

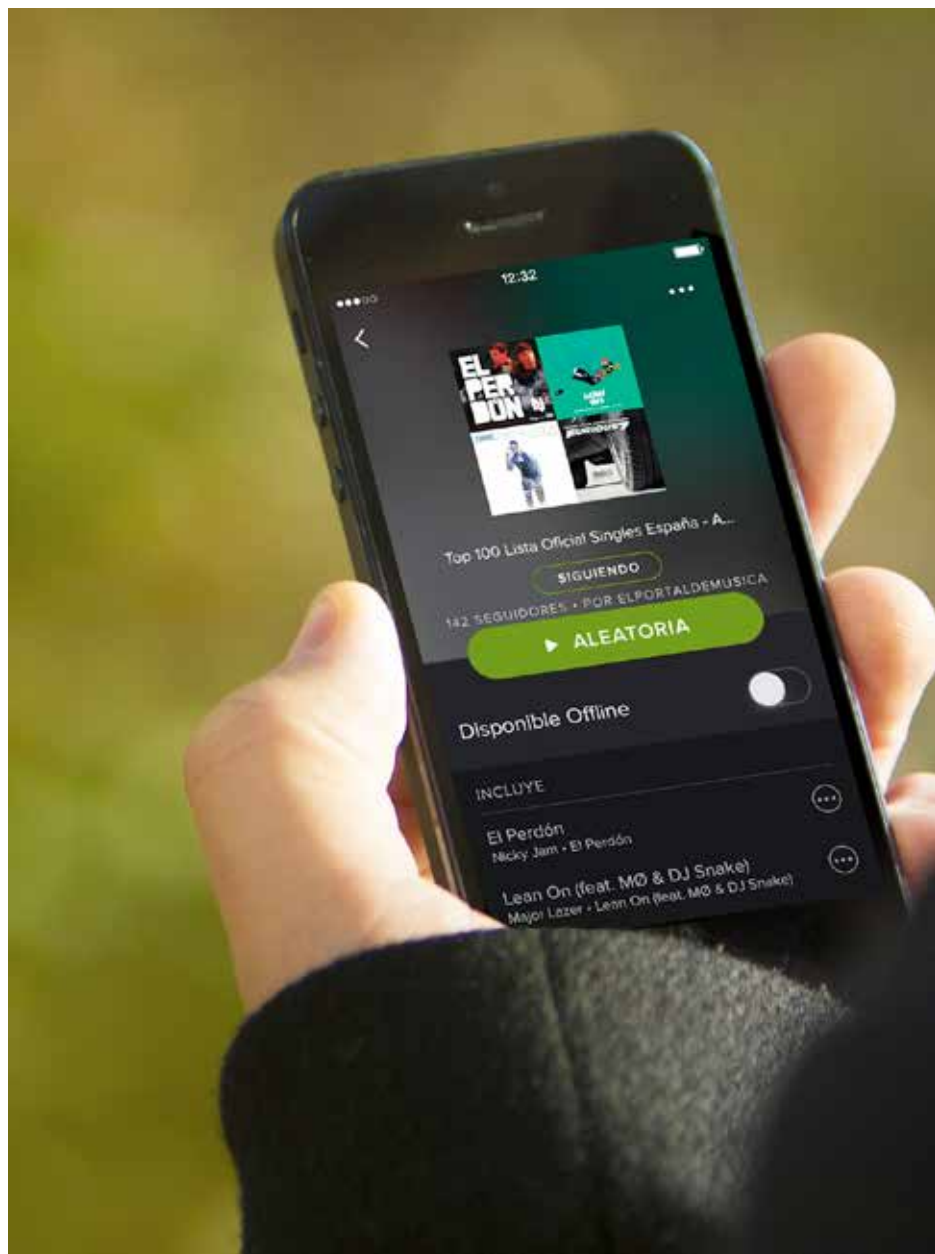
# La indústria musical: un somni o un malson?

