

Memoria *La última métrica*

Trabajo de fin de grado

Línea C2: Elaboración de medio digital
especializado



LA ÚLTIMA MÉTRICA



Lorenzo José Cano López

73099564K

Estudiante de periodismo

Curso académico: 2019-2020

Tutora: Rosana Sanahuja

La última métrica

<https://laultimametrica.wixsite.com/ultimametrica>

Creada el 15 de febrero de 2020

ÍNDICE

1. Introducción (p.1)
 - 1.1. Presentación del medio (p.1)
 - 1.1.1. Imagen Corporativa (p.2)
 - 1.2 Objetivos (p.3)
 - 1.3 Interés (p.4)
 - 1.4 Justificación (p.5)
 - 1.5 Percepción del proyecto antes del COVID-19 (p.6)
 - 1.5.1 Problemas debido al confinamiento (p.7)

2. Fase de preproducción (p.8)
 - 2.1 Gestión con las fuentes (p.8)
 - 2.2 Selección de contenidos (p.10)
 - 2.3 Previsión de gastos necesarios para su realización (p.11)

3. Fase de producción (p.11)
 - 3.1 Enfoque del medio (p.11)
 - 3.2 Secciones (p.12)
 - 3.3 Estructura (p.14)
 - 3.4 Diseño (p.15)
 - 3.5 Interactividad (p.16)
 - 3.5.1 *Quiz* (p.16)
 - 3.5.2 Foro (p.17)
 - 3.5.3 Redes sociales (p.17)
 - 3.6 Usabilidad (p.18)

4. Fase de postproducción (p.19)
 - 4.1 Técnica y elementos para crear la página (p.19)



5. Reportajes (p.20)

5.1 Reportaje audiovisual (p.20)

5.2 Reportaje radiofónico (p.21)

6. Valoración general del proyecto (p.22)

6.1 Conclusiones (p.22)

6.2 Propuestas futuras de mejora (p.23)

7. Anexos (p.24)

7.1 *Summary* (p.24)

7.2 Bibliografía (p.28)

7.3 Enlaces (p.29)

7.4 Scripts (p.31)

1. Introducción

1.1 Presentación del medio

La última métrica es un medio digital especializado en las batallas de rap. En este se pretende recoger la actualidad del *freestyle* a nivel nacional, ya que a día de hoy el movimiento se ha magnificado y expandido a niveles inimaginables, logrando una gran relevancia entre los jóvenes españoles y latinoamericanos. El propósito de este cibermedio consiste en demostrar que se puede realizar un tratamiento periodístico de calidad sobre esta variante del rap, juzgada injustamente por una parte de la sociedad, que solo consideran este espectáculo como una guerra de insultos entre jóvenes y que no ven el sacrificio, la cultura, la agilidad mental y superación que hay detrás de cada uno de los raperos y raperas que salen al escenario a competir.

En un principio el medio digital se iba a llamar *La última réplica*, pero finalmente decidí cambiarlo a *La última métrica*, debido a que quería que el nombre tuviese alguna técnica que emplean en las batallas algunos raperos. Una métrica es una construcción de frases para que todo el proceso de la rima tenga una estructura, interactuando las sílabas tónicas de cada palabra con las demás. Por ejemplo, alternando frases que terminen con 'E' con otras que terminen en 'A' haciendo que estas rimen.

A pesar de la cantidad de personas y público que arrastra el *freestyle*, los medios de comunicación tradicionales, como la prensa escrita, radio y televisión no le dan la repercusión que se merece, y se cuentan con los dedos de una mano las veces que han publicado o emitido alguna noticia sobre las competiciones de *freestyle*. Por ello, *La última métrica* es un espacio donde los seguidores del circuito pueden entrar a informarse sobre la última hora de las batallas de rap, leer reportajes, conocer en profundidad la opinión de *freestylers*, organizadores y personas relacionadas con este mundo, sobre que opinan de la actualidad de las batallas de rap y como han vivido este cambio tan drástico desde sus inicios hasta ahora, además de poder participar en foros y *quiz*.

La última métrica se centra exclusivamente en el ámbito nacional, ya que aunque es cierto que existen canales de Youtube o podcast sobre las batallas de rap, todos ellos engloban todo el *freestyle*. En cambio, con este medio digital se pretende diferenciarse de todos ellos y especializarse en las batallas de rap de España. Por ejemplo, en países como Argentina existen medios que se centran en todo el mundo o en exclusiva del *freestyle* argentino, pero en cambio, en España no existe ningún medio de comunicación que solamente trate el *freestyle* español.

Cabe destacar, que las batallas de rap están viviendo un auge muy importante en España. Las máximas competiciones, como Red Bull o Urban Roosters han conseguido albergar más público que muchos partidos de fútbol de primera división. Un caso sería la última nacional de Red Bull, donde hubieron más de 24.000 espectadores, superando la media de asistencia de doce equipos de la máxima competición española de fútbol.

1.1.1 Imagen corporativa

Como cualquier medio de comunicación es muy importante tener una imagen corporativa que se identifique con el medio y le permita diferenciarse del resto.

La última métrica busca que sus símbolos se relacionen con su contenido, con

la finalidad de que el lector reconozca el ámbito del que va a tratar el cibermedio. Su elección no fue sencillo, realicé diferentes bocetos, pero decidí el actual porque era más acorde.



LA ÚLTIMA MÉTRICA



La imagen corporativa oficial de *La última métrica* es la mostrada a la izquierda. Su elaboración se hizo mediante la página web Canva. Los rombos simbolizan un cuadrilátero, ya que algunas competiciones se realizan en un ring, asemejándose al boxeo. Dentro he decidido introducir ondas sonoras, ya que simboliza el sonido, y no hay que olvidar que el *freestyle* proviene de un género musical, el rap. Por otra parte he decidido poner el

nombre del medio con una tipografía clásica y elegante, con la finalidad de demostrar seriedad, y subrayada para resaltar el nombre de *La última métrica*.

La segunda imagen de la página anterior, le he dado uso en mis redes sociales, por ejemplo, en la cuenta de Twitter es el encabezado. En ella, se encuentra el enlace de la página web y los arrobas de las diferentes redes sociales que tiene *La última métrica* (Twitter e Instagram). Esta imagen simboliza una batalla de rap, donde los *freestylers* se encuentran en ambos lados simulando hacer una batalla sobre un escenario. La misma línea que subraya el nombre de *La última métrica* en la imagen corporativa del cibermedio.

1.2 Objetivos

Los objetivos de *La última métrica* son en su gran mayoría los expuestos en la introducción de la memoria. El objetivo principal de este medio digital consiste en demostrar que se puede realizar un tratamiento periodístico de calidad sobre las batallas de rap, con la finalidad de visibilizar la otra cara del *freestyle*. Además de mostrar la profesionalidad que hay detrás de las personas que forman parte de este movimiento, la profesionalización que quieren implantar las máximas organizaciones, ya que para muchos el *freestyle* es un oficio y visibilizar la cultura, deportividad y arte que hay en las batallas de rap.

Aun así, también hay diferentes objetivos específicos, que expliqué en su día en la presentación del proyecto y que se han mantenido hasta día de hoy.

1. Difundir y dar a conocer las batallas de rap a un público que es escéptico a este estilo musical y realizar un tratamiento periodístico de calidad, destinado a los aficionados y seguidores.
2. Crear un discurso periodístico digital con un tema no convencional a través de la interactividad, multimedialidad e hipertextualidad.
3. Explotar los conocimientos periodísticos adquiridos durante el grado a la hora de gestionar un medio de comunicación propio y tratar las diferentes herramientas, para la difusión de contenidos en redes.

