

TRABAJO DE FIN DE GRADO

RASSON: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA UN NUEVO ARTISTA



Autor: Lucía Vallejo Galvín

Tutor: José Candón Mena

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Universidad de Sevilla

Curso 2019-2020

RESUMEN

Este trabajo se basa en la creación de una estrategia de comunicación para un artista emergente en el mundo de la música urbana. Dicha estrategia se ha visto afectada por la crisis del COVID-19, por lo que ha tenido que adaptarse a un formato más digital.

PALABRAS CLAVE

Publicidad, comunicación, estrategia, redes sociales, música urbana.

ABSTRACT

This project is based on the creation of a communication strategy for an emergent artist of urban music. This strategy has been affected by the COVID-19 crisis and it has to be adapted to a digital form.

KEYWORDS

Advertisement, communication, strategy, social networks, urban music.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	RASSON	4
2.1.	OBJETIVOS.....	4
2.2.	PÚBLICO OBJETIVO	4
2.3.	MAPA DE PÚBLICOS.....	5
2.4.	MEDIOS A UTILIZAR.....	6
2.5.	NOMBRE.....	7
2.6.	SIGNO VISUAL	7
3.	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	9
3.1.	CONTENIDO DURANTE EL ESTADO DE ALARMA	9
3.1.1.	COMUNICADO COVID-19.....	10
3.1.2.	REDES SOCIALES.....	10
3.1.3.	TEXTOS BÁSICOS	15
3.1.4.	PÁGINA WEB.....	19
3.1.5.	ACCIONES EN MEDIOS EXTERNOS: ENTREVISTA <i>GENERACIÓN Z</i>	26
3.2.	PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL VIDEOCLIP “ <i>LO SABES</i> ”	32
3.2.1.	NOTA DE PRENSA.....	32
3.2.2.	CONTENIDO EN REDES PROPIAS	35
3.2.3.	PUBLICIDAD PAGADA	39
3.2.4.	USO DE <i>INFLUENCERS</i> Y ARTISTAS	45
4.	CONSECUCCIÓN DE OBJETIVOS	46
4.1.	OBJETIVOS MARCADOS POR RASSON	46
4.2.	OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	46
5.	CONCLUSIÓN.....	47
6.	WEBGRAFÍA	48
7.	ANEXO 1: ENTREVISTA A RASSON.....	49

1. INTRODUCCIÓN

A día de hoy, la música es una industria muy versátil y con mucha competencia. Las grandes productoras son las que descubren a los artistas de moda y les hacen crecer en su carrera artística, pero, ¿qué pasa con aquellos artistas que quieren sacar su música al mercado sin tener detrás a una gran productora?

En este supuesto encontramos a José Manuel Pera Rodríguez, artísticamente conocido como *Rasson*, el cual busca poder crear un producto musical en el género urbano pero no quiere estar sumido a las exigencias de una productora.

En este trabajo podrás ver la creación de una estrategia de comunicación adaptada a la situación y necesidades de este joven, para poder darle un empuje al comienzo de su carrera como artista. Concretamente, me centraré en algunos aspectos formales para diferenciarlo del resto de artistas y posicionarlo en el mercado de la música urbana y en una estrategia de comunicación para la salida de su segundo *single*, '*Lo Sabes*'.

Debido a la reciente crisis del COVID-19, nuestro trabajo, tanto a nivel académico como artístico, se ha visto afectado y nos hemos visto obligados a adaptarnos a la situación. *Rasson* sacó su primer *single* en enero de 2020, pero su actividad posterior tuvo que ser suspendida hasta la finalización del Estado de Alarma en España. En consecuencia, también hemos optado por una estrategia durante el Estado de Alarma para mantener la presencia del artista.

Todo ello será explicado detalladamente a lo largo del documento.

2. RASSON

Rasson es un joven artista emergente en la industria musical urbana, el cual busca una estrategia de comunicación para poder posicionarse conforme a sus objetivos.

Para poder conocer su situación y sus necesidades realizamos una entrevista personal, la cual podrás encontrar en el anexo 1, a través de la cual pude concretar objetivos, público objetivo y medios propios, y que me sirvió de guía para crear un mapa de públicos y un signo visual acorde con sus ideas.

Todo ello será explicado en siguientes puntos.

2.1. OBJETIVOS

Según la entrevista ya mencionada, he identificado 3 tipologías de objetivo, clasificadas por orden de mayor a menor importancia (izquierda a derecha) en las siguientes categorías:

Específicos	Generales	Secundarios
<ul style="list-style-type: none">- Tener un signo visual- Ganar seguidores y suscriptores- Generar una estrategia para la salida del segundo videoclip	<ul style="list-style-type: none">- Darse a conocer- Obtener una buena imagen- Posicionarse en el mercado	<ul style="list-style-type: none">- Obtener dinero para cubrir los gastos- Conseguir colaboraciones con otros artistas- Conseguir la verificación en sus redes sociales

Estos objetivos marcados por *Rasson* pueden traducirse al ámbito de la comunicación del siguiente modo:

- Creación de un signo visual acorde con los valores del artista.
- Obtener buena imagen y notoriedad.
- Fomentar valores de diversidad e inclusión.
- Aumentar target: conseguir nuevos seguidores dentro del público objetivo establecido.
- Conseguir las reproducciones necesarias en las principales plataformas para generar el dinero necesario para cubrir los costes.

2.2. PÚBLICO OBJETIVO

Jóvenes entre 15 y 25 años de edad, residentes en España y países de habla hispana, amantes de la música urbana.

Su perfil psicológico es de una persona de 'mente abierta', que defiende la libertad de expresión y la ruptura de tabúes, sobre todo en lo referido al sexo. Pertencen y/o son favorables a los colectivos feminista y LGTBI+. Les gusta llamar la atención y reivindicar sus derechos. Les encanta compartir cosas en las redes y debatir sobre diversos temas de la actualidad.

No hacen uso de medios tradicionales como la televisión o la radio, a los que han sustituido por servicios de *streaming*, como *Netflix* o *Spotify*.

Hacen uso diario (y a todas horas) de las RRSS, siendo *Twitter* e *Instagram* sus medios más utilizados como prosumidores. Para escuchar música, utilizan *Spotify*, y dejan *YouTube* para contenidos audiovisuales.

2.3. MAPA DE PÚBLICOS

Antes del Estado de Alarma causado por la crisis del COVID-19 fue formulado el siguiente mapa de públicos (Imagen 1), el cual ha tenido que ser parcialmente modificado por dicha crisis y que podemos ver actualizado en la Imagen 2.



Imagen 1. Primer mapa de públicos



MAPA DE PÚBLICOS

Público interno	Equipo Rasson <ul style="list-style-type: none">• José Manuel (artista)• Daniel Palma (producción audiovisual)• Lucía Vallejo (comunicación)	
	Medios de comunicación <ul style="list-style-type: none">• Periódicos y diarios locales• Revistas especializadas en música• Radios temáticas de música latina• Cadenas de TV locales	Blogs tematizados <ul style="list-style-type: none">• LGTBI+• Música urbana• Música latina
Público externo	Prescriptores <ul style="list-style-type: none">• Influencers• Otros artistas del género• Youtubers	Consumidor final <ul style="list-style-type: none">• Plataformas de reproducción• Redes sociales

Imagen 2. Mapa de públicos modificado por COVID-19

2.4. MEDIOS A UTILIZAR

Nos centraremos en los medios digitales, dado que son la principal fuente de información y entretenimiento que utiliza nuestro público objetivo.

Los medios que utilizaremos son los mencionados en el apartado '*Público objetivo*':

- *Instagram*: será utilizada para generar imagen y posicionamiento, además de ser el principal medio que actuará como hipervínculo hacia otros contenidos, y medio por el que transmitir comunicaciones de carácter organizacional. También será utilizada como canal bidireccional para crear vínculos con otros artistas y con el público objetivo.
- *Twitter*: será utilizado para el fomento de valores y como hipervínculo para el contenido de las plataformas donde se subirán las canciones. Además, podrá servir como un canal bidireccional entre artista y público.
- *YouTube*: principal plataforma para subir el contenido artístico.
- *Spotify*: plataforma secundaria para subir el contenido artístico y combinarlo con el de otros artistas (listas de reproducción).

2.5. NOMBRE

En primer lugar, debemos asegurarnos de que *Rasson* no sea una marca registrada, por lo que acudí a la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) para verificar su disponibilidad como nombre artístico.

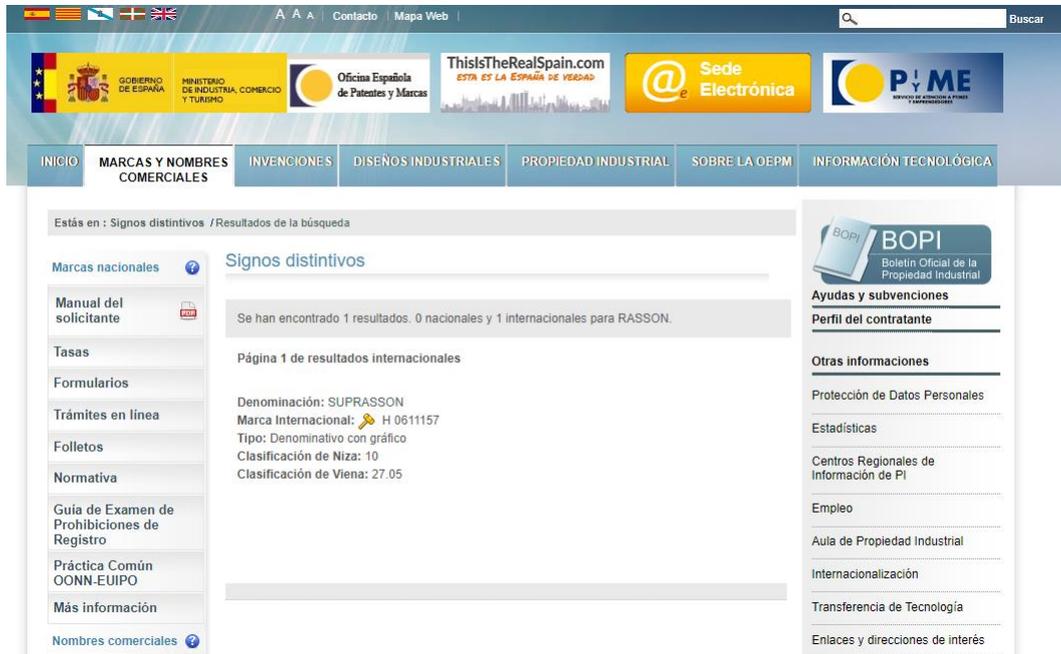


Imagen 3. Búsqueda de “Rasson” en la OEPM

Como podemos ver en la Imagen 3, *Rasson* es una marca no registrada actualmente en la OEPM. Esto nos da libertad para usar este nombre en este trabajo y crear una marca con identidad y personalidad propias para, posteriormente, proceder a su registro.

2.6. SIGNO VISUAL

Para la creación del signo visual de *Rasson*, hemos tenido en cuenta el significado del nombre *Rasson*, unión de la frase en inglés ‘Ra’s son’ (Hijo de Ra), y valores como la libertad y protección, inherentes a su filosofía.

