de mi proyecto de Premiere Pro he podido explicar todos mis procesos de postproducción y el motivo por el cuál estructuro mi flujo de trabajo.

Finalmente, he puesto el foco en el pasado y presente del mundo aftermovie con el fin de contextualizar mi trabajo en esta realidad cambiante que vivimos las videógrafas y videógrafos a través de las redes sociales.

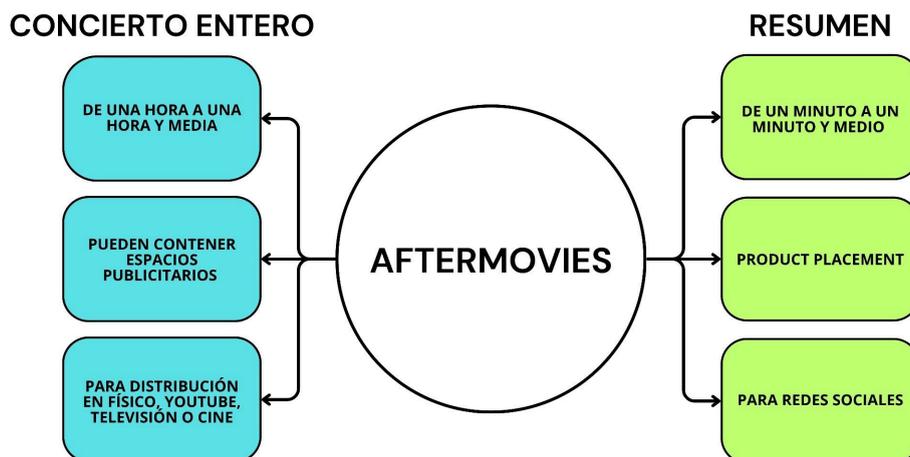
El resultado es un viaje audiovisual por la historia y metodología de la documentación de eventos en vivo.

## Capítulo 2. EL AFTERMOTIE: ANTECEDENTES

Un aftermovie es un vídeo resumen (corto o largo) que se crea después de la celebración de un evento con el fin de capturar y destacar ciertos aspectos del mismo. Recopila los momentos más importantes y memorables y tiene un trasfondo publicitario. Suelen ser producidos en todo tipo de eventos como conciertos, fiestas, eventos gastronómicos, deportivos...

Los **aftermovies de concierto**, tal y como vamos a estudiar en la Figura 1, suelen ser de dos tipos: los aftermovies de concierto entero o los aftermovies de resumen. Los primeros suelen ser lentos, de una hora a una hora y media de duración, suelen llevar cortinillas publicitarias y su distribución va dirigida al producto en físico, YouTube, tele o cine. Los segundos (que realizaremos en este trabajo) suelen rondar el minuto o minuto y medio, tienen ritmos rápidos, la publicidad se presenta en formato product placement (técnica publicitaria que consiste en incluir la imagen de una marca dentro de una escena sin especificar que se trata de un elemento publicitario en el discurso narrativo) y su distribución va dirigida a las redes sociales.

Uno de los elementos principales en este tipo de eventos es que los aftermovies suelen responder a **la norma de las 6W**. Esas 6W en la jerga periodística son esas preguntas que sí o sí debe responder un artículo para que contenga toda la información necesaria: Who (¿quién?), What (¿qué?), Where (¿dónde?), When (¿cuándo?), Why (¿por qué?) y How (¿cómo?).



**Figura 1:** Tipología de aftermovies de concierto. Fuente: elaboración propia.

Respondiendo a estas preguntas el aftermovie se entiende como una pieza informativa y publicitaria que se toma licencias artísticas para potenciar al máximo el efecto visual que da un evento. Se muestra el espacio del evento con su decoración, la asistencia, las actuaciones, las actividades programadas, el espacio de los patrocinadores...

Un elemento característico de los aftermovies de resumen es su ritmo y la música. El **ritmo** suele ir acorde con los tiempos y vibraciones del evento. La elección de una buena **música** es vital para poder llamar la atención de los espectadores y clientes potenciales, es por eso que se usan canciones en tendencia. Estos temas se pueden consultar en las bases de datos de Instagram o TikTok, que recomiendan ya de por sí los temas o los incluyen de manera automática en el fondo de los vídeos. También se pueden consultar, como podemos observar en la Figura 2, en listas de reproducción especializadas como es el caso de *Viral España 2024*, *Los 50 más virales: España* o *TikTok 2024* entre otras.



**Figura 2:** Principales listas de reproducción de tendencias virales en Internet. Fuente: Spotify y elaboración propia.

Gracias a todos estos elementos, que incluyen publicidad, periodismo y cinematografía, los aftermovies de concierto se han convertido en todo un básico de la promoción en la industria musical y forman parte del contenido diario que se vierte en redes sociales. Estos se encargan de capturar las tendencias de la música en vivo y la experiencia de un público que demanda cada vez más festivales (locales, regionales, nacionales e internacionales).

## 2.1. Los inicios en la década de los 60-70

Si buscamos el origen de todo, nos remontamos a la **década de los años 60**, conocida por ser una época de transformación en todo el mundo. La efervescencia de la música y la cultura vino potenciada por la voluntad popular de vivir y olvidar las guerras. También la televisión jugó un papel fundamental en el auge de la música y en su difusión ya que facilitó que muchas bandas de la época pasaran de ser locales a globales. El fenómeno fan se extendió como nunca lo había hecho y al mismo tiempo fomentó la realización de conciertos masivos.

En **Estados Unidos** programas como *Ed Sullivan Show* fueron especialmente relevantes para la generación de la Segunda Guerra Mundial y los ‘baby boomers’ ya que en él actuaron grandes genios de la música como Elvis Presley, The Beatles, The Rolling Stones, Stevie Wonder, Janis Joplin o los Jackson 5. Esta plataforma fue clave para que los espectadores, que disponían de una reducida oferta de canales, fueran incluyendo a estos músicos en la cultura popular y pudiesen conectar con una audiencia masiva.

En **Europa** destacó el programa de la BBC *Top of the Pops* (1964-1990) que popularizó a The Beatles, The Rolling Stones y The Who. Y en **España** por el plató de *Ganas de Sábado* pasaron muchos de los cantantes nacionales de la época como Karina, Marisol, Mocedades, Marifé de Triana, El Dúo Dinámico, Rocío Dúrcal, Lola Flores o Miguel Ríos.

La presencia de la música en la televisión y esa consolidación de los eventos musicales como algo en tendencia, algo deseable, generó una demanda creciente de experiencias en vivo lo cual llevó a un incremento exponencial en la organización de conciertos. Llegados a este punto, **se hizo necesario cubrir periodísticamente los conciertos** porque era allí donde estaba la noticia. La masificación de los conciertos al mismo tiempo sorprendía y generaba más deseo entre los consumidores.

En este punto entraron en escena los **publireportajes**, que no solo promocionaban a ciertos músicos sino que también generaban un impacto en todas esas personas que veían a miles de personas congregadas alrededor de un mismo artista. El fenómeno fan se retransmitía en directo y se retroalimentaba.

Los avances tecnológicos permitieron que muchos promotores pudiesen hacer vídeo resúmenes de los festivales y para su posterior difusión en televisión y radio. Fue el caso del sonado **Woodstock de 1969** donde, según documenta Roam New Roads en su artículo *6 of the most memorable music festivals of the 60s and 70s*, se pudieron rodar los conciertos de grandes hitos de la época como Jimi Hendrix, presente en la Figura 3, Janis Joplin, The Who y esos 500 mil asistentes dándolo todo. Otro hito es el **Live Aid de 1985**, en el que fueron retransmitidas las actuaciones de Queen y U2 por la BBC.



**Figura 3:** Jimi Hendrix durante su concierto en Woodstock en 1969. Fuente: YouTube.

Poco a poco se hizo común que muchos músicos, eclipsados por la idea de querer llegar ese público global que veían en los anglosajones, empezaran a grabar sus conciertos individualmente o a través de contratos con las televisiones. Tenían que mostrar su música y la experiencia de su concierto como un producto deseable.

## **2.2. El DVD y el nacimiento del aftermovie para su consumo particular**

A principios de los **años 80 y con el gran apogeo de los VHS** algunos artistas se lanzaron al mundo aftermovie. Dos de los primeros conciertos en lanzarse en este formato fueron el concierto de Led Zeppelin en el Madison Square Garden, lanzado al cine como *The Song Remains The Same* en 1976 y el concierto de Queen en Montreal en 1981.

Otras bandas punteras en esta tendencia fueron The Rolling Stones con el documental *The*

*Rolling Stones: Let's Spend the Night Together* sobre su gira 'Tattoo You' en 1981, Pink Floyd con *Pink Floyd: The Wall* o Elvis, que publicó en VHS un concierto en Hawaii de 1973 que había sido retransmitido en televisión bajo el nombre *Elvis: Aloha from Hawaii*. En la Figura 4 podemos observar dos de estas grandes ediciones en VHS:



**Figura 4:** Aftermovies de los conciertos de Héroes del Silencio y The Rolling Stones en formato VHS. Fuentes: Todocoleccion (Héroes del Silencio) y Etsy (The Rolling Stones).

En España los primeros en publicar sus aftermovies fueron Mecano con *Mecano en concierto* en 1988, Miguel Bosé, Joan Manuel Serrat o Héroes del Silencio con *Héroes del Silencio: Frankfurt 6.4.1992*.

### 2.3. Expansión en redes sociales y plataformas de vídeo

En la última década las redes y las plataformas de vídeo han hecho que el formato aftermovie se popularice. Promotores y artistas utilizan estas piezas como publicidad a la hora de generar expectativa para sus próximos eventos.

Además, las plataformas han creado un nuevo código de edición de vídeos. La creatividad se ha democratizado a través de los tutoriales y ahora prácticamente todo el mundo que tenga interés por aprender puede montar un proyecto de Premiere Pro o DaVinci y colocar todo tipo de efectos y transiciones profesionales.

En el 2016 se popularizaron mucho en Estados Unidos y en todo el mundo el estilo de edición de vídeos de **Jordan Taylor Wright**, conocido como Taylor Cut Films. Este videógrafo estadounidense creaba magníficos aftermovies de sus viajes en pareja y también creaba tutoriales para enseñar colorimetría, edición, montaje de equipos... En cierto modo con su estilo creó unos códigos muy marcados en internet y efectos que él usaba en 2016 siguen estando en vigor hoy en día. En la Figura 5 vemos uno de sus vídeo tutoriales más populares, *Video editing transitions* en el que explica cómo hace sus transiciones en Premiere Pro.



Figura 5: Tutorial “Video Editing Transitions” de Taylor Cut Films. Fuente: YouTube.

Gracias a su gran éxito en redes sociales Taylor empezó a trabajar como fotógrafo y videógrafo girando para artistas musicales como Usher, Justin Bieber o Jennifer Lopez. Sus vídeos siguen siendo todo un ejemplo para el sector en cuanto a montaje, color y edición de sonido.

Con la creación de contenido en redes y ese afán de los videógrafos por estar en los sitios de moda, muchos festivales como el **Coachella** incentivaron la creación de aftermovies para promocionar ese estilo de vida americano tan estético. Y con la mirada puesta en esa estrategia comunicativa de Coachella la mayoría de festivales empezaron a mostrar una personalidad propia con la que distinguirse.

En la actualidad todos los festivales disponen de una plantilla propia de creadores, fotógrafos y videógrafos que se encargan de dirigir, realizar y postproducción en directo estos aftermovies. Algunos de los creadores más destacados en el ámbito nacional son los gemelos **Sergio y Javier Medina de Twinz**, los chicos de **Kito Visual**, **Lluck Tomàs**, **Nerea Coll**, **Silvia Villar**, **María José Govea** o **Chris Yoder**.

Todo este recorrido y tantas horas consumiendo nuevos formatos ha llevado a que dentro del estilo personal de cada videógrafo haya una especie de libro de estilo imaginario. Este libro, que está cambiando igual de rápido que las tendencias, te obliga a que tengas que estar constantemente conectada pero al mismo tiempo lo hace emocionante ya que es fácil mantener el interés por tu profesión. Los creadores están en un **estado constante de aprendizaje** y eso enriquece la calidad y la creatividad en los aftermovies.

## Capítulo 3. PREPRODUCCIÓN Y PRODUCCIÓN

Los procesos de preproducción y producción son de máxima importancia durante la creación de cualquier pieza audiovisual. Durante la preproducción se realiza toda la idea del proyecto y se organiza cómo se va a reflejar. En la producción se crea el material siguiendo las directrices fijadas dejando también paso a la creatividad. A continuación se detalla el *workflow* habitual y empleado en este caso para la producción audiovisual realizada durante el concierto de Zetak en La Prèvia Festival.