4. Dar a conocer la visión de algunos *freestylers* sobre la masificación de las batallas de rap y el cambio que ha vivido durante estos últimos años.
5. Demostrar que los *freestylers* también son artistas y eliminar los prejuicios que tienen las batallas de rap, debido a que muchos creen que únicamente son una guerra de insultos.
6. Explicar que ha supuesto la COVID-19 a las batallas de rap: cómo les ha afectado, cuándo volverán, cómo será su vuelta...
7. Hacer participe al lector en el medio de comunicación, realizando diferentes foros para poder participar y *quiz* para demostrar su conocimiento del *freestyle*.
8. Expandir el contenido a canales audiovisuales, mediante los reportajes radiofónicos y de video.
9. Demostrar la importancia que tienen las redes sociales a la hora de expandir los contenidos y hacer que la mayor gente posible pueda llegar a ellos.

1.3 Interés

Las batallas de rap son un género que mueve miles e incluso millones de personas en todo el mundo, sobre todo en España y los países latinoamericanos, debido a que les une la misma lengua, y por tanto se ha podido globalizar más fácilmente. Como he dicho anteriormente, las máximas competiciones en España albergan más asistentes que muchos partidos de fútbol de primer nivel, pero donde más público suele captar es en Youtube. La batalla más vista de la historia (Arkano vs Dtoke) tiene más de 42 millones de visualizaciones, superando con creces canciones de los raperos hispanohablantes más famosos del mundo. Pero estas cifras no son casualidades, ya que las máximas competiciones logran millones de reproducciones e incluso los eventos más modestos son capaces de superar el millón de visitas, si los enfrentamientos entre competidores son buenos.

Por otra parte, las batallas de rap se asemejan a los *Esports* (competiciones de videojuegos). Ambos no tienen cabida en los *mass media*, ya que el tratamiento que reciben de los medios es escaso, pero consiguen llenar pabellones y reunir miles de espectadores mediante nuevas plataformas, como pueden ser plataformas de *streaming* o audiovisuales, como Youtube. Esta medida les ha ayudado a llegar a los más jóvenes, ya que estos se están afianzando a este modelo.

No es de extrañar, que el escaso tratamiento periodístico que reciben las batallas de rap sea mediante canales de Youtube (existen *youtubers* que se dedican a informar, reaccionar y entrevistar a diferentes *freestylers*) y las redes sociales (hay cuentas en Twitter, Facebook e Instagram que se dedican en exclusividad a informar sobre la actualidad del *freestyle*). Es por ello, que *La última métrica* está presente en Youtube, Twitter e Instagram, porque es la mayor y mejor forma de llegar al público de las batallas de rap.

1.3 Justificación

¿Por qué he decidido hacer un medio digital sobre *freestyle*? Porque como he dicho en la introducción no existe ningún medio digital en el mundo ni en España que se centre en exclusiva en la actualidad de las batallas de rap en ámbito nacional. Existen canales de Youtube, podcasts... que sí informan sobre el *freestyle*, pero todos tratan el circuito a nivel internacional, lo que supone que el grado de especialización es escaso comparado con un medio que se enfoque en el *freestyle* de un único país o región. Por ejemplo, en países como Argentina y Perú sí que hay medios que solo tratan la actualidad de las batallas de rap del propio país, pero en España hasta *La última métrica* no existe ninguno.

Por otra parte, los medios tradicionales no informan sobre la última hora de las batallas de rap, ya sea en televisión, prensa o radio. Aunque es cierto, que el *freestyle* está entrando en este mundo, donde los *freestylers* tienen secciones en diferentes programas, como por ejemplo, Arkano en *You no te pierdas nada* de Vodafone You, donde tiene un espacio en el que improvisa sobre las noticias del país, además de participar en otros programas de radio y tener el suyo propio

en televisión, llamado *Proyecto Arkano* que se emite en La2. Otro caso es el de el *freestyler* malagueño Skone, que también tiene su propio espacio televisivo en *Playz*, llamado *Réplica* de RTVE. A pesar de que en estos programas se improvisa y a veces llevan otros *freestylers* para que improvisen, no tratan la información del *freestyle*, únicamente es un espectáculo de entretenimiento no informativo.

Otro aspecto a destacar es a nivel personal. Como he dicho, las batallas de rap son un movimiento que van más cada año, y que consigue albergar más público a medida que avanzan los años. Es por ello, que es un filón para especializarse como periodista, porque a día de hoy existen pocos periodistas que traten la actualidad del *freestyle* en España. Es cierto, que a medida que el movimiento crezca habrán más personas que quieran dedicarse a informar sobre este género, pero creo que con *La última métrica* puedo ganarme un hueco en el panorama. Es importante recalcar, que la industria de las batallas se está convirtiendo un negocio, donde muchas personas consiguen ganarse la vida gracias al *freestyle*, y han convertido su hobby en su oficio.

Además, considero que aunque no soy un experto del *freestyle*, sí que pienso que entiendo sobre el tema, además que una de mis aficiones es ver batallas de rap, por lo que este medio digital no me ha supuesto un trabajo que haya hecho con desgana, al contrario, he disfrutado mientras realizaba cada noticias, reportaje, entrevista y análisis.

1.5 Percepción del proyecto antes del COVID-19

La crisis sanitaria debido al COVID-19 supuso una reestructuración de todo lo planeado para *La última métrica*. El coronavirus provocó un gran número de cancelaciones de eventos que ya tenían planificadas las organizaciones de *freestyle*, tanto a gran, mediana y pequeña escala. Con el medio digital se pretendía informar sobre la última hora de las batallas de rap, pero con la suspensión de dichas competiciones tratar la actualidad se volvió complicado. Por ejemplo, me ha privado de hacer crónicas sobre batallas de rap y sobre las competiciones, además de publicar noticias sobre estas mismas. Para suplir las

crónicas, realicé una sección llamada ‘análisis’ en la que analizaba las batallas más polémicas del pasado año, exponiendo las técnicas que habían implantado los *freestylers* durante el enfrentamiento y dando mi opinión sobre si la batalla estaba bien valorada por el jurado.

Es cierto, que algunas organizaciones como Red Bull han realizado competiciones de manera online, pero que carecían de oficialidad, es decir, eran exhibiciones. Y aunque he elaborado noticias sobre esto, no considero que sean noticias de interés, como por ejemplo realizar noticias sobre competiciones que sí son oficiales. Tuve suerte de empezar con el medio digital antes de que surgiera la COVID-19, por lo que hay dos competiciones de las que llegué a informar en vivo.

Debido a que la actualidad era escasa e incluso habían semanas que era nula, opté por realizar contenido alternativos que podría ser de interés para el público. Por ejemplo, los análisis nombrados anteriormente, diferentes entrevistas a *freestylers*, para que dieran su punto de vista sobre la actualidad de las batallas de rap, reportajes, *quiz* y foros sobre *freestyle*. Además, debido al confinamiento, realicé una entrada en el medio titulada “Cinco batallas que ver durante la cuarentena”, apelando directamente al lector, con la finalidad de recomendar batallas durante su confinamiento, ya que era imposible ver batallas nuevas.

Por otra parte, también realicé un reportaje escrito y radiofónico sobre cómo estaba afectando la COVID-19 a las batallas de rap, en el que consulté a más de cinco fuentes en los que se incluyen organizadores de batallas, *freestylers* y personas relacionadas al movimiento, para que dieran su opinión sobre como iba a transcurrir este hecho y dijeran las claves de su vuelta. Decidí hacer un reportaje sobre este tema, debido a que es un tema actual y es necesario reunir diferentes fuentes para tratarlo.

1.5.1 Problemas debido al confinamiento

Sin duda, el confinamiento ha sido el peor de los problemas a la hora de realizar los contenidos de *La última métrica*. A finales de marzo estaba previsto realizar la primera jornada de la cuarta temporada de FMS España (una de las máximas

competiciones del *freestyle*) y se iba a celebrar en València, donde tenía pensado asistir e informar en vivo sobre las batallas que se daban ese día. Por otro lado, Urban Roosters (empresa organizadora) suele dar acreditaciones a los medios y creadores de contenido sobre batallas con relativa facilidad, por lo que ir acreditado a un evento como este hubiera resultado gratificante para realizar contenido y publicarlo en *La última métrica*. Esto, me hubiese permitido entrevistar a los mejores *freestylers* de España en persona y hacer entrevistas después de las batallas, como si de fútbol se tratase.