La iconografía de Ra es un hombre con cabeza de halcón o carnero que toca un disco solar y úreo (Castel, 2001). Por tanto, hemos visto conveniente representar el signo visual mediante la representación de un amuleto en forma de disco que contenga el Ojo de Ra, símbolo egipcio comúnmente conocido, solar y unas alas en representación de la libertad.

En las siguientes imágenes (4 a 7) se puede ver la evolución de este signo visual:



Imagen 4. Intento de signo visual 1



Imagen 5. Intento de signo visual 2



Imagen 6. Intento de signo visual 3



Imagen 7. Intento de signo visual 4



Imagen 8. Signo visual definitivo

El resultado final ha sido un imagotipo compuesto por la palabra *Rasson* y un símbolo de amuleto compuesto por un disco en representación del disco solar presente en la iconografía del Dios Ra, según (Castel, 2001), conteniente del *Ojo de Ra* (también símbolo de este Dios) y unas alas que lo sujetan representando la libertad. En medio de las alas aparece la letra R para, en un futuro, usar sólo la parte icónica.

A continuación, mostraré las versiones del imagotipo en versión original (Imagen 9), blanco y negro (Imagen 10) y escala de grises (Imagen 11).



Imagen 9. Imagotipo versión original



Imagen 10. Imagotipo versión blanco y negro



Imagen 11. Imagotipo versión escala de grises

3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Una vez detallados los aspectos formales del proyecto (objetivos, público objetivo, nombre y signo visual) pasaré a detallar una estrategia de comunicación conforme a la situación y necesidades del artista.

Un dato muy importante a tener en cuenta es el contexto en el que nos situamos. Este contexto se ha visto influenciado por una pandemia que ha paralizado la actividad económica a nivel mundial, salvaguardando las actividades y servicios de necesidad básica.

La música es una actividad para el ocio y, por tanto, *Rasson* se ha visto obligado a suspender parte de su actividad artística durante la vigencia del Estado de Alarma español, limitándole a escribir letras de canciones para producirlas cuando esta situación termine.

Para minorizar los posibles efectos derivados de la crisis causada por el virus COVID-19, he optado por realizar dos estrategias de comunicación diferentes:

- Generación de contenido para conservar notoriedad e imagen, mantenimiento de expectativas y consecución de seguidores durante el Estado de Alarma.
- Creación de un plan de comunicación enfocado a la salida de su nuevo videoclip, '*Lo Sabes*'.

3.1. CONTENIDO DURANTE EL ESTADO DE ALARMA

Esta situación será aprovechada para generar contenido básico de cara al futuro y generar contenido adicional en redes sociales acorde con los valores que *Rasson* busca transmitir a sus seguidores, manteniéndose de este modo presente en la mente de su público.

3.1.1. COMUNICADO COVID-19

Se realizó y compartió, a través de las redes sociales *Twitter* e *Instagram*, un comunicado oficial que informaba a todos sus seguidores de la pausa de su actividad durante el Estado de Alarma, como se puede ver en la siguiente imagen:

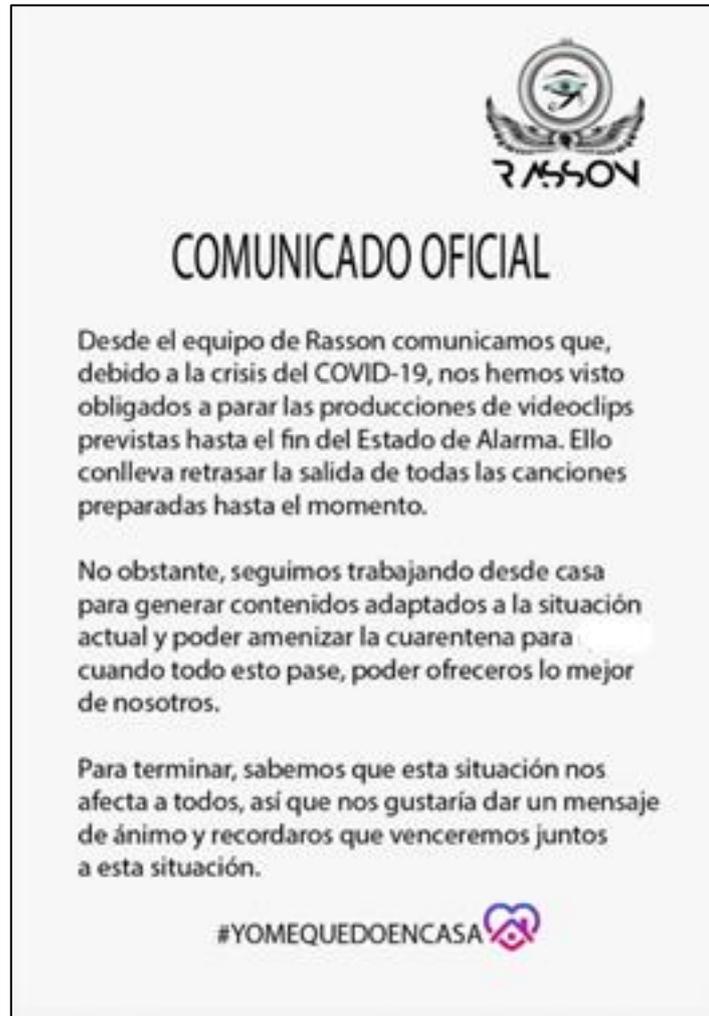


Imagen 12. Comunicado COVID-19

3.1.2. REDES SOCIALES

Durante el Estado de Alarma, las redes sociales han sido usadas para compartir el comunicado que vimos en el punto anterior (Imagen 12), contenidos de valores de *Rasson* (visibilidad del colectivo LGTBI+, apoyo a colaboración entre artistas, diversidad, libertad, etc.), a la promoción de otros artistas (para estrechar vínculos con éstos) y autopromoción.

En los siguientes apartados mostraremos ejemplos de ello.

3.1.2.1. Instagram

Los contenidos que mostraré a continuación se basan sobre todo en *Stories*, para ver los contenidos subidos al *Feed* recomiendo visitar su perfil de *Instagram*:

<https://www.instagram.com/rassonmusic/>

Contenido de valores



Imagen 13. Storie de apoyo a la visibilidad transexual



Imagen 14. Storie de defensa al colectivo LGTBI+

Contenido de promoción a otros artistas



Imagen 15. Apoyo a @shainny



Imagen 16. Apoyo a @nieto666_, @crise_llang y @rubentupa_

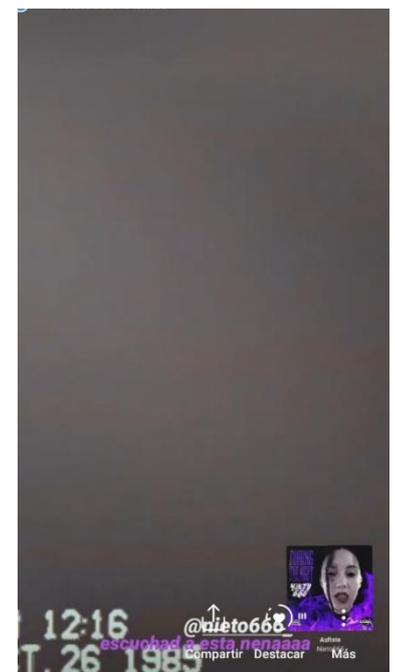


Imagen 17. Apoyo a @nieto666_ 1

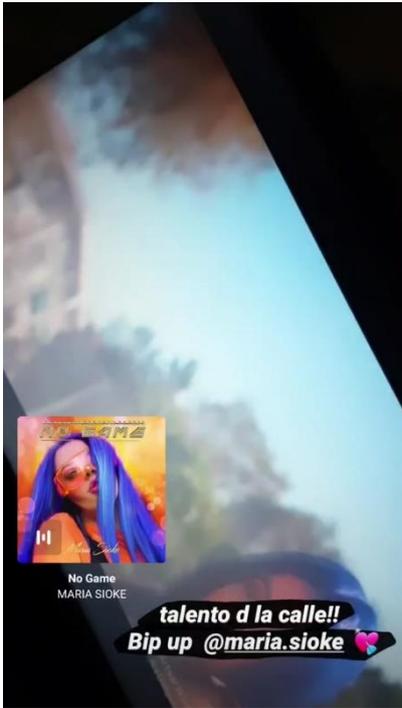


Imagen 18. Apoyo a @maria.sioke



Imagen 19. Apoyo a @ramoncamos_



Imagen 20. Apoyo a @lablewsy 1

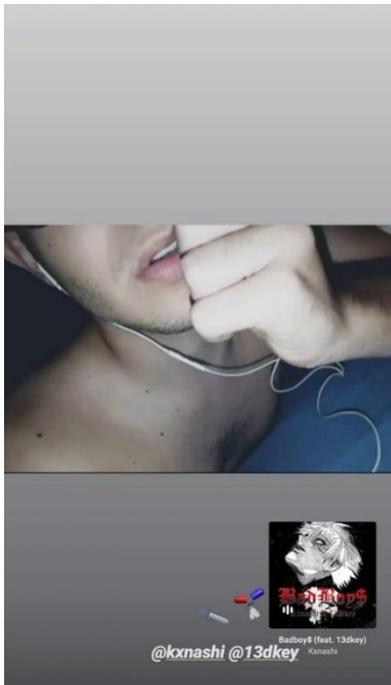


Imagen 21. Apoyo a @kxnashi y @13dkey



Imagen 22. Apoyo a @yyoommy



Imagen 23. Apoyo a @nieto666_2



Imagen 24. Apoyo a @kxnashi



Imagen 25. Feedback de apoyo de @nieto666_ a Rasson

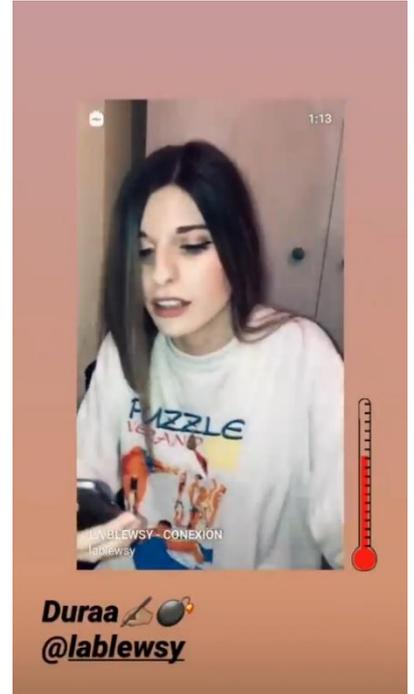


Imagen 26. Apoyo a @lablewsy 2

Contenido dedicado a la autopromoción

En este apartado aparecen sólo algunos ejemplos, para ver todas las capturas de autopromoción puede acceder al siguiente enlace:
<https://drive.google.com/open?id=1N1Y6Ujio56FgITWN3qmRm6YeKH7rjeMD>



Imagen 27. Ejemplo de autopromoción 1

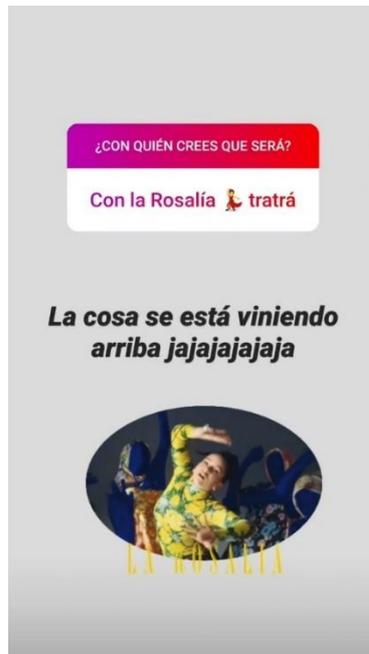


Imagen 28. Ejemplo de autopromoción 2



Imagen 29. Ejemplo de autopromoción 3

Contenido de apoyo y promoción a otros artistas



Imagen 35. Promoción a otros artistas 1



Imagen 36. Promoción a otros artistas 2

Contenido de autopromoción



Imagen 37. Autopromoción 1



Imagen 38. Autopromoción 2

3.1.3. TEXTOS BÁSICOS

A continuación, se mostrarán una serie de textos que he considerado básicos para el desarrollo de la comunicación de *Rasson*, los cuales podrán ser usados en diversas acciones de comunicación como, por ejemplo, la creación de una página web para el artista, de la que hablaremos más adelante.

