

**Universidad Miguel Hernández
Facultad de Ciencias Sociales y
Jurídicas de Elche Grado en
Comunicación Audiovisual
Trabajo Fin de Grado**



Producción musical y promoción de una canción

**Alumno: Carlos Barberá Martínez
Tutora : María Teresa Zaragoza Fuster
Curso Académico 2022-2023**

Resumen

El presente trabajo se centra en el desarrollo de un plan de distribución de una canción, por lo que el objetivo principal de este plan es lograr una amplia difusión y visibilidad de la canción, conectando de manera efectiva con el público y generando un impacto significativo en su audiencia.

La metodología usada se basa en una combinación de estrategias de promoción digital y offline. En lo digital, se implementaron acciones como la creación de perfiles en redes sociales relevantes para el público objetivo, la publicación regular de contenido relacionado con la canción, la interacción con seguidores y la colaboración con influencers o artistas afines. Además, se aprovecharon plataformas de streaming y distribución de música digital para alcanzar a un público más amplio.

En el ámbito offline, se diseñó una estrategia de presentaciones en vivo en bares y locales de música, aprovechando la energía y el contacto directo con el público.

Los objetivos del plan de difusión incluyen aumentar el número de reproducciones y descargas de la canción, aumentar la base de seguidores en redes sociales, generar interacción y participación del público, así como reforzar la presencia y reconocimiento del artista.

Tras aplicar las acciones de distribución, la canción obtuvo un incremento significativo en las reproducciones y descargas, logrando una mayor visibilidad en plataformas de música digital. Además, se registró un incremento en el número de seguidores y en la interacción en redes sociales. Las presentaciones en vivo también resultaron positivas, generando mayor interés en la canción y atrayendo a nuevos seguidores.

Palabras clave

Promoción musical, era digital, estrategia de promoción, marketing en línea, alcance de la canción

Abstract:

This paper focuses on the development of a promotion plan for a song, addressing its methodology, objectives, and the results achieved. The main objective of the plan is to achieve widespread dissemination and visibility of the song by effectively connecting with the target audience and generating a significant impact on its listeners.

The methodology employed is based on a combination of digital and offline promotion strategies. In the digital realm, actions such as creating profiles on relevant social media platforms for the target audience, regularly publishing content related to the song, engaging with followers, and collaborating with influencers or like-minded artists were implemented. Additionally, streaming platforms and digital music distribution channels were leveraged to reach a broader audience.

In the offline domain, a strategy of live performances in bars and music venues was designed to capitalize on the energy and direct interaction with the audience.

The objectives of the promotion plan include increasing the number of song plays and downloads, growing the social media follower base, generating audience interaction and engagement, as well as strengthening the artist's presence and recognition.

The results obtained were satisfying. The song experienced a significant increase in plays and downloads, attaining greater visibility on digital music

platforms. Additionally, there was a rise in the number of followers and engagement on social media, including comments, shares, and likes. The live performances also proved successful in generating heightened interest in the song and attracting new fans.

In conclusion, the implemented promotion plan successfully achieved its objectives by enhancing the dissemination and recognition of the song and

artist. The combination of digital and offline strategies effectively connected with the audience and made a positive impact on the music promotion.

Keywords

music promotion, digital era, promotion strategy, online marketing, song reach.



INDICE

1. Introducción

1.1. Presentación del tema	6
1.2. Objetivos del TFG	6
1.3. Justificación de la elección del tema.....	7

2. Plan de comunicación

2.1 Análisis del contexto.....	8
2.2. Objetivos.....	9
2.3. Estrategias.....	10
2.4. Acciones.....	11
2.4.1. Promoción digital.....	13
2.4.2. Promoción offline.....	14
2.4.3. Calendario de acciones.....	14
2.5. Resultados.....	15

3. Producción musical de la canción

3.1 Selección de canciones	16
3.2. Planificación de la producción	17
3.3. Grabación, mezcla y masterización.....	19
3.4. Elección de formato de distribución.....	20