Aunque no solo iba a asistir a grandes competiciones, sino también a aquellas que se celebran en los parques de València, donde jóvenes que quieren introducirse en el mundo de las batallas de rap, dicen sus primeras rimas y *punchlines*. Esto, lo quería realizar para demostrar la esencia del *freestyle*, la pasión y el sentimiento que hay detrás.

Por otra parte, debido al confinamiento no he podido elaborar entrevistas en persona y todas ellas las he tenido que hacer a través de Skype, videollamada de WhatsApp o correo. Esto ha supuesto un problema, ya que en algunas ocasiones las entrevistas se cortaban y perdían frescura. Por lo que hacerlas en persona hubiese sido mucho mejor.

2. Fase de preproducción

2.1 Gestión con las fuentes

Contactar con las fuentes no fue fácil. Antes de empezar a llevar a cabo el medio digital, apunté en una libreta las fuentes que quería lograr para entrevistar. Entre estos nombres se encontraba Aarón (mánager de Red Bull), Asier (CEO y cofundador de Urban Roosters) y diferentes *freestylers* de primer nivel, los que se encuentran en la liga de FMS España, digamos los mejores de España. Con todas las fuentes contacté vía Instagram y Gmail, debido a que era el único método para hacerlo. A Aarón le hable para ofrecerle una entrevista y que me dijera el punto de vista de Red Bull sobre las batallas y textualmente me dijo “De Red Bull no hablará nadie”. Afirmación que corroboraron demás *freestylers* que entrevisté posteriormente. Por otra parte, con Asier sí que llegué a aclarar

algunas cosas. Me contestó a un par de dudas, pero cuando le dije de hacer una entrevista no volvió a hablarme. Respecto a los *freestylers* más reconocidos de España, a pesar de hablarle a todos ellos por Instagram y correo, ninguno leyó el mensaje. Supongo que al tener cientos de miles y algunos otros millones de seguidores recibirán muchos mensajes de otras personas y no los leerán.

Ante esta situación decidí cambiar de estrategia. Ya que los mejores *freestylers* no contestaban, opté por hablar a *freestylers* menos conocidos, pero que tenían algo que quería plasmar en el medio digital. Por ejemplo, entrevisté a Juan SNK, considerado uno de los raperos con mejor entonación del circuito, Crono\$, uno de los batalleros que más éxito está teniendo en la música, Tazz Yeah, *freestyler* canario que denunció las dificultades que tienen los canarios para competir en España. Kowen, una de las promesas de las batallas durante 2015 que se retiró porque declaró que las competiciones le estaban afectando a la salud mental... Lo que quiero aclarar, es que las entrevistas realizadas están hechas para contar la historia que hay detrás de cada *freestyler*. Además de conocer la opinión que tiene cada uno de ellos sobre el panorama actual de las batallas.

Junto a ellos, también he entrevistado a otros *freestylers* y organizaciones, con la finalidad de complementar y dar más pluralidad a los diferentes reportajes que he elaborado. Con algunos de ellos realicé la entrevista mediante Skype, donde tuve un problema en la entrevista de Tazz Yeah, ya que se grabó sin audio y necesitaba la grabación para realizar el reportaje audiovisual. Tuve suerte que el *freestyler* lo entendió y decidió grabar un video. Pero con otros las entrevistas las realicé a través del correo, aunque no era de mi agrado muchos de ellos lo preferían así y se negaron a hacer una videollamada diciendo que no tenían tiempo y demás excusas.

Debido al confinamiento tuve que realizar las entrevistas a distancia. Aunque quería entrevistar a *freestylers* en persona y algunas videollamadas se cortaban y perdían frescura, esta medida también me ha favorecido. Esto se debe a que me ha permitido entrevistar a *freestylers*, promotores y personas relacionadas en el mundo de las batallas de todo el país, como Islas Canarias, Granada, Jaén,

Murcia, Madrid, Castellón, València, Galicia y Barcelona, además de ser fuentes de interés para un medio sobre batallas de rap.

2.2 Selección de contenidos

Como he dicho anteriormente, las batallas de rap es un movimiento que está en auge y que siempre se ha caracterizado por ser una disciplina urbana, donde muchas personas se han introducido en este mundo por diversión, hasta pocos años atrás, que se está profesionalizando. Es por ello, que al estar tan poco tiempo profesionalizado no existen bases de datos que proporcionen información sobre el *freestyle* o la historia de este. Y es el propio testimonio de los batalleros y algunos videos de Youtube, los únicos métodos para informarse sobre el circuito.

El contenido principal es la actualidad del *freestyle* en el ámbito nacional, en el que se proporcionaba la información a los lectores a través de noticias, entrevistas y reportajes. Por ejemplo, las entrevistas me han permitido nutrirme de información para realizar las noticias, ya que como he dicho anteriormente son los propios *freestylers* los que actúan como únicas fuentes en muchas ocasiones. Además, un factor que me ha ayudado mucho para realizar noticias son las redes sociales, ya que existen algunas cuentas, sobre todo en Twitter, que se dedican a la divulgación de la última hora del *freestyle*. Por ejemplo, la noticia del retiro del mítico speaker Mbaka está extraída de su perfil en Instagram.

Es por ello, que al ser un medio digital dedicado a la información de las batallas de rap, el contenido principal eran las noticias, seguido de las entrevistas. Pero también, cabe destacar el apartado de análisis, ya que la finalidad de esta sección es proporcionarle otro tipo de contenido al lector y que no únicamente fuese información, sino análisis de batallas con una pequeña dosis de opinión.

En el caso de la galería de fotos, he optado por fotografías que se adecuaran a los temas que trataba el medio digital, pero debido al confinamiento muchas de ellas son rescatadas de internet y de los perfiles de los *freestylers*, todas ellas

con su permiso para utilizarlas. Por otro lado, para hacer los reportajes he optado por coger declaraciones (entrevistas elaboradas por mí) de *freestylers*, promotores y personas relacionadas con el movimiento y en el audiovisual imágenes de archivo de diferentes canales de batallas de rap, que me han dado su permiso para utilizarlas.

2.3 Previsión de gastos necesarios para su realización

Antes de empezar el confinamiento del COVID-19 tenía planeado ir a la primera jornada de la liga de Freestyle Master Series, donde si no me acreditaban para ir tenía pensado ir igual aún comprándome la entrada. El ticket suele valer entre 10/15€ más los gastos de gasolina. Por otra parte, también quería acudir a pequeñas competiciones que se celebran tanto en los parques de València como en algún recinto, pero estas no suelen tener precio de entrada para verlo, por lo que los gastos serían únicamente de transporte. Dado el confinamiento, no he tenido estos gastos.

Cabe destacar, los gastos para realizar la página web y comprar el dominio. La página web la he creado a partir de Wix, plataforma que permite crear tu espacio en la red de manera gratuita, pero que para implementar mejoras tienes que adquirir algunos de los paquetes que venden. En mi caso, he optado por la versión gratuita. Además, me informé para comprar un dominio (laultimametrica.com), ya que no me importaba gastarme un mínimo de dinero en ello, para hacerlo más profesional y dado que Wix te da uno suyo (laultimametrica.wixsite.com). Al ver los precios rechacé esta opción, ya que los precios me parecían exageradamente caros. Wix ofrecía tener tu propio dominio con un coste de 8€ al mes, el cual, opté por rechazar.

3. Fase de producción

3.1 Enfoque del medio

El enfoque que le he querido dar al medio digital está claro: Plural, actual e informativo. Plural, debido a que he considerado necesario entrevistar y conocer la opinión de todas las personas que forman parte del movimiento, desde *freestylers*, organizadores de eventos y personas relacionadas con este mundo,

como por ejemplo, los creadores del primer podcast sobre batallas de rap *Agilirap Mental*. Creo que en el mundo de las batallas de rap, todos estos elementos son necesarios para que el circuito funcione y por ello, no solo me he centrado en la figura de los *freestylers*.