3.1.3.1. Biografía

Rasson es un joven artista sevillano del género urbano. Desde muy joven ha sentido una gran pasión por la música, es por ello que desde los 12 años empezó a escribir canciones de *flamenco*, género que siempre ha estado presente en su familia y amistades.

Durante su juventud fue descubriendo nuevos estilos musicales, como el *Rap* o el *Trap*, y escribiendo canciones como una necesidad para desahogarse. En este momento de su vida, fue descubriendo poco a poco su sexualidad y dándose cuenta de que existía una elección diferente a la pareja heterosexual normativa que había visto siempre.

A los 17 años escuchó por primera vez a algunos artistas de *Dancehall*, aunque sin conocimiento del género. Poco a poco fue descubriendo este tipo de música y se animó a crear canciones para que fueran escuchadas por un público real.

Una de sus razones para hacer música *Dancehall* fue su condición sexual, dado que es un género que tradicionalmente se ha caracterizado por letras machistas y homófobas. Para él, es un modo de hacer visible al colectivo LGTBI+ desde una perspectiva inclusiva. *Rasson* piensa que hasta el momento el colectivo LGTBI+ no se ha visto representado fielmente en el mundo audiovisual, dado que siempre ha desempeñado un mismo rol secundario. Hace hincapié en la diferencia entre inclusión e integración, dado que no es lo mismo que te intente dar visibilidad alguien ajeno a tu colectivo, a que el propio colectivo se haga visible.

Para él, la música es un modo de autoexpresión donde puede plasmar de manera artística sus sentimientos, emociones y experiencias, siendo indiferente tu sexo, género o condición sexual.

En 2020 dio su primer gran paso en su carrera musical, sacando a la luz su primer *single* '*Me Prendió*'. Éste narra la historia de dos jóvenes que mantienen una relación 'sin etiquetas', donde uno de ellos se enamora y empieza a dudar sobre su futuro juntos, mientras que el otro es una persona a la que le gusta sentirse deseado. La situación se sigue repitiendo hasta que el chico enamorado confiesa sus sentimientos y deseos.

Actualmente sigue trabajando en nuevos temas y colaboraciones.

3.1.3.2. Filosofía y valores

Rasson apuesta por la diversidad desde una perspectiva inclusiva. Es un artista abiertamente homosexual que usa la música para reflejar sus propias emociones y experiencias, pero no pretende crear una música exclusiva para el colectivo LGTBI+, sino incluirse en la industria musical desde una perspectiva igualitaria y no segregacionista. Según *Rasson*: "*mis letras buscan poder adaptarse a cualquier tipo de situación y que cualquier persona pueda sentirse identificada, independientemente de su género o sexualidad*".

Sus principales valores son la libertad de expresión, la confianza, la diversidad y la inclusión de todas las personas en la sociedad: "*Pienso que cada error es una oportunidad de fortalecernos y mejorar, por ello quiero transmitir confianza a todos mis oyentes y poder servir de ejemplo a todos aquellos que lo necesiten*".

3.1.3.3. Estilo musical e influencias

Rasson es un artista de música urbana, cuyo género principal es el *Dancehall*.

El *Dancehall* es un género de música tradicional jamaicana originada a finales de los años 70 (considerada una evolución de la música *Reggae*) que ha sido duramente criticado en diversas ocasiones por letras machistas y homófobas. Su nombre se debe a que, en sus orígenes, era un estilo de música reproducido en salas de baile jamaicanas para personas de poco poder adquisitivo.

No obstante, *Rasson* pretende desmarcarse del *Dancehall* tradicional, fusionándolo con otros estilos como el *Trap* o el *Reggaetón* y presentándose como uno de los primeros artistas abiertamente homosexuales del género, rompiendo así con la homofobia imperante en el estilo tradicional.

Rasson piensa que no hay mejor modo de cambiar el mundo que desde dentro y defiende que, hasta ahora, siempre que algún artista LGTBI+ aparecía en televisión, videoclips o algún medio que pudiera hacerles visibles, lo hacían con un determinado rol del que no podían salir o defendido a través de otro artista ajeno al colectivo. Nunca ha encontrado ningún referente abiertamente homosexual y ésta fue una de sus razones para hacer música *Dancehall*.

Sus principales influencias artísticas son *Farina*, la primera mujer colombiana en hacer género urbano (*Dancehall*, *Reggaeton*, *Rap*, y *Trap*), *Koffe*, una joven cantante de *Reggae* y *Dancehall* jamaicana con una gran calidad musical y *Giovanna*, un cantante de *Dancehall* inspirador.

3.1.3.4. Significado “*Rasson*”

Según EcuRed (Ra (dios egipcio) EcuRed, s.f.), *Ra*, el Dios del Sol en la mitología egipcia, era símbolo de la luz y responsable del ciclo de muerte y resurrección.

Rasson, ‘*Hijo de Ra*’ representa una visión contemporánea de este dios egipcio, más joven y humana. *Rasson* busca visibilizar al colectivo LGTBI+ a través de la música y la autoexpresión, representando un ciclo de empoderamiento personal.

A través de Fandom (Ojo de Ra, s.f.), encontramos que el símbolo de *Ra* es un amuleto compuesto por unas alas que representan tanto la parte animal del dios egipcio como el valor de libertad, y un disco, en representación del disco solar, que contiene el *Ojo de Ra*, en representación de su lado femenino (madre, hermana e hija) y el poder protector que éste emana

3.1.3.5. *Making off “Me Prendió”*

“*Me Prendió*” es mi primer gran proyecto, aunque fue hecho con poco presupuesto porque vengo de una familia sencilla y, aparte de no tener el suficiente poder económico como para hacer una super producción a gran escala, quería reflejar mis orígenes de barrio y que todas las personas que me han apoyado tuvieran un lugar en esta *ópera prima*.

Todo el equipo que participó en la creación de este videoclip son amigos y conocidos, desde el elenco de baile hasta el encargado de la producción audiovisual. Fue una experiencia maravillosa y mágica porque, aunque algunos de nuestros caminos se separaron, el proyecto *Rasson* ha vuelto a unirnos tanto emocional como profesionalmente. Sin duda, no podía haber hecho una elección mejor.

El lugar elegido para la grabación es un sitio icónico en mi ciudad, Dos Hermanas, unas antiguas escaleras construidas para cruzar la vía del tren donde todos hemos ido alguna vez en nuestra vida a hacernos fotos. Además, tiene un estilo muy ‘grunge’. Todo esto hizo que decidiéramos que era el lugar más idóneo para reflejar nuestra procedencia. Me gusta ser fiel a mis orígenes y darles el protagonismo que se merecen, ya que es más fácil ir a un sitio bonito y reconocido que encontrar la belleza a un lugar que ves diariamente.

El momento del rodaje fue muy emocionante y muy divertido. Quedamos allí a las 6 de la tarde y fueron todas muy puntuales menos yo, que me retrasé media hora (a mi favor, estaba maquillándome). Nos volvimos a juntar muchas antiguos amigos y parecía que el tiempo no había hecho mella en nuestra relación, nos tomamos el rodaje como una fiesta. Era todo muy gracioso porque el productor del videoclip nos daba unas indicaciones que, a la hora de rodar, nadie seguía. De hecho, existen algunas ‘tomas falsas’ en el videoclip que decidimos mantener como parte de éste porque, realmente, fue un momento muy especial para nosotras.

El rodaje duró unas 6 horas en total y en tan sólo 2 semanas estuvo listo para subirse a las plataformas digitales. El resultado es el videoclip de mi primer tema, disponible en [YouTube](#), que esperamos que os guste tanto como a nosotras.

EQUIPO VIDEOCLIP ‘ME PRENDIÓ’	
<i>Rasson</i>	Cantante
Daniel Palma	Productor audiovisual
Álvaro Martín Saeta	Ayudante de cámara
Gema Velasco Gimens	Bailarina
Luna Adame Reina	Bailarina
Christian Solís Venero	Modelo
Ana Elvira González Osuna	Elenco
Ana Marchena López	Elenco
Carmen Gomez Guillén	Elenco
Cristina Arias Cabeza	Elenco
Julia Maireles Macías	Elenco
María del Pilar Vallejo Galvín	Elenco
Mirian Pera Rodríguez	Elenco
Nerea Guijarros Fernández-Andes	Elenco
Nuria Velázquez García	Elenco
Paula García Alfaro	Elenco

3.1.4. PÁGINA WEB

Una página web es un buen modo de presentar de manera audiovisual al artista, sus trabajos y/o proyectos e información adicional que pueda interesar al usuario.

El prototipo de página web para *Rasson* ha sido creado a través de la plataforma Wix, con un estilo minimalista. Puedes acceder a la página a través del siguiente enlace: <https://rassoninfo.wixsite.com/rassonmusic>

Para la creación de este prototipo he adaptado los textos básicos presentados en el punto anterior, presentándolos en primera persona para dar sensación de cercanía. También se han añadido hipervínculos que dirigirán al usuario hacia sus principales redes sociales y hacia contenidos externos en los que éste participe como, por ejemplo, entrevistas.