### 3.1. Preproducción

La preproducción consiste en todas aquellas rutinas previas al rodaje en la que organizamos el trabajo y pactamos las características que va a tener. Durante los años he desarrollado una **rutina de trabajo fija** que, sin darme cuenta, se ha convertido en mi rutina habitual de trabajo.

El *workflow*, como observamos en la Figura 6, empieza con la toma de contacto y las reuniones con la empresa contratante. Después llega el estudio de tendencias, la preparación del equipo y la localización.



**Figura 6:** Gráfico lineal del workflow para la preproducción. Fuente: elaboración propia.

### 3.1.1. Documentación y comunicación con la empresa

El primer paso para empezar la pieza audiovisual es la documentación. Personalmente ya conocía el grupo navarro Zetak pero no es hasta este encargo en cuando me adentro en la historia sobre el origen del grupo y ahondo en su discografía al completo. Según explica la AIE (Sociedad de Artistas Intérpretes o Ejecutantes) Zetak es un proyecto electrónico en euskera liderado por el navarro Pello Reparaz a la voz junto a Leire Colmo a la percusión, Iban Larreburu a la batería y Gorka Pastor en los sintetizadores. El grupo, fundado en 2019, surge gracias a la disolución del anterior grupo de Pello, Vendetta, y consigue un gran reconocimiento en los territorios de habla euskera durante la pandemia por el Covid-19 con la canción *Zeinen ederra izango den*. En Valencia y Cataluña la música de Zetak llega por una parte por el interés recíproco que históricamente muestran ambas culturas por la música que se produce en las regiones y por otra parte por las diferentes colaboraciones que hace el artista con Oques Grasses, Sandra Monfort, Xavi Sarrià y Blaumut.

Con el fin de concretar las vías de actuación respecto al aftermovie hago una entrevista con La Prèvia en la que trato ciertos aspectos que tendré en cuenta a la hora de rodar. Con la empresa decido las diferentes tipologías dentro de cada campo para conseguir el producto deseado. Algunos de las opciones que planteo se reflejan en la Figura 7:

<b>Tipo de aftermovie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mantener la emoción arriba</li> <li>-Contar una historia</li> <li>-Captar al cantante y al público cantando a cámara en directo</li> </ul>
<b>Formato</b>	Relación de aspecto para historias (9:16), posts cuadrados (1:1), posts verticales (4:5) o YouTube (16:9)
<b>Estructura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Habla el artista en el discurso inicial</li> <li>-Estructura circular</li> <li>-Orden cronológico</li> </ul>
<b>Utilización de audios del directo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Contacto con el técnico de sonido del concierto para pedir que grabe las voces en off del directo</li> <li>-Enregistrado del sonido ambiente a través de la cámara</li> </ul>
<b>Música</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La música se pone en edición (archivos del artista, grabados del directo o remixes preparados para la ocasión)</li> <li>-El entregable va sin música y se pone una vez vaya a ser distribuido a través de la plataforma para posicionar el vídeo a través del sonido (sonidos en tendencia).</li> </ul>
<b>Valores y línea editorial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Escenas a potenciar</li> <li>-Escenas a evitar</li> </ul>
<b>Gráficos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Enmarcado en plantillas</li> <li>-Uso de logos de marca o institucionales</li> </ul>

<b>Animaciones</b>	Uso de <i>motion graphics</i>
<b>Subtítulos</b>	-Subtitular discursos en directo -Subtitular la letra de las canciones que suenan
<b>Títulos</b>	-Título con palabras clave que puedan posicionar la pieza en redes

**Figura 7.** Tabla de contenidos a pactar con la empresa durante la preproducción. Fuente: elaboración propia.

Después de la reunión de contenidos, acordamos que el aftermovie seguirá las siguientes directrices:

- Tipo de aftermovie: mantener la emoción arriba
- Formato: 9:16
- Estructura: habla el artista en un discurso inicial y después cerramos el vídeo con la emoción arriba
- Utilización del audio del directo: enregistrado del sonido ambiente a través de la cámara
- Música: se pone en edición
- Valores y línea editorial: destacar la presencia del artista en Valencia y el cariño de su público
- Gráficos: logo de La Prèvia
- Animaciones: ajuste de tomas mediante fotogramas clave
- Subtítulos: discursos en directo
- Títulos: sin títulos

Una vez tengo estos puntos claros, o al menos aquellos que impliquen la coordinación con terceras personas (artistas, técnicos de sonido...) pido la hoja de ruta con los horarios a la empresa contratante para organizar el horario de rodaje. Estas **hojas de ruta** (HDR a partir de

ahora), dan información sobre los horarios de montaje, pruebas de sonido, descansos, horario de los conciertos. De este modo sé de cuánto tiempo dispongo en cada bloque para rodar.

### 3.1.2. Estudio de tendencias e inspiración

Una vez hecho el contacto con la empresa y quedan claras algunas vías de actuación llega el momento de ponerse al día. En las redes todo cambia de semana en semana y es preciso tener una constancia a la hora de estar informada sobre las novedades, las tendencias y las nuevas formas de editar que se usan en el mundillo. Esto se consigue con un buen algoritmo de Instagram, TikTok, Pinterest o Behance. Si las plataformas registran que tienes un gran interés por el mundo de la fotografía y el aftermovie te bombardean a contenido sobre videógrafos profesionales recomendando tips, ideas para mejorar tu workflow, nuevos **avances en IA** o en formatos digitales. La comodidad que nos ofrece en este caso plataformas como Instagram, Pinterest o Behance, reside en que permiten **ordenar las referencias por carpetas**, cosa que puede resultar de gran ayuda. En la Figura 8 muestro algunas de las referencias de color i composición que tengo guardadas en mis carpetas de Instagram.

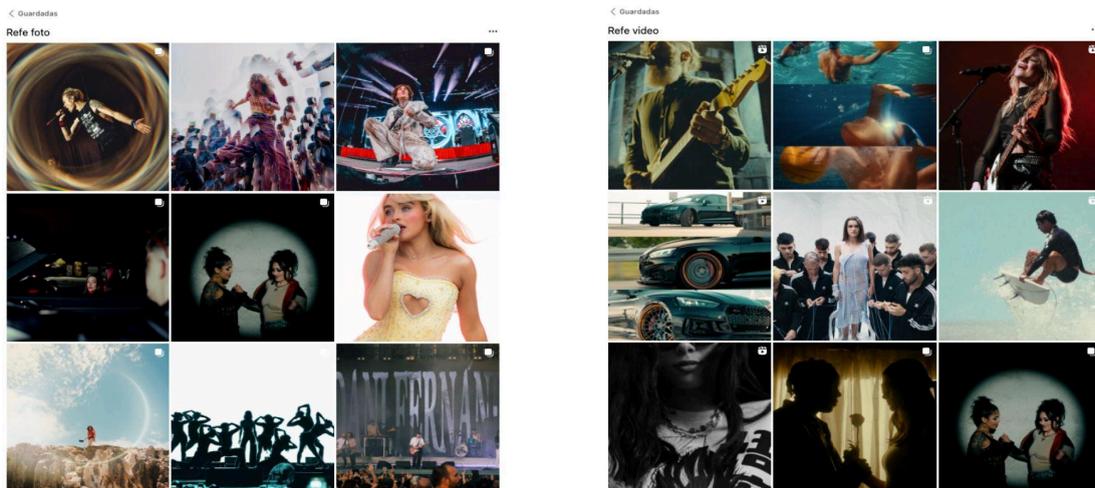
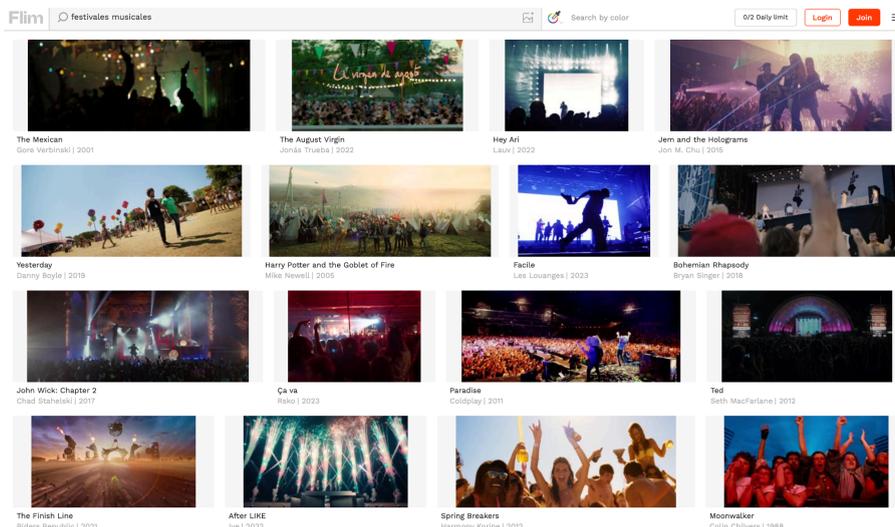


Figura 8: Estructura de carpetas en Instagram para el estudio de tendencias. Fuente: elaboración propia.

También es importante seguir a videógrafos extranjeros y documentarme por otras vías fuera de redes como películas, documentales o videoclips. Tener una mente abierta y analítica cuando se consume contenido es clave para luego tener referencias en la postproducción.

Una de las herramientas más usadas para coger inspiración desde el boom de las IA es **FLIM.AI**. Su interfaz, como podemos comprobar en la Figura 9, permite a los usuarios buscar piezas audiovisuales por palabras clave. Los resultados de la búsqueda son miles de referencias fotográficas y videográficas que te muestran composición, color, postura, efectos... Cualquier materia que busques la IA te lo muestra en cuestión de segundos. Es una forma bastante útil de poder ver referencias de aquellos efectos usados en grandes clásicos del cine o de la música (en los videoclips) sin tener que consumir largometrajes enteros.



**Figura 9:** Interfaz de Flim.ai realizando la búsqueda 'festivales musicales'. Fuente: elaboración propia.

### 3.1.3. Preparación del equipo

El día anterior al concierto se prepara el equipo. Este equipo con los años se va perfilando en función de las necesidades de cada videógrafa. En este caso vamos a llevar a la Sala Jerusalem una Canon R6, una Insta360 y el kit de sonido e iluminación.

**La Canon R6** es una cámara muy versátil a la hora de hacer tomas tanto de día como de noche. Consultando el *Manual de Instrucciones de la Canon EOS R6* comprobamos que gracias a su sensor CMOS de fotograma completo de 20.1 megapíxeles y su procesador DIGIC X se pueden obtener imágenes y vídeos de alta calidad en espacios con poca luz.

También su ISO nativo de 100 a 102.400 y su capacidad de mantener bajos niveles de ruido con ISOS altas es muy útil a la hora de grabar en eventos nocturnos.

Otro punto fuerte es la estabilización que presenta en el cuerpo de 5 ejes y su gran capacidad para hacer tomas sin la necesidad de usar anillos de estabilización, rigs o gimbals.

En cuanto a la calidad de vídeo la R6 graba hasta el 4K 50 fps y en Full HD hasta 120 fps, lo que sumándole la estabilización, podemos conseguir movimientos suaves y de alta resolución. Además graba en Canon Log y HDR PQ, dos formatos esenciales a la hora de trabajar con el color.

En el enfoque, su sistema de seguimiento de ojos, cara y cuerpos en personas y animales garantiza que vamos a tener un vídeo enfocado incluso cuando hay movimiento, cosa que en el caso de los aftermovies de concierto es clave sobre todo para grupos de ciertos géneros musicales o que incorporen un cuerpo de baile o coreografía.

Esta cámara se diferencia de una cámara reflex en que tiene un sensor más grande y mejor capacidad de ISO, cosa que permite trabajar en condiciones de menor iluminación o contrastes de luz producidas por la puesta en escena de los espectáculos. También la ausencia del espejo permite que la cámara sea más compacta y no comprometa la calidad del sensor.

**La INSTA 360 X3** es famosa por su capacidad de capturar imágenes y vídeos en 360 grados con alta calidad. Según la *Insta360 QuickStart Guide* y mi experiencia con el equipo, esta cámara ofrece vídeos hasta 5.7K con colores muy nítidos y también la opción de grabar en LOG para después trabajar con el color. Esta cámara es perfecta para grabar planos generales de los ambientes de los festivales, vista de dron, planos subjetivos de la gente caminando por el festival o disfrutando en grupo...

Su estabilización FlowState utiliza algoritmos avanzados para eliminar vibraciones o movimientos (como el vaivén de cuando el que graba va caminando). Tiene pantalla táctil muy fácil de usar y una aplicación con la que se edita y se controla remotamente la cámara. Su diseño compacto y su reducido tamaño facilita que los videógrafos la puedan llevar encima en cualquier momento para sacar tomas 360.

