



Conservatori Superior
de Música de les Illes Balears

G8CTET, DE LA IDEA A L'ESCENA

GUIA PER AL LLANÇAMENT D'UN PROJECTE MUSICAL A MALLORCA

AUTOR: Genís Navarro Bonastre

TUTOR: Pep Garau Capó

CURS ACADÈMIC: 2022-2023

ESPECIALITAT: Interpretació Trompeta Jazz

PRIMERA CONVOCATÒRIA: 22 de maig de 2023

RESUM

Aquest treball de final d'estudis aborda el llançament del projecte musical G8ctet, un octet de *latin jazz* que sorgeix inicialment com a recital de final de grau, però que busca implantar-se mitjançant l'aplicació d'un pla de llançament estructurat. L'objectiu d'aquest treball és aprofundir en tots els aspectes necessaris per a desenvolupar el projecte de manera autogestionada, des de la seva concepció inicial fins a la seva materialització en escena.

També es proporcionarà un context sobre el model de negoci musical i com ha evolucionat fins a l'actualitat. Així mateix, es farà una reflexió sobre l'estat de salut de la música jazz a Mallorca, considerant el context local clau per a l'èxit del projecte.

A més de la seva aplicabilitat directa a G8ctet, aquest treball té un caràcter pedagògic, ja que busca servir com a guia per a altres projectes emergents, oferint-los orientació en el llançament dels seus propis projectes musicals.

Paraules clau: Projecte musical, octet, pla de llançament, *latin jazz*, autogestió, escena, negoci musical, Mallorca, guia, projectes emergents.

ABSTRACT

This final research project addresses the launch of the musical project G8ctet, an octet of Latin jazz that initially arises as a final degree recital but aims to establish itself through the implementation of a structured launch plan. The objective of this work is to delve into all the necessary aspects to develop the project in a self-managed manner, from its initial conception to its realization on stage.

It will also provide a context on the music business model and how it has evolved to the present day. Additionally, there will be a reflection on the state of jazz music in Mallorca, considering the key local context for the success of the project.

In addition to its direct applicability to G8ctet, this work has a pedagogical character as it aims to serve as a guide for other emerging projects, providing them with guidance in launching their own music projects.

Keywords: Musical project, octet, launch plan, Latin jazz, self-management, music scene, music business, Mallorca, guide, emerging projects.

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	1
1.1 Objectius	1
1.2 Estructura	2
1.3 Metodologia	3
2. MARC TEÒRIC	5
2.1 Evolució del negoci musical fins a l'actualitat	6
2.2 L'Estat de salut de la música jazz a Mallorca	10
2.3 Localització dels circuits de música jazz a Mallorca	15
3. PARÀMETRES BÀSICS DEL LLANÇAMENT DEL PROJECTE G8CTET	16
3.1 Presentació del projecte	17
3.1.1 Objectius	19
3.1.2 Proposta musical	20
3.1.3 Repertori	22
3.1.4 Integrants	27
3.2 Artista emprenedor i autogestió	29
3.2.1 Recursos interns	30
3.2.2 Recursos externs	30
3.2.3 Recursos econòmics	31
3.2.4 Subvencions i promocions públiques	31
3.3 Enregistrament dels continguts	33
3.3.1 Gravació de la música i selecció de l'estudi	34
3.3.2 Gravació dels continguts visuals	37
3.4 Drets i Entitats de Gestió	40
3.4.1 Autoria, drets morals i patrimonials	40
3.4.2 Propietat patrimonial de l'intèrpret o executant	42
3.4.3 Entitats de gestió	43
3.4.4 Repartiment de drets	45
3.4.5 Exemple G8ctet de registre d'un tema d'autoria pròpia	46
3.4.5 Exemple G8ctet de procediment per enregistrar i publicar una versió o <i>cover</i>	48
3.5 Editores i segells discogràfics	50
3.5.1 Editores	50
3.5.2 Segells discogràfics	51
3.5.3 Model actual	53
3.5.4 Model G8ctet	53
3.6 Distribució	54
3.6.1 Distribuïdores digitals	54
3.6.2 Selecció G8ctet de distribuïdores digitals	57
3.6.3 Plataformes d' <i>Streaming</i>	58
3.7 El show en directe	60
3.7.1 Escenari i <i> rider </i> tècnic	62
3.7.2 Full de ruta	64

3.8	Management.....	64
3.8.1	<i>Do It Yourself</i> (DIY)	66
3.8.2	Dossier	66
3.9	<i>Pla de xarxes socials</i>.....	69
3.9.1	Guia G8ctet.....	69
3.9.2	Plataformes	71
3.9.3	Accions	73
3.9.4	Temporització.....	74
4.	CONCLUSIONS.....	77
5.	BIBLIOGRAFIA	79
5.1	Llibres	79
5.2	Treballs acadèmics	80
5.3	Articles de diaris i revistes en línia	81
5.4	Articles de pàgines web	81
5.5	Pàgines web i publicacions a xarxes socials i plataformes	83
6.	ANNEXES.....	85
6.1	Entrevistes	85
6.1.1	Entrevista a Miquel Àngel Contreras	85
6.1.2	Entrevista a Pep Lluís Garcia	88
6.1.3	Entrevista a Carles Medina	95
6.1.4	Entrevista a Toni Miranda.....	98
6.1.5	Entrevista a Josep Oliver.....	103
6.1.6	Entrevista a Ferran Pereyra	105
6.1.7	Entrevista a Àngel Pujol	111
6.1.8	Entrevista a Jordi Ramírez	115
6.1.9	Entrevista a Miquel Àngel Rigo	117
6.1.10	Entrevista a Miquel Àngel Sancho	120
6.1.11	Entrevista a Jordi Tugores.....	125

ÍNDIX DE FIGURES

Fig 1. Portada del disc Modern Art. Art Farmer, 1958	22
Fig 2. Portada del disc Modern Art. Art Farmer, 1958	23
Fig 3. Portada del disc Gerry Mulligan Quartet with Chet Baker. Mulligan G. i Baker C. 1952.....	23
Fig 4. Portada del disc Chet Baker Quartet Featuring Russ Freeman. Chet Baker 1953.....	24
Fig 5. Portada i contraportada del single Nica's Invitation. Genís Navarro 2022 .	24
Fig 6. Portada del disc The Procrastinator. Lee Morgan 1978.....	25
Fig 7. Portada del disc Say When, Steve Davis 2014	25
Fig 8. Portada del disc Afro Cuban. Kenny Dorham 1955.....	26
Fig 9. Portada del disc Born to be Blue. Freddie Hubbard 1981	26
Fig 10. Esquema de repartició de drets d'autor	45
Fig 11. Nombre de subscriptors premium de Spotify a tot el món des del 1r trimestre de 2015 fins al 4t trimestre de 2022	58
Fig 12. Simulació de l'aspecte del perfil de G8ctet de Spotify.....	59
Fig 13. Rider tècnic pàgina 1	62
Fig 14. Rider tècnic pàgina 2	62
Fig 15. Rider tècnic pàgina 3	63
Fig 16. Rider tècnic pàgina 4	63
Fig 17. Exemple de full de ruta per a un concert simulat.....	64
Fig 18. Proposta de dossier pàgina 1	67
Fig 19. Proposta de dossier pàgina 2	68
Fig 20. Simulació del perfil de YouTube de G8ctet.....	72
Fig 21. Simulació del perfil de Instagram de G8ctet.....	73
Fig 22. Proposta de calendari de publicacions i llançament dels temes	75

ÍNDIX DE TAULES

Taula 1. Localització dels circuits de música jazz a Mallorca.....	16
Taula 2. Relació de recursos interns	30
Taula 3. Relació de recursos externs.....	30
Taula 4. Relació de recursos econòmics	31
Taula 5. Ajudes i subvencions públiques	33
Taula 6. Propostes per elaborar un pla de xarxes socials.....	71

1. INTRODUCCIÓ

G8ctet, de la idea a l'escena, es centra en l'elaboració d'un pla d'emprenedoria per al projecte musical *G8ctet*, un octet de *latin jazz*, que neix com a projecte de recital de final de grau del Conservatori Superior de les Illes Balears el gener de 2023.

Posar en escena un projecte musical és una aposta plena d'oportunitats i reptes que pot portar a camins molt diversificats. En l'última dècada la indústria musical ha hagut d'adaptar-se a la digitalització dels continguts i el canvi d'hàbits de consum de l'audiència. Els llançaments musicals han passat a tenir molta més freqüència amb la distribució digital i a ser molt més accessibles al públic mitjançant l'*streaming*. Les noves tecnologies han facilitat l'autoproducció dels artistes i la distribució de la música sense necessitat d'un segell discogràfic.

La facilitat a l'hora de publicar ha fet que una gran quantitat de música estigui a la xarxa i ha portat major competitivitat al mercat. Això ha fet que sigui molt més difícil destacar i fer-se un lloc com a artista emergent. Aquest fet ha obligat els artistes a adaptar-se a aquesta nova realitat i a ser més creatius a l'hora de promocionar els seus continguts i compartir-los per connectar amb el públic i adaptar-se a la immediatesa del consum i la nova gestió dels continguts.

Tampoc podem obviar el fet que el *show* en directe s'ha reafirmat com a font principal d'ingressos dels artistes i que això comporta també tenir coneixements en l'àmbit tècnic, laboral i administratiu.

Malauradament, dins del col·lectiu de músics, gairebé sempre molt enfocat en la part musical i artística, hi ha molt desconeixement del funcionament del model de negoci musical actual: la producció musical, els drets d'autor, les entitats de gestió, la indústria musical, la promoció. Tampoc en els plans d'estudis d'interpretació musical és un aspecte que es treballa a fons per a preparar a l'artista per a entrar al món laboral, sinó que queda difós, només oferint eines i coneixements molt bàsics a través d'algunes assignatures o seminaris.

És per això que elaborar el full de ruta per emprendre i gestionar el projecte *G8ctet* ens obre la porta a investigar tots aquests aspectes que ens ajudaran a complementar la formació musical com a intèrprets i a encarar la música, no només com a forma d'expressió artística, sinó també com a professió i font d'ingressos per a desenvolupar-nos plenament com a músics dins de la societat.

1.1 Objectius

L'objectiu principal del treball és elaborar un full de ruta per a emprendre i gestionar el projecte *G8ctet* dins de l'àmbit musical Mallorquí. Així mateix, i com

a objectiu secundari, que aquest document serveixi com a guia per a ajudar al col·lectiu de músics a poder desenvolupar els seus projectes en aquest mateix àmbit i poder materialitzar-los. Parlem d'ajudar a transformar la riquesa de les idees musicals en oportunitats i proporcionar orientació sobre els aspectes empresarials de la creació d'un projecte musical i la seva gestió.