---

## Presentació

Crear sempre m'ha encantat, potser perquè m'ho prenc com un repte o bé perquè és una manera de deixar la meva empremta en tot el que faig. Tenia molt clar que aquest treball no es podia convertir en una obligació, bàsicament perquè crear sense permetre que la motivació esdevingui protagonista perd tot el sentit. Va ser aleshores quan vaig decidir que això no només havia de ser així, sinó que havia de complir una condició: que cada vegada gaudís més del treball que estava realitzant. Per fer-ho possible em vaig preguntar quines eren totes aquelles coses que m'omplien i que poguessin formar part del meu treball. La resposta va ser la següent: la fotografia, la música, el disseny i el món audiovisual. Vaig decidir que tots aquests ítems havien de formar part d'un mateix sac, i va ser a partir d'aquí que van començar a sorgir idees que, per algun motiu, van acabar lligant i tenint sentit. Va ser just després de veure la pel·lícula *Begin Again* quan em vaig adonar que desconeixia el món de la indústria musical per complet i que tenim un concepte d'èxit molt equivocat, així que vaig decidir parlar sobre aquest tema i fer-ho a través de tot allò que tant m'agrada. De la mateixa manera, tenia la sensació que a vegades només ens quedem amb el resultat de les coses i no valorem tota la feina que s'ha fet prèviament al resultat. Poc abans de prendre la decisió vaig

---



---

conèixer l'Alba Valero Suana, la qual cursa estudis superiors de flauta travessera al Liceu i qui ha acabat convertint-se en la protagonista del meu treball.

### **Desenvolupament**

Els objectius del meu treball van esdevenir molt més que una simple resposta a una hipòtesi, que en aquest cas era si les discogràfiques són realment imprescindibles. Els altres objectius que em vaig proposar van ser entendre com funciona el món de la indústria musical actual, viure la creació d'un projecte musical en primera persona, conèixer la manera d'introduir-se dins el mercat musical, entendre el concepte d'èxit i l'essència dins d'aquesta i, finalment, aconseguir gaudir-lo cada vegada més. Pel que fa a la metodologia, la recerca ha estat realitzada per mitjà de cerques majoritàriament fetes a Internet o bé en fonts bibliogràfiques. Tot i això cal destacar que el que realment m'ha estat de gran ajuda ha estat el fet de tenir contacte amb músics professionals, ja que no només han facilitat la realització d'aquest projecte, sinó que també m'han servit com a font d'aprenentatge i s'han acabat convertint en oportunitats de cara a futurs projectes.

El treball consta de dues parts: una part teòrica i una part pràctica. He de dir, però, que la part pràctica ha estat la que més m'ha ajudat a obrir els ulls i a entendre sobre què estava parlant en tot moment. La primera consta d'una petita reflexió sobre què és l'èxit i engloba tot el funcionament de la indústria musical: la distribució dels càrrecs dins d'una discogràfica, el procediment tant previ com posterior d'un projecte musical, la distribució dels beneficis, les diferents plataformes musicals en línia, etc. Hi ha tres coses que penso que són destacables d'aquesta part. La primera és que el concepte «discogràfica» és més desconegut del que pensem. Dins d'aquestes n'hi ha tres grups imprescindibles: les discogràfiques majors, les «minimajors» i les independents. Les majors són aquelles que solem entendre com a «discogràfiques» i disposen d'un elevat nombre de recursos, de contactes i de professionals que asseguren la fama dels artistes promocionats en la majoria de casos, però pel que fa a la relació entre l'artista i els treballadors, aquesta és més freda i impersonal i busca un benefici econòmic i no tan personal, moltes vegades convertint els artistes en productes. Les «minimajors» són molt semblants a les majors, de fet formen part d'aquestes, però tot el que he esmentat anteriorment es redueix a la meitat. Finalment, les discogràfiques independents, més presents en l'àmbit local, es mouen més per la qualitat de la música que no pas per l'estètica de l'artista, fent així que la relació sigui més propera amb l'artista, encara que els recursos, el personal i la fama assolida siguin molt inferiors a les anteriors. D'altra banda, penso que una altra cosa a destacar és el repartiment dels beneficis, tenint en compte que els distribuïdors se'n queden un 24 %; la discogràfica, un 63 %, i el percentatge restant, un 13 %, se'l queda l'artista, una xifra força impactant.

---



---

Finalment, cal dir que tot i pensar que plataformes com Spotify o YouTube eren les que disposaven d'una major plataforma, tant a escala musical com de públic, Amazon Music és sorprenentment una de les plataformes musicals més importants, amb una gran plataforma musical de més de quaranta milions de cançons i un gran nombre d'usuaris, encara que curiosament no disposa d'una versió gratuïta com ho fan tota la resta.