Con la cámara vienen un sinnúmero de accesorios (que se compran a parte) pero el más popular e imprescindible es el Invisible Stick, un trípode extensible que a través de inteligencia artificial se elimina de las imágenes en 360, por tanto parece que la cámara sea de tipo dron o similar. Esto facilita la toma de imágenes así como la creatividad a la hora de planificar nuevos vídeos.

Otro punto fuerte de la Insta 360 X3 es su ojo de pez capaz de crear un vídeo totalmente esférico y su capacidad de reframe durante la edición. Los editores podemos recortar, aplicar efectos, cambiar la zona que se enfoca, crear movimientos de cámara...

La novedad de este formato de vídeo hace que el algoritmo de las redes sociales y también las personas muestran un gran interés en consumirlo, aumentando su viralidad. Es por eso que es importante tener en cuenta el potencial de esta toma de imágenes y incorporarlo en nuestro workflow.

### 3.1.4. Prevención de riesgos laborales

Tanto si hablamos de la Canon R6 como de la INSTA 360 X3 es importante llevar todo este **material asegurado a todo riesgo** ya que voy a trabajar en lugares con mucha gente desconocida, fosos con gente saltando, espacio reducido... En definitiva, el trabajo implica riesgo de golpe, rotura y robo.

Una de las cosas que más facilita el transporte de estos materiales es la realización de un inventario, presente en la Figura 10, en el que se registren todos los equipos y herramientas. De esta forma dejo constancia de que llevo todo lo necesario y hago un registro de pérdidas.

## INVENTARIO @LACRONIQUES

### GIRA 2024

MATERIAL	CATEGORIA	CANTIDAD	CARGA/VOLCADO
CANON R6 (CUERPO)	FOTO/VIDEO	1	
OBJETIVOS: CANON 24-70 RF 2.8 CANON 70-200 RF 2.8 CANON 16MM FLOJ 2.8	FOTO/VIDEO	1	
TAPAS TRASERAS Y DELANTERAS DE LOS OBJETIVOS+ TAPA FRONTAL CAMARA	FOTO/VIDEO	7	
BATERIAS: CANON X 1 VICTURE X 2 PANTONIA X 1 + CARGADOR CANON (1 PUERTO) Y CARGADOR VICTURE (2 PUERTOS)	FOTO/VIDEO	4	
TARJETAS: SAMSUNG 512 gb evo plus x 2 SANDISK 125 gb ExtremePlus x 5	FOTO/VIDEO	7	
TARJETERO DE EMERGENCIA	FOTO/VIDEO	4	
INSTA 360 CON PROTECTOR DELENTE + STICK INVISIBLE	FOTO/VIDEO	1	
MICRÓFONO VIETA PRO + TRANSMISOR + ADAPTADOR DE JACK	AUDIO	1	
MICRÓFONO DE SOLAPA	AUDIO	1	
PANTALLA LED JUPIO 200A	ILUMINACION	1	
TUBO LED NANLITE RGBWW	ILUMINACION	1	
DISCOS DUROS 1X TOSHIBA EXIT 4 TB 1 X SANDISK SSD 2 TB	VOLCADO	2	
IPAD AIR 64 GB + APPLE PENCIL SEGUNDA GENERACION	VOLCADO	1	
PORTÁTIL HP	VOLCADO	1	
TRIPODE Y MONOPIE	ACCESORIOS	2	
KIT DE LIMPIEZA	ACCESORIOS	1	
CARGADORES: BATERIA CANON 1 PUERTO BATERIA VICTURE 2 PUERTOS 4X TIPO C 1 X USB MICRO B 2 X IPHONE CARGADOR HP 4 X PILAS KODAK AA	ACCESORIOS	11	
CINTA AMERICANA	ACCESORIOS	1	
TAPONES PARA LOS OIDOS	ACCESORIOS	2	

**Figura 10:** inventario personal para la gira de conciertos 2024. Fuente: elaboración propia.

Dentro de la preparación del equipo tengo en cuenta también llevar en el equipaje algunos elementos para la prevención de riesgos laborales como **taponos para los oídos** y un **buen calzado**. El buen calzado evita que se carguen las piernas ya que son muchas horas andando el ancho y largo del recinto.

Los taponos para los oídos son vitales ya que la exposición a altos niveles de ruido es muy elevada.

Según el apartado *Efectos del ruido sobre el rendimiento* del estudio *Elementos básicos de psicología ambiental* realizado este año por la Universitat de Barcelona la exposición al ruido provoca ‘déficit de atención, aumento de la tasa de errores, imprecisión y falta de calidad en las respuestas emitidas, estados generales de ansiedad y sensación global de cansancio’.

Si tenemos en cuenta que los altavoces de los festivales emiten a 100 dB y el umbral del dolor está en los 120 dB las medidas deben ser estrictas a la hora de trabajar. Uno de los efectos más notorios es ese molesto pitido que sentimos en los oídos después de estar en un espacio con volumen elevado.

Las directrices de la Fundación Estatal de Prevención de Riesgos Laborales sobre las condiciones de uso y mantenimiento de equipos de protección individual (Figura 11) indican que **el tiempo máximo al que debemos estar expuestos a los 100 dB son 15 minutos**. Si tenemos en cuenta que un solo concierto dura una hora, cuadruplicamos el tiempo máximo recomendado. Y si el festival, como en la mayoría de casos, de 17h a 3:00, hacemos 32 veces el tiempo máximo recomendado, lo cual afecta gravemente al riesgo de sordera. A todo esto se le suma la proximidad a los altavoces y la emisión se subgraves cuando trabajamos desde el foso.

Según la propia experiencia, la opción más viable son los taponos de cera en invierno y los taponos de silicona en verano, aunque siempre hay que llevar un par o dos de cada por si nos dan problemas debido al calor o otros factores.

EXPOSICIÓN AL RUIDO, $L_{AEQ,T}$	TIEMPO MÁXIMO DE EXPOSICIÓN	NIVEL DE EXPOSICIÓN DIARIO EQUIVALENTE, $L_{AEQ,D}$
85 dB(A)	8 horas	85 dB(A)
88 dB(A)	4 horas	
91 dB(A)	2 horas	
94 dB(A)	1 hora	
97 dB(A)	30 minutos	
100 dB(A)	15 minutos	
103 dB(A)	7,5 minutos	

**Figura 11:** Tabla de Condiciones de uso y mantenimiento de Equipos de Protección Individual (2018) en el que se indica el tiempo máximo de exposición al ruido según sus decibelios. Fuente: Web Selección de EPI del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social (<https://epiconstruccion.lineaprevencion.com/tipos-de-epi/proteccion-auditiva/condiciones-de-uso-y-mantenimiento-5>)

### 3.1.5. Localización

El proceso de localización empieza en el espacio donde se va a celebrar el concierto. Habiendo consultado la HDR, lo más viable es acudir antes de la prueba de sonido para ver las diferentes directrices del directo. Una vez en el sitio sigo una serie de pautas.

El primer paso es **acreditarse**, comprobar las zonas de acceso (backstage, foso, vip, salidas de emergencia, etc.) y encontrar un espacio donde poder instalarme con el equipo. Es vital tener un lugar vigilado y cerrado al público donde poder depositar los equipos, editar, cargar baterías... A ser posible debe ser un sitio con acceso a las diferentes zonas del recinto (especialmente al backstage y escenario principal).

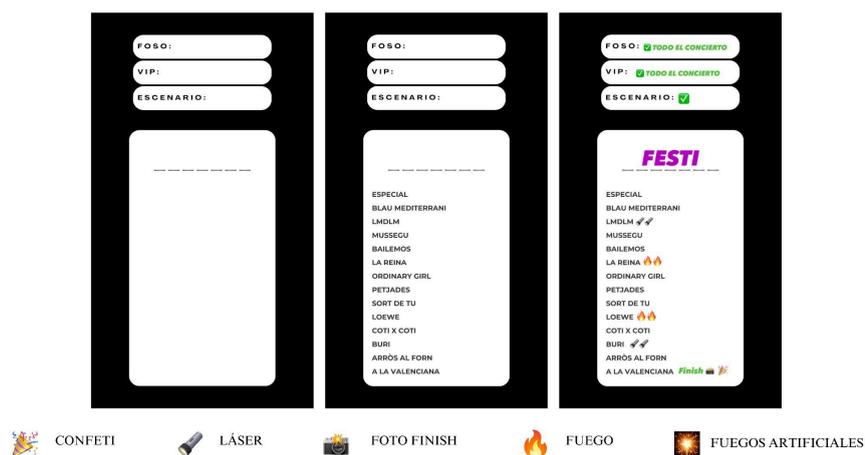
Una vez instalada, me presento al equipo de músicos y al personal de la sala (regidores, seguridad) para poder familiarizarme con el entorno y que me den acceso a las diferentes

zonas. Es en este momento cuando le pido al road manager (persona que gestiona al grupo) o stage manager (persona que gestiona el directo) poder **acceder al escenario** para grabar.

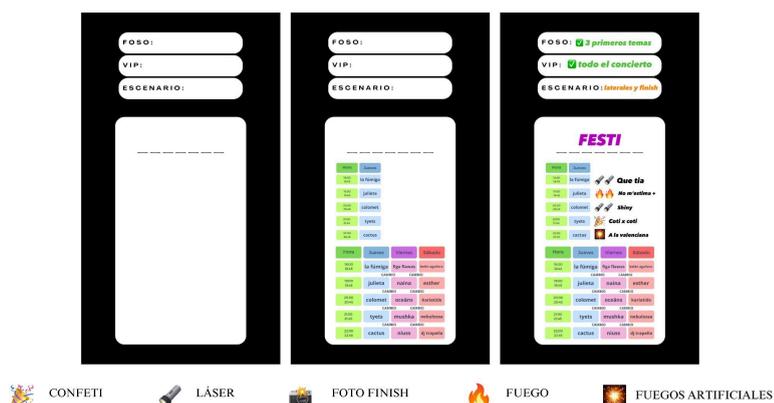
Durante la **prueba de sonido** estoy pendiente de las luces, las canciones, los apuntes que da el técnico de sonido desde la mesa, coreografías (si hay), cambios de instrumento... Una vez concluida la prueba, pido el setlist actualizado con todos los cambios. Esto es importante que se haga después de la prueba pues muchas veces por cambios en los horarios o otros desacoples se pueden sumar, restar o cambiar de orden las canciones. Con el setlist también pregunto si hay eventos especiales durante la actuación como colaboraciones con otros artistas, confeti, fuego, juegos... Esa información también me ayudará a prever en qué momentos es conveniente grabar con la cámara 360.

Terminada la prueba, con los artistas ya en el camerino y con permiso previo, subo al escenario para tener clara la disposición de los instrumentos, plafones, luces, pies de micro, cables... Esto me ayudará a moverme en un futuro junto a los músicos y evitar riesgos. Es en este momento también cuando veo el lugar idóneo para hacer la foto o el vídeo finish, hacer pruebas y pactar el momento en el que se hará con el grupo.

Tal y como se muestra en las Figuras 12 y 13, uno de los trucos que más se usa en el sector para tener toda la información clara es hacer una **hoja de ruta del contenido y ponerlo de fondo de pantalla**. De este modo lo tendremos a la vista y lo podemos consultar en cualquier momento. La plantilla base (elaborada previamente) depende de si se trata de un concierto o un festival. Si se trata de un festival no es usual que las bandas den el setlist al equipo de producción pero si se da el caso se puede pasar de la plantilla general a la de concierto en cualquier momento.



**Figura 12:** Hoja de ruta con la comprobación de permisos y accesos en conciertos (concierto falso). Fuente: elaboración propia.



**Figura 13:** Hoja de ruta con la comprobación de permisos y accesos en festivales (festival falso). Fuente: elaboración propia.

Como podemos comprobar en la Figura 13 y la Figura 14 a la plantilla se le suma una captura del setlist o horario, indicaciones de uso de fuego, confeti, láseres o fuegos artificiales (especificando la canción en el caso de los festivales). También se indica cuándo se va a realizar la foto finish y si hay alguna colaboración con otras artistas.