Un altre dels objectius secundaris plantejats és analitzar l'estat de salut de l'escena musical a Mallorca i en especial de l'escena jazz. Aquest objectiu es planteja a mode d'estudi de mercat per entendre com obrir-se pas en aquest entorn amb un projecte com G8ctet, valorant les possibilitats que ofereix el sector a aquesta música; és a dir, l'oferta i la demanda.

1.2 Estructura

El treball es desenvoluparà plantejant el llançament del projecte musical G8ctet, com a exemple del procés de creació, llançament i gestió d'un projecte musical des del principi, és a dir, com a projecte emergent.

El document desglossarà totes les parts necessàries per a la creació i posada en marxa d'un projecte musical, i oferirà orientacions sobre com abordar cada un d'aquests aspectes en el context de G8ctet. A més, establirem un marc teòric on es pugui establir una base de coneixement per abordar la nostra hipòtesi d'estudi.

Primer de tot, conèixer l'evolució històrica de la indústria musical ens proporcionarà una perspectiva útil per a desenvolupar la investigació. Conèixer com els avenços tecnològics, que ens han dut a un model de plataformes digitals a l'hora de consumir i distribuir la música, influeixen en com s'abordarà la promoció i distribució del nostre producte musical. Entendre l'evolució del negoci musical i comprendre com funcionen els segells discogràfics, ens proporcionarà una base sòlida per a la planificació estratègica del projecte.

En segon lloc, analitzarem l'estat de salut de la música jazz a Mallorca, en funció de les programacions dels diferents clubs de jazz de l'illa, la programació dels festivals de jazz i les experiències de músics, promotors i mànagers mallorquins en actiu, així com de directors i responsables dels diferents festivals i cicles de jazz. Aquesta anàlisi, que farem servir a tall d'estudi de mercat, ens permetrà afinar més en el full de ruta del llançament del nostre projecte i tenir una idea més clara de com donar-li forma al llançament.

En tercer lloc, ens centrarem en el model de negoci musical mallorquí, localitzant els circuits musicals de música jazz, tant públics com privats, i analitzant-los per tal de veure la cabuda que hi pot tenir el nostre projecte G8ctet.

A continuació desenvoluparem el cos del treball on es proporcionarà una visió completa i detallada dels paràmetres bàsics que s'han establert per al llançament del projecte G8ctet.

Primerament, es presentarà el projecte i els seus objectius. Això inclou la descripció de la proposta musical i el repertori. A més, es detallarà l'estructura i la composició del grup, incloent-hi els integrants i el seu bagatge artístic.

En segon lloc, es descriuran els recursos interns i externs necessaris per a l'autogestió de l'artista emprenedor. Això inclou l'organigrama executiu, la definició dels recursos econòmics, les subvencions i les promocions públiques que es poden utilitzar.

Tercer, es detallarà el procés d'enregistrament del contingut, incloent-hi la gravació de la música i la selecció de continguts audiovisuals per al llançament del videoclip de la banda i la promoció a les xarxes socials.

En quart lloc, explorarem el tema dels drets d'autor i les entitats de gestió, incloent-hi l'autoria, els drets morals i patrimonials. També s'exemplificarà el procés de registre de les cançons.

A continuació, un altre aspecte important que es tractarà en aquest treball és la descripció de les editorials i segells discogràfics. Això inclou l'anàlisi del model actual i la comparació amb el model G8ctet proposat en el projecte. També es descriuran les diferents opcions de distribució, en el model tradicional i en el model actual, incloent-hi les distribuïdores digitals i les plataformes digitals.

A més, es descriurà l'estructura del show en directe, ja que és un aspecte clau en la indústria musical actual, tot explicant la part tècnica dels concerts a través del *rider* tècnic i el full de ruta, que detallen els requisits de so i altres aspectes tècnics necessaris per a l'èxit del concert.

Seguidament, tractarem el paper del mànager i quin espai té en el nostre projecte musical i descriurem els conceptes *Do It Yourself* que fan referència a la gestió independent dels artistes. També suggerirem el dossier artístic com a eina útil per a la gestió del projecte musical.

Finalment, es presentarà el pla de xarxes socials, que inclou la definició del *target*, les xarxes socials utilitzades, les accions promocionals que es realitzen a través d'aquestes xarxes i la temporització d'aquestes.

Per tancar el treball, aportarem una sèrie de conclusions que confirmaran o refutaran la nostra hipòtesi inicial, aportant arguments i analitzant el procés de treball dut a terme. D'aquesta manera, podrem obtenir una visió global del treball fet i de les possibles implicacions que es deriven del nostre estudi.

1.3 Metodologia

La metodologia emprada per a dur a terme aquest treball s'ha basat en diversos processos.

Primerament, s'ha elaborat una revisió bibliogràfica sobre l'entorn del negoci musical centrada en el model actual, que té en compte la digitalització dels continguts, el canvi d'hàbits de consum, l'autogestió de l'artista i la promoció a partir de les xarxes socials i les plataformes de *streaming*. Aquesta revisió inicial ha mostrat un canvi significatiu i accelerat en el model de negoci musical en els últims anys, pel qual s'ha constatat que gran part de la bibliografia existent es troba desfasada amb relació als nous paradigmes i tendències emergents. En conseqüència, s'ha realitzat una selecció de quatre llibres que tracten de manera actualitzada els aspectes clau d'aquest estudi. És important destacar que tres dels quatre llibres es basen en l'àmbit espanyol, ja que el marc normatiu i legal té un impacte significatiu en el negoci musical. Aquestes obres proporcionen una base sòlida per comprendre el panorama actual de la indústria musical i els elements necessaris per aconseguir un llançament d'èxit.

El primer llibre, *De Artista a Empresario Musical*, escrit per Alexiomar Rodríguez, advocat especialitzat en aspectes legals i màrqueting de la indústria musical. A més, l'autor és també youtuber dedicat a assessorar artistes en el seu canal. El llibre ofereix una guia completa per artistes que volen convertir-se en empresaris musicals. És un bon recurs per entendre millor els aspectes legals i empresarials de la indústria musical.

El segon llibre, *El Negocio de la Música*, coescrit per Paula Susaeta i Paco Trinidad, aborda de manera exhaustiva les implicacions legals i el marc normatiu específicament relacionats amb la gestió dels drets d'autor a Espanya. Aquesta obra ofereix una anàlisi profunda de la Llei de Propietat Intel·lectual i les regulacions que afecten els drets d'autor al nostre país.

El tercer llibre, *Así Funciona el Negocio de la Música*, de Vicente Mañó i Javier Bori, examina de manera detallada el canvi de paradigma en el model de negoci musical, amb un enfocament específic en l'àmbit espanyol.

El quart llibre, *La Nueva Fórmula para Vivir de la Música*, escrit per Dani Aragón, examina les diferències entre el model de negoci clàssic i el modern i analitza els reptes, les oportunitats i l'itinerari que s'ha de seguir en l'era digital pels artistes independents. L'obra ofereix una visió pràctica sobre l'autogestió de l'artista, la promoció a través de les xarxes socials i les estratègies per aconseguir un llançament d'èxit.

Seguidament, la metodologia s'ha centrat a realitzar entrevistes a diverses persones vinculades al món del negoci musical a Mallorca, incloent-hi mànagers, músics actuals i històrics, promotors, responsables d'associacions musicals, responsables de segells musicals, el coordinador de cultura de l'Ajuntament de Palma, promotors privats, propietaris de locals musicals, directores de festivals de jazz i altres professionals rellevants. A través d'aquestes entrevistes, s'ha recollit

informació de primera mà sobre les seves experiències i coneixements en relació amb el món de la música i el seu funcionament, els reptes, les tendències i les pràctiques més rellevants en el sector musical a Mallorca. Les entrevistes complementen la revisió bibliogràfica, ja que proporciona coneixements valuosos i exemples concrets de l'aplicació pràctica dels conceptes tractats en els llibres seleccionats.

A continuació, s'ha fet una recerca i selecció de la informació en les diferents bases de dades de la xarxa a partir dels descriptors clau, especialment en relació amb la distribució digital, la promoció en línia, les eines digitals, entre d'altres. S'han revisat també blogs musicals, llocs web de productores i distribuïdores, webs d'assessorament legal per a músics, webs d'entitats de gestió de drets d'autoria i altres fonts d'informació relacionades. Són recursos que cal contrastar, però que ens ajuden a entendre el nou funcionament de les plataformes i inclouen exemples i comparatives que enriqueixen la comprensió del tema, així com dades de vendes, distribució o estadístiques d'oients. Tota aquesta informació ens ajuda a tenir una imatge més clara de com està tot estructurat dins de l'entramat del negoci musical.

Finalment, s'ha fet una recerca exhaustiva d'altres treballs d'investigació i documents relacionats amb el tema, amb l'objectiu d'obtenir una visió més ampla i comprendre a fons l'estat actual de la qüestió i la base sobre la qual realitzarem el nostre estudi. Durant aquesta recerca, hem pogut observar que el model de negoci musical, especialment la seva naturalesa canviant i l'evolució que ha experimentat en pocs anys, ha estat àmpliament estudiat. S'han abordat temes com l'impacte de la digitalització i el canvi de paradigma en els models de consum. No obstant, és difícil trobar estudis que exemplifiquin adequadament totes les parts implicades i permetin comprendre de manera completa el procés d'inserció en el model com a artista emergent autogestionat. Per aquest motiu, considerem molt interessant adquirir una perspectiva que exemplifiqui, sigui didàctica i analitzi cada una de les parts del negoci, les expliqui detalladament i ofereixi exemples concrets de com es poden abordar de manera autònoma des del punt de vista de l'artista i concretament des del punt de vista del nostre projecte.

En resum, aquesta metodologia ens ha permès comprendre a fons els canvis rellevants en aquest àmbit i aplicar-los al llançament del nostre propi projecte musical.

2. MARC TEÒRIC

És essencial entendre el context històric del negoci musical per a comprendre la situació actual de la indústria de la música i poder plantejar el llançament d'un nou projecte.

L'evolució del negoci musical ha estat marcada per tota una sèrie de canvis tecnològics, culturals i econòmics que han transformat la forma en com la música es consumeix en l'actualitat. I no només la seva reproducció, sinó també la seva producció i distribució.