4. Análisis y resultados

4.1. Evaluación de la producción musical de la canción.....	22
4.2 Evaluación de la promoción de la canción.....	22
4.3. Análisis de resultados obtenidos.....	23

5. Conclusiones.....

6. Bibliografía.....

7. Anexos.....

1. Introducción

1.1. Presentación del tema

Este trabajo se centra en el desarrollo de un plan de promoción a través de medios para la difusión de una canción, así como en la explicación del proceso de creación de la misma. El tema abarca la importancia de diseñar estrategias de promoción utilizando diferentes medios de comunicación, mientras también se explora cómo se lleva a cabo la producción musical de la canción.

El plan de promoción a través de medios tiene como objetivo principal lograr una amplia difusión y visibilidad de la canción, conectando de manera efectiva con el público objetivo y generando un impacto positivo en su audiencia. Para ello, se emplearán estrategias digitales y offline, aprovechando plataformas de música en línea, redes sociales, presentaciones en vivo...

1.2. Objetivos del TFG

Los objetivos del proyecto son:

1. Analizar el panorama actual de la industria musical y la importancia de la publicidad online en la era digital.
2. Identificar las herramientas y estrategias de marketing en línea más efectivas para promocionar una canción hoy en día.
3. Preparar un plan de comunicación personalizado para una canción específica, utilizando herramientas y estrategias definidas.
4. Evaluar los resultados del plan de promoción y reflexionar sobre los aspectos positivos y negativos del proceso.
5. Discutir las limitaciones del estudio y las posibles direcciones futuras de investigación en el campo de la promoción de la música en línea.

Con estos objetivos en mente, tratamos de profundizar nuestra comprensión

del proceso de promoción de la música en la era digital y brindar orientación práctica para aquellos que buscan promover la música en línea de manera efectiva.

1.3. Justificación de la elección del tema

La elección de este tema se justifica por la importancia de promover la música en la era digital a los artistas independientes. Actualmente, el consumo de música se ha movido hacia las plataformas digitales, lo que ha generado un mercado altamente competitivo y difícil de destacar sin una estrategia de promoción.

Además, la publicidad musical ha recorrido un largo camino en los últimos años, con la aparición de nuevas herramientas y técnicas de marketing en línea que pueden ser muy eficaces para difundir una canción. Por ello, es necesario analizar y comprender estas nuevas tendencias y herramientas para diseñar una estrategia de promoción adecuada y eficaz.

Por todas estas razones, la elección de este tema es relevante y actual, ya que puede ser de gran interés para cualquier artista independiente que busque promocionar su música en la era técnica, números y llegar a un público más amplio.

2. Plan de comunicación

En este plan de comunicación, desarrollaremos una estrategia efectiva para establecer y crear una conexión sólida con nuestra audiencia objetivo. Antes de analizar el contexto, estableceremos objetivos claros y comprenderemos a nuestra audiencia.

Con esta información, crearemos una estrategia coherente, implementaremos el plan y mediremos continuamente los resultados para asegurar el éxito de nuestras comunicaciones.

2.1. Análisis del contexto

La producción musical ha evolucionado bastante a lo largo de los años, pasando por una serie de contextos históricos y desarrollos importantes en la tecnología de grabación y producción. Dentro de este análisis, se explicarán brevemente algunas de las principales premisas y etapas de la producción musical.

Uno de los primeros avances grandes en la producción musical fue la invención del fonógrafo en 1877 por Thomas Edison. Este invento hace posible grabar sonidos en cilindros de cera y luego reproducirlos. Los fonógrafos permitieron a los músicos grabar sus presentaciones en vivo y venderlas como vinilo, revolucionando la forma en que se consumía y producía la música.

A lo largo de las décadas de 1930 y 1940, la tecnología de grabación y producción musical siguió avanzando, cuando surgieron las primeras grabaciones multipista y el uso de micrófonos de condensador para grabar instrumentos con una gran precisión, más detallada y clara. En la década de 1950, la música rock and roll comenzó a ganar popularidad y la producción musical comenzó a crecer aún más.