## 3.2. Producción

Como ya hemos comentado anteriormente, los conciertos se suelen celebrar de noche, cosa que nos condiciona a trabajar en ambientes de poca luz. Para sacar el máximo rendimiento a la R6 utilizo los siguientes ajustes:

- **Grabación en Canon CLog3:** Esta curva gamma logarítmica se desarrolló como una versión avanzada del CLog2, que daba más ruido en la profundidad de las sombras. Grabando con CLog3 no me tendré que enfrentar a tanto ruido en los negros a la hora de editar. Este perfil logarítmico es fundamental para capturar un mayor rango dinámico y corregir más fácilmente el color durante la postproducción. Con CLog3 se preserva la información tanto de las luces como de las sombras, lo cual da una imagen más equilibrada y profesional. Para la configuración del CLog3 consultaremos de nuevo el manual de Canon Europa *Mejora tus proyectos cinematográficos con Canon Log*.
- **Imagen en 4K 50 fps:** Con este formato me aseguro de dar la mayor calidad posible. Capturar cada detalle y movimiento sin ruido hace que el vídeo se perciba como muy profesional. Los 50 fps permiten editar en postproducción el ritmo de los frames sin que la imagen vaya a saltos, me permite hacer cámaras lentas, desaceleraciones... Además capturan los movimientos rápidos del escenario con mayor fluidez.
- **Apertura f/2.8:** Cuanta más luz entre mejor será la regulación de la exposición en ambientes nocturnos. Si tengo ISO's más bajos, menor será el ruido que presentarán las imágenes. Además el 2.8 hace que las áreas del fondo queden más desenfocadas creando un efecto bokeh, todo un plus artístico.
- **Velocidad a 1/100 para 50 fps:** Esta es una regla fundamental en videografía ya que asegura que el movimiento sea natural y esté bien definido. Junto al formato 4K 50 fps hace que todo movimiento se capte a la perfección y no se corte ni a la vista ni a la hora de aplicar efectos en edición.

- **Balance de blancos manual:** Permite ir ajustando el balance en función de los escenarios aunque se suele dejar un balance general para todo el rodaje.
- **Estabilización:** Muy importante tener la estabilización de la lente activada ya que me voy a enfrentar a un ambiente abarrotado de gente que me va a desestabilizar tanto a mí como al equipo.
- **Enfoque automático con seguimiento (AF Servo):** Este ajuste de la R6 hace que el artista esté enfocado en todo momento. Es importante tenerlo activado ya que muchas veces si trabajo desde el escenario el artista se puede acercar a hacer un primerísimo primer plano a la cámara y si la tengo en manual puede que el margen de respuesta sea mínimo y no enfoque la secuencia a tiempo. Además el control del enfoque y los sujetos a través de la pantalla táctil facilita mucho los procesos.
- **Grabación en .MOV:** Formato ampliamente compatible con Premier, DaVinci y los principales softwares de edición profesional. Se trabaja con los archivos a alta resolución y rango dinámico.

En resumen, usando estos ajustes e incorporándolos en el proyecto consigo la mayor calidad, rango dinámico y facilidades a la hora de hacer la postproducción de la pieza.

Una vez puestos los ajustes en nuestra R6, configuro la INSTA360 en 5.7K, perfil logarítmico, modo 360 con stick invisible y ajustes de exposición y apertura automáticos. La ISO y la apertura se pueden modificar en el modo manual pero durante los usos he podido comprobar que al final el automático, por el propio funcionamiento de la cámara, saca mejores resultados ya que se va adaptando a cada escena. También preparo la pantalla led de luz regulable y el micrófono para captar el sonido ambiente.

Una vez configurado el equipo, empieza el concierto y el rodaje. El primer paso es la toma de posiciones, en este caso me sitúo en primer lugar en el foso (si lo hay) o en las primeras filas del concierto (para no tomar una imagen demasiado contrapicada del artista si el foso es estrecho). A partir de este momento sigo el *workflow* de trabajo que detallo en la Figura 14:

<b>Salida del artista (primeras tres canciones)</b>	-Salida del artista de detrás del backstage en plano general
<b>Primeros planos del artista y los músicos</b>	-Primer plano y plano medio del cantante y los músicos con el 24-70mm y el 70-200mm (expresiones faciales, miradas al público)
<b>Discurso del artista para dirigirse a su público</b>	-Plano de composición (pantalla dividida entre el público y el artista) con el 70-200mm  -Captar sonido del discurso  -Captar sonido de gritos generales y aplausos
<b>Primeros planos de los asistentes</b>	-Reacciones del público en primeros planos y planos generales con el 24-70mm (emoción e interacción)  -Captar sonido de gritos generales  -Elementos fan (pancartas, camisetas...)
<b>Planos generales</b>	-Artista desde el final del publico con el 24-70mm y el 16mm fijo  -Escenario y público
<b>Canciones especiales, pogos, y planos generales con la 360</b>	-Vista de dron con el trípode invisible  -Primeros planos del público desde arriba dirigiendo la cámara en diagonal

<b>Composición con el 70-200mm</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mitad de la pantalla con el público y la otra mitad con el artista</li> <li>- Primeros planos del artista desde lejos</li> <li>- El artista entre el público, capturado desde abajo</li> </ul>
<b>Planos de detalle de los músicos</b>	-Primer plano rasgado de guitarra, tocando instrumentos de viento, percusión...
<b>Planos de los técnicos de sonido y equipo de producción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ponen en valor al equipo</li> <li>-Útiles para futuros proyectos</li> </ul>
<b>Vista inversa desde el escenario</b>	- Planos desde arriba del escenario con el artista actuando de cara al público (artista de espaldas a la cámara)
<b>Vídeo final</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Saludo final de los artistas de cara al público</li> <li>-Arriba o abajo del escenario</li> </ul>

**Figura 14:** Esquema de producción durante el concierto de Zetak en La Prèvia. Fuente: elaboración propia.

Una vez hechas todas las tomas, toca guardar el material adecuadamente y hacer una copia de seguridad en una SSD para su postproducción el día siguiente.

## Capítulo 4. POSTPRODUCCIÓN

La postproducción es una etapa clave en el proyecto ya que es cuando vamos a transformar las tomas del rodaje en el trabajo profesional. Este proceso implica una organización y el seguimiento de unas pautas pero al mismo tiempo es un proceso totalmente creativo. Mediante la edición del material lo que se busca es sacar el máximo potencial a las tomas y reflejar aquello que el cliente busca para dar publicidad a su evento.

### 4.1. Volcado en SSD

El primer paso cuando termina el concierto es hacer el volcado del material rodado. Este volcado lo hago en una **SSD** SanDisk para editar desde la misma y hago una copia de seguridad del material en un **Disco Duro externo**, en este caso, en un Toshiba de 4TB.

Haciendo la copia de seguridad me aseguro de tener a salvo el material, libero la tarjeta y me aseguro de trabajar a la máxima velocidad posible con la SSD. En este punto también es importante destacar que al peso total de los archivos le tendré que sumar el almacenamiento de la carpeta de proxies y el proyecto.

En total todos los vídeos enregistrados durante el concierto de Zetak suman los **80,27 GB** tal y como comprobamos en la Figura 15.



**Figura 15:** Información sobre el almacenamiento del material rodado. Fuente: elaboración propia.

## 4.2. Creación del proyecto en Premiere Pro

Inicio la postproducción de la pieza eligiendo el software de edición: Premiere Pro 2024. Elijo **Premiere Pro 2024** sobre todo por la comodidad y la eficacia que presenta este editor. Su interfaz es intuitiva y personalizable, cosa que hace que pueda organizar la pantalla con toda comodidad. También presenta compatibilidad con otros productos de Adobe como **Photoshop** o **Illustrator**, cosa que sirve de gran ayuda en caso de ser necesario algún ajuste extra. También lo elijo por su compatibilidad con todo tipo de formatos de vídeo, imágenes o audio y su gran cartera de plugins y efectos disponibles online. Y por supuesto por sus grandes resultados y el uso popularizado de su software entre los equipos de postproducción de todo el mundo. Además resulta de gran utilidad tener siempre disponibles recursos y formaciones online, como la *Guía del usuario de Adobe Premiere Pro*.

**Para crear el proyecto y empezar la edición, sigo los pasos detallados a continuación y reflejados en la Figura 16:**

1. Abrir Premiere Pro y seleccionar la pestaña de ‘Nuevo Proyecto’
2. Dar nombre al proyecto y elegir su ubicación en la SSD
3. Crear una secuencia nueva en Archivo-Nuevo-Secuencia
4. En la ventana emergente ir al apartado de Configuración y ponerlo en modo ‘Personalizado’
5. Elegir el formato 9:16: 1080 x 1920 px
6. Píxeles cuadrados
7. Campos en modo ‘Progresivo’
8. Frecuencia de muestreo a 48000 Hz
9. 50 fps
10. Codec: H.264
11. Marcar ‘Máxima profundidad de Bit’ y ‘Maxima calidad de renderizado’
12. Nombrar la secuencia como ‘Zetak’

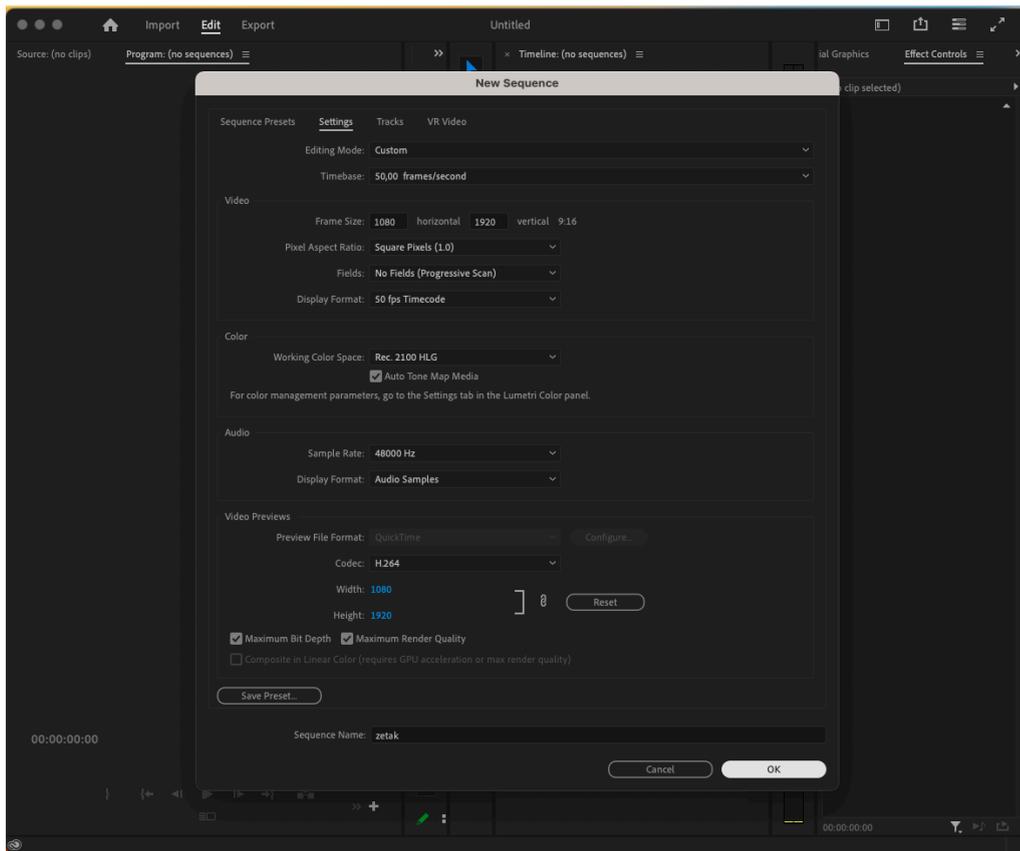


Figura 16: Creación de la secuencia ‘Zetak’ en Premiere Pro. Fuente: elaboración propia.

### 4.3. Importar

Una vez tengo la secuencia creada ya puedo empezar a trabajar. En este punto importo el material a la línea de tiempo y creo los *proxies*. Los *proxies* son versiones de un mismo vídeo de menor resolución que el vídeo original. Con los *proxies*, sobre todo cuando trabajo con archivos de alta resolución, puedo editar los vídeos con mayor fluidez y sin sobrecargar tanto el hardware del ordenador.

Para crear los *proxies* selecciono todos los archivos importados. A continuación, como se ilustra en la Figura 17: botón derecho-*proxies*-crear *proxies*. Es importante recalcar que estos *proxies* se crean desde **Adobe Media Encoder** y por lo tanto lo tengo que tener instalado previamente. En la ventana de creación de *proxies* el programa nos permite elegir en qué carpeta los vamos a almacenar. Este paso, visible en la Figura 18, tiene una gran relevancia

puesto que dependiendo de dónde los almacenemos luego tendrán una mayor o menor velocidad de procesamiento. Para este proyecto los almacenaremos en la SSD para obtener la mayor velocidad de procesado.