La segona part del treball, en canvi, ha consistit a viure en primera persona la creació d'un projecte musical d'una artista novella des de zero, i amb escassos recursos econòmics, que inclou la gravació d'una cançó, la creació del videoclip, la postproducció i la promoció de l'artista. Pel que fa a la gravació de la cançó, no només en vaig poder conèixer el funcionament, sinó que també la vaig viure en primera persona des del moment que em van proposar posar-hi la guitarra. La cançó «Hoping It Never Ends», escrita per l'Alba, va ser gravada en un estudi de música on vam enregistrar la veu, la flauta, la guitarra i el piano. Una vegada això va ser possible, vam gravar un videoclip que va requerir una postproducció, sobretot pel que fa al color i a la sincronització de la veu amb la imatge. Finalment, i potser el més difícil, vaig realitzar la distribució de la cançó per mitjà de plataformes com iTunes, Spotify, Amazon, Shazam, SoundCloud, YouTube; xarxes socials com Instagram, amb imatges

---

---

que vaig realitzar al llarg de tot el treball; vaig contactar amb ràdios locals que van emetre la cançó, i la revista *Enderrock* va publicar el videoclip a la seva pàgina web. També he fet una memòria en la qual he procurat plasmar tan bé com he pogut la manera com he viscut aquesta experiència en tot moment i que també consta d'un seguit de fotografies, ja que era la millor manera de demostrar tot el procés que hi ha al darrere d'un projecte musical.

## **Conclusions**

Personalment, penso que he complert tots els meus objectius i n'he extret unes conclusions. En primer lloc, s'ha complert la meva hipòtesi: les discogràfiques no són imprescindibles i, de fet, crear un projecte musical al marge d'aquestes pot ser molt més enriquidor, sempre que es tinguin els recursos suficients per realitzar-lo. També he après que el concepte «discogràfica» és més desconegut del que pensem, sobretot quan es tracta del seu funcionament, i que la indústria musical és un motor que funciona amb diners però que quan aquests falten, el motor s'apaga. A més, també ha estat una manera de descobrir que la música és tot el contrari, i que és això el que fa que aquestes depenguin de la música, i no al revés. També he vist que la promoció a escala independent d'un artista és molt més difícil del que pensava, però cal destacar que el fet d'enfocar-ho com un treball de recerca m'ha obert moltes portes a ràdios i revistes, entre d'altres. He pogut veure que la creació d'un projecte en si no és extremadament complicada, però requereix moltíssimes hores. Pel que fa a l'èxit, no només he après a entendre'l des d'un punt de vista personal, sinó que també l'he experimentat en primera persona gràcies a la part pràctica (segurament perquè l'he gaudit moltíssim) i he entès que no té res a veure amb formar part d'una discogràfica. També m'agradaria destacar que amb aquest treball m'he adonat de com és de difícil donar un projecte per finalitzat. Tot i això, si hi ha una cosa a destacar d'aquest treball, és que donar-lo per acabat és impossible, cosa que m'agrada molt perquè significa que les conclusions d'aquí a un temps seran moltes més i em permetran seguir aprenent-ne. Cal dir que no només m'emporto haver aconseguit els meus objectius, també he aconseguit conèixer persones que m'han ensenyat la importància d'estimar allò que fas i he après a conèixer com funciona de cara a treballs així. Finalment vull destacar que aquest treball m'ha servit per veure que vull enfocar el meu futur cap a alguna de les branques que he tractat.

### *Enllaç videoclip*

<<https://www.youtube.com/watch?v=jTwVeR6ugTY>>

### *Enllaç memòria*

<[https://drive.google.com/file/d/11mEFRMGXH6c\\_SS5\\_HCfBYobAe3DRn7VC/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/11mEFRMGXH6c_SS5_HCfBYobAe3DRn7VC/view?usp=sharing)>