Cada etapa en la història del negoci musical ha tingut una reacció d'adaptació significativa en la manera de treballar dels artistes. Per això, per llançar un projecte musical és essencial entendre com funciona el negoci actualment i comprendre la seva evolució històrica. Tanmateix, també és important analitzar l'estat de salut de la música jazz a Mallorca, a mode d'estudi de mercat.

Primerament, cal determinar si hi ha una audiència prou gran i interessada en aquesta música per sostenir un projecte a llarg termini. Si no és així, el llançament es convertirà en un repte molt més gran que el plantejat inicialment.

En segon lloc, l'anàlisi ens ajudarà a entendre quina és la competència actual. Si ja hi ha altres projectes actius, és rellevant conèixer la seva estratègia i el seu públic per poder diferenciar-se i oferir una proposta original.

A més, analitzar l'estat de salut del jazz a Mallorca també ajudarà a identificar oportunitats per créixer i millorar, ja que esdevé un factor clau a l'hora de planificar i llançar un nou projecte musical a l'illa. Entendre la demanda del mercat, la competència i les oportunitats.

Per acabar d'establir el marc teòric, localitzar els circuits musicals mallorquins on té presència el jazz ens ajudarà a entendre el paisatge musical actual i la posició del jazz en aquest per establir les estratègies de promoció adequades.

2.1 Evolució del negoci musical fins a l'actualitat

La música apareix amb les primeres civilitzacions. És gratuïta, forma part de la tradició oral i de les manifestacions culturals i religioses. Des de temps immemorials, la música ha estat compartida i transmesa de generació en generació com una forma de comunicació i expressió artística. No obstant això, en un moment específic de la història la música comença a transformar-se en un negoci més enllà de les simples actuacions dels artistes.¹

Un bon exemple d'aquesta transició la trobem als EUA amb l'emergent classe mitjana a finals del segle XVIII i principis del XIX. La població tenia cada vegada més accés a la compra d'instruments, com per exemple el piano, i això va fer pujar la demanda de partitures musicals i mètodes per aprendre a tocar l'instrument a casa seva. Amb l'augment de la demanda, els compositors es van veure obligats a fer còpies de les seves partitures, distribuir-les i vendre-les. Amb aquesta

¹ Rodríguez A. *De artista a empresario musical. La fórmula para vivir de la música y no morir en el intento*. Venezuela: Editorial PanHouse. 2022. ISBN: 978-980-437-153-0. P. 28

oportunitat de negoci sobre la taula apareixen les editores musicals, que permetien al compositor enfocar-se a la feina creativa mentre ells s'encarregaven de fer les còpies, distribuir-les i pagar una part dels beneficis al mateix compositor en concepte de drets d'autoria, els coneguts com a *royalties*.²

Tin Pan el terme que es va utilitzar des de mitjans del segle XIX per a descriure els sons metàl·lics que sorgien dels pianos barats³, va donar nom a Tin Pan Alley, una zona concorreguda del districte de Manhattan a la ciutat de Nova York, que agrupava la majoria dels productors, compositors i editors. Fou un negoci creixent que va influenciar molts artistes de l'època i que, amb la millora de les lleis de protecció dels drets d'autor, compositors, lletristes i editors hi treballaven pel benefici comú.⁴

El negoci musical fa el primer salt important l'any 1877 amb la invenció per part de Thomas Alva Edison del fonògraf. La nova tecnologia permetia transformar les ones sonores en mecàniques i gravar-les en un cilindre metàl·lic recobert d'una pel·lícula d'estany.⁵

D'altra banda, Emile Berliner, nord-americà d'origen alemany, dóna una empenta a les primeres investigacions del francès Charles Cros en la gravació horitzontal. Al 1887, poc després que el món sencer escoltés les primeres gravacions fonogràfiques, desenvolupa el gramòfon, que permetia fer gravacions en un disc pla que girava. Tot i que amb menys qualitat sonora que el fonògraf, els primers discs d'ebonita, substància plàstica que es podia tallar fàcilment, oferien obtenir milers de còpies a partir d'un únic motlle. Va suposar un gran avantatge en contrast amb el cilindre fonogràfic que necessitava interpretar cada vegada el contingut de la gravació per poder copiar-se. A les portes del segle XX la primera guerra de formats estava servida, però el 1910, el gramòfon s'imposa per sobre del fonògraf. Els discs plans de fins a 12 polsades, uns 30 centímetres de diàmetre, que giraven a 78 revolucions per minut, podien emmagatzemar uns 4 o 5 minuts de música per cara i van representar el primer format de venda massiva a tot el món. Amb aquest nou format neixen els àlbums, carpetes que contenen 4 o 5 discs equivalents a una simfonia. També ho feien els *singles*, discs més petits de 10

² Rodríguez A. *op. cit.*, p. 29

³ Zimmer B. "Tin Pan Alley": Where Songwriters Once Banged Away on Cheap Pianos. *The Wall Street Journal*. [En línia]. 2022. [consulta: 19 de febrero de 2023] <https://www.wsj.com/articles/tin-pan-alley-where-songwriters-once-banged-away-on-cheap-pianos-11641563861>

⁴ Gioia T. *Historia del jazz*. Madrid: Turner Publicaciones SL. 2015. ISBN: 978-84-17141-71-4. P. 32

⁵ Inventing Entertainment: The Early Motion Pictures and Sound Recordings of the Edison Companies. History of the Cylinder Phonograph. *Library of Congress*. [En línia]. Washington D.C. USA. [consulta: 19 de febrero de 2023] <https://www.loc.gov/collections/edison-company-motion-pictures-and-sound-recordings/articles-and-essays/history-of-edison-sound-recordings/history-of-the-cylinder-phonograph/>

polsades amb un sol tema enregistrat. Mentre que els artistes de jazz es queden amb el format de 12 polsades per poder desenvolupar la seva música.⁶

El procés de gravació requeria una inversió molt gran, temps, habilitats i coneixements extensos en temes de negoci. Des de la producció artística, passant per la part tècnica i acabant amb la gestió administrativa, que incloïa la distribució del producte. De totes aquestes necessitats neix un nou model de negoci: el segell discogràfic.

Un dels primers segells a aparèixer és Columbia Records l'any 1888, que representa l'evolució d'una companyia local que es dedicava a vendre fonògrafs d'Edison a segell discogràfic, captant músics per tot el país i creant diverses col·leccions.⁷ La competència, Victor Talking Machine Company, que comercialitzava en aquest cas l'invent de Berliner, és adquirida el 1929 per la Radio Corporation of America (RCA) i es converteix en el segell RCA Victor, amb la mateixa finalitat comercial.⁸

La tasca dels segells era produir fonogrames i vendre'ls, però per això necessitaven captar músics que volguessin gravar les seves interpretacions i així ampliar el seu catàleg. Més endavant, i ja considerant el disc pla com a format dominant, els segells optaran per desenvolupar els seus propis talents musicals i començaran a preparar els mecanismes per llançar a l'estrelat qualsevol artista. Des de la composició, la producció, el *management* a l'edició. Amb l'aparició dels segells discogràfics es crea un model de negoci que tenia el control absolut de la producció, distribució i promoció de la música i on els artistes depenien d'ells mateixos per arribar al públic. El model es mantindrà pràcticament intacte fins ben entrada la dècada del 1990. Tanmateix, sí que experimentarà canvis quant als formats de reproducció o suports, servint-se dels avenços tecnològics i buscant la millor qualitat sonora, així com la possibilitat d'escoltar música allà on es volgués. Els fonogrames se substitueixen pel disc de vinil a partir de l'any 1948. La cinta magnètica apareix a principis dels anys seixanta i s'incorpora també a la indústria automobilística. La introducció del Sony Walkman a la dècada dels vuitanta permet escoltar la música seleccionada en el moment i lloc desitjats i es comença

⁶ García Visos B. *El sonido eterno: del fonógrafo a la holofonía*. BBVA Openmind. [En línia] 2018. [consulta:21 de febrero de 2023]. <https://www.bbvaopenmind.com/humanidades/cultura/el-sonido-eterno-del-fonografo-a-la-holofonia/>

⁷ Un Planeta de Sonidos. *Columbia Records*. Un planeta de sonidos. [En línia] [consulta: 21 de febrero de 2023]. <https://unplanetadesonidos.com/columbia-records/>

⁸ El vinilo se desviste. *Victor Talking Machine Company, una de las discográficas con más peso de la época*. El vinilo se desviste. [En línia] 2012. [consulta: 21 de febrero de 2023]. <https://elvinilosevistede.wordpress.com/2012/12/06/victor-talking-machine-company-considerada-la-primera-discografica-de-la-historia/>

a entendre com una pràctica mòbil, tendència que es mantindrà fins a l'actualitat amb els *smartphones*.⁹

També a la dècada dels 80, MTV comença a incentivar als segells i als artistes per oferir al consumidor el paquet sencer d'entreteniment amb els vídeos musicals, que més tard, a banda de consumir via la televisió, es podran compilar i comercialitzar en els corresponents suports digitals.¹⁰

A finals dels anys vuitanta, apareix el Compact Disc (CD), que arribarà al seu millor moment l'any 1999. El primer suport digital que es comercialitza en l'àmbit global. Amb el CD es millora la qualitat sonora respecte a la cinta magnètica i representa el primer format digital, fet que permetrà emmagatzemar i reproduir des de qualsevol ordinador.¹¹ El disc compacte obre doncs la porta a la digitalització de la indústria discogràfica, arribant l'any 1999 a generar uns ingressos de \$ 25,2 mil milions en l'àmbit global, en el seu millor moment. Aquest import a partir de l'any 2000 començaria a baixar i va tocar fons l'any 2014 amb un total de \$ 14,2 mil milions d'ingressos a nivell global. A més, el CD-ROM que apareixerà uns anys més tard, obre un nou repte per a les companyies discogràfiques: la interacció dels usuaris amb la música no només a través de l'oïda, sinó també a través de la vista amb els continguts de vídeo compilats també en aquests discs.¹²

L'explicació d'aquesta caiguda de les vendes torna a anar de la mà dels avenços tecnològics. Internet, el format digital MP3 i la comercialització d'ordinadors capaços de copiar els discs compactes, representen l'inici del canvi de paradigma de la indústria musical. De l'antic paradigma, basat en la comercialització del format físic, el CD i els seus antecedents, i la concentració del mercat en un grup reduït de grans companyies discogràfiques internacionals que controlen tota la cadena de producció des de la composició, l'edició, la gravació, la distribució i la difusió i comercialització, al paradigma modern, basat en internet, les vendes digitals, l'*streaming*, l'autoproducció i la difusió dels continguts a les xarxes.¹³