Por otro lado, el medio de comunicación es actual e informativo, debido a que la tónica más importante de él es la actualización de noticias sobre el mundo del *freestyle*. Es cierto, que con la crisis del COVID-19 la actualidad del *freestyle* se ha visto mermada, dado que este se sustenta de los eventos que transcurren, pero al prohibir dichos eventos multitudinarios he tenido que buscar otros enfoques cuando no había noticias, como por ejemplo, las entrevistas y análisis.

Cabe recordar, que el enfoque del cibermedio es únicamente nacional, es decir, he querido tratar las noticias del *freestyle* en España. Esto se debe, a que al ser una única persona se me hacía imposible expandir el mercado, ya que consideraba que si hacía esto el producto final no sería de la misma calidad. Lo único que he tratado a nivel global, fueron dos competiciones internacionales que se dieron antes de la crisis del COVID-19, en las cuales, participaban españoles. Además, he querido enfocarlo únicamente al *freestyle* español, porque como he dicho en la introducción no existe ningún medio que trate en exclusiva las batallas de rap que se dan en nuestro país, lo que ha permitido especializar más el cibermedio.

Un aspecto muy importante a destacar, es que he querido darle un enfoque distinto a los medios tradicionales, los cuales, no suelen ser participes con los lectores y únicamente se basan en la publicación de contenidos simplemente para su lectura. *La última métrica* pretende ofrecer un contenido bidireccional, donde los visitantes pueden participar en diferentes juegos y foros.

3.2 Secciones

La última métrica se divide en once secciones, las cuales, permiten ordenar y administrar las entradas con diferente contenido. En la sección de *Home* he decidido albergar todas las entradas, ya sean noticias, entrevistas, análisis, y *quiz*. El objetivo de esta sección es facilitar al lector todo el contenido que existe

en el cibermedio ordenado según las publicaciones más recientes, de más nuevas a más antiguas. Seguido de la sección más importante de la página: **noticias**. En esta sección se encuentra toda la última hora de las batallas de rap, es cierto, que al estar todo el circuito parado esta sección ha perdido fuerza, ya que la actualidad era escasa, pero aun así, se ha podido elaborar noticias que informaran a los seguidores del *freestyle* sobre los últimos acontecimientos.

Siguiendo con el orden establecido en la página web, nos encontramos con las **entrevistas**. Esta sección ha cogido mucha fuerza, debido a la paralización del circuito y con ello, de las noticias. En esta sección, me he centrado en entrevistar a figuras del *freestyle*, para que dieran su opinión sobre la actualidad del mundo de las batallas, técnicas que emplean en ellas, su percepción sobre la COVID-19 y cómo puede afectar al circuito, además de muchas otras cosas. Pero sobre todo, cada uno de los entrevistados tienen un porqué de su entrevista. Como por ejemplo, el caso de Crono\$, ya que es uno de los *freestylers* que más éxito ha tenido con su música, a raíz de hacerse conocido a través del mundo del *freestyle*.

Por otra parte, nos encontramos la sección de **análisis**. En ella, he analizado las batallas más polémicas del pasado año, dando claves de las técnicas y recursos que han utilizado los *freestylers* durante su batalla, además de proporcionar pequeñas dosis de opinión sobre el veredicto de los jueces. Esta sección, se asemeja a las secciones que hay en muchos medios de comunicación que tratan el deporte, donde un experto analiza las estrategias que han utilizado los equipos o los deportistas en su respectivo partido o competición. Tras ello, he decidido implementar juegos de **quiz** y un **foro** con diversas preguntas, con la finalidad de interactuar con los lectores y hacer el contenido de la web bidireccional.

Siguiendo la barra de menús, podemos encontrar la sección de **multimedia**. En esta sección se encuentran los reportajes audiovisuales y radiofónicos. He decidido crearles una sección propia, ya que considero que es uno de los contenidos de más calidad que hay en *La última métrica* y por ello, les resultaría más fácil encontrarlo a los visitantes de la página. La de sección de multimedia, se despliega y se encuentra la **galería de fotos**. He creído necesario unir estas

dos secciones, ya que tienen cierto parecido, además de no llenar excesivamente la barra de menú. La galería de fotos es la sección, de la cual, me siento menos orgullos, debido a que las fotos que hay son cogidas (con permiso) de otros medios, organizaciones... ya que el confinamiento me ha impedido salir a la calle a capturar instantáneas, donde tenía pensado hacer fotos a las diferentes competiciones que asistiese.

Al final de la barra, podemos observar las tres últimas secciones. **¿Quiénes somos?** Es un apartado donde los lectores pueden conocer quien es el creador de la página web, el por qué de su creación, los objetivos y que se encontraran en ella. En el desplegable, aparece **contacto**. En este, la finalidad es que todo aquel que se quiera poner en contacto conmigo para consultar alguna duda, participar en alguna publicación o discrepar sobre algún tema del cibermedio pueda hacerlo de manera directa. Y por último, está **¡suscríbete!** Esta sección está destinada exclusivamente a ser miembro de la página web y recibir por correo electrónico una notificación en la que informa cuando se publica una noticias, además de poder participar en los foros creados en el medio.

3.3 Estructura

La estructura que he decidido para el cibermedio es clara. En primera plana nos encontramos el título la página web, junto con el logo, la silueta de un rapero junto a su micrófono y enlaces a las diferentes redes sociales. Debajo, se puede observar la barra de menús, donde las secciones están ordenadas de mayor a menor importancia y relevancia. Como cualquier medio digital, es importante ubicar el menú al principio de la página, para facilitar al lector clicar hacia el contenido que le interesa visualizar. Debajo de ella (en todas las secciones exceptuando las que no tienen entradas) se encuentran las publicaciones ordenadas por orden cronológico según la fecha en la que se publicaron. Y debajo, he decidido poner un faldón que es una caja negra, para poner enlaces a las redes sociales y el logo de *La última métrica*.

La estructura de las publicaciones es diferente según la sección. En *home* su diseño no sigue una estilo lineal, lo que le da un toque diferente. Pero en las demás secciones, el diseño es diferente, ya que la portada aparece de fondo y

el título de la entrada se encuentra por encima en ambiente oscurecido, siguiendo todas las publicaciones de manera lineal. ¿Por qué es diferente *home* a las demás secciones? Porque Wix solo me permitía utilizar el diseño de *home* en una única sección, además considero que puede venir bien para diferenciarla del resto de apartados.

3.4 Diseño

El diseño de la página web de *La última métrica* es sencillo y claro. He optado por los colores blanco, negro y gris, ya que el logo de la página web también tiene estos colores. Empezando por el encabezado, se puede observar el nombre, el cual, he optado por esa tipografía, debido a que muestra seriedad. Bajo de '*La última métrica*' se encuentra la frase '*La web del freestyle*' para dejar claro a los nuevos visitantes de que trata el medio de comunicación. La tipografía de esta frase varía, ya que quería connotaciones de la cultura hip-hop y me parecía poco serio que el nombre de la página tuviese este tipo de letra, por eso me he decantado en dejarla en la última frase. Es una tipografía que hace paralelismos con un grafiti, ya que el rap y los grafitis provienen de la cultura *hip-hopera*.

A la izquierda del nombre se encuentra el logo, el cual, tenía pensado que actuara como hiperenlace para trasportarse a la sección de *home*, pero Wix no me lo ha permitido. A la derecha una silueta de un rapero, haciendo referencia a que la figura de los *freestylers* es muy importante en el cibermedio. Y por último, se encuentran los tres símbolos de las redes sociales que tiene medio digital para difundir su contenido. Todos ellos, son un hiperenlace que te trasporta a las cuentas de la red social que has seleccionado.