---

---

## Bibliografia i webgrafia

MARIA RILKE, R. *Cartes a un poeta jove*. Barcelona: Angle, 2008. — BOBBY. *Music Marketing For The Diy Musician*. MusicProGuides, 2014. — DICCIONARI.CAT. «Èxit». [Consulta 19 octubre 2018] Disponible a: <<http://www.diccionari.cat/lexicx.jsp?GECART=0061064>> — FRESHTUNES.COM. Distribute your music for free. [Consulta: 22 octubre 2018] Disponible a: <<https://freshtunes.com/es/>> — HOW STAFF WORKS (28 juny 2018). Allison Klein, How record labels work. [Consulta: 14 juny 20118] Disponible a: <<https://entertainment.howstuffworks.com/record-label4.htm>> — JOEQUINNOFFICIAL.BLOGSPOT.COM (7 gener 2016). Joe Carper, Tipos de contratos y distribución musical (I): El contrato de 360°. [Consulta 16 novembre 2018] Disponible a: <<http://joequinnoofficial.blogspot.com/2015/01/tipos-de-contratos-y-distribucion.html>> — JOURNALS.OPENEDITION.COM (19 agost 2011). Claudio Gajardo Cornejo, Aproximación a la industria discográfica. [Consulta: 25 setembre 2018] Disponible a: <<https://journals.openedition.org/polis/2036>> — LAW.FREEADVICE.COM (13 juliol 2018). Kinds of record companies. [Consulta: 19 d'octubre 2018] Disponible a: <[https://law.freeadvice.com/intellectual\\_property/music\\_law/types\\_record\\_companies.htm](https://law.freeadvice.com/intellectual_property/music_law/types_record_companies.htm)> — LANDR (1 gener 2007). Joan, Por qué no necesitas un sello discográfico. [Consulta: 24 agost 2018] Disponible a: <<https://blog.landr.com/es/no-necesitas-un-sello-discografico/>> — LA VANGUARDIA (27 abril 2011). Josep Àngel Colomé. Què és l'èxit? [Consulta: 29 setembre 2018] Disponible a: <<https://www.lavanguardia.com/participacion/cartas/20110427/54146162066/que-es-l-exit.html>> — LA VANGUARDIA (30 gener 2018). La industria musical vuelve a la época de vacas gordas gracias al 'streaming'. [Consulta: 13 agost 2018] Disponible a: <<https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20180130/44392548660/spotify-apple-music-tencent-ingresos-streaming-ifpi.html>> — MEDIUM.COM (9 abril 2018). Apurva Rani, Why becoming an independent artist is better than signed artist? [Consulta: 23 juny 2018] — MUSICBIZACADEMY.COM (9 d'abril 2018). Christopher Knab, Inside Record Labels: A Look Inside Major and Independent Record Labels. [Consulta: 13 agost 2018] — READLYC.ORG (1 gener 2018). Ana María Señedo, Narración y Descripción en el Videoclip Musical. [Consulta: 24 juny 2018] Disponible a: <<http://www.redalyc.org/html/1995/199520729005/>> — ROCK AND TOP. Radiohead tocó "Blow Out" en vivo después de 10 años. [Consulta: 19 novembre 2018] Disponible a: <<https://www.rockandpop.cl/2018/07/radiohead-toco-blow-out-en-vivo-despues-de-10-anos>> — SYMPATHY FOR THE LAWYER (26 febrer 2018). Contrato 360 grados en la industria musical, ¿Cómo funciona? [Consulta: 15 novembre 2018] Disponible a: <<http://sympathyforthelawyer.com/2018/02/26/contrato-360-grados-musica/>> — THEBALANCECAREERS.COM (23 octubre 2017). Why Record Labels Have Such Tremendous Influence on the Music Industry. [Consulta: 19 juliol 2018] Disponible a: <<https://www.thebalancecareers.com/what-is-a-record-label-2460614>> — THE NEW YORK TIMES (1 octubre 2007). Mike Nizza, Radiohead

---

---

album pricetag «It's up to you». [Consulta: 10 novembre 2018] Disponible a: <<https://thelede.blogs.nytimes.com/2007/10/01/radiohead-album-price-tag-its-up-to-you>>