⁹ Arango Archila F. El impacto de la tecnología digital en la industria discográfica. *Dixit*. Num. 24. 2016. [consulta: 22 de febrero de 2023]. <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1168>

¹⁰ Mañó V., Bori J. *Así funciona el negocio de la música*. Valencia: Editorial Circulo Rojo, 2016. ISBN:978-84-9126-572-6. p. 88-89

¹¹ Monleón López P. Tendencias emergentes de consumo de música digital. Internet y el futuro de la industria discográfica: Spotify, un análisis desde la publicidad. *Ediciones de las Ciencias Sociales de Madrid*. 2011. <https://doi.org/10.6035/978-84-87510-57-1.2011.48>

¹² Rodríguez A. *De artista a empresario musical. La fórmula para vivir de la música y no morir en el intento*. Venezuela: Editorial PanHouse. 2022. ISBN: 978-980-437-153-0. p. 31

¹³ Domínguez Álvarez D., Carballo Rodríguez A. El nuevo paradigma de la industria musical. La revolución de internet. *Universidad de la Laguna*. 2016. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/3787>

La possibilitat de copiar els discs en l'àmbit domèstic, fa que els servidors Napster i d'altres empreses que utilitzen la xarxa P2P (Peer to Peer o xarxa d'emparellament), ofereixin accés gratuït a la música. Tot i que les grans companyies de la indústria es querellen legalment amb aquestes empreses, els segells comencen a buscar altres alternatives. El fenomen P2P es consolida l'any 2000 i fa caure els guanys de la indústria de manera vertiginosa. La pirateria va ser l'encarregada de frenar les vendes mundials dels CD.¹⁴ Concretament a Espanya les vendes van caure un 78% entre els anys 2003 i el 2012, i el 97,4% dels continguts digitals consumits al país, van ser il·legals.¹⁵

“Los consumidores no quieren ser tratados como criminales y los artistas no quieren que su valioso trabajo sea robado”¹⁶

Amb aquest comunicat Steve Jobs presentava al mercat l'*iPod* i la botiga *online* de música: *iTunes*. Aquest pas va representar una nova font d'ingressos per a la indústria, no suficient per recuperar-se del cop que havia causat la pirateria, però encetava el model de pagament per descàrrega i presentava les bases per a la pròxima frontera de la música, l'*streaming*.

Un altre canvi radical arriba l'any 2011 amb el llançament de Spotify, amb una oferta d'accés a una llibreria on es pot trobar pràcticament tota la música que existeix. Així mateix, apareixen altres competidors com Amazon Music, YouTube Music i Tidal. L'*streaming* és el responsable del nou naixement de la indústria musical, fa augmentar-ne els ingressos des de 2015 fins a l'actualitat, i representa el 64% dels ingressos globals de la indústria el 2021.¹⁷

La forma d'entendre la indústria musical avui dia és la forma en la qual el públic tendeix a consumir la música, el creixement dels artistes i els segells petits i l'autoproducció. Si en el passat la indústria musical es basava en l'entreteniment ara es basa en la creativitat i presenta oportunitats infinites.

2.2 L'Estat de salut de la música jazz a Mallorca

La música jazz és un gènere musical que ha estat present a Mallorca des de fa dècades i no només compta amb un grup de seguidors fidels i apassionats que mantenen viu l'esperit del jazz a l'illa, sinó que també té una presència destacada de músics de renom que han aconseguit destacar a escala nacional i internacional

¹⁴ Mañó V., Bori J. *Así funciona el negocio de la música*. Valencia: Editorial Circulo Rojo, 2016. ISBN:978-84-9126-572-6. 39-40

¹⁵ Mañó V. Bori J. *op. cit.*, p. 41

¹⁶ El Universo. Apple lanza esperado servicio de música online. *El Universo*. [En línia]. 2003. [Consulta: 23 de febrer de 2023] <https://www.eluniverso.com/2003/04/28/0001/687/8E1F96457E7147FC955370188C734E9D.html>

¹⁷ Rodríguez A. *De artista a empresario musical. La fórmula para vivir de la música y no morir en el intento*. Venezuela: Editorial PanHouse. 2022. ISBN: 978-980-437-153-0. p. 33

en l'àmbit del jazz, contribuint així al prestigi i la reputació de l'escena jazzística a Mallorca.¹⁸

Enguany s'ha celebrat la quarta edició del Festival de Jazz de Palma, o es podria dir que s'ha celebrat la catorzena edició del Festival, ja que, comptant amb les deu edicions que es varen fer des de l'any 1981 al 1990, en sumariem catorze. I és que el Festival de Jazz de Palma es va convertir durant molts anys en la plataforma per accedir als fonaments del jazz.

El gènere estava present de manera estable en les programacions culturals i la regeneració de la democràcia espanyola havia creat l'espai necessari per organitzar un festival de caràcter internacional que programava artistes emblemàtics. Tot i això, la falta de suport institucional, va fer que desaparegués i la seva memòria es convertís en un fet emblemàtic per als amants del jazz a Mallorca.¹⁹

La tendència era clara, el jazz havia deixat empremta a l'illa de la mà dels primers músics que tocaven a les sales de ball, hotels, locals d'oci i entreteniment i de tots aquells que passaven per l'illa a fer temporada. Des dels anys trenta amb les orquestres Majong, Reing Song o Los Transhumantes passant per Los Siete de Palma entrats els anys quaranta²⁰, les sovintejades visites de Tete Montoliu amb diferents agrupacions des de principis dels anys cinquanta²¹, o l'orquestra de Manolo Bolao als anys 70, suscitaven interès per la música jazz i van crear escola.

El Festival de Jazz de Palma va ser una consolidació de tota aquesta activitat musical i jazzística que s'havia viscut tots aquells anys i que se seguia vivint a l'illa a principis dels anys 80. La seva primera edició batejada amb el mot de l'edició de les tres G, arrel de les actuacions de Dizzy Gillespie, Dexter Gordon i Stan Getz, aquest últim substituït a última hora per culpa d'un problema de salut pel també saxofonista Dave Schnitter, donaria pas a una gran desfilada d'artistes de nivell internacional durant les deu edicions: B.B King, Chick Corea, Chet Baker, Tete Montoliu, Ella Fitzgerald, Woody Shaw, Clarke Terry, Miles Davis, McCoy Tyner, Carla Bley, entre d'altres.²²

Tot i la seva desaparició, en la desena edició l'any 1990, el llegat que va deixar va ser immens. Una bona munió de músics, seguidors de la música jazz i de la música moderna han nascut de l'herència del festival. Toni Miranda, Marcos Collado o Sebastià Raimundo²³, entre d'altres, van tractar d'omplir el buit i seguir

¹⁸ T. Miranda, comunicació personal, 15 de març de 2023

¹⁹ F. Pereyra, comunicació personal, 26 de març de 2023

²⁰ S. Font, comunicació personal, 29 de març de 2023

²¹ Salvà T. *Recepció del jazz a Mallorca des del 1930 fins a l'actualitat*. Barcelona: ESEM-Taller de Músics. 2013. P. 73

²² F. Pereyra, comunicació personal, 26 de març de 2023

²³ Salvà T. *Recepció del jazz a Mallorca des del 1930 fins a l'actualitat*. Barcelona: ESEM-Taller de Músics. 2013. P. 157-172

treballant per a promocionar aquesta música a l'illa i consolidar les seves carreres artístiques com a músics de jazz. I no només com a músics, sinó també com a mestres i mentors de les noves generacions que pujaven.²⁴

L'any 1995 el Festival de Jazz de Sa Pobla agafa el relleu i s'obre camí, més enllà dels interessos comercials de la majoria de les propostes del moment, per tal d'omplir el buit de programació jazzística a l'illa. La seva finalitat era oferir concerts que respectessin les tradicions musicals i especialment el jazz i que poguessin satisfer a tot tipus de públic. Al mateix temps possibilitaven que els músics de Mallorca poguessin tenir l'espai per a mostrar les seves creacions musicals.²⁵

A més, el Festival de Jazz de Sa Pobla incorporava també els seminaris enfocats a músics de tots els nivells amb màster classes, classes d'improvisació i agrupacions instrumentals. El seminari culminava amb les actuacions d'aquestes agrupacions dins de la mateixa programació del festival.²⁶ Des de la seva primera edició, fins a l'actualitat, hi han passat artistes com: Carles Benavent, Jorge Pardo, Chano Domínguez, Carme Canela, John Scofield, Roy Hargrove, Jerry González, Lee Konitz, entre d'altres. A més ha servit d'altaveu per a molts projectes locals que hi ha pogut actuar, com per exemple, Miranda Jazz Quartet, Marcos Collado trio, Big Yuyu, Saxophobia, Toni Vaquer, Glissando Big Band, Júlia Colom, entre d'altres.²⁷

La iniciativa privada pren partida en l'esforç per a impulsar la música jazz a l'illa i l'any 2004 se celebra la primera edició del Jazz Voyeur Festival que seguirà oferint edicions fins al 2012 i del 2017 a l'actualitat, apostant per a portar a Mallorca projectes de gran recorregut amb músics d'alt nivell del panorama internacional.²⁸ Passaran pels escenaris mallorquins músics com, Carla Bley, Michael Brecker, McCoy Turner, Brad Mehldau, Herbie Hancock, Diana Krall, Ron Carter, Tom Harrell, Chucho Valdés, entre d'altres.²⁹

Des del 2008 fins al 2011, l'Ajuntament de Palma, a través de la Regidoria de Turisme i Comerç, torna a apostar per la música jazz, aquest cop per dinamitzar el comerç local,³⁰ organitzant el certament Palma Jazz Comercial, amb un gran èxit de participació. Més de vuitanta bandes s'hi van presentar en la tercera edició,

²⁴ T. Miranda, comunicació personal, 15 de març de 2023

²⁵ Dossier del Mallorca Jazz Sa Pobla. Document proporcionat personalment per en Pep Crespí, responsable del festival.