La página principal, o *homepage*, se compone de un menú horizontal junto a accesos directos a sus principales redes sociales, un *slider* donde se destacan los temas que considero más interesantes para el público, debajo de éste, un reproductor interno que enlazará a su última canción en *YouTube* y, por último, un calendario de próximos eventos. Todo esto se puede ver en la siguiente imagen:

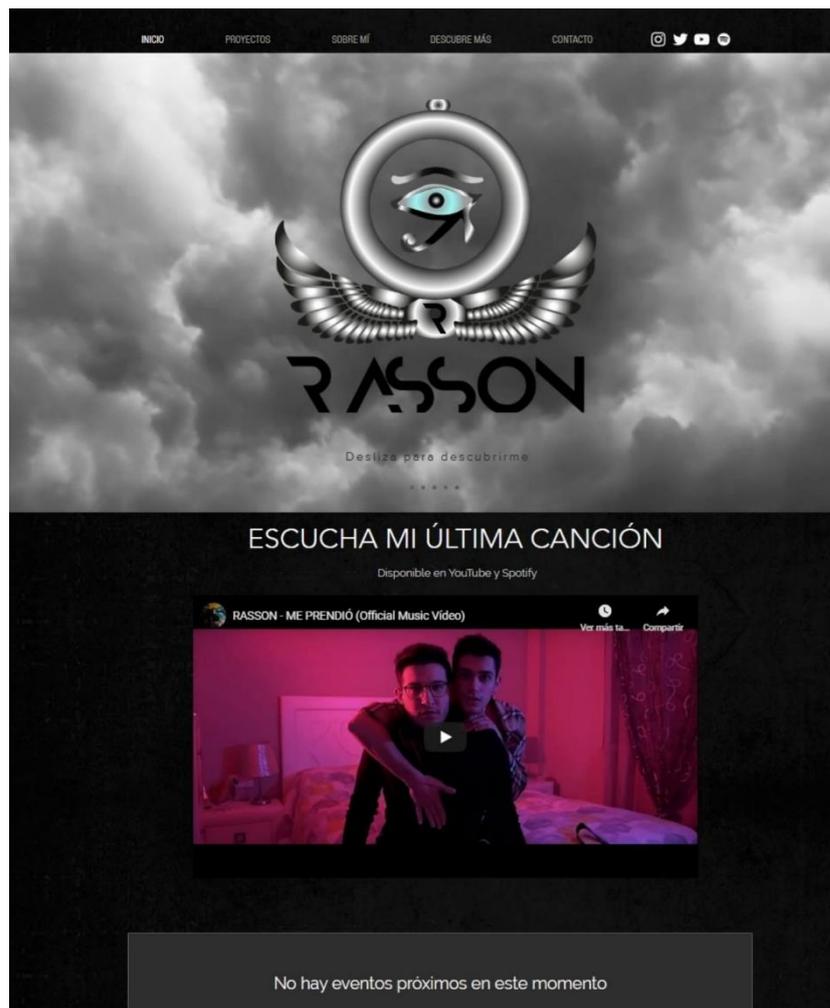


Imagen 39. Homepage página web

En cuanto al menú, como podemos ver en la Imagen 40, ha sido dividido en 'Inicio', que redirecciona a la página principal, de la que acabamos de hablar; 'Proyectos', el cual actualmente solo tiene una subcategoría ('Singles'), a la que se añadirán otras como 'Colaboraciones', cuando sea pertinente; un apartado denominado 'Sobre mí', el cual hemos subdividido en las categorías 'Bibliografía y música' y 'Filosofía y valores'; y, por último, los apartados 'Descubre más', 'Contacto' y enlaces directos a sus redes sociales.



Imagen 40. Menú página web

Si hacemos *click* directamente en el apartado 'Proyectos', llegaremos a una página donde aparecerán las portadas de sus diferentes proyectos que funcionarán como enlace hacia otra página donde aparecerá una reproducción automática del mismo junto a su explicación detallada (actualmente al subapartado 'Singles'), como podemos ver en las siguientes imágenes:



Imagen 41. Página categoría 'Proyectos'



Imagen 42. Página redireccionada por portada 'Single "Me Prendió"' (subcategoría 'Singles')

Al hacer *click* en 'Sobre mí' encontraremos otro *slider* donde la primera diapositiva funciona como un resumen del proyecto *Rasson*, su filosofía y sus valores principales, y las dos siguientes redirigen a los subapartados 'Biografía y música' y 'Filosofía y valores', respectivamente. Los *slider* se muestran en las siguientes imágenes:

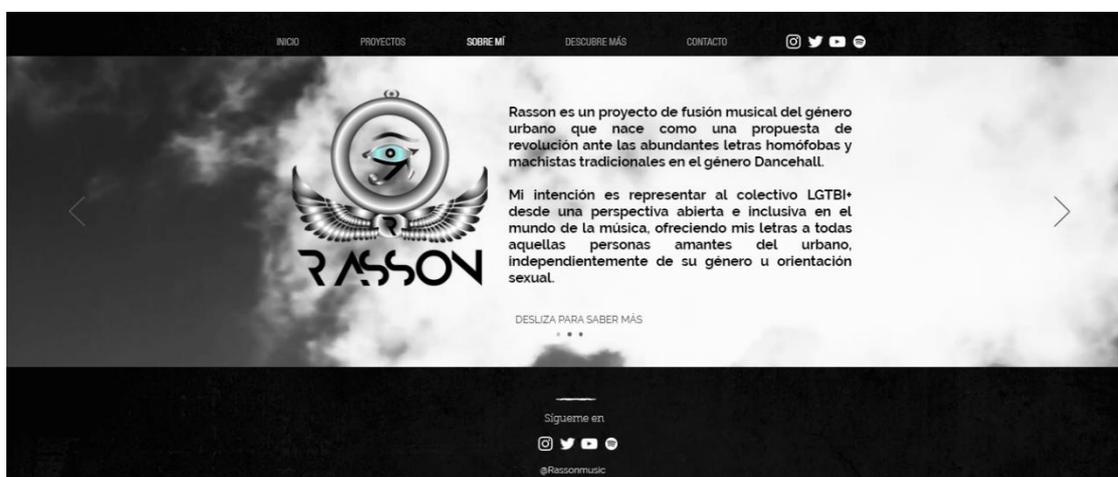


Imagen 43. Slider 1



Imagen 44. Slider 2



Imagen 45. Slider 3

Las páginas a las que redirigen los dos últimos *sliders* se muestran en las siguientes imágenes, siguiendo el mismo orden:



BIOGRAFÍA

Soy un artista soñador del género urbano. Desde muy joven he sentido una gran pasión por la música, es por ello que desde los 12 años empecé a escribir canciones de flamenco, género que siempre ha estado presente en mi familia y amistades.

Durante mi adolescencia fui descubriendo nuevos estilos musicales, como el Rap o el Trap, y escribiendo canciones como necesidad para desahogarme. En este momento de mi vida, fui descubriendo poco a poco mi sexualidad y me di cuenta de que existía una elección diferente a la pareja heterosexual normativa que había visto siempre.

A los 17 años escuché por primera vez a algunos artistas de Dancehall, aunque sin conocimiento del género. Poco a poco fui descubriendo este tipo de música y me animé a crear canciones para que fueran escuchadas por un público real.

Una de las razones para hacer música Dancehall fue que es un género que tradicionalmente se ha caracterizado por letras machistas y homofobas. Para mí, es un modo de hacer visible al colectivo LGBTBI+ desde una perspectiva inclusiva. Desde mi punto de vista, el colectivo LGBTBI+ no se ha visto representado fielmente en el mundo audiovisual, dado que siempre ha desempeñado un mismo rol secundario. Hay que saber diferenciar entre inclusión e integración, dado que no es lo mismo que alguien ajeno a tu colectivo te intente dar visibilidad, a que el propio colectivo se haga visible.

Para mí, la música es un modo de autoexpresión donde puedo plasmar de manera artística mis sentimientos, emociones y experiencias, siendo indiferente tu sexo, género o condición sexual.

En enero de 2020 di mi primer gran paso en mi carrera musical, sacando a la luz el single "Me Prendo". Esta narra la historia de dos jóvenes que mantienen una relación "sin etiquetas", donde uno de ellos se enamora y empieza a dudar sobre su futuro juntos, mientras que el otro es una persona a la que le gusta sentirse deseado. La situación se sigue repitiendo hasta que el chico enamorado confiesa sus sentimientos y deseos.

Actualmente sigo trabajando en nuevos temas y colaboraciones.

MI MÚSICA

El principal género por el que me muevo es el **Dancehall**, un género de música tradicional jamaicana originada a finales de los años 70 (considerada una evolución de la música Reggae). Su nombre se debe a que, en sus orígenes, era un estilo de música reproducido en salas de baile jamaicanas para personas de poco poder adquisitivo.

No obstante, pretendo desmarcarme del Dancehall tradicional, fusionándolo con otros estilos como el **Trap** o el **Reggaeton** y presentándose como uno de los primeros artistas abiertamente homosexuales del género, rompiendo así con la homofobia imperante en el estilo tradicional.

Mis principales influencias artísticas son **Farina**, la primera mujer colombiana en hacer género urbano (Dancehall, Reggaeton, Rap y Trap), **Koffie**, una joven cantante de Reggae y Dancehall jamaicana con una gran calidad musical, y **Giovanna**, un cantante de Dancehall inspirador.

Imagen 46. Página Slider 2

FILOSOFÍA

Apuesto por la diversidad desde una perspectiva inclusiva.

Soy un artista abiertamente homosexual que usa la música para reflejar mis propias emociones y experiencias, pero no pretendo crear una música exclusiva para el colectivo LGBTBI+, sino incluirme en la industria musical desde una perspectiva igualitaria y no segregacionista.

La música es un lenguaje universal, a través del cual nadie debería sentirse nunca excluido. Por ello, mis letras buscan poder adaptarse a cualquier tipo de situación y que cualquier persona pueda sentirse identificada, independientemente de su género o sexualidad.

Cada error que cometemos es una oportunidad para fortalecernos y mejorar.

Quiero transmitir mis experiencias a mis oyentes para poder servir de ejemplo, ya sea como error o acierto, a todos aquellos que lo necesiten.

VALORES

LIBERTAD DE EXPRESIÓN
como movimiento que ensalza la posibilidad de que podamos difundir nuestras ideas sin temor a su repercusión social

CONFIANZA
como mecanismo de empoderamiento personal

DIVERSIDAD
como la realidad en la que vivimos

INCLUSIÓN
como respuesta positiva hacia la diversidad



Imagen 47. Página Slider 3

También se podrá acceder a estas dos páginas a través del menú horizontal, haciendo *click* en ‘Sobre mí’ y después en ‘Biografía y música’ o ‘Filosofía y valores’, respectivamente.