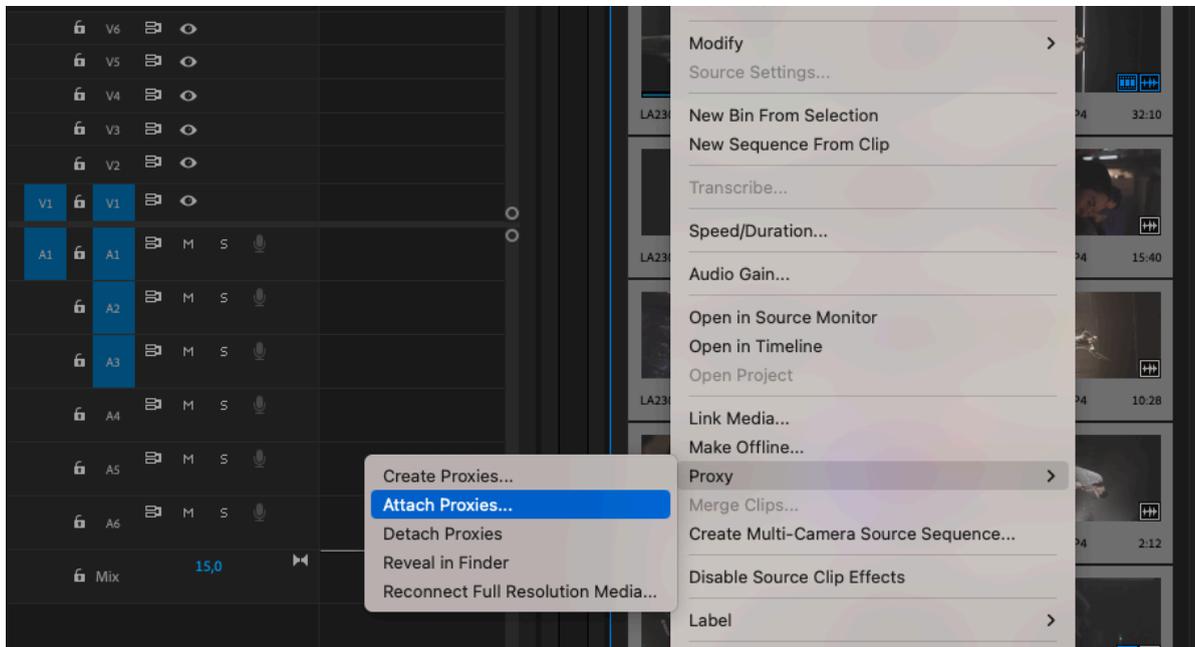


Figura 17: Creación de *proxies* en Premiere Pro. Fuente: elaboración propia.

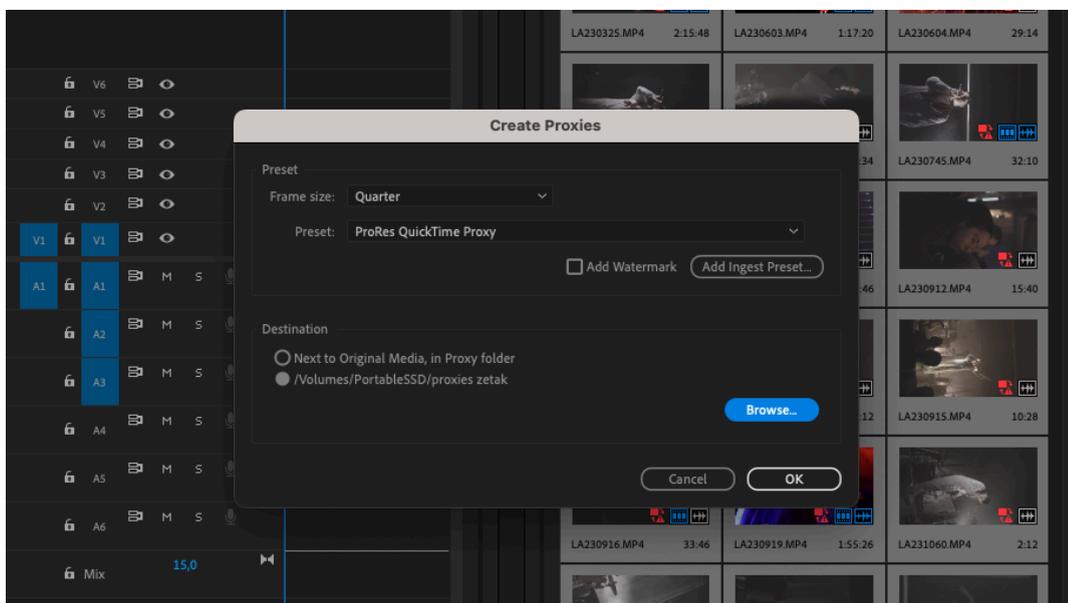
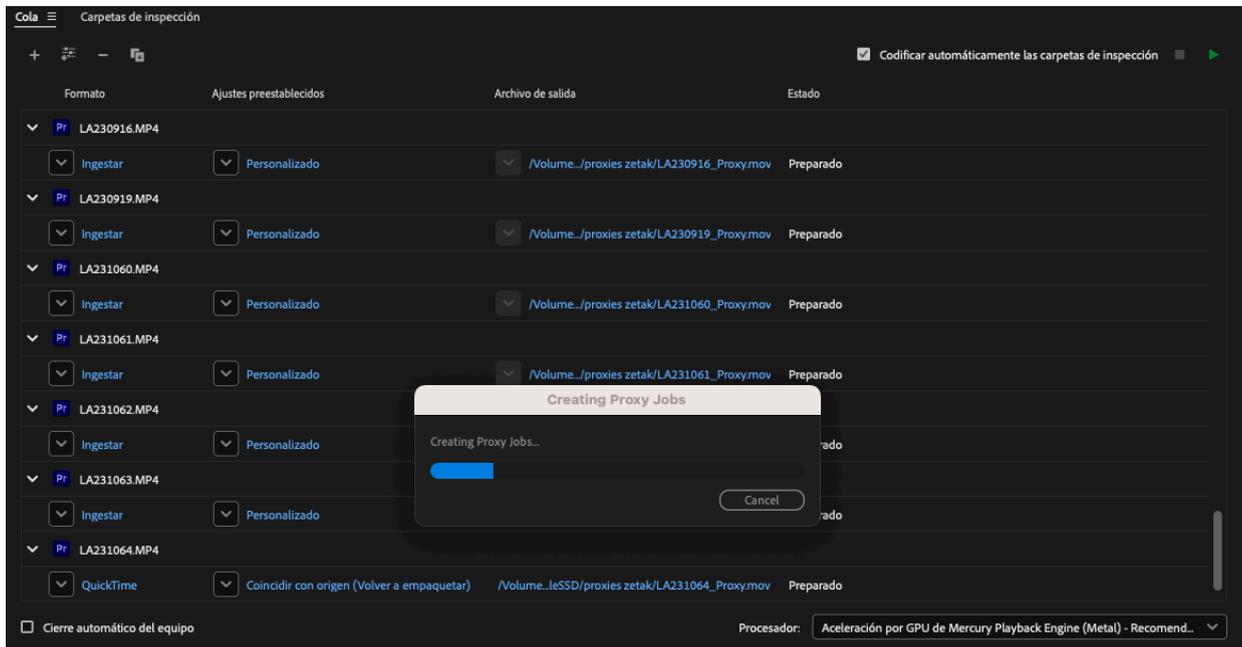


Figura 18: Almacenamiento de los *proxies* en la SSD. Fuente: elaboración propia.

Una vez creados los *proxies*, somos redirigidos a Media Encoder, donde se crea la cola de ingesta que vemos en la Figura 19.



**Figura 19:** Creación de *proxies* en Media Encoder. Fuente: elaboración propia.

Una vez creados todos los *proxies* de la cola, cerramos Media Encoder y comprobaremos la velocidad de reproducción de los vídeos importados.

#### 4.4. Corte y etiquetado

Para cortar los vídeos trabajo desde la ventana de 'Proyecto: Zetak'. Haciendo doble click en alguno de los vídeos del proyecto se abre en la ventana 'Fuente' donde se corta mediante corchetes y se importa directamente a nuestra línea de tiempo. Una vez creada esta línea con todo el material que quiero usar para el vídeo, lo etiqueto.

El etiquetado es una técnica que usan muchos postproductores para saber qué tomas son de cada tipo, es decir, si es una toma (por ejemplo) de público, del artista en primer plano, de artista en un plano de composición, detalle de los instrumentos, efectos con baja velocidad...

En este proyecto usaré los indicadores de color presentes en la Figura 20 para distinguir las diferentes tomas:



**Figura 20:** Esquema del etiquetado de las tomas. Fuente: elaboración propia.

## 4.5. Reescalado

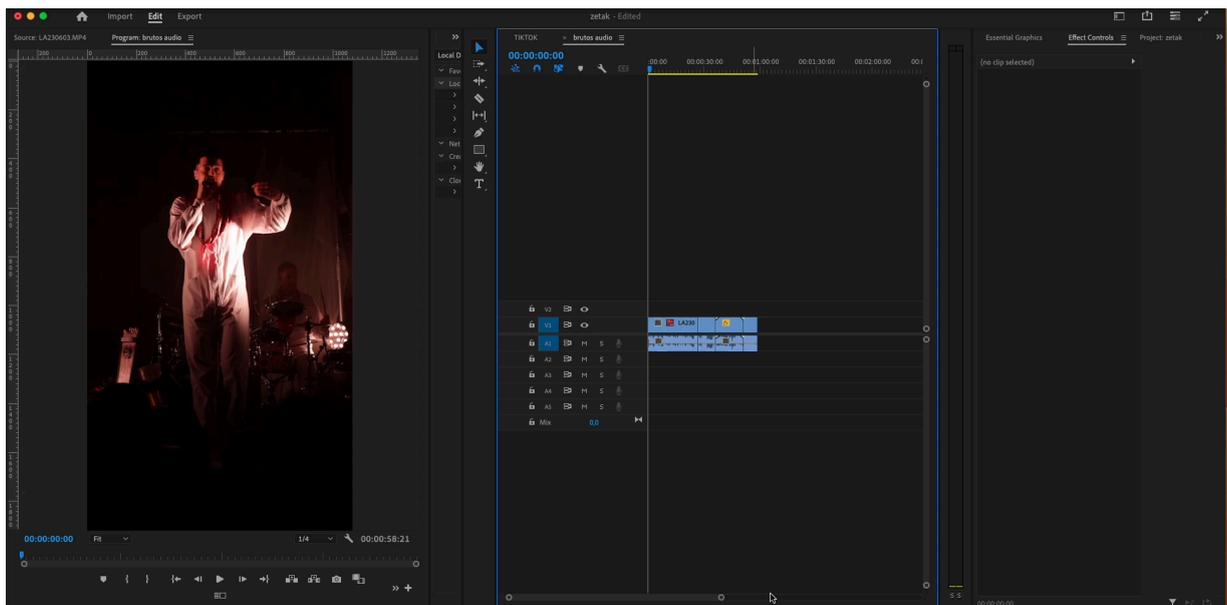
Una vez he llegado a este punto, reescalo todas las tomas ya que están grabadas en 4K a 50 fps (3840 x 2160) y deben estar en **1080 x 1920**. Este paso se realiza seleccionando todos los cortes con Control (o Comando+A) y en ‘Controles de Efectos’ se ajusta la escala para que se adapte al formato de la secuencia.

## 4.6. Localización de secuencias de audio en directo

En una nueva secuencia, tal y como se muestra en la Figura 21, aislo las pistas que contienen audio en directo. En este caso aislo cuatro pistas: la primera corresponde al directo del tema *Hitzeman*, el segundo al speech inicial de Zetak durante el concierto en la Sala Jerusalem, el

tercero es un fragmento de su tema *Entre carn i os* y el cuarto son ovaciones del público en reacción a la entrada de Xavi Sarrià en escena.

A continuación uso estos audios en la pieza con la finalidad de darle un toque especial y crear una **sensación de proximidad respecto al espectador**. Con esto también enmarco la experiencia y pongo en valor las palabras del artista hacia su público.