## **Conclusions**

Una vegada acabat l'estudi es pot determinar que s'han pogut trobar quatre mètodes amb els quals definir els patrons matemàticament. Cal destacar que, d'aquests, només dos els considero correctes, ja que, en primer lloc, el mètode 1, que es basava a determinar l'equació corresponent a cada traç del patró definint un eix de coordenades per a cada tram, no es pot expressar com una única unitat, motiu pel qual es descarta. A continuació, per corregir aquest error, es tornen a determinar les equacions partint d'un únic eix situat a l'extrem dels patrons. Tot i ser possible expressar-los en un únic sistema, cal tenir en compte que la majoria de patrons estan formats per línies verticals, les quals matemàticament no poden ser funcions. Finalment, per millorar-ho, es crea un innovador mètode de patronatge que es refereix només als traços més bàsics. Aquest, tot i ser útil tant per a la faldilla com per al cos, cal esmentar que per al cas dels pantalons no és el mètode més pràctic. No obstant, el considero un mètode prou correcte si es té en compte que entre els seus avantatges destaca la disminució de l'ús del paper i, principalment, el fet que en utilitzar només els trams més bàsics, es troben en la majoria de models a dissenyar i confeccionar. Aquest mètode permet, per tant, determinar que és possible expressar els patrons matemàticament. D'aquesta manera, qualsevol persona que volgués obtenir les fórmules dels seus propis patrons, seguint la metodologia explicada al marc pràctic podria aconseguir-ho. La idea inicial era determinar unes fórmules generals per a tot ésser humà; no obstant, s'ha observat que cap cos no és igual i en conseqüència es poden calcular tantes fórmules com cossos existeixen. Per altra banda, s'ha treballat també amb un mètode basat en coordenades, és a dir, s'han determinat, en aquest cas, generalitzant els punts que corresponen a cada traç del patró. Aquest mètode té una finalitat concreta i clara: possibilitar el traç dels patrons matemàticament de manera universal i poder treballar amb ordinador fàcilment. Alhora, aquest és el desavantatge més important, atès que implica disposar d'impressora. Així doncs, es pot determinar que és possible trobar expressions matemàtiques per definir els patrons. Tanmateix, la hipòtesi plantejada inicialment era que «les matemàtiques són un tret inherent en la costura», i cal dir que no es pot saber si aquestes hi són, hi han estat sempre i han definit la costura sense tenir-ne coneixement o si les hi he anat a cercar jo. Per aquest motiu, aquesta hipòtesi, una vegada acabat el treball, considero que no va ser ben plantejada i per tant seria més correcte determinar que «les matemàtiques es poden trobar també en la costura». Per altra banda, de la mateixa manera que s'ha pogut comprovar que és possible determinar els patrons matemàticament, s'ha cercat un mètode per traçar-los. Aquest

---

---

correspon al de coordenades, i permet consegüentment constatar que la segona hipòtesi, «es poden traçar els patrons matemàticament», és verídica. En un primer moment es va plantejar també com a objectiu raonar la practicitat de les matemàtiques en el món del patronatge. Aquesta part l'he pogut comprovar a nivell individual confeccionant el vestit de gala i la peça d'exemple feta a partir dels patrons amb el mètode tradicional i amb el de coordenades. Considero que són pràctics si el que es busca és l'exactitud, no tant a nivell d'adaptació de la peça al cos, sinó a la de repetir sempre el mateix traç. El principal inconvenient que tenen és el material necessari: com s'ha al·ludit anteriorment, ordinador i impressora, que en aquesta situació ha de ser capaç d'imprimir a mides grans. En un últim punt es buscava demostrar que les matemàtiques no són cap impediment per al disseny, elaborant un vestit llarg de gala. Amb enginy se n'han pogut deduir els patrons matemàticament amb coordenades i, en conseqüència, es pot determinar que en aquest cas utilitzar un mètode més matemàtic no té cap tipus de complicació. En un moment en concret va sorgir la idea de crear una aplicació per a mòbil de la qual introduint-hi les mesures personals en pogués sorgir el patró directament, per aconseguir una major divulgació del patronatge i la confecció. Durant un temps es va estar valorant, però, tot i plantejar diversos programes amb els quals aconseguir-ho, cap d'ells no permet crear amb exactitud el que jo buscava sense entrar en un altre camp massa diferenciat del treball: el llenguatge informàtic. En conseqüència, es deixa com a possibilitat per a un futur.

### **Bibliografia i webgrafia**

ALDRICH, W. *Tejido, forma y patronaje plano*. Barcelona: Gustavo Gili, 2010. — CHUNMAN, D. *Patronaje*. Barcelona: Blume, 2017. — GILEWSKA, T. *Patronaje. Las bases*. 2a ed. Madrid: El Drac, 2017. — LUCENA, G. *Corte y confección para dummies*. Barcelona: Planeta, 2018. — *Matemàtiques Batxillerat I*. Barcelona: Grup Promotor 2015. [Serie Resol] — MORS DE CASTRO, L.; SÁNCHEZ HERNÁNDEZ I. *Ideas prácticas de patronaje de moda*. Madrid: Ilus Books, 2013. — *Imatges tipus de rectes* [en línia]. Disponible a: <<https://www.ematematicas.net/ecrectaplano.php?pot=2>> [Consulta: 02 novembre 2018] — *Mostra d'un vestit desplegat en patrons* [en línia]. Disponible a: <<http://id-manualidades.com/vestido-elegante-patron/>> [Consulta: 12 juliol 2018]

---