En el apartado ‘Descubre más’ se incluirá cualquier proyecto externo en el que el artista participe y sirva para enriquecer la información sobre éste, como pueden ser entrevistas, vídeos, o *podcasts*. Aquí aparecerán imágenes a modo de hipervínculo, que dirigirá al usuario hacia una página web externa, junto a una descripción sobre este contenido como se muestra en la siguiente imagen:



Imagen 48. Apartado ‘Descubre más’

El apartado ‘Contacto’ está formado por un formulario, donde los usuarios se pueden poner en contacto con *Rasson* a través de la misma página web, y una franja donde aparecen fotos de los principales miembros del “*Equipo Rasson*”, la función que desempeñan y sus respectivos correos electrónicos. Todo ello se puede ver en la imagen de la siguiente página:

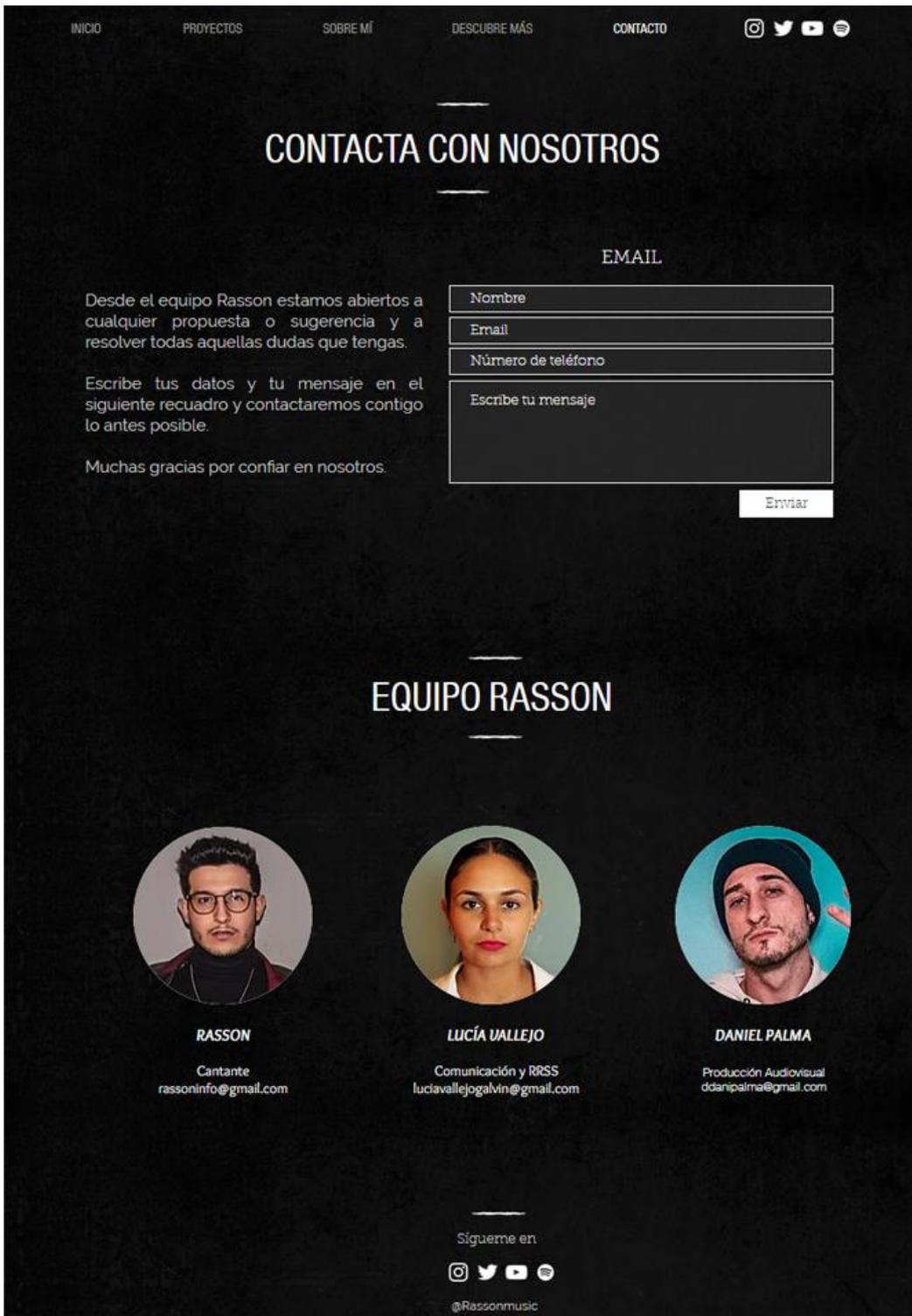


Imagen 49. Apartado 'Contacto'

Por último, tanto en el menú horizontal como al final de todas las páginas, se han incluido accesos directos a sus principales redes sociales y plataformas (*Instagram, Twitter, YouTube y Spotify*). Estos accesos directos son los que pueden verse en las imágenes 50 y 51.



Imagen 50. Accesos directos a redes sociales en menú horizontal

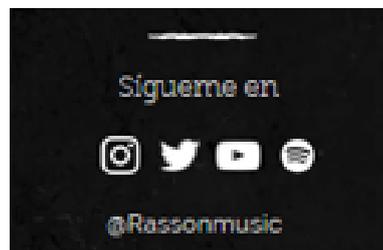


Imagen 51. Accesos directos a redes sociales al final de cada página

3.1.5. ACCIONES EN MEDIOS EXTERNOS: ENTREVISTA *GENERACIÓN Z*

El miércoles 29 de abril se grabó y retransmitió en directo una entrevista a *Rasson* para, posteriormente, subir el podcast de la grabación a Spotify, la actual plataforma del proyecto *Generación Z*, un podcast semanal dirigido por tres adolescentes en el que tratan temas de actualidad y tecnología.

Esta entrevista sirvió para generar contenido en las redes *Instagram* y *Twitter* de *Rasson*, anunciando días antes el día de la subida de la entrevista y los temas de los que se hablaron. Cuando la entrevista estuvo disponible en su plataforma, se volvió a generar contenido como hipervínculo a través de *Instagram* y *Twitter*, y repostando las publicaciones de la cuenta de *Twitter* de *Generación Z* que hablaban sobre la entrevista.

Así, como hemos dicho antes, se generó contenido nuevo para estar presentes durante la cuarentena, facilitando a los seguidores de *Rasson* el acceso a dicha información y contenido.

El entrevistador nos envió una lista de preguntas que se harán durante la entrevista, las cuales fueron preparadas, además de añadir otras posibles preguntas (en azul) relacionadas con la información que hemos dado en la respuesta anterior.

A continuación, mostraremos el *Questions and Answers* de la entrevista y las publicaciones que deberán hacerse en las respectivas redes de *Rasson*.

3.1.5.1. *Questions & Answers*

Desde *Generación Z* nos enviaron la batería de preguntas que iba a tener que responder *Rasson* en su entrevista, las cuales respondimos y a las que añadimos algunas otras posibles preguntas, señaladas de color azul marino.

1. ¿Cómo llevas la cuarentena?

Bien, dentro de lo que cabe. Todos estamos haciendo un esfuerzo muy grande para acabar con el virus y poder volver a la normalidad lo antes posible.

2. *¿Estás aprovechando este tiempo para sacar nuevas canciones? Si es así, ¿podrías decirnos el posible título de la siguiente?*

Estoy trabajando en varios proyectos, con colaboraciones y un nuevo single que espero sacar en junio. En cuanto al título, preferiría mantenerlo en secreto durante un tiempo, pero si estáis atentos a las redes sociales podréis ir viendo pistas sobre el segundo single.

3. *¿Y podría decirnos el nombre de los artistas de las colaboraciones o cuándo saldrán a las principales plataformas?*

Estoy trabajando en ello, con esto de la cuarentena está todo el tema de postproducción muy parado y aún no tengo una fecha en concreto para las colaboraciones. En cuanto al nombre de los artistas, puedo decirnos uno de ellos: *Klauregui*.

4. *¿Estás orgulloso de cómo quedó la canción 'Me Prendió'?*

Cuando sacas tu primera canción estás muy emocionado, aunque también tienes mucho miedo dado que estás ofreciendo tu esfuerzo a un público acostumbrado a artistas profesionales que juzgará si eres bueno o no. La verdad es que sí, me siento muy orgulloso de cómo ha quedado 'Me Prendió', dado que fue hecha con muy poco presupuesto y superó con creces las expectativas que teníamos para ella. Obvio podría mejorarse, pero si nos ponemos a buscar mejoras nunca acabaríamos. También os adelanto que todo lo que viene en estos meses es mucho más profesional y tendrá más calidad.

5. *¿Qué haces para entretenerte en la cuarentena?*

Actualmente, además de componer, también estoy estudiando. Por tanto, no tengo mucho tiempo libre ya que estoy hasta arriba de trabajo.

6. *¿Por qué elegiste *Rasson* como nombre de artista?*

Rasson es el resultado de juntar las palabras 'Ra' (el dios egipcio del sol) y 'son' (hijo en inglés), dando como resultado 'Ra's son', que en español significa el hijo de Ra. La transcripción es distinta para que todo el mundo pueda pronunciarlo bien, pero el significado es ese.

El dios egipcio del sol (*Ra*) era símbolo de la luz y responsable del ciclo de muerte y resurrección. Con *Rasson*, busco dar a luz una versión más contemporánea de este dios, representando un ciclo de empoderamiento personal, donde todos podemos superar y dejar atrás nuestros miedos o problemas y salir de ellos con más fuerza que nunca.

7. *¿Y el logo también tiene significado?*

Sí, simboliza un amuleto compuesto por unas alas, que representan la libertad, y el *Ojo de Ra*, del que ya hemos hablado antes. Como puedes ver, todo está muy pensado porque son los valores con los que me identifico.

8. ¿Tienes algún truco para componer?

A ver, no es ningún truco en sí, a mí siempre se me suelen venir a la mente los estribillos, ya sea sólo en melodía o con letra y, a partir de ahí, busco *beats* o *riddims* para adaptar y crear el resto de la composición en base a ellos.

9. ¿Cómo fue el rodaje de “Me Prendió”?

El rodaje fue hecho con muy poco presupuesto, el equipo estuvo compuesto exclusivamente por amigos y familiares. Fue una experiencia única y muy divertida, ya que lo hicimos todo de manera muy informal.

El lugar elegido fue un sitio icónico de mi ciudad, Dos Hermanas: unas antiguas escaleras construidas para cruzar la vía del tren, con un estilo muy ‘grunge’. Quedamos todos para estar allí a las 6 de la tarde. Todos llegaron muy puntuales, excepto yo que llegue media hora tarde.

Nos tomamos el rodaje como una fiesta. Era todo muy gracioso porque el que grababa nos daba unas indicaciones que, a la hora de rodar, nadie seguía. De hecho, existen algunas ‘tomas falsas’ en el videoclip que decidimos mantener como parte de éste porque, realmente, fue un momento muy especial para nosotras.

En cuanto a los *flashback*, fueron rodados con poco tiempo dado que hubo algunos problemas técnicos, pero, al final, se solucionaron fácilmente y al cabo de 2 semanas estuvo listo para subirse a YouTube.

10. ¿Y la producción?

Se grabó y editó todo en una mañana. Yo llegué con unas expectativas concretas, ya que estaba buscando mi esencia y, aunque descubrí que esa no era, fue un experimento que superó las expectativas que yo tenía en esos momentos.

11. ¿A qué te refieres con esencia?

Cuando hablo de esencia, me refiero a un sonido personal, que me diferencie del resto de artistas. Esa esencia que buscaba está perfectamente plasmada en mi próximo single.

3.1.5.2. Planificación publicaciones en redes sociales

3.1.5.2.1. Twitter

A continuación, se mostrará una tabla con la planificación de las publicaciones que se programaron para la red social *Twitter*. En la columna ‘Publicación’ se hace referencia a las imágenes correspondientes de dichas publicaciones, que serán mostradas posteriormente.

Fecha	Hora	Publicación
28/04/2020	16:10	Imagen 52
28/04/2020	20:08	Imagen 53
29/04/2020	12:12	Imagen 54
29/04/2020	15:32	Imagen 55
29/04/2020	20:28	Imagen 56
01/05/2020	12:03	Imagen 57



Imagen 52. Publicación 28/04/2020 (1)



Imagen 53. Publicación 28/04/2020 (2)



Imagen 54. Publicación 29/04/2020 (1)



Imagen 55. Publicación 29/04/2020 (2)



Imagen 56. Publicación 29/04/2020 (3)



Imagen 57. Publicación 01/05/2020

3.1.5.2.2. Instagram

A continuación, se mostrará una tabla con la planificación de las publicaciones que se programaron para la red social Twitter. En la columna 'Publicación' se hace referencia a las imágenes correspondientes de dichas publicaciones, que serán mostradas posteriormente.