La barra de menús tiene ese color grisáceo, el cual, se convierte en negro según en la sección que te encuentras, debido a que Wix te proporciona los tipos de menús. Es decir, solo puedes elegir uno de los que te ofrecen ellos. En este caso, de todos los que me indicaba el elegido era el único que se adecuaba a los colores corporativos del medio digital. Por otro lado, en la parte inferior de la página existe un faldón negro. Este lo he utilizado para volver a poner los hiperenlaces que conduzcan a las redes sociales, poner el logo de *La última*

métrica en su totalidad y añadir que todos los derechos de la página web están reservados.

Por otro lado, he creído conveniente poner una imagen de fondo que decorara la página web. Esto lo he hecho también para diferenciarme del resto de medios de comunicación digitales, los cuales, en la mayoría el fondo es blanco. He escogido una imagen en el que aparece un público celebrando una rima en una batalla de rap, esta la he difuminado un poco, para que no afectara al contenido y dejar claro que es un elemento únicamente para adornar.

Otro elemento a destacar es que he optado por imágenes como portadas de las publicaciones. Esto lo he hecho, porque considero que con imágenes la publicación ayuda a llamar más la atención al lector para que clique y acceda al contenido. Únicamente he realizado diseños para la portada de los reportajes, ya que consideraba que estos deberían de ser diferentes y dejaran claro de que iba a tratar los reportajes en cuestión.

3.5 Interactividad

Los medios digitales a diferencia de los tradicionales ofrecen la posibilidad de interactuar con los lectores, haciendo que estos sean participes del proceso y contenido, lo que se traduce en un mayor *engagement* de estos hacia el medio en cuestión. A nivel personal, he considerado muy importante que los visitantes tengan su hueco en *La última métrica* y como he dicho anteriormente, que el discurso sea bidireccional. Es por ello, que he incluido un apartado de comentarios en todas las publicaciones, donde el usuario puede comentar sobre la entrada, además de poner una sección llamada contacto en la que los visitantes pueden ponerse en contacto conmigo para resolver alguna duda o problema que tengan. Además, he optado por dos secciones para magnificar esto y que la experiencia del lector sea más gratificante: *quiz* y foro.

3.5.1 Quiz

Los *quiz* han servido para proporcionar entretenimiento a los lectores. He creado un total de dos, ya que elaborarlos parece sencillo, pero tienen mucho trabajo para realizarlos y contrastar la información que quieres plantear. Estos, contaban

con diez preguntas cada uno en el que incluía preguntas como “¿De quién es esta rima?” “¿Qué *freestyler* ganó esta competición?” y muchas otras más. Existen cuatro respuestas, de las cuales, solo una es la verdadera. Como cualquier otro *quiz* te dan una puntuación de aciertos, yo para hacer que el jugador aprobara puse más de un 75% de aciertos. Los *quiz* los realicé con una herramienta gratuita que proporciona Wix llamada Fyrebox.

3.5.2 Foros

Otro de los elementos que he incluido en la página web son los foros. Es cierto, que estos han tenido mucho menos éxito que los *quiz*, pero aun así ha habido participación. El foro lo introduje con la finalidad de crear debates entre los lectores a raíz de las publicaciones que subía a la web. Es decir, si publicaba una noticia que trataba sobre los tres ascendidos a la FMS España, inmediatamente habría una conversación en el foro sobre que opinaban de estos *freestylers*. Pero no solo yo puedo abrir un debate en el foro, todo aquel que esté suscrito a la página (de manera gratuita) puede hacerlo también.

3.5.3 Redes Sociales

Las redes sociales son unos instrumentos vitales para la difusión de contenidos. Para *La última métrica* he decidido crear Instagram, Twitter y Youtube. En Instagram es donde más activo he estado, debido a que tenía más seguidores y me permitía llegar a más público. La red social se ha utilizado principalmente para difundir las publicaciones que realizaba en la página web, pero también subir videos (con permiso) de rimas en las batallas de rap, además de interactuar con los seguidores. Asimismo, las historias destacadas (las que se quedan en el perfil y no desaparecen a las 24h) han hecho la función de recordatorio de todo el contenido publicado.



Twitter también lo he utilizado para difundir el contenido de la página web, pero este, al ser una herramienta que permite conectar más con los seguidores e interactuar con ellos, por ejemplo, para hacer encuestas. Por otra parte, Youtube lo he utilizado únicamente para publicar el reportaje radiofónico y audiovisual.

3.6 Usabilidad

El diseño de *La última métrica* está elaborado para que el visitante a la web navegue de la forma más sencilla y fácil por la página. Nada más entrar, el lector se encuentra en la sección de *home* donde tiene todas las publicaciones. Pero si este quiere leer una entrevista o un análisis puede acceder a ella sin ningún inconveniente, ya que la barra de secciones se encuentra a la vista, además, la barra de menú se desplaza a medida que bajas en las página web, por lo que cuando acaba de leer la entrada puede volver a la sección que quiera de la manera más fácil y cómoda. Este hecho, sirve para darle todo el poder al usuario y que pueda navegar por donde quiera en la pagina web sin necesidad de perderse o no encontrar lo que busca.

Por otra parte, se ha diseñado para que el lector interactúe de la forma más sencilla con la página web, por ejemplo, en todas las publicaciones puede añadir un comentario. Pero una cosa muy importante en *La última métrica* es la utilización de hiperenlaces. En todas las entradas hay mínimo cinco hiperenlaces que conducen a otra página según del tema que se está hablando. Si se está hablando de la competición de Red Bull, esta palabra tiene un enlace que le lleva a su página web. Otro caso, son los nombres de los *freestylers*, ya que todos ellos tienen un enlace a su cuenta de Instagram. Esto lo he hecho, porque si el lector no sabe de quien se está hablando pueda acudir a su red social para visualizar la persona de la que se está hablando y poder contextualizar mejor la información.

Por último, considero que es muy importante poder acceder a cualquier página web desde el dispositivos que tengas a mano, por ejemplo, el móvil. Wix te da la herramienta de poder diseñar la página web para el móvil. Es cierto, que el contenido no se suele ver del mismo orden y calidad en el ordenador que en el móvil, por ello, he intentado que *La última métrica* se viese lo mejor posible en

diferentes dispositivos que no sea el ordenador. Desde el móvil, he ocultado la barra de menús a un desplegable, muy bien señalizado con tres líneas, la cual, al clicar se abren todas las secciones. Esto lo he hecho para ahorrar espacio y que las publicaciones fueran los primero que viera el lector, pensando también en que su navegación sea lo más fácil posible.

4. Fase de postproducción

4.1 Técnica y elementos para crear la página

La página web la he creado a partir de Wix. En un principio intenté crearla con Wordpress, pero su dificultad para hacerlo y la necesidad de descargarte paquetes para ello hizo que desestimara su uso. Ante la incertidumbre de cómo crear la web, decidí buscar por internet programas o páginas para crear un cibermedio y encontré una que recomendaba Wix. Al entrar a Wix te daba la opción de crear tu propio medio de comunicación de la forma más sencilla, además, para iniciarte te recomendaba tutoriales para llevar a cabo el proceso. Al empezar, Wix te ofrece unas plantillas para que empieces a crear la página a partir de ella, yo escogí una que era totalmente blanca, ya que quería que la web fuera expresamente hecha a mi gusto.

Wix te ofrece crear la página web sin la necesidad de introducir plugins. Es decir, existe un menú en el que te ofrece el apartado de la página web que quieras crear. Yo empecé por el encabezado, ya que es lo primero que ve el lector cuando entra a la web. En él, introduje el logo que cree para el cibermedio y escribí el título con la fuente Anton y Reklame Script, además de añadir la silueta del rapero. Seguidamente, cree la barra de menú, como he dicho anteriormente, Wix te da las opciones, por tanto, escogí la que más se adecuaba al estilo y colores corporativos del medio. A continuación, tuve que crear un apartado llamado 'blog' para poder publicar las entradas de la web, ya que sin este, no es posible. Wix ofrece diferentes diseños, yo escogí uno para la sección *home* y otro para las demás secciones. Para terminar, cree una caja negra, que actúa como faldón, para que la página tuviese un fin, y quedara mejor visiblemente para el lector.