**Figura 21:** Pistas de vídeo aisladas con audio original del directo. Fuente: elaboración propia.

## 4.7. Edición del audio final

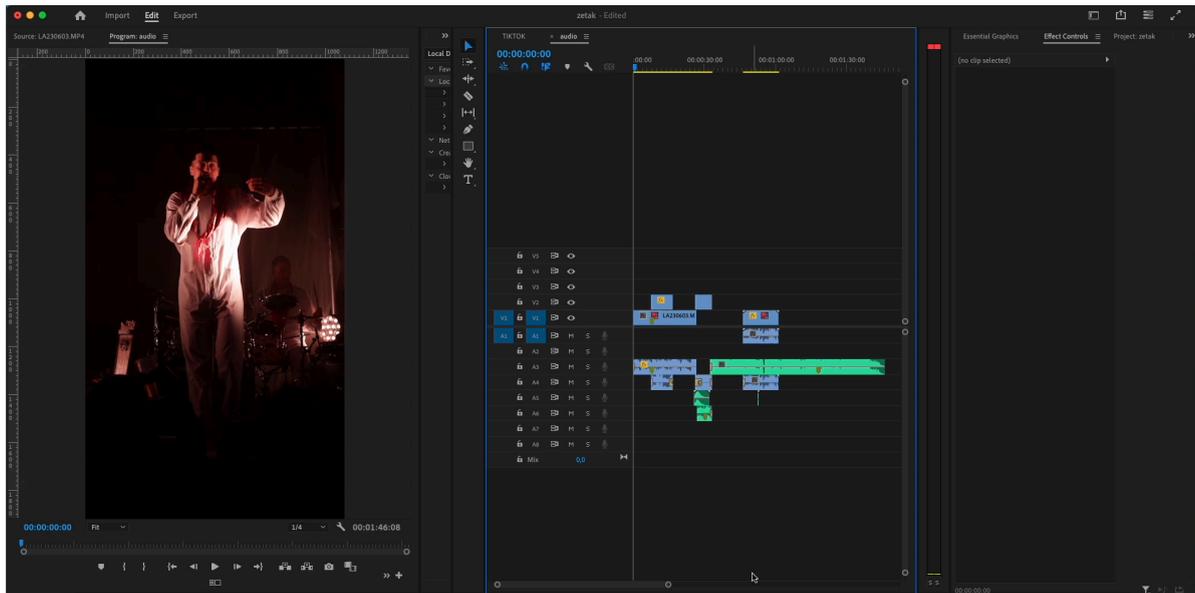
Una vez escogidas las pistas que van a localizar la pieza, **escojo y mezclo las pistas de audio**. El criterio que he seguido para crear el audio del vídeo es ver cómo poder juntar los cuatro elementos que quiero incluir en el video. Por un lado, tengo la canción más conocida del artista en Valencia, Hitzeman, un tema en el que Zetak colabora junto a Oques Grasses. En segundo lugar tengo un elemento muy potente y es la intervención de los cantantes Xavi Sarrià y Sandra Monfort en el concierto, hecho que da paso a poder incluir en la pieza los dos

temas en los que colaboran con Zetak: *Entre carn i os* y *Música, ràbia i amor*. Las tres canciones escogidas son en catalán, cosa que ayuda también a integrar al artista con su público valenciano.

En este punto decido cómo quiero cerrar el vídeo y, a través de la escucha de *Entre carn i os* y *Música, ràbia i amor* decido que la primera es más idónea por su ritmo marcado. Por lo tanto *Música, ràbia i amor* será la canción puente entre ambas. Finalmente la mezcla consta de tres partes:

1. **Introducción:** audio en directo de *Hitzeman* y discurso de Zetak agradeciendo a su público en Valencia haber llenado la sala para ver un concierto en euskera.
2. **Puente:** canción original de *Música, ràbia i amor* junto al audio en directo de la ovación a Xavi Sarrià y un efecto de sonido en rampa.
3. **Final:** canción original de *Carn i os* de Zetak y Sandra Monfort mezclada con el audio del directo y un efecto de sonido estilo fundido para hacer hincapié en el silencio del tema.

A todos estos audios, como se refleja en la Figura 22, le voy a dejar vinculados sus vídeos originales ya que durante el montaje me pueden hacer falta para cuadrar bocas o rellenar espacios con las imágenes significativas a las que corresponden dichos audios.



**Figura 22:** Pistas de vídeo aisladas con el audio final mezclado. Fuente: elaboración propia.

## 4.8. Montaje y transiciones primarias

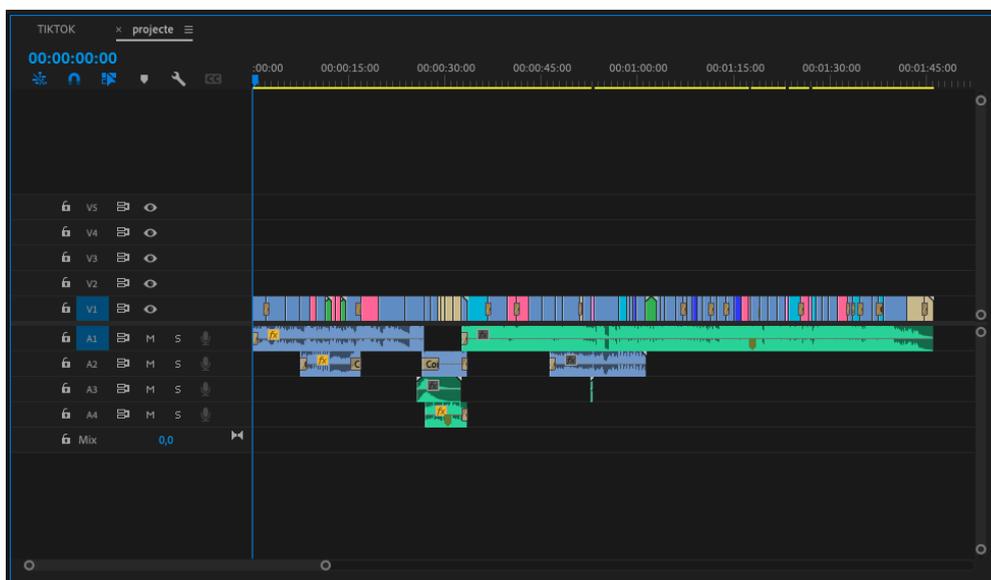
Con el audio ya mezclado y habiendo hecho las labores de corte y etiquetado, procedo al montaje que podemos ver en la Figura 23. El montaje, que es un proceso más libre y artístico lo he estructurado en función al audio:

1. **Introducción:** imágenes en plano general de Zetak en medio del público en la Sala Jerusalem, planos de los músicos, primeros planos de Zetak, planos generales de Zetak desde el escenario con el público abajo y primeros planos del público viviendo la experiencia. Lo que quiero expresar en esta primera parte es epicidad y cercanía.
2. **Puente:** introduzco a Sandra Monfort y Xavi Sarrià en el concierto a través de las ovaciones del público y las muestras de cariño entre los tres artistas. También incluyo primeros planos de los cantantes por separado. En el puente expreso la conexión entre

los artistas y ese trasfondo político que presenta la conexión entre dos pueblos de lenguas y culturas tradicionalmente minorizadas.

3. **Final:** quiero crear un final con un carácter onírico y festivo que concuerde con el concepto artístico original de *Entre carn i os*. Por eso escojo hacer una mezcla de tomas con baja velocidad de obturación, cámara lenta, cámara rápida, movimientos de cámara... Todo lo raro o estrambótico de las tomas va en esta parte final. Para el cierre elijo un plano a cámara lenta de Zetak con sus músicos (con las máscaras vascas) y él despidiéndose.

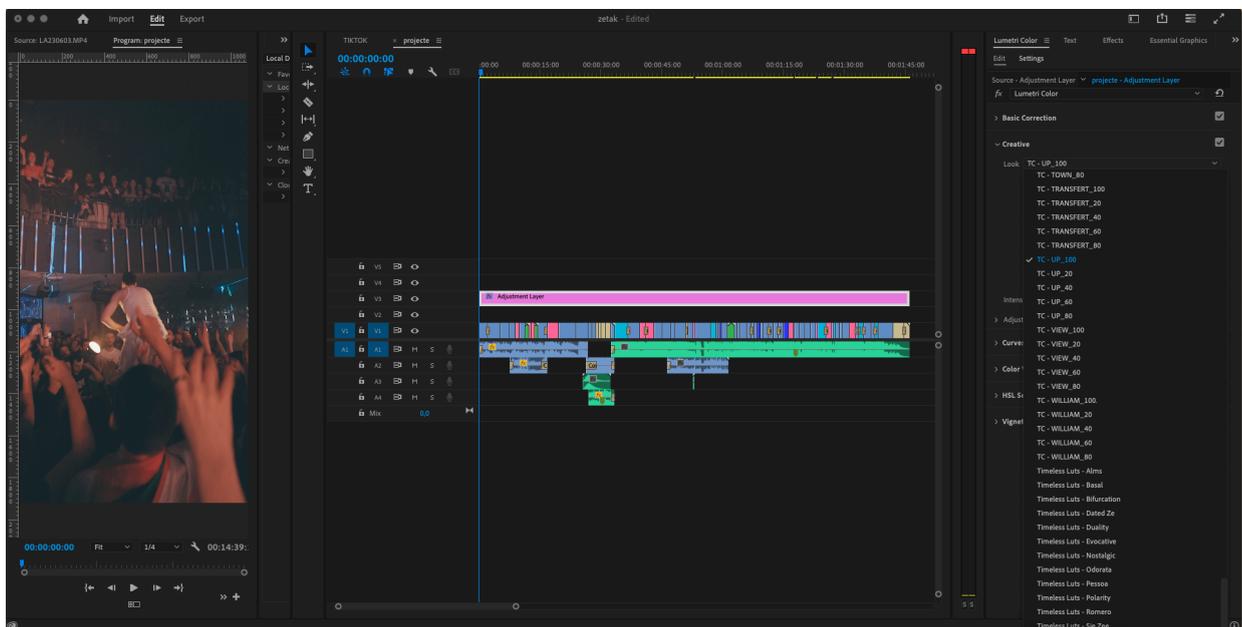
Las transiciones que voy a aplicar en este punto son, como les suelo llamar, transiciones primarias. Estas transiciones van dentro del montaje y le dan coherencia y forma a los cortes. No son transiciones artísticas o que le den un carácter especial al vídeo, simplemente se encargan de cohesionarlo. En este vídeo las transiciones primarias que he aplicado son la ‘Disolución cruzada’ de Premiere y al final de la pieza un fundido a negro.



**Figura 23:** Montaje de la pieza y aplicación de transiciones primarias. Fuente: elaboración propia.

## 4.9. Aplicación del estilo de color (LUT) y ajuste

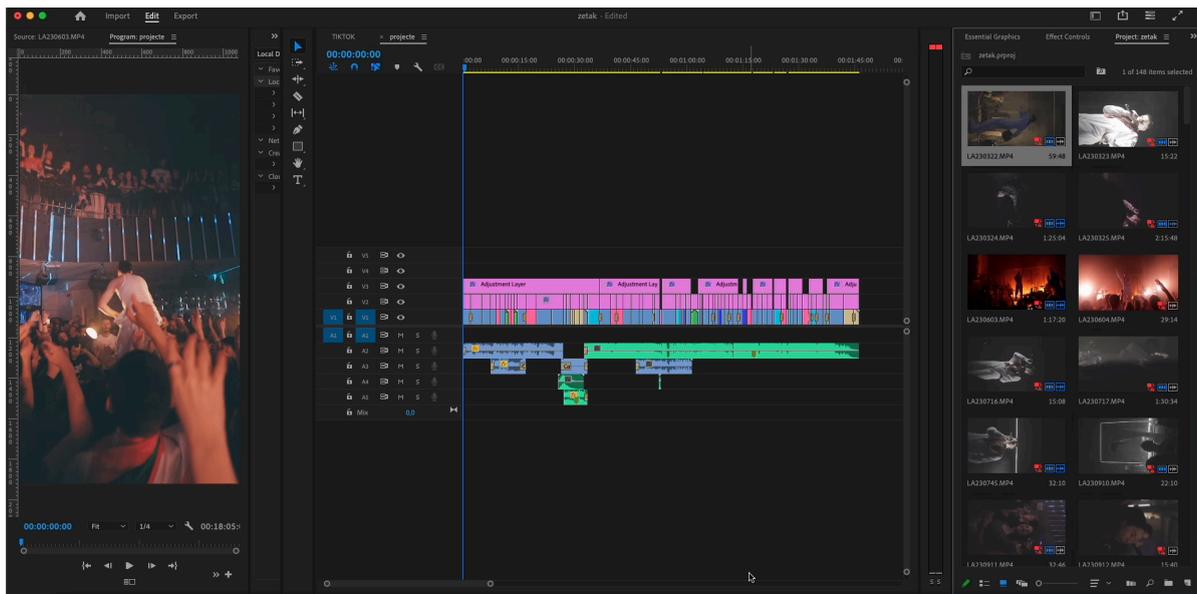
Para el color del vídeo quiero un estilo que contraste los colores fríos con los cálidos de las luces. Para ello creo una nueva capa de ajuste y la alargo a toda la pieza tal y como se muestra en la Figura 24. En esta capa de ajuste ya puedo escoger y aplicar el LUT. Buscando entre los luts de la marca **Blindusk** encuentro el TC\_UP\_100, un lut que destaca las altas luces y armoniza los tonos azulados con los naranjas pasando por el rosa.



**Figura 24:** Aplicación del LUT en el proyecto Zetak. Fuente: elaboración propia.

Una vez aplicado el LUT en la capa de ajuste, creo otra capa de ajuste debajo y la corto en función de las tomas que ya tengo montadas. Eso hará que cada toma tenga aplicado el LUT pero también una capa de ajuste intermedia en la que puedo ajustar exposición, curvas, altas luces... Para poder crear esta capa de ajuste he consultado el manual *Using the Lumetri Panel in Premiere Pro* y *Canon Log gamma para la gradación de color profesional* de Canon con el fin de asegurarme de que estaba moviendo bien las curvas para conseguir el mayor rendimiento y sacar los negros que matiza en este caso la grabación en LOG.