Fecha	Hora	Imagen
28/04/2020	20:08	Imagen 58
28/04/2020	-	Imágenes 59, 60, 61, 62, 63
29/04/2020	11:47	Imagen 64
29/04/2020	16:06	Imagen 65
29/04/2020	20:33	Imagen 66
01/05/2020	12:00	Imagen 67
01/05/2020	12:07	Imagen 68



Imagen 58. Publicación 28/04/2020 (1)



Imagen 59. Publicación 28/04/2020 (2)



Imagen 60. Publicación 28/04/2020 (3)



Imagen 61. Publicación 28/04/2020 (4)



Imagen 62. Publicación 28/04/2020 (5)



Imagen 63. Publicación 28/04/2020 (6)



Imagen 64. Publicación 29/04/2020 (1)



Imagen 65. Publicación 29/04/2020 (2)



Imagen 66. Publicación 29/04/2020 (3)



Imagen 67. Publicación 01/05/2020 (1)



Imagen 68. Publicación 01/05/2020 (2)

3.2. PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL VIDEOCLIP “LO SABES”

La fecha prevista para el lanzamiento del segundo videoclip se definirá cuando finalice el Estado de Alarma y pueda rodarse sin problemas. No obstante, procederemos a generar la estrategia dedicada a esta campaña y se establecerá un *timing* provisional.

Con este plan de comunicación pretendemos conseguir los siguientes objetivos:

- Generar interés e intriga del público hacia el segundo videoclip.
- Ganar suscripciones al canal de YouTube *RASSONMUSIC*.
- Aumentar el número de reproducciones respecto al primer videoclip.

Para la consecución de estos objetivos, realizaremos las siguientes acciones de comunicación:

- Redacción de una nota de prensa adaptada a cada medio para presentar de nuevo a *Rasson* y anunciar la salida del próximo videoclip.
- Publicidad pagada en Instagram y YouTube para la captación de público objetivo y para promocionar el segundo videoclip.
- Generación de contenido en redes propias anunciando la preparación y salida del videoclip ‘*Lo Sabes*’.
- Uso de *influencers* y otros artistas para la promoción de ‘*Lo Sabes*’.

3.2.1. NOTA DE PRENSA

Veáse en la siguiente página.



RASSON

Email: rassoninfo@gmail.com

Teléfono: 627 622 620 (Lucía, encargada de comunicación)

NOTA DE PRENSA

18 de mayo de 2020, Dos Hermanas

RASSON, UN NUEVO ARTISTA QUE APUESTA POR LA FUSIÓN Y LA DIVERSIDAD EN LA MÚSICA URBANA

Rasson es un artista cuyo proyecto musical, que comenzó el pasado mes de enero, se basa en la fusión entre diferentes estilos del género urbano y la lucha por la diversidad y ruptura de tabúes a través de sus letras.

Jose Manuel Pera, artísticamente conocido como *Rasson*, es un cantante sevillano de 22 años que el pasado mes de enero comenzó un proyecto de fusión musical, apostando por la diversidad y la ruptura de tabúes desde el género urbano.

La principal razón que le llevó a hacer este proyecto fue su condición sexual unida a la influencia del *Dancehall*, un género musical tradicionalmente caracterizado por letras machistas y homófobas.

Rasson busca romper las normas establecidas en la música urbana del momento y representar la diversidad y su inclusión. Según él, *“incluir significa estar dentro, por lo que no hay mejor camino para empezar que entrar en ese mundo”*. Además, defiende totalmente la libertad de expresión, la cual ve imprescindible para conseguir su ya mencionado objetivo.

En cuanto a la fusión, el artista recalca que ve el *Dancehall* como un género muy rico e inspirador, pero poco conocido en España. Es por ello que apuesta por mezclar este género con otros estilos más populares del género urbano, como el *Reggaeton* o el *Trap*, de los cuáles se ha nutrido durante su adolescencia.

“El Dancehall es muy rico en su música, en el tempo, en los instrumentos que utiliza, y los estilos Reggaetón y Rap le aportan un contraste muy potente que puede ser disfrutado más allá de sus respectivas y propias esencias”.

Sus letras se componen de micro-historias basadas en experiencias propias que pretende compartir con el mundo y que considera que han podido ser tabú en la sociedad, como podemos ver en su primer single, *‘Me Prendió’*. Esta canción narra abiertamente la historia de dos chicos que mantienen una relación ‘sin etiquetas’, donde sólo uno de ellos siente amor real y se encuentra sumido en un gran interrogante sobre la evolución de esta relación.

Su próximo proyecto es *‘Lo Sabes’*, un single en el que tratará el tema de la infidelidad desde una perspectiva abierta y que estará disponible en *YouTube* y *Spotify* a partir del próximo viernes 19 de junio.

La anterior nota de prensa será enviada a los siguientes medios de comunicación 1 semana antes del estreno del videoclip 'Lo Sabes' (08/06/2020).

MEDIO	NOMBRE	EMAIL	Página web
Periódico local	CadenaDH	Cadenadh2016@gmail.com	https://cadenadh.com/
Periódico local	El Nazareno	redaccion@elnazareno.es	https://www.periodicoelnazareno.es/
Periódico Local	Dos Hermanas Info	contacto@doshermanasinfo.com	https://www.doshermanasinfo.com/
Revista Moda, arte, música urbana	WAG	redaccion@wag1mag.com	https://www.wag1mag.com/
Red Social Tendencias, moda y música	Naice Magazine	ruben@naicemagazine.com	https://www.instagram.com/naicemagazine/?hl=es
Web/RRSS Música urbana	What's Grinding	Sólo se permite contactar a través de página web.	https://whatsgrindin.com/
Revista LGTB	Shangay	Sólo se permite contactar a través de página web.	https://shangay.com/
Revista	BeatBurger	elbloquetelevision@gmail.com	http://www.beatburger.com/
Revista tendencias creativas y urbanas	NEO2	Sólo se permite contactar a través de página web.	https://www.neo2.com
Revista música, moda y tendencias	Fantasticmag	info@fantasticmag.es	https://www.fantasticmag.es/
Web música urbana	Rapetón	correo@rapeton.com	http://www.rapeton.com/
Web música	La Maldita Radio	marco@lamalditaradio.com	https://lamalditaradio.com/
Web música	Fotoconciertos	noticias@fotoconciertos.com	https://fotoconciertos.com
Revista música urbana	El Zocco	redaccion@elzocco.com	https://elzocco.com
Revista música	Fleek Mag	Editor jefe: ffraile@fleekmag.com Editor de música: vcabello@fleekmag.com Publicidad y nuevo negocio: daniel@gner.es	https://fleekmag.com
Revista música, moda, cultura y tendencias urbanas BCN	Urban Club Magazine BCN	info@urbanclubmagazine.com	https://urbanclubmagazine.com
Revista musical	Industria musical	noticias@industriamusical.es	https://industriamusical.es
Revista musical	El Giradiscos	javi@elgiradiscos.com	http://www.elgiradiscos.com
Revista musical	Mondosonoro	andalucia@mondosonoro.com	https://mondosonoro.com
Revista musical	Muzikalia	7minutos@muzikalia.com	https://muzikalia.com
Revista musical	Binaural	web@binaural.es	https://www.binaural.es/
Revista LGTBI+	Togayther	somos@togayther.es	https://www.togayther.es/

Revista LGTBI+	Oveja rosa	info@ovejamosa.com	http://ovejamosa.com/
Revista LGTBI+	IT GETS BETTER	tomas@itgetsbetter.es	http://www.itgetsbetter.es/
Revista LGTBI+	Magcedonia	prensa@magcedonia.com	http://magcedonia.com

3.2.2. CONTENIDO EN REDES PROPIAS

Se anunciará a los seguidores el comienzo de la grabación del segundo videoclip, publicaremos además varias pistas semanales sobre el tema que tratará este vídeo y, por último, se anunciará la fecha estimada de salida de éste en las principales plataformas.

Este contenido servirá para informar sobre la vuelta de su actividad, mantener expectantes a sus seguidores y a aquellos usuarios que entren en el perfil por publicidad y actuar como recordatorio semanal de la inminente salida de su próximo tema.

Las publicaciones serán las que se muestran a continuación.

3.2.2.1. Instagram

Fecha	Ubicación	Publicación
1er día de grabación	<i>Stories</i>	*Imagen 69
01/06/2020	<i>Feed</i>	Imagen 70
01/06/2020	<i>Stories</i>	Imagen 71
05/06/2020	<i>Stories</i>	Imagen 72
06/06/2020	<i>Stories</i>	Imagen 73
12/06/2020	<i>Stories</i>	Imagen 74
15/06/2020	<i>Feed</i>	Imagen 75
18/06/2020	<i>Stories</i>	Imagen 76
19/06/2020	<i>Stories</i>	*Imagen 77, *Vídeo ejemplo: 'Me Prendió 680x1080'
19/06/2020	<i>Feed</i>	*Imagen 78, *Vídeo ejemplo: 'Me Prendió 1920x1080'

Las imágenes respectivas a las publicaciones de este *planning* podrán verse en la siguiente página.

***NOTA:** Las publicaciones respectivas al día 19/06/2020 se muestran a modo de ejemplo partiendo del videoclip 'Me Prendió', ya que en este momento el segundo videoclip no se ha empezado a producir y, por tanto, no se puede representar fielmente.

Estas publicaciones serían las referentes a las *imágenes 71 y 72*, y a los *vídeos de ejemplo 'Me Prendió 680x1080'* (formato *Storie*) y '*Me Prendió 1920x1080'* (formato *Feed*). Se podrán ver estos vídeos de ejemplo a través del siguiente enlace: <https://drive.google.com/open?id=1MileJce8RWBcdKAS61rR-oLyHQ4q-g6N>

Igualmente sucedería con la imagen del primer día de grabación, donde se muestra una idea de cómo será esa publicación, pero no es la imagen final que se subirá.



Imagen 69. Publicación primer día de grabación (ejemplo)

Después de todo este parón me enorgullece anunciar que estamos trabajando con muchas ganas para poder sacar mi próximo videoclip en breve 🌟🌟

⚠️ Estad muy atentos ⚠️ porque cada fin de semana iré dando algunas pistas que guardaré en la storie destacada "Pistas" 🌹.

Esta foto es la primera.

Si conseguís adivinar algún detalle, ¡no dudéis en comentarlo!