Como he dicho anteriormente, Wix te permite crear la página sin la necesidad de descargarte plugins, lo que lo hace más fácil que Wordpress. Pero sí es cierto, que para elaborar el foro y los *quiz* sí que tuve que descargarme dos plugins. Uno llamado Fyrex Games and Quizzes y el otro Wix Forum. Por otro lado, las secciones de contacto, suscríbete y galería de fotos te las proporciona Wix, al igual que la barra de menús, y yo solo he tenido que elegir el diseño que más se acoplaba a la página.

Pero no todo ha sido un camino de rosas. Aunque es cierto que Wix permite crear una página web de manera sencilla, esta tiene muchos problemas y las opciones son muy limitadas (en el plan gratuito). Por ejemplo, la tipografía de las publicaciones estaba predeterminada y no deja cambiarla a tu gusto. Además, solo te permite tres tamaños diferentes de letra, por lo que poner destacados y ladillos se hacía imposible. Asimismo la página web se cae con relativa facilidad, sobre todo cuando intentas editar el texto ya publicado. Un caso concreto que me hubiese gustado cambiar y no me permitido Wix, es que el logo que se encuentra en el encabezado de la página fuese un enlace a la sección de *home*, pero tras preguntar compañeros e indagar por internet no he podido o sabido cambiarlo. Aunque sí es cierto, que a la hora de poner enlace en alguna palabra o parte del texto, Wix da muchas facilidades.

5. Reportajes

5.1 Reportaje audiovisual

Realizar el reportaje audiovisual no ha sido sencillo. Dadas las circunstancias de confinamiento, no he podido realizar las entrevistas en persona y no he podido grabar las imágenes yo mismo. Es cierto, que esto también me ha favorecido contactar con fuentes de todo el país para que el reportaje fuese lo más amplio posible y con esto haya una mayor pluralidad. El reportaje audiovisual decidí hacerlo sobre la opinión que tienen los *freestylers* y personas relacionadas con las batallas del rap sobre la definición que estas deben tener: Arte, cultura o deporte. Me pareció el tema más indicado para hacer el reportaje audiovisual, ya que esta duda está muy presente en el circuito.

Para empezar, contacté con las fuentes. Las entrevistas las realicé mediante Skype, por lo que la calidad del audio y del video no es la mejor, pero es lo único que se podía hacer. Posteriormente, realicé un script, donde anoté la voz en off, que grabaría con el micrófono del móvil, por lo que el sonido de esta es mejorable, ya que por ejemplo retumban mucho algunas letras. Seguidamente, elegí las imágenes de archivo (todas ellas tienen permiso para ser publicables) y la música de fondo. Finalmente solo me quedó editarlo, a través del programa Final Cut Pro.

Respecto al contenido, quería empezarlo como suelen comenzar las batallas de rap, donde el sepaaker da la entrada a los freestylers a través del 3,2,1... tiempo. Esto, lo realicé para que el espectador supiese desde un primer momento sobre el tema que trata el reportaje.

5.2 Reportaje radiofónico

El reportaje radiofónico sigue la misma línea que el audiovisual. La preproducción es la misma, aunque en algún caso las declaraciones provienen de una llamada o un audio de Whatsapp. Este reportaje quería que informara un tema actual y poco tratado en el mundo de las batallas de rap: La COVID-19 y el *freestyle*. Para ello, consideré que eran muy importantes las declaraciones de diferentes promotores o organizadores, además de *freestylers*. En este reportaje también realicé un script en el que anoté la voz en off, que grabé posteriormente con el móvil (por ello el audio es de baja calidad).

Su producción la realicé mediante el programa Logic Pro X, el cual, al dominarlo menos que el Final Cut Pro se me hizo más difícil su elaboración. Aún así, el problema principal fue la inclusión del sonido ambiente, el cual, opté por eliminar, debido a que las rimas de los raperos junto a la voz en off en baja calidad hacia el audio muy difícil de escuchar. En este caso, como no sabía el método para crear un podcast, decidí incluir el reportaje radiofónico junto a la imagen del logo de *La última métrica* y subirlo a mi canal de Youtube, además, considero que de esta forma es más fácil que el oyente llegue hasta él.

6. Valoración general del proyecto

6.1 Conclusiones

Estoy muy orgullo del resultado final de *La última métrica*. Es cierto, que mis aspiraciones y expectativas antes de la crisis sanitaria con respecto al producto final han variado negativamente y me han producido algún malestar, ya que cuando presenté el formulario para llevar a cabo el cibermedio tenía unas pautas y unos objetivos que no he podido cumplir debido a la cancelación de eventos y confinamiento. Aun así, creo que el producto final realizado en estas extrañas circunstancias no es de baja y mala calidad, ya que me ha permitido informar sobre el *freestyle* de una manera que nunca hubiese imaginado. Como he dicho, estoy orgulloso de *La última métrica*, ya que cada una de las publicaciones están realizadas meticulosamente y con dedicación.

Por otra parte, este proyecto me ha servido para conocerme mejor como periodista, ya que durante la carrera no he elaborado y cuidado ninguna página web a nivel individual, por lo que me he sentido el director de un medio de comunicación. *La última métrica* me ha permitido estar pendiente de la última hora del *freestyle*, entrevistar a diferentes fuentes que he considerado de relevancia para el medio y elegir el contenido que quería que estuviese en el cibermedio. Además, al realizar un tratamiento periodístico sobre una de mis pasiones el trabajo se me ha hecho fácil y llevadero, por lo que su elaboración no me ha supuesto ningún inconveniente.

Cabe destacar, que ha habido momentos en los que se me ha hecho cuesta arriba. Sobre todo al principio, cuando no sabía cómo crear la página web o cuando ninguna fuente me contestaba a los mensajes o a los correos. Además, he tenido que compaginar mi TFG con mi vida laboral, donde ha habido casos en el que las fuentes querían entrevistarse conmigo cuando yo estaba trabajando. Aun así, he tenido suerte de contactar con personas que me han hecho el camino más fácil y han puesto de su parte para que el proyecto siguiese adelante. Por ejemplo, el *freestyler* Tazz Yeah me envió un video dándome su explicación sobre la definición de las batallas de rap para el reportaje audiovisual, ya que la entrevista se grabó sin audio. Además, me dio el contacto de diferentes

organizadores de eventos con la finalidad de conocer como les iba a afectar las crisis del COVID-19.

A pesar de las dificultades he aprendido muchas facetas del periodismo. Por ejemplo, la importancia de las redes sociales para hacer conocer su trabajo periodístico, ya que en la sociedad tan digitalizada en la que vivimos se han convertido en la herramienta más efectiva para difundir el contenido. Asimismo, considero que con esta modalidad de TFG se tocan todas las ramas que hemos aprendido durante los cuatro años de la carrera. Por ejemplo, realizar noticias, reportajes, tratar con las fuentes, conocer mejor cómo trabajan los nuevos medios, la digitalización que está viviendo el periodismo, mejorar mis habilidades con los programas de edición...

En definitiva, estoy satisfecho con el resultado final del proyecto, pero sobre todo con el proceso que me ha llevado a conseguirlo, ya que como he dicho anteriormente me he sentido como el periodista que quiero ser en un futuro.

6.2 Propuestas futuras de mejora

Considero que la modalidad del cibermedio es una tarea que lo puede realizar una única persona y que la calidad del contenido sea notable, pero es cierto que si se pudiese dar la opción de realizarlo junto otra persona este contenido pasaría a ser de notable a excelente. Por ejemplo, antes de la crisis sanitaria se realizó una competición que me hubiese gustado transmitir en vivo, pero debido a que esta se realizaba en Perú, en España se emitía a altas horas de la madrugada y yo entraba a trabajar al día siguiente a las 6 de la mañana, por lo que se me hizo imposible. Con otra persona, esto hubiese sido posible, además, el número de publicaciones y las fuentes consultadas sería mayor.