²⁶ Salvà T. Op. Cit., p. 194

²⁷ Ajuntament de Sa Pobla. *Festival de jazz de Sa Pobla, edicions anteriors*. [En línia]. Mallorca [Consulta: 28 de febrer de 2023]. <https://www.sapobla.cat/index.php/component/k2/item/742-edicions-anteriors>

²⁸ R. Menéndez, comunicació personal, 22 de febrer de 2022

²⁹ Jazz Voyeur Festival. 15 *Edicions anteriors*. [En línia]. Mallorca, 2022 [Consulta: 26 de febrer de 2023]. <https://jazzvoyeurfestival.es/ediciones-antiores/>

³⁰ *Ibid.*, p. 274

tant locals com de fora.³¹ En aquells certàmens destacaven noms de músics ja coneguts a l'illa com en Toni Miranda o Marco Collado, però ja començaven a aparèixer noms de músics mallorquins de la nova fornada, molts d'ells formats a escoles superiors de Barcelona o de fora del país, com per exemple, Toni Vaquer, Josep Oliver, Pep Garau, Llorenç Barceló, el menorquí Marco Mezquida, entre d'altres; acompanyats també d'altres músics peninsulars, com Julian Sánchez, Ramon Prats, Carlos Falanga, Enrique Oliver, Ernesto Aurignac o Marko Lohikari.³² El certamen tenia caràcter d'intercanvi i el premi era la participació en el festival Jazz Ral·li de Düsseldorf. Aquest intercanvi va donar fruit en la seva tercera edició on es va poder gaudir de bandes d'aquesta ciutat alemanya. En l'última edició el premi era la participació en ell Jazz Expo de Sardenya.³³

A poc a poc, a partir de la iniciativa individual de músics i associacions, sovint amb el suport de consistoris dels diferents pobles, han anat sorgint petits festivals de jazz per tota l'illa que han volgut participar d'aquesta tasca de promoció de la música jazz a Mallorca i que també han apostat per un model pedagògic i de promoció dels artistes locals en la seva programació. Una de les primeres iniciatives va ser la "Mallorca Jazz Orquestra", organitzat pel jove músic mallorquí Pep Garau el 2013, sota direcció d'en Sergi Vergés, amb la col·laboració de Mathew Simon i amb músics locals com en Salvador Font, Salvador Sobral, Toni Vaquer, Omar Lanutti, entre d'altres, que va representar la primera formació de Big Band formada per músics de jazz de diferents generacions de Mallorca.^{34,35}

Després vindria la iniciativa Jazz a Calvià el 2014, amb el trombonista Josep Oliver al capdavant, que promou concerts, però també seminaris d'experimentació musical creativa, tallers, activitats per als més petits, la seva pròpia Big Band, entre altres activitats.³⁶

El festival Jazz de Mar a Porto Colom el 2016, organitzat pel músic Carles Medina a través de l'associació que duu el mateix nom que el festival, que proposen, com a fet diferencial, la gravació en directe d'un dels concerts per a publicar un treball discogràfic i així promocionar nous projectes.³⁷

Alaró el 2020, amb el festival de jazz organitzat pel músic Enric Fuster, presenta un projecte musical local i un de fora en dos dies de festival. També té la intenció d'oferir màster classes en el futur.³⁸ I molts d'altres petits, però

³¹ F. Pereyra, comunicació personal, 26 de març de 2023

³² *Ibid.*, p. 275-282

³³ F. Pereyra, comunicació personal, 26 de març de 2023

³⁴ Artsmallorca. *La Mallorca Jazz Orquestra se estrena en Cala Rajada*. [En línia]. [consulta: 2 d'abril de 2023]. <https://www.artsmallorca.com/es/evento-/mallorca-jazz-orquestra-sestrena-a-cala-rajada>

³⁵ Garau. P. Comunicació personal, 6 d'abril de 2023.

³⁶ J. Oliver, comunicació personal, 27 de març de 2023

³⁷ C. Medina, comunicació personal, 27 de març de 2023

³⁸ E. Fuster, comunicació personal, 28 de març de 2023

prestigiosos, festivals com el d'Alcúdia que ja arrossega 22 edicions, Inca amb 15 edicions, el Banyalbu jazz a Banyalbufar i Port des Canonge amb quinze edicions també, el Jazz a la Fresca de Son Servera o l'Alternatilla Jazz Festival amb sis edicions i itinerant a diferents municipis de l'illa.

També en l'àmbit del teixit associatiu cal destacar els cicles de concerts organitzats per l'Associació de Músics de Pollença, que compta amb vint anys d'experiència a l'esquena, però sobretot la iniciativa que arranca el desembre de 2021 quan obre les portes l'associació s'Escat a Manacor. Un grup de músics de jazz s'ajunten per tal d'oferir al públic i també a la resta de músics, un espai on poder fer concerts, *jam sessions*, màster classes i tota mena d'activitats relacionades amb la música, inclús obert a altres tipus de música. El seu objectiu és poder programar de manera flexible omplint el buit de la programació més enllà dels festivals, oferir un espai per a presentar projectes emergents, organitzar *jam sessions* amb artistes convidats, xerrades, ball, entre moltes d'altres activitats.³⁹

Associacions com S'Escat en el qual els mateixos músics s'organitzen per crear els espais necessaris per tocar i compartir la seva música, posen de manifest un gran estat de salut en aquest aspecte. Actualment, Mallorca compta amb una gran quantitat de bons músics de jazz, i des de fa sis anys, amb la introducció dels estudis de jazz al Conservatori Superior de les Illes Balears, s'ha pogut veure un augment en l'interès per a aquesta música. La iniciativa ha donat lloc a noves fornades de joves músics amb moltes ganes de tocar, que ha contribuït a generar un impuls renovat i a estimular l'escena a l'illa.⁴⁰

No obstant això, encara hi ha una manca de llocs de música en viu més enllà dels festivals. Avui dia en podem trobar dos que programin jazz regularment, el Cats Music a Santa Maria del Camí i el Jazz Lounge a la capital, dos locals que intenten mantenir una programació variada de música moderna i jazz, programant també *jam sessions*. És una tasca complicada per l'esforç extra que implica oferir música en directe i de qualitat diversos dies a la setmana.⁴¹ En aquest sentit, els músics sempre han hagut de buscar alternatives per trobar locals on organitzar els seus concerts i *jam sessions*.⁴²

A Palma, des de les *jams* gairebé clandestines en un petit local del club nàutic a principis dels dos mil on es podien trobar músics com el Salvador Font (fill), Marco Collado, entre d'altres, oficialitzant-se a l'hotel Saratoga el 2008 de la mà de Geoff Frosell, passant per s'Escorxador de la mà d'Omar Lanutti i Pep Lluís

³⁹ M. A. Rigo, comunicació personal, 15 de març de 2023

⁴⁰ E. Fuster, comunicació personal, 28 de març de 2023

⁴¹ R. Manzano, comunicació personal, 28 de març de 2023

⁴² F. Cruz, comunicació personal, 28 de març de 2023

Garcia, el Vamp cafè al carrer indústria, el cafè Lisboa altre cop de la mà d'en Pep Lluís Garcia fins a acabar actualment en el Shamrock cada dilluns al vespre.⁴³

En definitiva, l'estat de salut de la música jazz a Mallorca en l'actualitat és positiu i esperançador. El seu llegat i impacte són evidents, sobretot en la comunitat de músics que ha deixat i que és creixent avui dia i en tots els festivals que han ajudat a mantenir viu l'esperit del jazz a l'illa, fonamentats en l'apropament i la difusió del gènere. A més, les iniciatives locals, com S'Escat i altres associacions, han creat espais per a la música en viu, concerts i activitats relacionades amb el jazz, proporcionant un suport, una plataforma per als músics locals i emergents i demostrant que la comunitat de músics està més viva que mai. Tot i això, encara hi ha reptes, com la necessitat de més llocs de música en directe més enllà dels festivals, on poder programar de manera periòdica i donar més visibilitat als projectes de músics locals. Músics que han estat fonamentals per mantenir viva l'escena amb la seva dedicació i passió. Amb el creixent interès i els estudis superiors d'aquesta música al Conservatori, el futur de la música jazz a Mallorca sembla prometedor, amb una escena vibrant i en evolució constant.

2.3 Localització dels circuits de música jazz a Mallorca

Festivals de Jazz:

Festival	Població	Direcció	Edicions
Jazz Palma Festival	Palma de Mallorca	Ferran Pereyra	10 / 4
Mallorca Jazz Sa Pobla	Sa Pobla	Ajuntament de Sa Pobla amb la coordinació artística de Pep Crespí	28
Alcúdia Jazz	Alcúdia	Ajuntament d'Alcúdia	22
Incajazz	Inca	Ajuntament d'Inca conjuntament amb Manangelment	15
Banyalbu jazz	Banyalbufar i Port des Canonge	Ajuntament de Banyalbufar conjuntament amb Grup Trui	15
Alaró Jazz Festival	Alaró	Enric Fuster	4

⁴³ P. LL. Garcia, comunicació personal, 29 de març de 2023

A Jazz de Mar	Porto Colom	Carles Medina	7
Jazz a la Fresca	Son Servera	Josep Servera	4
Jazz Voyeur	Mallorca	Roberto Menéndez	15
Alternatilla Jazz Festival	Mallorca	Associació Cultural Alternatilla	7

Locals que inclouen jazz en la seva programació:

Local	Lloc	Promotor
Cats Music	Santa Maria del Camí	Ricardo Manzano
Jazz Lounge	Palma de Mallorca	Florencio Cruz
Shamrock	Palma de Mallorca	Pep Lluís Garcia

Taula 1. Localització dels circuits de música jazz a Mallorca

3. PARÀMETRES BÀSICS DEL LLANÇAMENT DEL PROJECTE G8CTET

Per dur a terme el llançament d'un projecte musical, és important tenir en compte alguns factors. En primer lloc, és necessari entendre el context i el públic objectiu al qual va dirigit. En segon lloc, és essencial planificar i organitzar detalladament el projecte i les seves necessitats. Finalment, és important dissenyar una estratègia de promoció i difusió per aconseguir que el projecte tingui èxit i arribi a l'impacte desitjat.

En el món de la música hi ha hagut perfils que han tingut molta importància a l'hora de plantejar un llançament musical en el passat, però des de la revolució digital, que ha portat una infinitat de noves oportunitats, han estat obligats a reinventar-se, així com reinventar les seves estratègies.