En la década de 1960, la invención de la cinta magnética y la grabación estéreo permitió a los productores de música crear grabaciones más complejas y en capas con más instrumentos y voces.

Durante las décadas de 1970 y 1980, la producción musical siguió creciendo con el auge de la música electrónica y el auge de la música disco y el hip-hop. Los productores comenzaron a usar sintetizadores y cajas de ritmos para crear nuevos sonidos y ritmos, mientras que la tecnología de grabación digital permitía grabaciones con mayor precisión y claridad.

En las últimas décadas, la producción musical ha seguido creciendo con la popularidad de la música pop y electrónica, con el uso de programas de producción musical basados en ordenador y software de grabación digital, que permiten a los productores crear música en cualquier lugar y en cualquier momento.

La producción musical se ha vuelto más accesible, permitiendo que los artistas independientes produzcan y distribuyan su música sin necesidad de grandes presupuestos o grandes compañías discográficas.

2.2.. Objetivos

Los siguientes objetivos nos guiarán a lo largo de todo el proceso y nos permitirán posteriormente evaluar el éxito de nuestras acciones. A continuación, presentamos los objetivos que perseguimos en nuestro plan de comunicación.

-Aumentar la visibilidad de la canción: El objetivo principal es dar a conocer la canción para llegar a un público más grande. Esto se puede lograr a través de una variedad de estrategias, como publicar la canción en plataformas digitales, publicar la canción en las redes sociales y enviarla a blogs de música para su promoción.

-Crear participación de la audiencia: debe centrarse en atraer a los fanáticos de la música y animarlos a participar. Una forma de hacerlo es crear contenido para las redes sociales, como videos detrás de escena, historias de Instagram...

-Atraer nuevos fanáticos: además de llegar a las audiencias existentes, la

publicidad también debe apuntar a atraer nuevos fanáticos a la música. Esto se puede lograr colaborando con personas influyentes y otros artistas de la industria.

-Aumentar las visitas de canciones: un objetivo importante de promocionar una canción es aumentar las vistas en plataformas de transmisión como Spotify o YouTube. Esto se puede lograr a través de la publicidad en las redes sociales y la creación de listas de reproducción.

2.3.. Estrategias

En nuestro plan de comunicación, nos enfocaremos en desarrollar estrategias efectivas que nos permitan alcanzar nuestros objetivos de manera eficiente. Estas estrategias estarán diseñadas para aumentar el impacto y garantizar que el mensaje llegue de manera clara y relevante.

- Publicidad en redes sociales: las redes sociales son una herramienta poderosa para promover la música. Compartir tráileres de canciones, fotos y cualquier otro tipo de contenido que ayude a generar interés en la canción.
- Crea un videoclip: un videoclip puede ser una forma efectiva de promocionar tu canción.
- Crear contenido adicional: otra forma de promocionar su canción es crear contenido adicional que complemente la canción. Esto podría incluir remezclas de canciones, producciones detrás de escena, vídeos de presentaciones en vivo y más.
- Promoción en programas de radio y televisión: finalmente, puede considerar promocionar la canción en programas de radio y televisión. Esto podría incluir poner la canción en programas de entrevistas o trabajar con DJ y artistas para promocionar la canción.

2.4.. Acciones

Para llevar a cabo el plan de comunicación de la canción, se implementaron las siguientes acciones que corresponden a las líneas estratégicas establecidas para conseguir los objetivos del plan:

- Creación de perfiles en redes sociales: Se establecieron perfiles en redes sociales relevantes para el público objetivo, como Instagram, Twitter y YouTube. Estas plataformas se utilizaron para compartir contenido relacionado con la canción, como videoclip, fragmentos de grabaciones en el estudio, fotos del proceso de producción y mensajes del cantante.
- Publicación de contenido: Se estableció una estrategia de publicación regular de contenido en las redes sociales. Esto incluyó el lanzamiento de teasers, anuncios de eventos, actualizaciones sobre la canción y la creación de contenido adicional.