7. Anexos

7.1 Summary

La última métrica is a digital media specialized in rap battles. This is intended to capture the current situation of freestyle at the national level. Since today the movement has magnified and expanded to unimaginable levels, achieving great relevance among young Spaniards and Latin Americans. The purpose of *La última métrica* is to demonstrate that quality journalistic treatment can be performed, since there is no media reporting on rap battles. This medium is a portal where circuit followers can enter to learn about the last hour of the rap battles, read reports, and read interviews to different organizers and freestylers. They can also participate in forums and quiz.

The treatment of the *La última métrica* is similar to that of a sports newspaper. On the other hand, the target audience of this digital media is a young population between 15 and 30 years because it's the same age range of the audience that consumes rap battles. *La última métrica* focuses on the battles of rap in Spain, with the aim of covering all the information and specializing the digital medium.

On many occasions it is the organisations that report on the freestyle, therefore *La última métrica* aims to report independently and truthfully. In this digital medium is intended to report on large and small competitions equally, as the competitions in parks are very important within the culture.

Corporate identity

I've decided to make the logo of the last metric much like a boxing ring, but more artistic, because rap battles look like boxing, but hitting with words. In addition, there are competitions that take place on a stage like a boxing ring. Inside the symbol there are sound waves, as the sound is very important in the battles of rap. Under the logo I have put the name of the underlined medium, to make it stand out more and be more shocking.

The predominant colors of *La última métrica* are black and white, since I consider them to be the colors that show purity and seriousness. They are also colours

that make it easy to identify the digital media. Our slogan is “La web del *freestyle*” in english “the web of the freestyle” to refer to the subject matter of the medium and achieve a market positioning.

Goals

All media must have objectives. We, at *La última métrica*, believe that the main objective consists of demonstrating that it is possible to carry out quality journalistic treatment of rap battles, with the aim of making the other side of freestyle visible. For example, the sacrifice, intelligence, mental agility, culture and vocabulary that freestylers have.

Even so, there are also different specific objectives, which I explained at the time of the project's presentation and which have been maintained to this day.

-To disseminate and publicise rap battles to an audience that is sceptical of this musical style and to provide quality journalistic treatment for fans and followers.

-Create a digital journalistic discourse with a non-conventional theme through interactivity, multimedia and hypertextuality.

-Use all the knowledge acquired during the university career.

-Prove that freestylers are also artists and remove prejudice from rap battles.

-Expand content to audio and audiovisual channels through radio and video reporting.

-Demonstrate the importance of social networks for the dissemination of content and information.

Interest

The rap battles are a movement that has grown a lot over the last few years. A show that used to take place in city parks, now takes place on stages and in football stadiums. The biggest events are capable of filling football fields and get

millions of viewers on Youtube videos. The rap battles manage to please the youngest and every year there are new generations interested in freestyle.

Sections

News: This section focuses on the latest information on rap battles. *La última métrica* is a digital media dedicated to freestyle information, that's why this section is the most important in the web. In it, you can find the news about the rap battle.

Interviews: The interviews have become a very important part of the *La última métrica*, because the health crisis has paralysed the freestyle circuit. In this section there are interviews to various freestylers and organizers. They give their opinion on the current freestyle and bring new information.

Analysis: I wanted to bring something new to the digital media. In analysis I've analyzed the most controversial battles of the year. I've analyzed the techniques and resources the freestylers have used in battle.

Quiz and forum: These sections are used to interact with the readers. In quiz there are question games about rap battles and the reader has ten questions he has to answer in one minute. In forum, the readers can ask and discuss with other readers about issues related to rap battles.

Multimedia and gallery: In multimedia you can find audiovisual and radio reports. In the gallery are the photos used in the publications of *La última métrica*.

Interactivity and social media

In *La última métrica* we have bet on interactivity as a very important part of the digital media. On the website the reader can comment on all the publications, contact me, in addition to different forums and quiz.

On the other hand, I have used social media to interact with readers and expand the content of the website. I decided to create Instagram, Twitter and Youtube because they are the social networks most used by young people and the target

audience of *La última métrica* are young people. For instance, on Instagram shared website publications and uploaded videos of the best rhymes. Furthermore the stories also reminded me that I had written a publication on the website.

I have also used Twitter to spread the content of the website, but this one, being a tool that allows me to connect more with the followers and interact with them, I have used it to do surveys. On the other hand, I have used Youtube only to publish the radio and audiovisual report.

Usability

All *La última métrica* publications have links that lead to other websites. For example, when talking about Red Bull there is a link that leads to their page. Furthermore, all named freestylers have a link to their social media. This technique helps the reader to contextualize the information.

Moreover, *La última métrica* can be accessed on any device. Mobile phone, tablet or computer. This digital medium is intended for the young people but the youngest ones get their information from their mobile.

Personal opinion

I'm very proud of the final result of *La última métrica*. It is true that my expectations from the beginning until now have changed, since I was planning on going to the big events as a journalist, but the COVID-19 has prevented it and forced me to work from my home. I am very proud of all the publications because I have done them with care and dedication.

I'm happy I chose the mode C2 (create a digital media) because it's allowed me to work as a real journalist, for example check information, contact sources, verify data... although it is true that the quarantine has not allowed me to attend events.

It's important to mention that there have been times when I've had trouble, especially in the beginning, when I didn't know how to create the website or when

no source answered my messages or emails. Likewise, I've had to balance my TFG with my work life.

I have learned many facets of journalism, for instance, the importance of social media to make your journalistic work known, making news, reporting, dealing with the sources, knowing better how the new media work, the digitalization that journalism is living, improving my skills with the editing programs...

In the end, I am satisfied with the final result of the project, but above all with the process that has led me to achieve it, since as I said before I have felt like the journalist I want to be in the future.

7.2 Bibliografía

Como he dicho anteriormente, las batallas de rap no tienen ninguna página web oficial o aficionada que proporcione información sobre ellas, por ello, la mayoría de información está extraída de videos de Youtube o de las redes sociales de las principales organizaciones . Aun así, he entrado en estos enlaces para corroborar datos o informarme en el desarrollo del proyecto.

Esther Mucientes y Marifé Velasco (2019). EIMundo. Coronavirus España hoy, noticias de última hora en directo. Publicado 19 de mayo de 2020. En línea: <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2020/05/27/5ece0fb4fdddffd4bd8b45a6.html> [Consulta: 19 de mayo de 2020].

Marta Moreira (2017). ValenciaPlaza. El rap improvisado “se hace mayor” y reclama convertirse en un deporte oficial. Publicado 13 de abril de 2017. En línea: <https://valenciaplaza.com/el-rap-improvisado-se-hace-mayor-y-reclama-convertirse-en-un-deporte-oficial> [Consulta: 4 de mayo de 2017].

Matías Conde. Analítica Sports. Siete motivos por los que las “Batallas de Gallos” pueden ser consideradas como nuevos espectáculos deportivos. En línea:

<https://www.analiticaspports.com/siete-motivos-para-entender-por-que-las-batallas-de-gallos-pueden-ser-consideradas-como-nuevos-espectaculos-deportivos/> [Consulta: 4 de mayo de 2017].

Modalidades de entrenamiento de Urban Roosters: Classic, Easy y Hard mode (2017). Urban Roosters. Publicado 3 de enero de 2017. En línea: <https://blog.urbanroosters.com/easy-classic-hard-mode/> [Consulta: 9 de marzo de 2020].