El recorregut clàssic començava amb l'artista, l'origen de tot, que gravava una maqueta. A partir d'aquí buscava un mànager que hi cregués i el dirigís cap a una companyia discogràfica, que si hi estava interessada, gravava el disc on intervenia un productor musical o artístic. El disc es llançava a través d'una distribuïdora i es presentava als mitjans de comunicació i a la societat. Mentrestant, l'editorial s'encarregava de gestionar els drets i inscriure els continguts a la propietat intel·lectual i a les entitats de gestió. A partir d'aquí, els *bookers* començaven a negociar amb els promotors per a fer concerts i gires, i si el disc encaixava bé al mercat es plantejaven plans de promoció més agressius a través dels responsables de premsa, encarant ràdio i televisió. Moltes vegades la companyia discogràfica ja

contemplava la majoria dels càrrecs esmentats, però si el projecte no arribava als resultats desitjats, quedava abandonat.⁴⁴

Actualment, és molt difícil que un mànager aposti per un projecte emergent si aquest no té visibilitat a les xarxes socials i acceptació al mercat. És a dir, una comunitat de seguidors ja creada i activa. Al mateix temps l'artista pot permetre's el luxe de no tenir mànager ni segell discogràfic: un sol *eManager* pot cobrir la majoria de funcions que es repartien els diferents perfils en l'antic paradigma o recorregut clàssic de gestió, incloent-hi el productor, que ha estat substituït pels *home studios*. Per tant, l'artista aconsegueix visibilitat, *eManager* o el temps i els coneixements per desenvolupar aquesta tasca personalment i una gravació, normalment un *single*. I a partir d'aquí, l'èxit, el creixement de la seva comunitat i la seva notorietat.⁴⁵

G8ctet planteja el llançament amb un full de ruta renovat i enfocat en el recorregut actual. Un full de ruta on, és l'artista, el que ha de fer els primers passos; Ser el seu propi compositor, productor, el seu propi editor de vídeo i *community manager*, entre d'altres. A través de la visibilitat del projecte es demostra la viabilitat d'aquest i a partir d'aquí arriben les oportunitats.

3.1 Presentació del projecte

G8ctet és un terme creat per a donar nom al projecte musical liderat per Genís Navarro, que presentem i que pretenem llançar al mercat amb aquesta proposta de treball. És comú que els grups, bandes o projectes musicals, busquin noms que siguin significatius per a ells, que representin el seu estil musical, la seva personalitat o la seva filosofia.

En aquest cas G8ctet representa la unió de vuit instrumentistes amb un enfocament musical específic i un objectiu comú en ment: la música jazz i el seus sub-estils, el *hardbop* i el *latin jazz* i l'objectiu promoure la música en directe com a forma de dedicació professional. El nom del projecte combina *Go* el verb anglès que significa "anar" o "moure's" en una direcció específica, i "octet" que es refereix a un grup de vuit músics o instrumentistes que toquen junts. A més, el nom incorpora el número 8 per donar-li dinàmica, fent referència al *leet speak*, inicialment associat a la comunitat *hacker*, però que s'ha introduït en l'argot

⁴⁴ Aragón D. *La Nueva Fórmula para Vivir de la Música: la guía completa para que Emanager y artistas desarrollen su carrera en el Nuevo Escenario de la Música*: Barcelona: Lioc Editorial 2021. ISBN: 978-84-123299-1-9. p. 73-75

⁴⁵ Aragón D. *op. cit.*, p. 77

d'internet i la missatgeria instantània per abreviar o donar dinamisme a les paraules.⁴⁶

G8ctet és una formació musical que neix com a proposta de recital de final de grau dels estudis d'Interpretació de trompeta jazz al Conservatori Superior de les Illes Balears. Després de moltes hores de treball, esforç i assaigs per arranjar i plantejar un repertori adequat per al recital en qüestió, i que s'adaptés als gustos i a la formació plantejada, s'organitza un primer concert per prendre contacte amb el públic i analitzar la seva reacció vers la proposta. Aquest primer concert, dies abans del dia del recital, és promogut per l'associació S'ESCAT i es fa el dia 22 de gener de 2023 a Manacor.⁴⁷

Amb molt bones valoracions després de l'actuació i la promoció feta per S'ESCAT a les seves xarxes socials, el projecte agafa força visualització a les xarxes. A partir d'aquí, es reben dues propostes noves d'actuacions, una per al circuit privat i un altre per al circuit públic a través de l'Associació Sa Font a Pòrtol, per participar en un cicle de música en directe que s'organitzarà al municipi de cara la temporada d'estiu.

Després del segon concert, aquest ja el del recital al Conservatori, hi ha motivació i energia entre els integrants de la banda i s'entreveuen possibilitats de materialitzar el projecte de manera seriosa i amb algunes propostes de concerts sobre la taula. El fet que sigui una formació gran, fa sorgir alguns dubtes, però, d'altra banda, plantejar un repertori pràcticament basat el en *latin jazz* obre les portes a un públic diferent, no només de festival de jazz o de club de jazz, sinó un públic i un circuit més divers, pel caràcter més amè, festiu i sobretot ballable d'aquest estil dins del jazz. També l'espectacularitat de veure 4 instruments de vent junts a la secció i la potència i consistència que agafa la base quan s'hi afegeixen les *tumbadores*.

En resum, G8ctet es pot descriure com un octet que treballa amb un enfocament musical específic cap al gènere del jazz, concretament el *hardbop* i la fusió del *latin jazz* a més de la música de creació pròpia dins d'aquest mateix estil. El projecte també és una oportunitat per als seus membres per expressar la seva passió pel jazz, així com per demostrar les seves habilitats i talent davant del públic.

⁴⁶ Escandell Montiel D. Literatura digital para la enseñanza del español como lengua extranjera. *Red de información Educativa. Universidad de Salamanca.* 2011. <http://hdl.handle.net/11162/82995>

⁴⁷ Associació s'Escat. [@associaciosescat]. (29 de desembre 2022). *Recordau que demà celebrem que feim un any.* [FOTO]. Instagram https://www.instagram.com/p/CmwZ7Cjprj/?utm_source=ig_web_button_share_sheet

3.1.1 Objectius

Els objectius plantejats per G8ctet els organitzem en diferents àmbits en funció dels aspectes que volem destacar amb aquest projecte. La idea és que la distribució dels objectius en aquests àmbits permeti tenir una visió integral i completa del projecte musical i que es puguin establir accions concretes per treballar en cada un d'ells.

- **Àmbit artístic:** Relacionats amb la creació i el desenvolupament artístic i musical.
 1. Fomentar la divulgació de la música jazz
 2. Promoure l'escolta de la música jazz en directe
 3. Despertar l'interès per a músics i compositors de música jazz
 4. Estimular la composició de música jazz
 5. Explorar noves tècniques de composició i recursos creatius
- **Àmbit personal:** Relacionats amb el desenvolupament personal i professional del projecte musical.
 1. Millorar les habilitats musicals
 2. Aprendre noves tècniques instrumentals
 3. Desenvolupar habilitats de comunicació i lideratge
- **Àmbit de desenvolupament del projecte:** Relacionats amb el desenvolupament a llarg termini del projecte i la seva consolidació.
 1. Assolir un nombre acceptable d'actuacions
 2. Consolidar-se com a grup de referència en el seu estil a Mallorca
 3. Gravar el nostre treball i distribuir-lo
 4. Col·laborar amb altres iniciatives musicals o projectes en actiu
 5. Generar altres iniciatives més enllà de l'àmbit interpretatiu
- **Àmbit de comunicació:** Relacionats amb la difusió i la promoció del projecte musical.
 1. Desenvolupar una marca i una imatge coherents
 2. Establir la presència a les xarxes socials
 3. Augmentar la visibilitat en els mitjans de comunicació
 4. Fer créixer el nombre de seguidors i el *engagement*
- **Àmbit financer:** Relacionats amb la rendibilitat i la sostenibilitat del projecte.
 1. Aconseguir finançament pel projecte
 2. Establir un pressupost adequat
 3. Maximitzar els ingressos i minimitzar els costos
- **Àmbit de la innovació:** Relacionats amb la incorporació de la tecnologia i les noves tendències al projecte musical.
 1. Experimentar amb les noves formes de distribució i consum de la música

2. Incorporar elements audiovisuals
 3. Utilitzar plataformes de *streaming* i xarxes socials per promocionar la música
- **Àmbit de responsabilitat social:** Relacionats amb l'impacte social i cultural del projecte musical.
 1. Participar en projectes socials i comunitaris
 2. Promoure valors positius a través de la música
 3. Fomentar la inclusió i la diversitat
 - **Àmbit de la internacionalització:** Relacionats amb l'expansió del projecte en l'àmbit internacional aprofitant el caràcter global i de connectivitat de les xarxes socials.
 1. Establir relacions amb artistes i promotors internacionals
 2. Aconseguir un públic internacional
 - **Àmbit de col·laboració:** Relacionats amb la cooperació i el treball en equip entre diferents artistes o perfils de la indústria musical.
 1. Fomentar la col·laboració amb altres músics o projectes musicals
 2. Establir aliances estratègiques amb organitzacions el sector

A banda de tots aquests objectius plantejats cal prendre consciència de la proposta de valor. Com més elements de valor s'ofereixin, més gran serà la fidelització de les persones a la nostra oferta i a la vegada, garantirà un millor creixement i retorn.⁴⁸ Podem plantejar objectius de proposta de valor en funció dels clients i en funció dels fans.

- **Àmbit enfocat al client:** Relacionats amb la satisfacció i fidelització del client.
 1. Oferir una experiència musical única
 2. Millorar la qualitat del producte i els serveis que se n'ofereixen
 3. Personalitzar l'atenció i els serveis en funció de les necessitats del client
- **Àmbit enfocat al fan:** Relacionats amb la creació i manteniment d'una comunitat de seguidors i fans.
 1. Oferir contingut exclusiu als fans
 2. Establir una comunicació fluida i propera amb els seguidors
 3. Dissenyar activitats exclusives pels fans

3.1.2 Proposta musical

El jazz és un gènere musical que ha anat evolucionant i s'ha expandit al llarg dels anys, donant lloc a diversos subgèneres i fusions amb altres músiques. El

⁴⁸ Rodríguez A. *De artista a empresario musical. La fórmula para vivir de la música y no morir en el intento*. Venezuela: Editorial PanHouse. 2022. ISBN: 978-980-437-153-0. p. 57

hardbop i el *latin jazz* van sorgir a les dècades de 1940 i 1950, respectivament, i han tingut una gran influència en la música jazz actual.