Portada de la canción

Fuente: Elaboración propia

- Interacción con seguidores: Se promovió la interacción con los seguidores a través de respuestas a comentarios, mensajes directos y menciones en las redes sociales. Se fomentó la participación de los seguidores mediante preguntas y respuestas, y la solicitud de opiniones sobre la canción y el artista.
- Colaboración con artistas afines: Se establecieron alianzas estratégicas con artistas afines que contaban con una audiencia similar o complementaria al público objetivo. Se llevaron a cabo colaboraciones en forma de actuaciones conjuntas, menciones en redes sociales y promoción cruzada.
- Presentaciones en vivo: Se programaron presentaciones en vivo en bares y locales de música, como parte de la estrategia offline. Estos eventos permitieron al artista conectarse directamente con el público, interpretar la canción en vivo y generar un impacto emocional más cercano.



Actuación en bar local

Fuente: Elaboración propia

- Colocación en plataformas de streaming y distribución digital: Se realizó la distribución de la canción en plataformas de streaming y distribución digital, como Spotify, Apple Music, Amazon Music, entre otras. Esto permitió que la canción estuviera disponible para un público más amplio y facilitó su descubrimiento por parte de nuevos oyentes.

El plan de comunicación implementado para la promoción de la canción "Las decisiones que tomo (mal)" con un presupuesto de 100 euros se realizó con una estrategia enfocada en opciones de bajo costo pero efectivas:

2.4.1. Promoción digital

Para lograr nuestros objetivos, implementaremos una serie de acciones de promoción digital. Estas acciones nos permitirán llegar a nuestro objetivo de una manera efectiva a través de canales digitales. A continuación, enumeramos las acciones que se llevarán a cabo:

- Creación y gestión de perfiles en redes sociales relevantes: 0 euros (gratuito)
- Producción y promoción de contenido multimedia (fotografías, videos, gráficos): 20 euros
- Publicidad en redes sociales y plataformas de música digital: 30 euros
- Colaboración con influencers o artistas afines: 0 euros (intercambio de promoción)
- Suscripción a plataformas de streaming y distribución de música digital: 10 euros

2.4.2. Promoción offline

En nuestro plan de comunicación, la promoción offline sigue siendo una parte importante. La promoción offline nos da la oportunidad de llegar a nuestra audiencia de una manera directa y personal, generando un impacto duradero.

A continuación, presentamos las acciones de promoción offline que se implementarán para fortalecer la estrategia de comunicación y llegar a nuestra audiencia de manera efectiva.

-Alquiler de espacios para presentaciones en bares y locales de música: 30 euros

-Honorarios de músicos y equipo técnico para presentaciones en vivo: 10 euros

-Gastos adicionales (transporte, etc.): 10 euros

2.4.3. Calendario de acciones

A continuación, se detalla el desglose del período de tiempo en el que se implementaron las diferentes acciones:

Diciembre:

-Gestión de perfiles en redes sociales.

-Producción y promoción de contenido multimedia.

-Lanzamiento de la canción en plataformas musicales (Spotify, Apple Music, iTunes, Instagram/Facebook, TikTok/Resso/Luna, YouTube Music, Amazon, Soundtrack by Twitch, Pandora, Deezer, Tidal, iHeartRadio, ClaroMusica, Saavn, Boomplay, Anghami, KKBox, NetEase, Tencent, Qobuz, Joox, Kuack Media, Yandex Music (beta), Adaptr, Flo, MediaNet)

Enero:

- Continuación de la gestión de perfiles en redes sociales.
- Publicación regular de contenido relacionado con la canción.
- Interacción con seguidores y respuesta a comentarios.