Nacho Serrano (2019). ABC. Coronavirus: Los espectáculos, exposiciones, conciertos y festivales cancelados por ahora en España y en el mundo. Publicado 3 de mayo de 2020. En línea: https://www.abc.es/cultura/musica/abci-covid-19-coronavirus-espectaculos-conciertos-y-festivales-cancelados-espana-y-mundo-202003101142_noticia.html [Consulta: 19 de mayo de 2020].

Red Bull (2019). Trece años de la primera gran batalla. Publicado en 2019. En línea: <https://www.redbullbatalladelosgallos.com/historia> [Consulta 7 de mayo de 2020].

@serdux8 (2019). El estilo libre. Histórico: Final nacional frente a 24.000 espectadores. Publicado: 2 de julio de 2019. En línea: <https://elestilolibre.com/nacional-24000-espectadores/> [Consulta: 4 de mayo de 2020]

7.3 Enlaces

Enlace a la página

En línea: <https://laultimametrica.wixsite.com/ultimametrica>

The screenshot shows the homepage of 'La última métrica', a website dedicated to freestyle. The header features the site's logo, the title 'La última métrica', the tagline 'La web del freestyle', and social media icons for Twitter, Instagram, and YouTube. A navigation menu includes links for HOME, Noticias, Entrevistas, Análisis, Quiz, Foro, Multimedia, ¿Quiénes somos?, and ¡SUSCRÍBETE!. Below the menu, there are two main content areas. The left area displays a radio reportage post by Lorenzo Cano, titled 'Reportaje radiofónico ¿Cómo está afectando el COVID-19 a las batallas de rap?'. The right area shows a video post by Lorenzo Cano, titled 'Tader: "Se debería de señalar antes a un freestylar que tira'.

Enlace reportaje radiofónico

Desde la página web:
<https://lultimametrica.wixsite.com/ultimametrica/post/reportaje-radiofónico-cómo-está-afectando-el-covid-19-a-las-batallas-de-rap>

Desde el canal de Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=-_FCGbe7qPq&t=6s

Enlace reportaje audiovisual

Desde la página web:
<https://lultimametrica.wixsite.com/ultimametrica/post/reportaje-audiovisual-freestyle-arte-deporte-o-cultura>

Desde el canal de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ZJupdbcM4pU>

7.4 Scripts

Script reportaje radiofónico

Voz en off:

Los seguidores del *freestyle* echan de menos este sonido antes de empezar una batalla, cuando el *speaker* del evento, le da la entrada al rapero, para que rapee al uní sono que el *beat*.

El mundo del espectáculo, cultural y musical está viviendo una situación inédita en su historia. La crisis sanitaria del COVID-19, que ya ha dejado más de 27.000 fallecidos y 230.000 contagiados en todo el país, ha provocado que toda la población esté en un confinamiento que está durando más de 50 días. Ante la gravedad de la situación, el ministro Salvador Illa anunció un nuevo paquete de prevenciones, en el que establecía la prohibición de celebrar eventos con más de 1.000 personas, lo que desencadenó a los pocos días en una prohibición total de dichos eventos.

Las batallas de rap no han sido una excepción. Ante las reiteradas prórrogas de Estado de alarma, los portavoces de las máximas organizaciones de *freestyle*, como Red Bull y Urban Roosters anunciaron a través de sus redes sociales el aplazamientos de las competiciones hasta nueva orden.

El coronavirus ha prohibido escuchar en directo rimas como estas a sus seguidores.

Rima de BTA

Rima de Chuty

Las batallas de rap estaban viviendo su mejor momento y la crisis del coronavirus ha sido un jarro de agua fría para los organizadores y participantes. Ya que a día de hoy el *freestyle* se ha convertido en una fuente muy rentable económicamente, donde muchas personas se ganan la vida gracias a batallar, organizar o promocionar. El *freestyle* es un movimiento que mueve miles de

personas, tanto a nivel nacional como en los países latinoamericanos. La pasada nacional de Red Bull en España albergó a más de 24.000 espectadores.

El futuro del *freestyle* es incierto. Y las organizaciones de batallas ven con recelo el nuevo horizonte que se marca. Pero la poca consideración de las fuerzas políticas hacia este sector está desconcertando a algunos promotores, como es el caso de Nicandro Puime Bao, fundador de LP Battles de Galicia.

Corte de voz de Nicandro 0:19 segundos

Por otra parte, existen los pequeños organizadores de batallas que no se lucran con ellas, sino que simplemente las llevan a cabo por pura diversión y para que los que quieran entrar en el mundo del *freestyle* tengan una oportunidad, como es el caso de Jesús, que organiza pequeñas batallas en los parques de València.

Corte de voz Jesús 00:04

Para otros, este parón le puede venir bien al *freestyle*, ya que el impedimento de realizar batallas de rap ha supuesto un respiro al circuito. Alonso Gamero, fundador del primer podcast sobre batallas aclara.

Corte de voz Alonso Gamero 00:20

Es una incertidumbre como serán las batallas de rap, después de este largo parón que están viviendo, y como se repondrán las medianas y pequeñas organizaciones. Para Hernistóteles, *freestyler* castellanense la situación no será sencilla.

Corte de voz Henristóteles 00:33

El circuito de *freestyle* está viviendo otro parón, pero este más agresivo, ya que en el anterior habían organizaciones que sacaron adelante el movimiento, ante la inactividad de Red Bull. Como cualquier otro sector cultural o deportivo, las

batallas de rap tendrán que recomponerse tras la finalización del confinamiento, aunque el cuándo y cómo será su vuelta continúe igual de incierto.

Script reportaje audiovisual

Video: Tres, dos, uno...

Video de rimas

- Rima de Blon vs Arkano
- Rima de Sweet Pain vs Hardem LC

Voz en off:

¿Deporte? ¿Cultura? ¿Arte? Las batallas de rap se encuentran en un limbo sobre como diferenciarse. Diferentes organizaciones como Urban Roosters luchan por considerar el *freestyle* un deporte, implementando ligas, rankings de ascensos, medición de rimas mediante una puntuación, etc. En cambio, otros piensan que las batallas deben de considerarse arte y cultura, ya que en sus inicios en la década de los años 80 en la costa este de Estados Unidos se vivía como un arte urbano.

Ha llovido mucho desde sus inicios hasta la actualidad, y la esencia del *freestyle* ha cambiado por completo. Algo que empezó como un simple hobby para muchos, se ha convertido en un negocio y profesión para muchos otros. Un movimiento que contaba con pocas personas es capaz de albergar más asistentes que muchos partidos de fútbol de primera división.

La opinión de muchos *freestylers* y personas relacionadas con las batallas de gallos ha variado durante estos últimos años, sobre todo desde el año 2016 y 2017, donde las batallas llegaron a otra dimensión y lograron una mayor relevancia social entre los jóvenes españoles y latinoamericanos.

Video Tazz Yeah

La importancia a ganar que han implantado muchas organizaciones en sus eventos ha desencadenado una actitud de competitividad en muchos *freestylers*

cuando realizan una batalla, cuando anteriormente se hacía por pura diversión ahora se hace para ganar.

Video Agilirap Mental

Aunque algunas organizaciones y *freestylers* luchan por convertir el *freestyle* en un deporte, existen personas que son reticentes a que esto ocurra, ya que consideran que es un movimiento que no se puede asimilar a un deporte.

Video Agilirap

Otro consideran que el *freestyle* es intangible y que no existe ninguna fórmula exacta que dicte un ganador, ya que el trabajo de los jueces que valoran una batalla es subjetivo.

Video Tader

El *freestyle* empezó como una vertiente del rap que ha logrado labrar su propio camino, y la masificación que está viviendo, la competitividad y los intereses de diferentes bandos ha hecho que a medida que avanzan los años haya vivido un cambio de esencia y definición.

Enlace redes sociales

Cuenta de Twitter: <https://twitter.com/lultimametrica>

Cuenta de Instagram: <https://www.instagram.com/lultimametrica/>

Cuenta de Youtube:

<https://www.youtube.com/channel/UCmVifGqvirTMzMEI19pSMXQ>