An entire style of music was created in its stead— Hard Bop, which turned an already aggressive bebop into an angry blues and religious based jazz form. This style would produce some very important musicians who would not only teach an entire generation of jazz musicians (Art Blakey and Charles Mingus) but also continue to perform from the 1950s to the present⁴⁹

El *hardbop* neix com a resposta a l'imparable ascens del seu antecessor, el *bebop*. Una música amb moltíssima intenció, directe i desafiant. Les rèpliques a aquest estil van aparèixer de moltes direccions diferents. Els veterans del *swing*, els nostàlgics del jazz tradicional, un tercer grup que va buscar un efecte apaivagador amb el que van denominar *cool jazz*. I a mesura que avançaven els anys 50 una infinitat d'estils; el jazz de la costa oest, el soul jazz, el jazz modal, el *third stream*, el *free* i el *hardbop*.⁵⁰

Afro Cuba Jazz emerged in the United States as part of the bop revolution. With the advent of bop, jazz moved away from the comercialism that plagued the genre in the 1930s. Bop musicians sought to establish jazz as an abstract gener not tied directly to dancing. Paradoxically, Cuban music was undergoing a revolution of it's own – lead musicians such Israel "Cachao" López and Arsenio Rodríguez – that increased its appeal to dancers. Afro-Cuban jazz was the result of the fuson of these two irresistible forces.⁵¹

D'altre banda, a inicis dels anys 40, la música cubana va arribar als carrers de Nova York de la mà de les orquestres de Mario Bauzá i Diego "El Mofeta" Iborra, que es van començar a interessar pel jazz. Després artistes com Luciano "Chano" Pozo van ser qui van entrar en contacte amb músics, *bebopers*, americans del moment com Dizzy Gillespie que es considera el màxim exponent de l'estil *latin jazz* i que va aprofundir en la unió cultural entre el bebop i la música cubana.⁵²

Aquesta nova fusió va donar lloc a una nova branca de la música jazz que es popularitzarà molt, el *latin jazz*, o també conegut com a *afro-caribbean jazz*, *afro-cuban jazz*, *afro jazz*, *cubop*, entre d'altres.⁵³

⁴⁹ Aron Henry L. Freedom Now!: Four Hard Bop and Avant-garde Jazz Musicians. *East Tennessee State University ProQuest Dissertations Publishing*, 2004.

<https://www.proquest.com/openview/86b878f578a98773b492413f2a35d7f3/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

⁵⁰ Gioia T. *Historia del jazz*. Madrid: Turner Publicaciones SL. 2015. ISBN: 978-84-17141-71-4. p. 367

⁵¹ Fernández Raul A. *From Afro-Cuban Rhythms to Latin Jazz*. University of California Press, 2006. ISBN:9780520247086. p. 10

⁵² Jaramillo Melo M. La influencia de la cultura afrocubana en el desarrollo del jazz latino en la ciudad de Nueva York, entre los años 1940 y 1950. *Universidad San Francisco de Quito*. Quito. 2019. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/8131>

⁵³ Washburne. C. *Latin Jazz: The Other Jazz (Currents in Latin American and Iberian Music)*. Oxford University Press, 2020. ISBN: 0197510841. p. 194

G8ctet té la intenció d'explorar i honrar la tradició del jazz, però al mateix temps la d'oferir una proposta fresca i contemporània. El *hardbop* i el *latin jazz* són estils molt enèrgics i emocionals que permeten als músics expressar-se amb gran passió i creativitat. Alhora, el públic pot gaudir de la seva interpretació escoltant-lo, però també, i que considerem molt important, ballant-lo.

Pel que fa al repertori, la idea és combinar versions de clàssics del *hardbop* i el *latin jazz*, amb temes propis que estiguin influenciats pel mateix estil. D'aquesta manera, es podria aconseguir un equilibri entre la tradició i la innovació i oferir alguna cosa familiar però amb un punt nou i emocionant.

Pel que fa a les versions, hem escollit temes clàssics com *Fair Weather* de Benny Golson, *Gibraltar* de Freddie Hubbard o *Lotus Flower* de Kenny Dorham, entre d'altres. Aquests temes són molt coneguts i permeten al públic identificar-se amb la proposta musical. Pel que fa als temes propis, s'ha pres com a referència els elements característics del *hardbop* i el *latin jazz*, com els ritmes sincopats, els solos virtuoses i les melodies intenses.

3.1.3 Repertori

A continuació plantegem el repertori escollit inicialment per a les primeres actuacions. És un repertori obert en el qual s'hi aniran incorporant més peces, tant composicions pròpies, com versions.

1. Art Farmer. (1958). *Mox Nix*. [Modern Art]. United Artists.

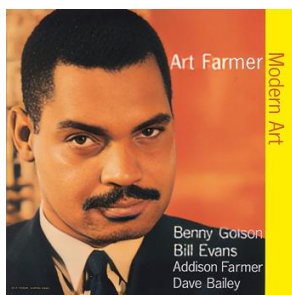


Fig 1. Portada del disc *Modern Art*. Art Farmer, 1958

El *review* de l'americana revista *DownBeat* especialitzada en música jazz des del 1934, li donava 5 estrelles a l'àlbum que conté la primera de les versions seleccionada per al repertori, *Mox Nix*, composició original del trompetista Art Farmer que enceta el disc del *Jazztet* amb Benny Golson. Michael G. Nastos, parlava de la cançó en particular en el seu *review* a *AllMusic*:

Mox Nix, deserves similar icònic accolades, as it is an equally memorable, hopped-up shuffle with the uncharacteristically rumbling piano of Evans in soul-jazz to swing trim⁵⁴

⁵⁴ AllMusic. *Modern Art Review by Michael G. Nastos*. [en línia]. USA, 1969. [Consulta: 3 de febrer 2023]. <https://www.allmusic.com/album/modern-art-mw0000197770>

2. Benny Golson. (1958). *Fair Weather*. [Modern Art]. United Artists

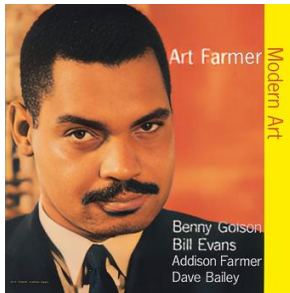


Fig 2. Portada del disc *Modern Art*. Art Farmer, 1958

Una segona versió del mateix àlbum *Modern Art*, aquest cop escrita pel saxofonista de la formació Benny Golson. En la mateixa review de *AllMusic*, Nastos també elogia la faceta compositiva de Golson i continua elogiant l'àlbum.

But he's also starting to emerge as a writer with the moderately swinging *Fair Weather*, displaying harmonic interplay that hints at things to come. The historical aspects of this recording, in retrospect, cannot be trivialized, but more importantly, some darn good straight-ahead jazz is played here by experts in their field.⁵⁵

3. Edwar Eliscu, Vincent Youmans, Gus Khan. (1952). *Carioca*. [Gerry Mulligan Quartet with Chet Baker]. Fantasy.

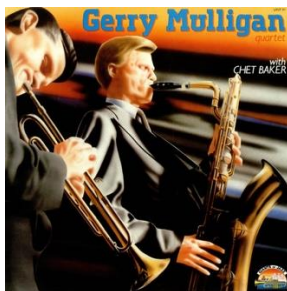


Fig 3. Portada del disc *Gerry Mulligan Quartet with Chet Baker*. Mulligan G. i Baker C. 1952

El quartet sense piano liderat pel saxofonista Gerry Mulligan i el trompetista Chet Baker, va ser molt influent en moltes d'altres agrupacions del moment i va marcar la línia del *cool* jazz de la costa oest.

Four compositions were recorded live at the Blackhawk, San Francisco and were captured using a single microphone set-up which is surprisingly effective – *Carioca*, *My Funny Valentine*, *Line for Lyons* and *Bark for Barksdale*. The audience response to each of the four numbers was edited out. *Carioca* shows off drummer Chico Hamilton to good effect, using his hands rather than sticks or brushes⁵⁶

⁵⁵ *Loc. cit.*

⁵⁶ Nicholson S. *The 1952-3 Gerry Mulligan Quartet with Chet Baker – Forgotten Jazz Classics*. [En línia]. Londres, 2020. [Consulta: 3 febrer 2023] <https://stuartnicholson.uk/the-1952-3-gerry-mulligan-quartet-with-chet-baker-forgotten-jazz-classics/>

4. Jerome Kern, P.G. Wodehouse, George Grossmith. (1953). *Moon Love*. [Chet Baker Quartet Featuring Russ Freeman]. Pacific Jazz.

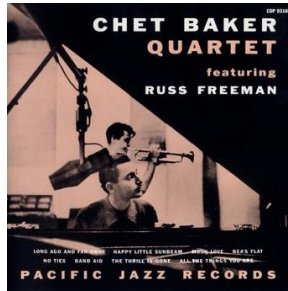


Fig 4. Portada del disc Chet Baker Quartet Featuring Russ Freeman. Chet Baker 1953

Chet Baker ofereix un enfocament interpretatiu fosc, però líric, amb aquesta versió del solo de trompa de la *5a Sinfonia de Tchaikovsky*. Adaptació de Jerome Kern, P.G. Wodehouse i George Grossmith per al musical *The Beauty Price*, el 1923.

Brian Vance, primer trompista de la *Boise Philharmonic*, parla així de la connexió entre el solo original i la versió de Chet Baker en una entrevista al canal de *Youtube* de la mateixa orquestra.

So when I'm teaching this solo on my students, one of the things I want them to do is really get outside of the box. So, one of the thing I have them listened to is Moon Love by Chet Baker. Wich Chet Baker, if you don't know, is a jazz trumpet Player, and he takes the Tchaikovsky 5 solo and makes into the coolest, most relaxing lonely jazz trumpet solo you've ever heard. It's absolutely brilliant and I Love it.⁵⁷

5. Genís Navarro (2022). *Nica's Invitation*.

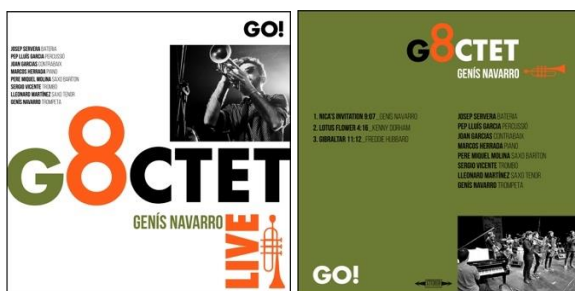


Fig 5. Portada i contraportada del single *Nica's Invitation*. Genís Navarro 2022

⁵⁷ Boise Phil (2 d'octubre de 2018). Boise Phil. *Brian Vance on Tchaikovsky + Chet Baker*. [arxiu de video]. Recuperat de <https://youtu.be/gmDv0bnMboA>

Tema propi inspirat en dues composicions emblemàtiques de l'estil *latin jazz*, “Nica’s Dream” d’Horace Silver i l’explosiva versió de Joe Henderson de “Invitation” de Bronislaw Kaper.