Toma a toma ajusto todos los parámetros de luz y color hasta dar con el resultado que espero. Al terminar este proceso me doy cuenta de que el LUT no encaja mucho con las tomas de la cámara 360 y lo elimino de las mismas. El resultado en el proyecto es la estructura visible en la Figura 25: dos capas de ajuste en la cual una se aplica y en la otra se acopla el color.



**Figura 25:** Creación de una capa de ajuste para ajustar el LUT en el proyecto Zetak. Fuente: elaboración propia.

## 4.10. Transiciones secundarias

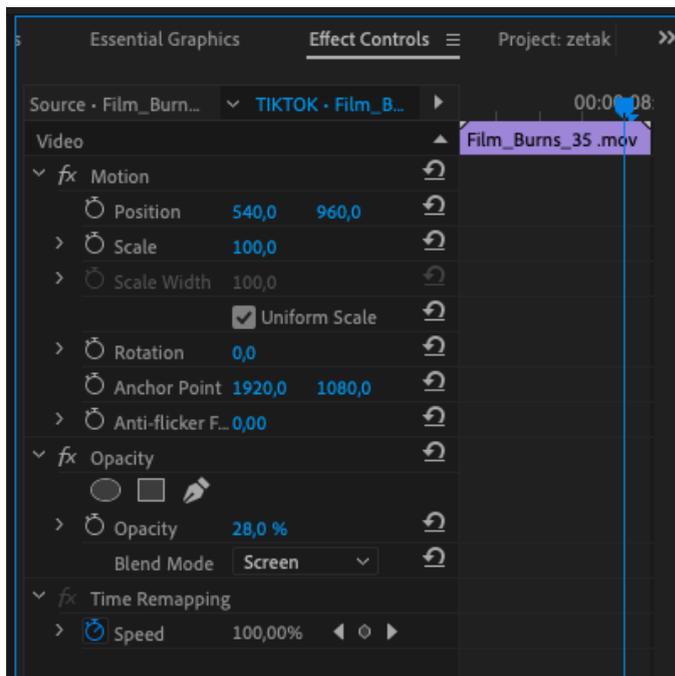
En este punto, con la parte más formal del montaje terminada, quedan las transiciones secundarias y los grafismos. Las transiciones secundarias son aquellas que, más allá de cohesionar el vídeo, se encargan de darle un toque artístico a través de la luz y las formas.

Uno de los paquetes de transiciones más usados actualmente en la industria musical y que más uso es el **'Film Burns' de Blindusk**. Este paquete contiene decenas de efectos en los que se refleja un carrete quemándose. Esos destellos de color rojo y brillos aportan un gran

valor a los vídeos de concierto ya que simulan el paso de las luces del directo por la lente de la cámara.

Para poder aplicar bien las transiciones se deben seguir los pasos que vemos en la captura de la Figura 26:

1. Escoger correctamente las transiciones a utilizar: tener en cuenta el color, los destellos, la dirección de las luces (horizontal, vertical, izquierda o derecha), tipo de animación, tipo de grano...
2. Escalar el efecto para que no queden bordes
3. Elegir el modo de fusión ‘pantalla’
4. Ajustar la opacidad del efecto

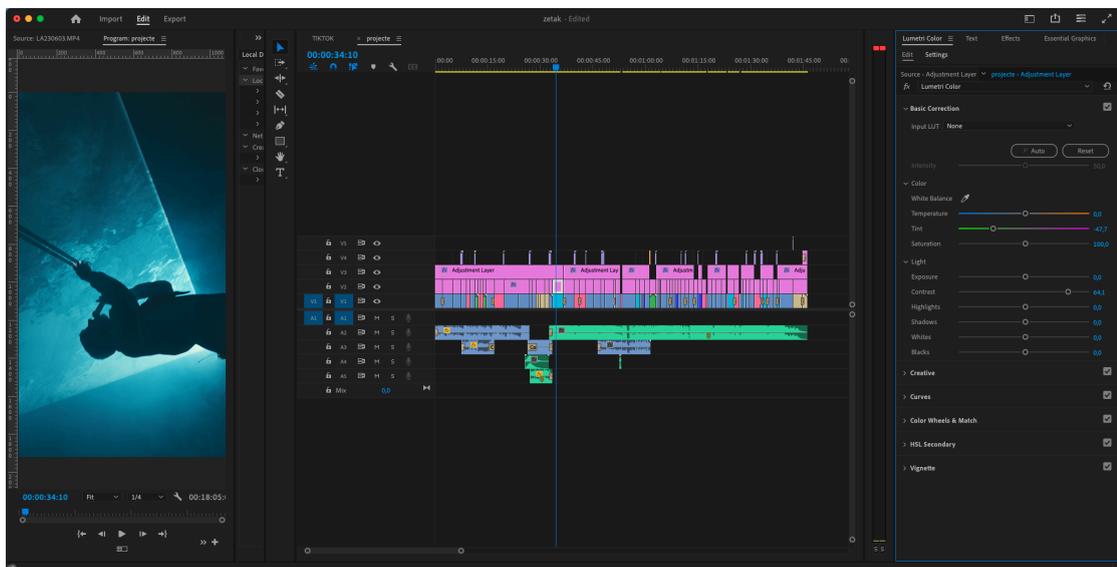


**Figura 26:** Ajuste de transiciones secundarias. Fuente: elaboración propia.

Con las transiciones ‘Film Burns’ aplicadas, el próximo paso son los frames en blanco. Estos frames en blanco se suelen poner opcionalmente para dar un efecto de luz de flash en el vídeo. Hacen un papel de transición bastante potente ya que cambian ‘en un flash’ la escena y el color y dan mucho ritmo a la pieza.

Para crear estos frames en blanco solo hace falta tener alguno en el paquete de transiciones o bien crear un documento en blanco de las dimensiones del proyecto y aplicalo. Esta transición dura un frame normalmente aunque eso ya depende de la postproductora o postproductor.

También aplico frames en negro, siguiendo el mismo método que en los frames en blanco. Los frames en negro dan un efecto de error o pausa en el vídeo, cosa que da aire a la pieza y cierta epicidad. En la estructura final del proyecto con todas sus transiciones (Figura 27) podemos comprobar que estas han sido aplicadas durante toda la pieza pero intensificando su volumen hacia el final del aftermovie.



**Figura 27:** Aplicación de frames en blanco y frames en negro en el proyecto Zetak. Fuente: elaboración propia.

## 4.11. Subtítulos

En este punto el montaje está terminado y solo quedan por incluir los subtítulos. La tipografía que he elegido para mi aftermovie es la **QUARTZO DEMO** (Figura 28), una variante moderna de la tipografía **VASCA**. Con esta tipografía busco capturar y transmitir la esencia cultural y visual de Navarra y el País Vasco. Este estilo tipográfico no solo refleja una estética única y que distingue estas dos regiones, sino que tradicionalmente se ha utilizado en taskas, pancartas, carteles y ha tomado un significado especial en todo lo relacionado con su política lingüística e identitaria. La vasca es una tipografía disponible online en la web de Fonts2U, no tiene especificado su diseñador o diseñadora y es de licencia gratuita. Por su parte, la Quartzo Demo, también disponible en Fonts2U con licencia gratuita y es propiedad del diseñador Guilhem Greco.



**Figura 28:** Tipografía Vasca y Quartzo Demo. Fuente: archivo tipográfico propio

Esta tipografía es reconocida por sus formas robustas que a menudo incluyen serifas pronunciadas. Elegir esta tipografía no es una cuestión meramente circunstancial sino que busca hacer una conexión histórica y emocional con el lugar de origen del cantante navarro y ensalzar su diversidad y riqueza cultural. Integrándola en mi proyecto rindo un homenaje especial a la hermandad entre Valencia y Navarra en su lucha por defender su identidad y en ese enlace de expresiones artísticas en ambas lenguas como un medio de comunicación poderoso. En la Figura 29 podemos ver una foto de una taberna vasca en la que se usa esta tipografía tradicional.



**Figura 29:** *Rekalde Taberna.* Fuente: camera\_phone\_lomo  
([https://www.flickr.com/photos/camera\\_phone\\_lomo/37348839822/](https://www.flickr.com/photos/camera_phone_lomo/37348839822/))

Hoy en día subtítular los vídeos en internet se ha convertido en una **tendencia viral**. Algunas de las razones principales es el beneficio que eso proporciona a las personas con discapacidad auditiva y a quienes se encuentran en lugares donde no les es posible escuchar el audio del vídeo. Leer los subtítulos también ayuda a que la pieza pueda ser comprendida por una audiencia multilingüe, que va a entender y aprender mejor la lengua si se trata de un idioma no materno. Otro beneficio de incluir subtítulos en los aftermovies es que **umentan la capacidad de retención** de información en el espectador así como su tiempo de visualización. Por lo tanto este elemento no solo mejora la experiencia del consumidor sino que proporciona una referencia visual del diálogo.

Para crear los subtítulos en Premiere Pro de la Figura 30, opto por la Transcripción Automática, un método novedoso que incluye Inteligencia Artificial. Los pasos a seguir son:

1. Seleccionar la secuencia del montaje final
2. Transcripción Automática: Ventana-Texto-Crear transcripción
3. Configurar la transcripción: escoger el idioma al que va a ir transcrito el vídeo, formato, tipografía (todo menos el idioma podrá ajustarse luego)
4. Crear transcripción automática
5. Revisar y editar los subtítulos
6. Ajustar las secuencias en función del ritmo del hablante y el formato del texto

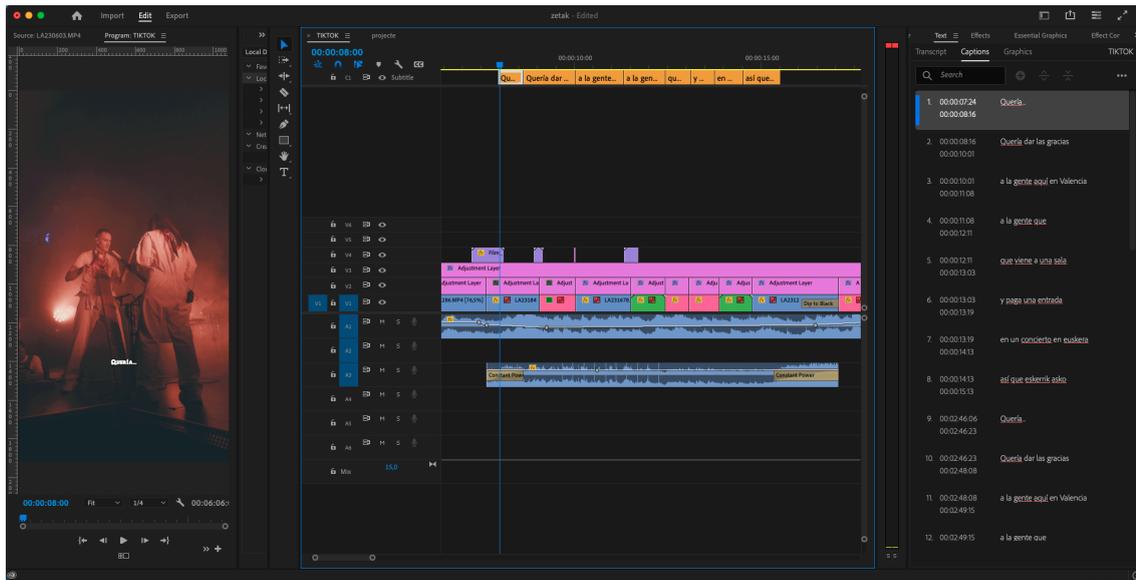


Figura 30: Aplicación de subtítulos al proyecto Zetak. Fuente: elaboración propia.

## 4.12. Exportación

Aftermovie terminado. Es hora de exportar. Para exportar este aftermovie en **vertical a 4K 50 fps** utilizo Adobe Media Encoder ya que va a procesar mejor el vídeo y todos sus ajustes. La configuración para exportar es la siguiente:

- Formato H.264
- Ajuste de Alta calidad a 1080 x 1920 a 50 fps
- Velocidad de bits VBR, 2 pasadas (bitrate objetivo 20 Mbps y bitrate máximo 40 Mbps)
- Codificación de perfil alto y nivel 5.2

Una vez configurados todos los parámetros, seleccionar ‘Exportar’. El proyecto abrirá una ventana de Media Encoder que empezará a procesar el vídeo a la cola y lo localizará en el destino previamente elegido.

## Capítulo 5. ENTREGA Y SEGUIMIENTO

El final de todos los procesos: la entrega y el seguimiento. En este apartado pongo el foco en los pasos finales del trabajo. Una vez completada la producción y la postproducción es hora de **entregar el producto final** al cliente y que empiece la vida digital del aftermovie. Exploraré algunas de las mejores prácticas a la hora de realizar el envío y también describiré las estrategias de seguimiento de la publicación como la medición de la audiencia y rendimiento en redes.