Febrero:

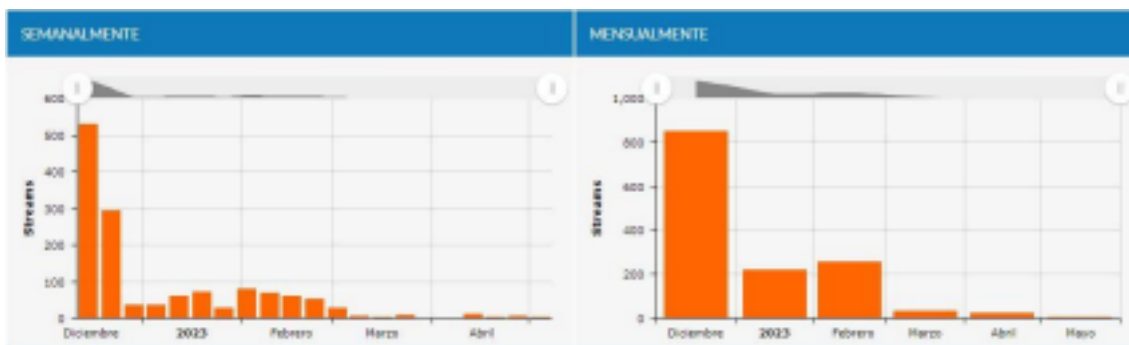
- Alquiler de espacios para presentaciones en bares y locales de música. -Realización de presentaciones en vivo.
- Promoción y difusión de las presentaciones en redes sociales.

2.5. Resultados

Los resultados obtenidos a partir de la implementación del plan de promoción han sido satisfactorios y han superado las expectativas iniciales. La canción experimentó un aumento significativo en las reproducciones y descargas, lo que indica un mayor alcance y visibilidad en plataformas de música digital. Esto demuestra que las estrategias digitales implementadas, como la creación de perfiles en redes sociales relevantes, fueron efectivas en captar la atención del público objetivo y generar interés en la canción.

Además, se registró un incremento en el número de seguidores en las redes sociales, así como una mayor interacción y participación del público durante el periodo en el que se llevó a cabo el plan de comunicación (de diciembre a febrero).

Escuchas de la canción durante el tiempo.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las presentaciones en vivo, estas resultaron exitosas al generar un mayor interés en la canción y atraer a nuevos seguidores. El contacto directo con el público en bares y locales de música permitió establecer una conexión más cercana y personal, fortaleciendo la relación entre el artista y su audiencia.

En general, los resultados obtenidos demuestran la efectividad del plan de comunicación.

3. Producción musical de la canción

3.1. Selección de canciones

La selección de canciones es una etapa fundamental en la producción musical ya que determina el resultado final del proyecto. La selección de canciones debe basarse en varios factores, que incluyen:

1. **Preferencia personal:** los productores de música y los artistas deben elegir una canción que les guste personalmente. Si los productores y los artistas no sienten una conexión emocional con la canción, es menos probable que trabajen duro y se comprometan con el proyecto.

2. Potencial comercial: si el objetivo es producir una canción con potencial comercial, es importante elegir una canción que atraiga al público objetivo. Esto puede incluir una combinación de letras pegadizas, ritmos pegadizos y melodías memorables.
3. El mensaje de la canción: La canción debe transmitir el mensaje de forma clara y coherente. Si la letra carece de significado o consistencia, es menos probable que la audiencia se conecte con ella.
4. Adaptabilidad: La canción debe poder adaptarse a diferentes géneros musicales y estilos de producción. Si la canción es demasiado específica en términos de género o estilo, puede ser difícil de producir y promocionar.
5. Potencial creativo: las canciones deben tener potencial creativo para permitir que los productores y artistas experimenten y exploren diferentes ideas y posibilidades durante la producción.

La selección de canciones es una decisión importante en la producción musical, ya que determinará el éxito del proyecto. La canción elegida debe atraer al público objetivo, transmitir un mensaje claro, ser adaptable a diferentes géneros y estilos de producción y tener potencial creativo.