Suscribete a mi canal de YouTube para no perdértelo:
<https://youtu.be/MLUtZFqesPU>



Imagen 70. Publicación 01/06/2020 (1)



Imagen 71. Publicación 01/06/2020 (2)

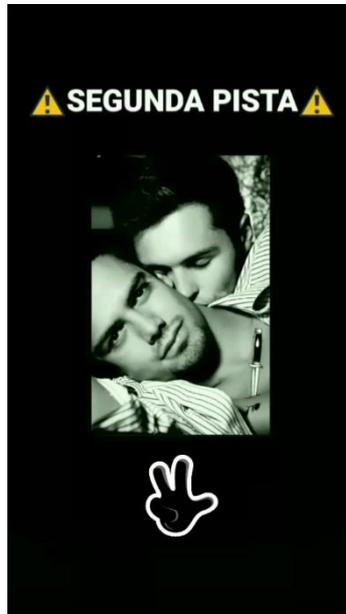


Imagen 72. Publicación 05/06/2020



Imagen 73. Publicación 06/06/2020



Imagen 74. Publicación 12/06/2020



Imagen 75. Publicación 15/06/2020



Imagen 76. Publicación 18/06/2020

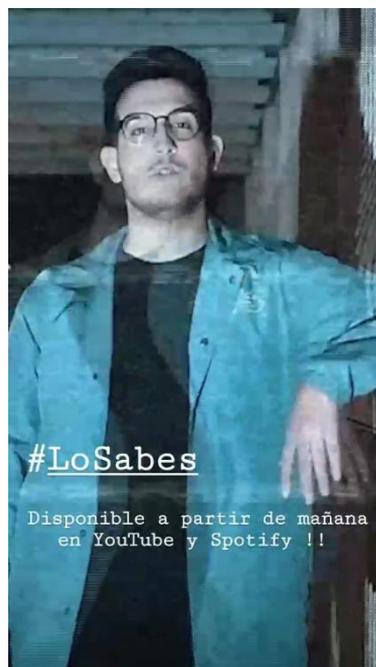


Imagen 77. Publicación 18/06/2020 (ejemplo)



Imagen 78. Publicación 19/06/2020 (ejemplo)

3.2.2.2. Twitter

Fecha	Publicación
1er día de grabación	*Imagen 79 *Nota: Al igual que sucede con Instagram, esta imagen no es la definitiva, sino un ejemplo de cómo será).
01/06/2020	Imagen 80
05/06/2020	Imagen 81
06/06/2020	Imagen 82
12/06/2020	Imagen 83
15/06/2020	Imagen 84
19/06/2020	Imagen 85

A continuación, se mostrarán las imágenes correspondientes a cada publicación.



Imagen 79. Publicación primer día de grabación (ejemplo)



Imagen 80. Publicación 01/06/2020

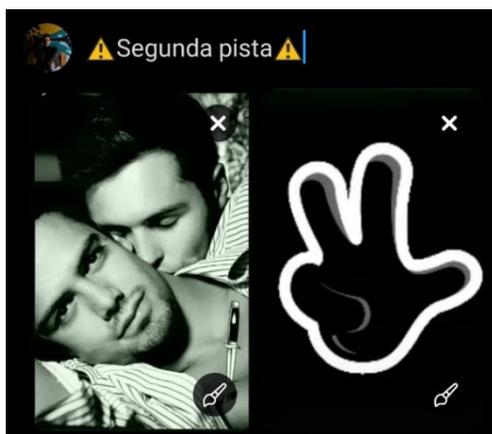


Imagen 81. Publicación 05/06/2020

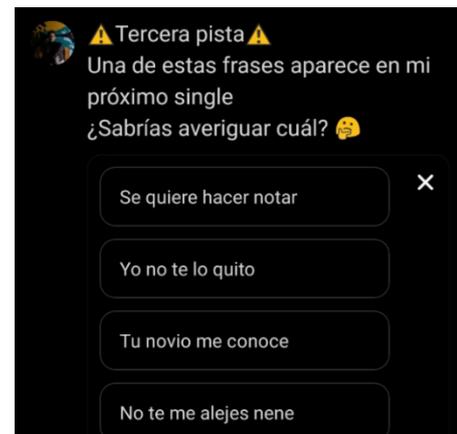


Imagen 82. Publicación 06/06/2020

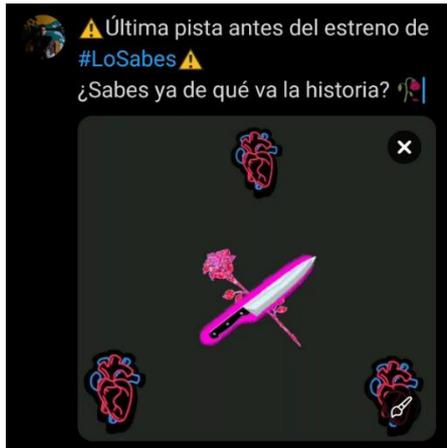


Imagen 83. Publicación 12/06/2020



Imagen 84. Publicación 15/06/2020



Imagen 85. Publicación 19/06/2020

3.2.3. PUBLICIDAD PAGADA

Se realizará publicidad pagada en las plataformas *YouTube* e *Instagram* del videoclip '*Lo Sabes*', contando con un presupuesto máximo de 70€, desde el momento del estreno del vídeo en *YouTube*.

La intención de esta acción es captar la atención de público interesado que, posteriormente le visite y siga en sus redes sociales. Esto supondrá un empuje para dar a conocer al artista y sus trabajos más importantes.

A continuación, se mostrará el planning de dichas campañas y capturas a modo de ejemplo de ellas.

3.2.3.1. *Planificación Instagram*

A continuación, se mostrarán unas tablas que hacen referencia a las opciones que me da la plataforma de creación de anuncios perteneciente a *Facebook* (en negrita) y las opciones que he visto acordes a las necesidades de la promoción.

Campaña	<i>Rasson 'Lo Sabes'</i>	
Objetivo	Reproducciones de vídeo	
Cuenta publicitaria	País de la cuenta	España
	Divisa	Euro
	Zona horaria	Europe/Madrid

Conjunto de anuncios				
Público	Lugar	España		
	Edad	18-25		
	Sexo	Todos los géneros		
	Segmentación detallada	Intereses	vídeos musicales, <i>rap</i> , música urbana, <i>reggaetón</i> , <i>dancehall</i>	
		Nivel de formación	Secundario en curso, estudios universitarios en curso, secundario completo, título intermedio, sin especificar	
		Situación sentimental	Soltero, en una relación, sin especificar, relación abierta, relación complicada	
		Expansión de la segmentación detallada	Activada	
Idiomas	Español o Español (España)			
Ubicaciones	Ubicaciones manuales	Dispositivos	Todos los dispositivos	
		Plataformas	Instagram	
		Ubicaciones	<i>Feed</i> , Sección ' <i>Explora</i> ', <i>Stories</i>	
Presupuesto y calendario	Optimización para la entrega de anuncios	<i>Thrupay</i>		
	Control de costo	Costo promedio por <i>Thrupay</i>		
	Presupuesto total	30€		
	Calendario	Inicio	19/06/2020 00:00h	
Fin		03/03/2020 00:00h		

Anuncio		
Identidad	Página de Facebook	Rasson Music
	Cuenta de Instagram	Rassonmusic
Formato	Un solo vídeo	
Contenido multimedia	Feed de Instagram	Vídeo 'Me Prendió' 1920x1080
	Stories de Instagram	Vídeo 'Me Prendió' 608x1080
	Sección 'Explorar' de Instagram	Vídeo 'Me Prendió' 1920x1080
Texto y enlaces	Texto principal	<p>#LoSabes 🇵🇷 cuenta la historia de un triángulo amoroso desde la perspectiva de 'el otro'.</p> <p>¿Qué opinas sobre el tema?</p> <p>Descubre la historia completa en YouTube (enlace) o Spotify (enlace) y comenta qué te ha parecido.</p> <p>Si te ha gustado, no dudes en visitar 'Me Prendió': https://www.youtube.com/watch?v=MLUtZFgesPU</p>
	Título (opcional)	RASSON – LO SABES 🇵🇷
	URL del sitio web	<p>Enlace a videoclip 'Lo Sabes' en YouTube</p> <p>*Nota: en este momento no se encuentra disponible, a modo de ejemplo sugiero visitar el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=MLUtZFgesPU</p>
	Enlace visible (opcional)	
	Llamada a la acción	Ver más
Idiomas	Idioma predeterminado	Español
	Idiomas agregados	
Seguimiento	Píxel de Facebook	

A continuación, se mostrarán imágenes como ejemplo de las vistas previas de las ubicaciones de este anuncio, utilizando como ejemplo el videoclip 'Me Prendió'.

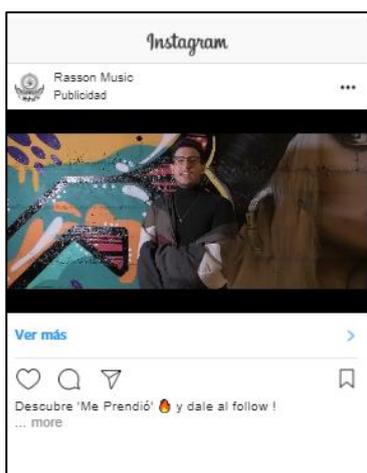


Imagen 86. Vista previa de la promoción en la sección 'Feed'



Imagen 87. Vista previa de la promoción en la sección 'Stories'

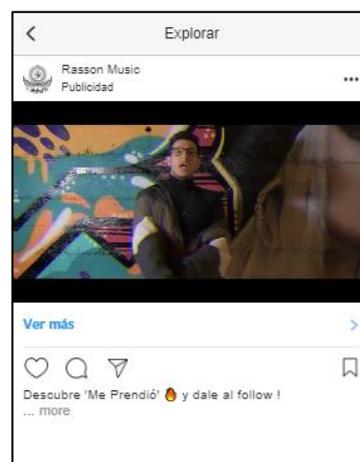


Imagen 88. Vista previa de la promoción en la sección 'Explora'

3.2.3.2. Planificación YouTube

A continuación, se mostrarán unas tablas que hacen referencia a las opciones que me da la plataforma de creación de anuncios perteneciente a *Google* (en negrita) y las opciones que he visto acordes a las necesidades de la promoción.

Nombre campaña	Lo Sabes	
Tipo	Campaña de vídeo	
Objetivo	Cobertura y notoriedad de la marca	
Estrategia de puja	CPM objetivo	
Presupuesto	40,00€	
Fechas	19 jun 2020 – 3 jul 2020	
Redes	Vídeos de <i>YouTube</i> , <i>Partners de vídeo en la Red de Display</i>	
Idiomas	Español	
Ubicaciones	España.	
Tipo de inventario	Inventario ampliado	
Etiquetas y tipos excluidos	Todas las audiencias Para casi todos los públicos, con supervisión paterna	
Etiquetas y tipos incluidos	Para público adolescente y de más edad Contenido sin etiquetar	
Configuración adicional	Conversiones	
	Dispositivos	Mostrar en todos los dispositivos aptos
	Limitación de frecuencia	Ninguno
	Programación de anuncios	Todos los días 18:30-00:00 Todos los días 00:00-02:30

Grupo de anuncios		
Personas	Sexo	Mujer, Hombre, Desconocido
	Edad	18-25, Desconocido
	Estado parental	Sin hijos, Desconocido
	Ingresos familiares	11-20%, 21-30%, 31-40%, Desconocido
Audiencias	Datos demográficos detallados	Estudios que ha completado: graduado en educación secundaria Estado civil: en una relación, personas solteras
	Audiencias afines	Medios de comunicación y entretenimiento: aficionados a la música en español, aficionados al <i>rap</i> y al <i>hip-hop</i> Estilo de vida y aficiones: aficionados a la vida nocturna Tecnología: amantes de las redes sociales
	Audiencias en el mercado	Entradas para eventos: entradas para conciertos y festivales de música
	Acontecimientos vitales	
Contenido	Palabras clave	musica nueva, musicas de reggaeton, regaeton, escuchar musica reggaeton, de reggaetón, lo mejor reggaetón, musica urbana, musica urbana 2020, musica urbana latina, lo nuevo en musica urbana, musica urbana nuevo, videos musica urbana, mejores canciones urbanas, reggaeton trap, dancehall, el trap, nieto666, shainny, beapelea, musica latina
Temas	Arte y entretenimiento	Música latina, urbana y <i>hip-hop</i> , <i>rap</i> y <i>hip-hop</i> , <i>reggaetón</i> , videos musicales
Emplazamientos	Cualquier emplazamiento	

Puja	
Valor	0,63€
Ajuste en contenido muy popular	20% (Pasará de 0,63€ a 0,76€).