### 5.1. Entrega

La entrega es un proceso sencillo pero que hay que poner en valor, ya que es fácil que el cliente se pierda o tenga dificultad a la hora de descargar nuestro aftermovie. Es por eso que hay que saber elegir una plataforma de envío que tenga una interfaz simple y que dé todas las facilidades para la entrega. Una de las plataformas más usadas por su buen funcionamiento y sus planes asequibles es **myairbridge.com**.

Una vez dentro de la plataforma (Figura 30), cargo el vídeo para que me proporcione un enlace de descarga. También se puede insertar el correo electrónico del cliente, pero en estos casos en los que se trabaja con una oficina en la que colaboran varias personas en la gestión de contenidos, es mejor poder enviar un link que sea fácilmente transferible de unos a otros vía Whatsapp o similares.



**Figura 31:** beneficios de realizar el envío a través de Myairbridge.com. Fuente: Myairbridge.com y elaboración propia.

## 5.2. Seguimiento

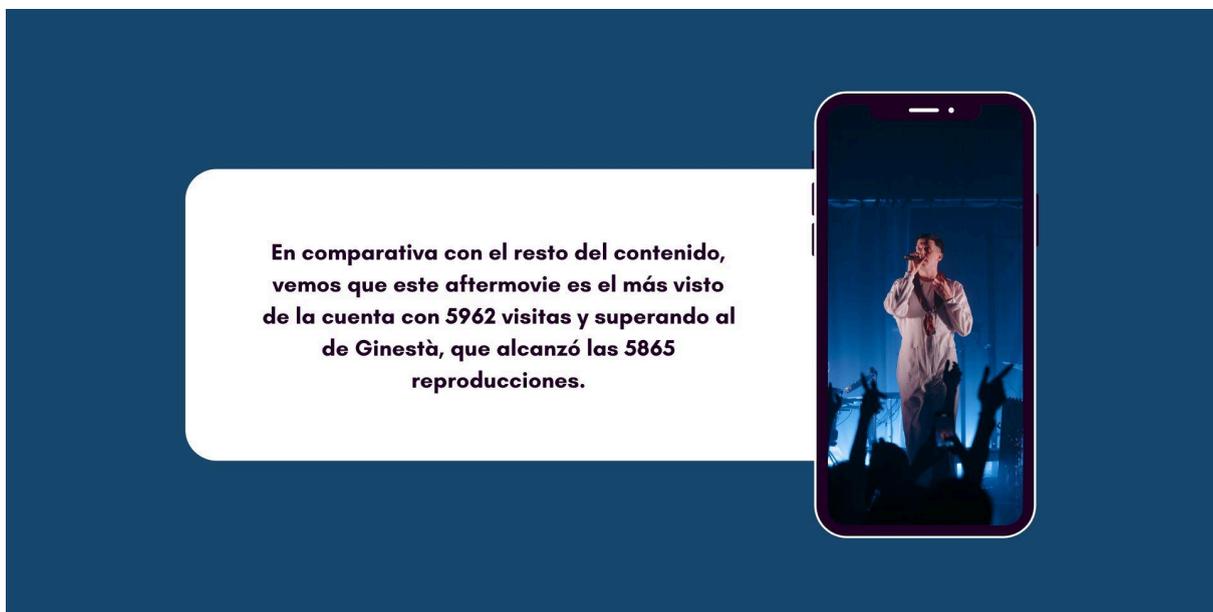
Una vez entregado nuestro aftermovie, espero el feedback del cliente. En este caso les ha encantado la propuesta final, sobre todo por la mezcla de canciones y el hecho de destacar la presencia de los colaboradores valencianos durante el concierto.

La estrategia para publicar el reel consiste en programar una publicación compartida entre La Prèvia, Pro 21 Cultural (empresa dueña de La Prèvia) y yo misma (@lacroniques) para hacer colaboración cruzada con el fin de captar nuevos seguidores. El vídeo final se consulta en Instagram mediante el siguiente enlace: <https://www.instagram.com/p/C64OdmHtb6c/>

### Análisis del impacto en redes

El aftermovie ha tenido un impacto significativo después de su publicación en Instagram y ha superado el rendimiento de los aftermovies anteriores. A continuación, detallamos su progreso:

- **Reproducciones:** Se han producido 3991 reproducciones iniciales y 1971 repeticiones, lo que indica que el contenido ha logrado captar el interés del público
- **Tiempo de visión:** el tiempo total de visión asciende a 10 horas, 38 minutos y 4 segundos, cosa que refleja un alto nivel de retención
- **Seguidores:** la cuenta tiene 1004 seguidores y se han alcanzado un total de 3391 cuentas, esto sugiere un alcance orgánico considerable que va más allá de los seguidores actuales
- **Interacciones:** El aftermovie ha recibido 160 ‘me gusta’, 8 guardados y 6 comentarios, lo que indica un buen nivel de aprobación



**Figura 32:** Alcance del aftermovie en Instagram. Fuente: elaboración propia.

En comparativa con el resto del contenido, vemos que este aftermovie es el más visto de la cuenta con 5962 visitas, superando al de Ginestà, también postproducido por mí, que alcanzó las 5865 reproducciones. En definitiva, la capacidad del aftermovie en La Prèvia para generar interés va en aumento. Destacar el potencial de los conciertos y generar un recuerdo de lo vivido en el concierto da visibilidad al evento e incita a seguir creciendo en redes e interés público.

## Conclusiones

Objetivos cumplidos. El objetivo principal era crear un aftermovie del concierto de Zetak en la Sala Jerusalem para La Prèvia Festival. Este objetivo se ha cumplido con éxito.

Así pues se ha conseguido analizar la necesidad de las empresas del sector musical de tener contenido audiovisual para promocionar sus eventos en redes sociales y detectar las tendencias para diseñar un plan de comunicación para el cliente. Para detectar estas tendencias vigentes, aunque cambiantes debido al ritmo vertiginoso de las redes sociales, he estado documentándome acerca de los trabajos que se realizan en grandes festivales nacionales e internacionales además de crear un archivo fotográfico que sirve como briefing general de la línea editorial que quiero que sigan mis planos y ajustes de color. Con esta documentación hemos conseguido crear un producto que sigue las tendencias y se acopla a las prioridades comunicativas de La Prèvia.

Por último, se ha establecido un flujo de trabajo para la producción y postproducción del aftermovie que no solamente nos servirá en esta ocasión sino que marca un antes y un después en mi carrera profesional.

Durante el proceso, he enfrentado varios desafíos, como el hecho de cohesionar varias tomas con diferentes velocidades, la inclusión de tomas en 360. Sin embargo no he tenido miedo de ir probando y jugar con los efectos y las velocidades hasta llegar a un punto en el que me he sentido agusto con el producto final.

A nivel personal, La Prèvia para mí ha sido todo un reto. En este trabajo he aprendido a gestionar todas las partes de la producción y la postproducción. Durante muchos años he ido haciéndome el flujo de trabajo pero no ha sido hasta este momento en el que he sido consciente de él y de esos pasos tan marcados que uso en mi día a día. Cuando Iris y Maik me llamaron para proponerme este trabajo ya sabía que iba a ser una oportunidad, pero conmigo me llevo muchas horas de edición y un gran crecimiento en lo profesional. He aprendido a grabar el LOG, a editar el color en Lumetri, a aplicar efectos en mis vídeos... Y sobre todo he

aprendido a autovalorarme como postproductora, a no tener miedo a probar, experimentar, hacer cosas extrañas... porque puede que al final tengan un buen resultado.

Para futuros trabajos, me gustaría seguir mejorando en el ámbito del color, profundizar en el estudio del vídeo logarítmico y perfeccionar mis técnicas de rodaje para enriquecer la calidad y el dinamismo de mis proyectos.

## BIBLIOGRAFÍA

Adobe Help Center. (s.f.). *Using the Lumetri Color Panel in Premiere Pro*. Recuperado de <https://helpx.adobe.com/premiere-pro/user-guide.html/premiere-pro/using/color-correction.ug.html>

Adobe Inc. (s.f.). *Guía del usuario de Adobe Premiere Pro*. Recuperado de <https://helpx.adobe.com/premiere-pro/user-guide.html>

Asociación de Intérpretes y Ejecutantes. (n.d.). *Zetak*. AIE. <https://www.aie.es/artistas/zetak/>

Barone, S. (2021). *6 of the most memorable music festivals of the 60s and 70s*. Roam New Roads. Recuperado de <https://roamnewroads.ca/6-of-the-most-memorable-music-festivals-of-the-60s-and-70s/festival-express>

Canon Europa. (s.f.). *Mejora tus proyectos cinematográficos con Canon Log*. Canon España. Recuperado de <https://www.canon.es/pro/stories/enhance-filmmaking-with-canon-log/>

Canon Inc. (s.f.). *Canon Log gamma para la gradación de color profesional*. Recuperado de [https://cam.start.canon/en/C003/manual/html/UG-03\\_Shooting-2\\_0080.html](https://cam.start.canon/en/C003/manual/html/UG-03_Shooting-2_0080.html)

Canon Inc. (2023). *Canon EOS R6 Instruction Manual*. Recuperado de <https://support.usa.canon.com/kb/index?page=content&id=ART177869>

Camera Phone Lomo. (2017). *Imagen en Flickr*. [https://www.flickr.com/photos/camera\\_phone\\_lomo/37348839822/](https://www.flickr.com/photos/camera_phone_lomo/37348839822/)

Epiconstrucción. (n.d.). *Condiciones de uso y mantenimiento*. Recuperado de <https://epiconstruccion.lineaprevencion.com/tipos-de-epi/proteccion-auditiva/condiciones-de-uso-y-mantenimiento-5>

Fonts2u. (n.d.). *Vasca*. Recuperado de <https://fonts2u.com/vasca.font>

Greco, G. (s.f.). *Quartzo demo*. Fonts2u. Recuperado de <https://fonts2u.com/vasca.font>

Iberia. (7 de mayo de 2020). *Jimi Hendrix Purple Haze Woodstock*. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=rrE3jFPA43o>

Insta360. (2024). *Insta360 X3 QuickStart Guide*. Recuperado de <https://www.insta360.com/x3/guide>

La Prèvia. (27 de abril de 2024). *Aftermovie de Zetak*. Instagram. Recuperado de [https://www.instagram.com/p/C6RFYwcNe0q/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C6RFYwcNe0q/?img_index=1)

RetroRecords77. (2024). *The Rolling Stones: Let's spend the night together*. Etsy. Recuperado de <https://www.etsy.com/es/listing/976048095/the-rolling-stones-pasemos-la-noche>

RTVE. (s.f.). *Galas del Sábado*. RTVE Play. Recuperado de <https://www.rtve.es/play/videos/galas-del-sabado/>

Taylor Jordan Wright. (2009, 29 de mayo). *Taylor Cut Films* [Canal de YouTube]. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/channel/UC5pREnfI5M7o20Y6xWwa7oA>

Todocoleccion. (s.f.). *Heroes del Silencio. Live in Frankfurt 1992. DVD*. Recuperado de <https://www.todocoleccion.net/videos-dvd-musicales/heroes-silencio-live-in-frankfurt-1992-dvd~x456591522>

Universidad de Barcelona. (2024). *Elementos básicos de psicología ambiental. Unidad 4. Apartado 9.4: Efectos del ruido sobre el rendimiento*. Universidad de Barcelona. [http://www.ub.edu/psicologia\\_ambiental/unidad-4-tema-9-4](http://www.ub.edu/psicologia_ambiental/unidad-4-tema-9-4)

VRCRsales. (s.f.). *Los Rolling Stones: Pasemos la noche juntos VHS Concierto en vivo 1983 Jagger*. Etsy. <https://www.etsy.com/es/listing/1728334259/los-rolling-stones-pasemos-la-noche>

Wikipedia. (2023). *The Ed Sullivan Show*. En Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado de [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Ed\\_Sullivan\\_Show](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Ed_Sullivan_Show)

Wikipedia. (2024). Top of the Pops. En Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Top\\_of\\_the\\_Pops](https://es.wikipedia.org/wiki/Top_of_the_Pops)

# ANEXO I. Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030

## Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster

Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030

Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Objetivos de Desarrollo Sostenibles	Alto	Medio	Bajo	No procede
ODS 1. Fin de la pobreza				X
ODS 2. Hambre cero				X
ODS 3. Salud y bienestar				X
ODS 4. Educación de calidad		X		
ODS 5. Igualdad de género				X
ODS 6. Agua limpia y saneamiento				X
ODS 7. Energía asequible y no contaminante				X
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico	X			
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras			X	
ODS 10. Reducción de las desigualdades				X
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles				X
ODS 12. Producción y consumo responsables	X			
ODS 13. Acción por el clima				X
ODS 14. Vida submarina				X
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres				X
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas		X		
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos	X			