3.2. Planificación de la producción

3.2.1. Preproducción

- Definir el género y estilo musical de la canción
- Componer la letra de la canción
- Seleccionar los instrumentos y sonidos que se utilizarán en la canción.
- Establecer el tempo y la tonalidad de la canción

-Diseñar la estructura de la canción y la progresión de acordes

3.2.2. Grabación

- Grabar la pista de batería o percusión.
- Grabar el bajo.
- Grabar los instrumentos melódicos, como son las guitarras, teclados y cuerdas.
- Grabar la voz principal y las armonías.
- Agregar efectos de sonido y procesamiento al audio, como: reverb, delay y compresión.

3.3.3. Mezcla

-Ajustar los niveles de cada pista para que se escuchen de manera equilibrada. -Utilizar la ecualización para mejorar el sonido de cada pista.

-Combinar las pistas para crear un sonido estéreo, moviendo las pistas hacia los lados y dejando espacio para que se pueda escuchar todo correctamente.

3.3.4. Masterización

- Ajustar el volumen general de la canción.
- Utilizar la compresión y la limitación para mejorar el sonido y la dinámica de la canción.
- Agregar EQ y otros efectos de masterización para mejorar el sonido general de la canción.

3.3.5. Distribución

-Subir la canción a una plataforma de distribución de música, como Spotify, Apple Music o YouTube. En este caso se ha utilizado "Distrokid" para la distribución a plataformas digitales.

- Promocionar la canción en las redes sociales.
- Planificar presentaciones en vivo y conciertos para promocionar la canción.

3.3..Grabación, mezcla y masterización

3.3.1.Preparación

- Organizar pistas y configurar un flujo de trabajo.
- Escuchar todas las pistas y realizar los ajustes de edición necesarios.



3.3.2. Mezcla

- Ajustar el nivel de cada pista para que se escuchen de forma equilibrada.
- Usar EQ para mejorar el sonido de cada pista, eliminando frecuencias innecesarias o no deseadas.
- Utilizar la compresión para controlar los picos de volumen y suavizar el sonido
- Usar la panoramización para separar los sonidos en el espacio estéreo para que cada sonido tenga su propio espacio en el campo de sonido.
- Agregar efectos de mezcla, como reverberación, retardo, chorus o flanger, para agregar textura y profundidad al sonido.

3.3.3. Masterización

-Ajustar el volumen general de la canción para que compita con las demás canciones del mercado.

-Utilizar la compresión y la limitación para mejorar el sonido y la dinámica de la canción, asegurándose de que no se pierda la calidad del sonido.

-Usar EQ para mejorar el sonido general de su canción ajustando la respuesta de frecuencia y eliminando frecuencias no necesarias.

-Agregar otros efectos de masterización, como saturación de cinta, controladores armónicos, expansión estéreo o expansión estéreo, para mejorar el sonido estéreo y la sensación de la canción.

3.3.4.Revisión y ajustes

Escuchar la mezcla y masterizar la canción una y otra vez para asegurarse de que todo está bien y que no hay errores ni fallas en la producción. Hacer los ajustes finales a la mezcla y masterización según sea necesario para asegurarte de que la canción suene correctamente.

3.4. Elección de formato de distribución

-Streaming: la transmisión de música en línea se ha convertido en la forma más popular de escuchar música en la actualidad. Los servicios de transmisión de música como Spotify, Apple Music y Amazon Music brindan a los oyentes

acceso a una amplia gama de música a través de una suscripción mensual. Como artista, es importante tener en cuenta que los ingresos por transmisión son relativamente pequeños, por lo que se requiere una gran cantidad de transmisión para generar ingresos significativos.

-Descargas digitales: las descargas de música digital han sido una forma

popular de distribución de música durante varios años. Los servicios de descarga como iTunes, Google Play y Amazon permiten a los oyentes descargar canciones individuales o álbumes completos para reproducirlos en dispositivos digitales. Si bien la descarga digital sigue siendo popular, su popularidad ha disminuido a medida que la transmisión de música se ha vuelto más popular.

-CD: los CD han sido una forma popular de distribución de música durante décadas. Los CD se pueden vender en tiendas de música, en línea o en conciertos en vivo. Sin embargo, el consumo de CD ha disminuido durante la última década debido a la creciente popularidad de la transmisión de música y las descargas digitales.