Tu video de YouTube		
Formato del anuncio de vídeo	Anuncio <i>in-stream</i> saltable	
URL final	Enlace a videoclip 'Lo Sabes' en YouTube *Nota: en este momento no se encuentra disponible, a modo de ejemplo sugiero visitar el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=MLUtZFqesPU	
URL visible		
Llamada a la acción	Llamada a la acción	Ver más
	Título	Rasson Music
Opciones de URL de anuncio	Banner complementario	Generar automáticamente
Nombre del anuncio	Lo Sabes – Rasson	

Este anuncio será publicado en YouTube y la red de Partners de Google. Las siguientes imágenes corresponde a sus respectivas vistas previas, usando el videoclip 'Me Prendió' a modo de ejemplo.

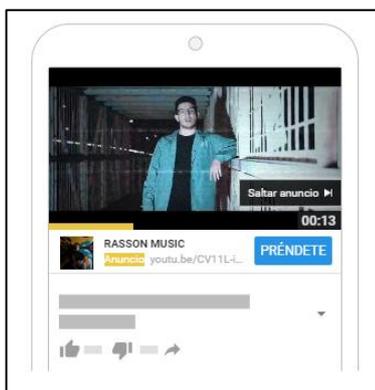


Imagen 89. Vista previa de la promoción en YouTube (móvil)

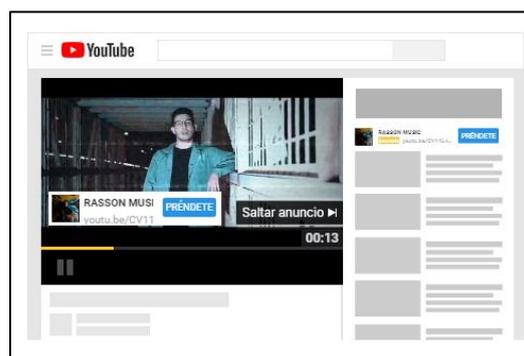


Imagen 90. Vista previa de la promoción en YouTube (ordenador)



Imagen 10. Vista previa de la promoción en la red de Partners de Google

3.2.4. USO DE INFLUENCERS Y ARTISTAS

Con motivo del estreno del segundo videoclip de *Rasson*, '*Lo Sabes*', el artista contactará con otros artistas e *influencers*, los cuales serán mostrados a continuación, para que éstos promocionen en sus redes la nueva canción que acabará de publicar en *YouTube* y *Spotify*.

Con esta acción se pretende generar tráfico hacia *YouTube* y las redes de *Rasson*, pudiendo así ganar nuevos seguidores y/o suscriptores, y fomentar la colaboración entre artistas.

Las cuentas elegidas para esta acción serán aquellas con las que *Rasson* ha tenido contacto anteriormente, como artistas a los que él mismo ha promocionado en sus redes e *influencers* con el que ha mantenido un contacto cercano.

Sus perfiles de *Instagram* son los siguientes:

- @shainny_
- @nieto666_
- @maria.sioke
- @lablewsy
- @knashi
- @ramoncamposs_
- @amaaanda90
- @mariaartes
- @mellamanbarbie_

4. CONSECUCIÓN DE OBJETIVOS

A lo largo de este proyecto, hemos conseguido cumplir varios de los objetivos marcados, que señalaremos con un *tick* en color verde (☑) en los siguientes puntos. Los objetivos que se han conseguido parcialmente serán marcados con un *tick* en color amarillo (☐) y los objetivos no conseguidos aún no tendrán ninguna marca.

4.1. OBJETIVOS MARCADOS POR RASSON

Específicos	Generales	Secundarios
<input checked="" type="checkbox"/> Tener un signo visual	<input type="checkbox"/> Darse a conocer	Obtener dinero para cubrir los gastos
<input checked="" type="checkbox"/> Ganar seguidores y suscriptores	<input type="checkbox"/> Obtener una buena imagen	<input checked="" type="checkbox"/> Conseguir colaboraciones con otros artistas
<input checked="" type="checkbox"/> Generar una estrategia para la salida del segundo videoclip	Posicionarse en el mercado	Conseguir la verificación en sus redes sociales

4.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

- Creación de un signo visual acorde con los valores del artista.
- Obtener buena imagen y notoriedad.
- Fomentar valores de diversidad e inclusión.
- Aumentar target: conseguir nuevos seguidores dentro del público objetivo establecido.
- Conseguir las reproducciones necesarias en las principales plataformas para generar el dinero necesario para cubrir los costes.

5. CONCLUSIÓN

Durante este trabajo he podido aprender de primera mano cómo llevar todo el proceso de planificación de un proyecto de comunicación adaptado a las necesidades de un cliente específico.

Elegí el sector musical porque me pareció una propuesta muy interesante dado que, durante mi formación, hemos hecho trabajos en los que los alumnos elegíamos otro tipo de sectores más orientados a la venta de productos físicos, pero nunca con productos de esta índole o carácter.

Como he podido ir descubriendo, esta industria tiene una gran competencia, y son muy fuertes aquellos artistas que tienen detrás una buena productora. Su publicidad, en su mayoría, está basada en soportes digitales y mucha imagen.

Es por ello que, para la óptima realización de este trabajo de fin de grado, he visto conveniente que el artista esté presente en estos medios, los cuales son indispensables para el desarrollo de su plan de comunicación.

6. WEBGRAFÍA

- Castel, E. (Ed.). (2001). Ra. En Gran Diccionario de la Mitología Egipcia (1.a ed.). Recuperado de <https://mercaba.org/mediafire/castel,%20elisa%20-%20gran%20diccionario%20de%20mitologia%20egipcia.pdf>
- Ra (dios egipcio). (s. f.). Recuperado 17 de febrero de 2020, de [https://www.ecured.cu/Ra_\(dios_egipcio\)](https://www.ecured.cu/Ra_(dios_egipcio))
- Ojo de Ra | Wiki Mitología | Fandom. (s. f.). Recuperado 17 de febrero de 2020, de https://mitologia.fandom.com/es/wiki/Ojo_de_Ra

7. ANEXO 1: ENTREVISTA A RASSON

Jose Manuel Pera es un joven artista de 17 años que apuesta por el género *Dancehall* y acaba de sacar su primer *single* 'Me Prendió' en *YouTube*, el día 31 de enero de 2020.

Nos cuenta que, desde pequeño, sentía una gran pasión por la música. A los 13 años empezó a componer letras, sobre todo de flamenco, y, más tarde, conoció a una artista de *free-style* en la que se inspiró para escribir *Rap*, llegando a hacer una *demo* con otra chica, aunque no la sacó a la luz porque no sentía que fuera un producto que pudiera vender en el mercado. También se adentró en el mundo del *Trap*, escribiendo canciones para desahogarse, pero nunca como producto.

A sus 17 años escuchó por primera vez algunos artistas de *Dancehall*, aunque sin conocimiento del género. Un año después, escuchó a *Bad Gyal*, una artista de *Dancehall* español-hispano, cuya canción 'Fiebre' fue su fuente de inspiración para crear *Rasson*. A partir de este momento, empezó a escribir ritmos del género y en 2019 lo vio como un producto que podía sacar al público y, con el ánimo de sus amigos, creó *Rasson*.

Según Jose Manuel: *"Rasson siempre estuvo en mi mente, probé con diferentes estilos, pero hasta que no encontré el Dancehall, no notaba que pudiera nivelarse la creación de un producto que me guste tanto a mí como a mi público"*.

Rasson, para Jose Manuel, es el proyecto que siempre ha querido, pero, además, es la manera que tiene de contar todas sus vivencias y de transmitir el mensaje de que *"todo el mundo puede hacer lo que quiera, en el ámbito y género que quiera; puedes conseguir lo que quieras, aunque la gente no confíe en tí"*.

Su música se basa en el desamor, el empoderamiento personal, la diversidad y la confianza. Su valor principal es que *"La diversidad es todo el conjunto"*, *"Mi música es confianza"*.

iene en mente crear una música para gente *"mentalmente adolescente"* y piensa que el colectivo LGBTI puede verse más interesado, pero insiste en que cualquier persona puede escucharle.

Nos comenta que no le interesan las productoras ya que, ahora mismo, quiere ser un artista independiente: *"Iría en contra de mis principios de libertad y diversidad, dado que, en su mayoría, no te dejan expresarte libremente, ya que te imponen temas en los que no puedes meterte o de los que no puedes hablar"*. Destaca que, actualmente, su objetivo es controlar su música y sus letras el mismo.

En sector del género *Dancehall* existe una gran competitividad entre sus artísticas, donde encuentra ventajas, como una constante obligación a superarse a sí mismo, pero también inconvenientes, porque no existe colaboración entre artistas.

Según José Manuel, el *Dancehall* es una música que nace en Jamaica a partir del ritmo *reggae*, dado a conocer por *DJ's* (allí llamados *Selecta*) que iban poniendo estos ritmos en *Soundsystems* (rutas de locales por donde rotaban los *DJ's*), donde la gente iba a escuchar música.

La explosión de este Género, según José Manuel, vino de manos de *Seal Paul (The Trinity)*. Además, nos comenta que hoy en día escuchamos muchas canciones de este género sin saber que son *Dancehall*.

A día de hoy, su principal objetivo es darse a conocer y que la gente le escuche. Además, tiene una clara preocupación por dar una buena imagen, dado que encuentra la posible problemática de que lo tachan como una 'copia de Bad Gyal' por usar la base del género.

El material básico que necesita es el siguiente:

- Identidad Visual: está haciendo *Dancehall* hispano, el *Dancehall* original (jamaicano) tiene una identidad visual basada en vídeos de islas, músicos de pueblo, pobreza, etc. Quiere llevar sus vídeos a una estética trapera, creando un estilo propio dentro del sector.
- Logotipo: quiere seguir la esencia egipcia, pero llevado a la actualidad. No quiere un logotipo con colores cálidos ni letras góticas, busca una mezcla de minimalismo, estilo urbano y la esencia egipcia.
- Publicidad: necesita realizar una estrategia publicitaria de lanzamiento, quiere darse a conocer a través de RRSS, Medios de comunicación, participación en eventos, prescriptores e *influencers*.
- Gestión de Redes Sociales.