-Vinilo: aunque el vinilo se ha visto eclipsado por otros formatos musicales en los últimos años, la popularidad del vinilo ha ido en aumento últimamente. El vinilo brinda una experiencia auditiva única y una calidad de sonido excepcional a los formatos digitales. Como resultado, algunos artistas producen vinilos de edición limitada para coleccionistas y fanáticos por igual.

En este caso se optó por lanzarla en streaming, prácticamente en todas las plataformas gracias a Distrokid (distribuidora) a la cual se le paga un precio anual, y te lanza la canción en las plataformas más importantes de mercado, como pueden ser : Spotify, Tidal Music, Amazon Music...

Es importante tener en cuenta que la elección de la distribución dependerá de una serie de factores, como el estilo musical, el público objetivo, el presupuesto y la estrategia de marketing del artista o la compañía discográfica.

4. Análisis y resultados

4.1. Evaluación de la producción musical de la canción

En el caso de la canción analizada en esta pieza, se realizó una producción de alta calidad, que ha utilizado diversos equipos y herramientas especializadas, como el micrófono NT2A, altavoces KRK Classic 5 y auriculares profesionales y tarjeta de sonido SSL2.

La producción ha logrado producir un sonido coherente y atractivo que, con la combinación adecuada de equilibrio genera una sensación cómoda y placentera al oyente. La canción también tiene una estructura clara y una interpretación vocal poderosa y conmovedora que transmite con eficacia el mensaje de la letra.

4.2. Evaluación de la promoción de la canción

La promoción de una canción es fundamental para su éxito y popularidad en la era digital, y en el caso de la canción analizada en este trabajo, se realizaron acciones promocionales personalizadas.

La publicidad en las redes sociales es efectiva para incrementar la visibilidad y el alcance de una canción, ya que le permite al artista conectarse con su público y mantener una presencia constante en línea.

Interpretar canciones en bares ha sido una estrategia interesante para crear una exposición más directa al público y despertar su interés por la canción y el artista.

En general, el plan de comunicación implementado fue eficaz para aumentar el alcance y la viralidad de la canción, generar más participación en las redes sociales y ayudar a que la canción llegara a más de 1000 personas en Spotify.

4.3. Análisis de resultados obtenidos

En este trabajo se analizó la producción musical y promoción de una canción por parte de un artista independiente. El proceso de producción musical fue evaluado positivamente ya que se demostró la buena calidad de mezcla y grabación, ya que se utilizó equipo de alta gama para obtener la mejor calidad de sonido posible.

En cuanto al plan de comunicación, se implementó una estrategia de promoción que resultó efectiva para aumentar el alcance y la difusión de la canción. La publicidad en línea es una herramienta importante en la promoción.

En resumen, se puede decir que la estrategia de producción y promoción musical implementada ha sido efectiva para difundir y promocionar la canción, logrando un alcance significativo en Spotify y atrayendo el interés del público.

5. Conclusiones

El presente trabajo ha resultado ser una experiencia interesante que ha permitido desarrollar y ejecutar un plan de comunicación para la difusión de una canción. Durante este proceso, además de realizar una revisión bibliográfica sobre la evolución de la producción y la distribución musical, hemos podido apreciar la importancia de diseñar estrategias efectivas de promoción utilizando diferentes medios de comunicación y explorar el fascinante mundo de la producción musical.

En cuanto a los resultados obtenidos, podemos afirmar que han sido positivos. A través de las acciones de promoción digital y offline, se ha logrado alcanzar una amplia difusión y visibilidad de la canción, conectando de manera efectiva con el público. Las reproducciones y descargas de la canción experimentaron un incremento significativo, lo que evidencia el interés y aceptación por parte de la audiencia.

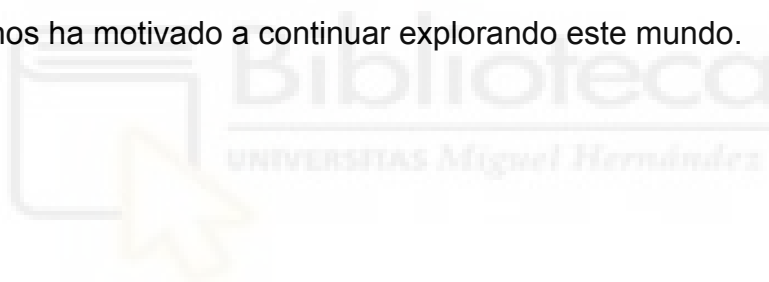
Además, el aumento en el número de seguidores en redes sociales y la

interacción del público fueron indicadores positivos del impacto generado.

Las presentaciones en vivo también fueron una decisión acertada. El contacto directo con el público permitió una conexión emocional más grande y ayudó a la difusión de la canción en un entorno enriquecedor y enérgico.

En definitiva, este trabajo nos ha brindado la oportunidad de aplicar conocimientos teóricos y técnicos en el campo de la producción musical y la comunicación. A su vez, hemos valorado la importancia de la creatividad y la pasión en la música.

Aunque siempre existen aspectos mejorables y desafíos por enfrentar, el balance es altamente positivo. El trabajo realizado nos ha brindado numerosas lecciones y nos ha motivado a continuar explorando este mundo.



6. Bibliografía

Gómez-Carmona, D., García-Martínez, J., & Albiol-Pérez, S. (2019). La promoción musical en la era digital: Un análisis de la industria discográfica. *Comunicación y Sociedad*, 35, 125-150.

Li, Y., Li, X., & Liang, H. (2020). Understanding music promotion on social media: A case study of Weibo. *Information Processing & Management*, 57(4), 102178.

O'Donnell, J. (2019). *Music promotion in the digital age: Tools, strategies, and tactics* Routledge.

Panigrahi, P. K. (2020). *Music marketing and branding: A music industry perspective*. IGI Global.

Pardo, A., & Rodríguez, M. A. (2019). La nueva promoción musical: estrategias en la era digital. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 17(2), 15-33.

Hughes, P. (2018). *Music marketing: Press, promotion, distribution, and retail*. Routledge.

Jäger, J., & Strelbel, J. (2018). *Music marketing for the DIY musician: Creating and executing a plan of attack on a low budget*. Routledge.

Wong, K. (2018). *Music publicity: A practical approach*. Routledge.



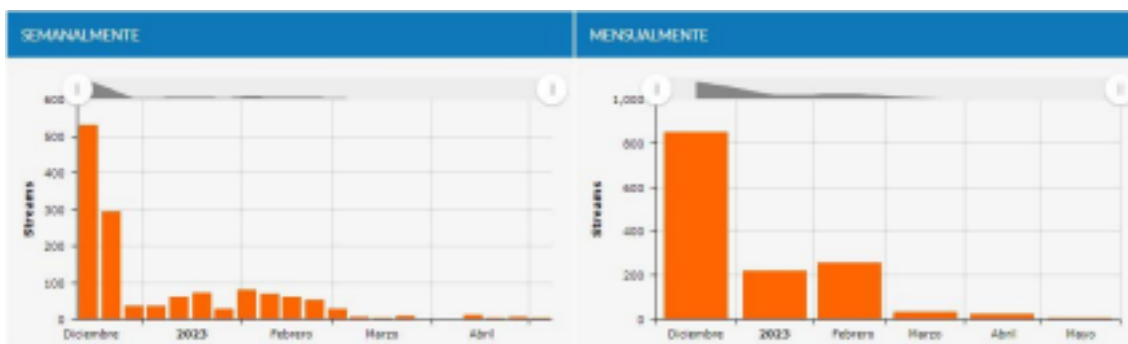
7. Anexos

Enlace a la canción en todas las plataformas disponibles:

<https://linktr.ee/carlosmartinez>

Escuchas de la canción durante el tiempo.

Fuente: Elaboración propia.



Actuación en bar local

Fuente: Elaboración propia



Portada de la canción

Fuente: Elaboración propia