6. Harold Mabern. (1978). *Mr. Johnson*. [The Procrastinator]. Blue Note.



Fig 6. Portada del disc *The Procrastinator*. Lee Morgan 1978



Fig 7. Portada del disc *Say When*, Steve Davis 2014

L'àlbum *The Procrastinator*, es grava en dues fases els anys 1967 i 1969 i es llança finalment l'any 78. En la segona fase de gravació és on participa el pianista i compositor del tema Harold Mabern juntament amb el trompetista Lee Morgan. El tema està dedicat a l'emblemàtic trombonista J.J. Johnson. La peça es tornarà a gravar l'any 2014 en l'àlbum *Say When* (Smoke Sessions), del trombonista Steve Davis, també amb Mabern al piano. Més tard, l'any 2018, el pianista el tornarà a enregistrar en una sessió en directe a l'edat de 81 anys i dos anys més tard es publicarà pòstumament en l'àlbum *Mabern plays Mabern* (Smoke Sessions), altre cop amb la companyia de Davis al trombó.⁵⁸

7. Kenny Dorham (1955). *Lotus Flower*. [Afro-Cuban]. Blue Note.

⁵⁸ Hynes J. The Late Great Pianist Harold Mabern Displays Leading Man Big Hands in “Mabern Plays Mabern” (Album Review). *Glide Magazine*, 2020. [Consulta: 3 febrer 2023] <https://glidemagazine.com/241680/the-late-great-pianist-harold-mabern-displays-leading-man-big-hands-in-mabern-plays-mabern/>



Fig 8. Portada del disc *Afro Cuban*. Kenny Dorham 1955

Kenny Dorham enregistra *Afro Cuban* l'any 1955 amb un personal de luxe; J.J. Johnson, Hank Mobley, Cecile Payne, Horace Silver, Percy Heath, Oscar Pettiford, Art Backley i Carlos "Potato" Valdés. Dos anys més tard, Blue Note llança una segona edició amb la incorporació de 3 temes més i l'any 2003 RGV n'afegeix dos més, fins que al 2007 Blue Note llança la remasterització de l'àlbum amb el seu ordre original. Un àlbum es podria dir de culte, ja que s'ha convertit en un clàssic i un referent del gènere.

Considerat un dels millors àlbums del trompetista, incorpora una sola balada *Lotus Flower*, seleccionada per baixar una mica les pulsacions del nostre repertori.

The lone ballad, *Lotus Flower*, is remarkable in that its marked tender restraint feels on the brink of wanting to cut loose, but never does. A first-rate recording for the under-appreciated Dorham, this one should be in every collection of all true music lovers.⁵⁹

8. Freddie Hubbard (1981). *Gibraltar*. [Born to be Blue]. Pablo Today

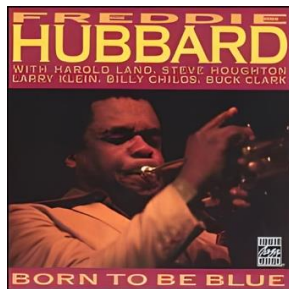


Fig 9. Portada del disc *Born to be Blue*. Freddie Hubbard 1981

Gibraltar és el tema que obre el disc *Born to be Blue*, del trompetista Freddie Hubbard i l'últim tema del repertori de G8ctet. A principis dels any 80, després d'experimentar amb altres estils, el trompetista torna als seus orígens amb aquest considerat "excel·lent disc de *hard bop*" per la crítica de Scott Yanow a Allmusic i afegeix:

Hubbard had hurt his reputation with his very commercial Columbia recordings of the mid-to-late '70s so in 1981 he was doing his best to return to his brand of

⁵⁹ AllMusic. *Afro-Cuban Review by Michael G. Nastos*. [en línia]. USA, 2012. [Consulta: 4 de febrer 2023] <https://www.allmusic.com/album/afro-cuban-mw0000187932>

straightahead jazz. This date is highlighted by Gibraltar, Joy Spring and a revisit to Hubbard's Up Jumped Spring.⁶⁰

3.1.4 Integrants

Base rítmica:

Joan Garcias Tur. Contrabaixista, Lluçmajor, Mallorca 1994. Va cursar els seus estudis de Grau Superior de Música Moderna al Conservatori del liceu de Barcelona.

Ha col·laborat amb diferents agrupacions i projectes, com *The Jazz Fingers*, *Glissando Big Band*, *Voodoo Children*, *Pep Garau Sextet*, *Big Babo*, *Julian Vaughn Trio*, *Felix Rossy Quintet*, *Kevin Diaz Trio*, etc...i ha compartit escenari amb gent com Enrique Oliver, Ernesto Aurignac, Davis Witfield, Ariel Bringuez, Carlos Sarduy o Jorge Pardo, Salvador Font, entre d'altres.

Ha participat en enregistraments com; "*Sextet*" The Jazz Fingers (2016), "*Trompes d'Assalt*" Branca Santa (2016), "*Sang*" Sinead Cormican (2020), "*Elena Mágica*" Félix Rossy Quintet (2021), "*Pep Garau Sextet*" Pep Garau Sextet (2019), *Onze Llunes*, Joan Bibiloni (2021), entre d'altres.

Josep Servera. Bateria, Son Servera, Mallorca 1995. Actualment, està cursant els seus estudis de Grau Superior d'Interpretació Bateria Jazz al Conservatori Superior de les Illes Balears.

Ha participat en diverses formacions dins l'escena jazz amb músics com Pep Garau, Marko Lohikari, Ramon Quadrada, Petros Kamplanis, Pere Dàvila Pere Bujosa, Gori Matas, Pepe Ragonese, entre d'altres, a més de ser un membre actiu dins de la comunitat jazzística mallorquina.

Marcos Herrada. Pianista, Mar de la Plata, Argentina 1978. Culmina els seus estudis musicals de Grau Superior Interpretació Piano Jazz, al Conservatori Superior de les Illes Balears.

L'any 2004 s'uneix al Projecte Dinamo. Amb cinc discs editats, la banda ha realitzat concerts per tot l'Estat Espanyol i a nivell internacional com a Alemanya, Bèlgica, El Regne Unit, EEUU, Mèxic, Japó i Colòmbia. També graven disc amb el reconegut baixista mallorquí Jose Vera, que acompanya a músics com Jorge Pardo, Malu o Sergio Dalma, entre d'altres.

Ha participat en d'altres agrupacions mallorquines com per exemple, Manteca Latin Project, Silvia Fluixa Band, Nayla Yenkins, Marga Rotger, entre d'altres.

⁶⁰ AllMusic. *Born to be Blue Review by Scott Yanow*. [En línia]. USA, 2012. [Consulta: 4 de febrer 2023] <https://www.allmusic.com/album/born-to-be-blue-mw0000188314>

Pep Lluís Garcia. Percussionista, Sant Jordi, Mallorca 1978. De formació autodidàctica, té una llarguíssima trajectòria com a músic *freelance* i músic de sessió a Mallorca. També ha impartit màster classes de percussió al Conservatori Superior de Música de les Illes Balears.

Bateria i percussionista en diferents projectes com; Timba Tumbet, 971 connection. També ha col·laborat amb altres projectes i músics de renom com: Joan Garcias, Miquel Àngel Rigo, Pep Garau, Bernard Van Rossum, Omar Lanutti, entre molts altres.

Secció de vents:

Genís Navarro. Trompetista, Esparreguera, Barcelona, 1984. Actualment, està realitzant els estudis de Grau Superior d'Interpretació Trompeta Jazz al Conservatori Superior de les Illes Balears.

Trompetista en els projectes; The Penguins Band, Reggae per Xics, Anímic, Mahogo, PDP. Ha col·laborat amb altres projectes com; Juantxo Skalari, Albert Solà, Ramón Mirabet, The missing Leach, Inertia Sonicards, Contrabaix Big Band sota la direcció de Vicent Martín, Voodoo Children Big Band sota la direcció de Toni Vaquer, Toni Miranda Big Band, entre d'altres.

Guanyador del Premi Enderrock 2019 a millor disc per a públic infantil i familiar amb *Reggae per Xics; Ballant damunt la Lluna* i guanyador del premi ARC a millor gira adaptada a públic familiar amb *Reggae per Xics* el 2015.

Leonard Martínez. Saxofonista Tenor, Palma de Mallorca, Mallorca 1994. Cursant els seus estudis de Grau Superior d'Interpretació Saxofon Jazz al Conservatori Superior de les Illes Balears.

Saxofonista en els projectes; The Amys Soul, Xarxa, Jazz ta bé i 5-6 Quartet. Ha col·laborat amb altres projectes com; Big Band Bull / Pebre Bord, Miquel Bennassar Bonnin Mallorca Ensemble i la Young Efervescent Big Band Taller de Músics, entre d'altres.

Ha estat nominat als Premis Enderrock com a millor artista revelació amb el projecte Xarxa l'any 2019 i com a millor disc amb *Hugkakke* del mateix projecte, el 2020.

Pere Miquel Molina. Saxofonista Baríton, Palma de Mallorca, Mallorca 1997. Cursant els seus estudis de Grau Superior d'Interpretació Saxofon Jazz al Conservatori Superior de les Illes Balears.

Saxofonista en projectes com; Cabrón Band, Jaracanda trio. Ha col·laborat amb projectes com la Glissando Big Band sota la direcció del compositor i pianista mallorquí Toni Vaquer.

Sergio Vicente. Trombonista, Pamplona, Navarra 1999. Cursant els seus estudis de Grau Superior d'Interpretació Trombó Jazz al Conservatori Superior de les Illes Balears.

Trombonista de la Iruña Big Band i l'Orquestra Nueva Etapa. Ha col·laborat amb altres projectes com l'Orquestra La Milagrosa.

3.2 Artista emprenedor i autogestió

Ser artista emprenedor i autogestionar tota l'activitat, significa tenir la capacitat d'administrar i promocionar la teva carrera musical per compte propi, sense dependre d'una companyia discogràfica, segell o mànager.

Actualment, gràcies a la tecnologia i les xarxes socials, és possible autoproduir-se, promocionar-se, i monetitzar la mateixa música pràcticament sense la necessitat d'intermediaris. Tanmateix, això implica assumir una sèrie de responsabilitats addicionals, com la gestió financera, el màrqueting, la promoció i l'organització dels concerts i els esdeveniments. Ser un artista musical autogestionat requereix una gran quantitat de treball i dedicació, però també pot ser molt gratificant, ja que es té un major control sobre la pròpia carrera i es poden prendre decisions importants de forma independent.

En la cadena de valor actual, el primer pas que ha de fer l'artista és treballar la seva visibilitat. Aquest és un pas que ha de fer tot sol i que representa una inversió econòmica i de temps rellevant. A continuació, una vegada s'obtinguin xifres de certa consideració a través de l'impacte en les xarxes socials i les plataformes digitals en forma de visibilitat, que també es pot traduir en més actuacions, es pot començar a considerar l'externalització d'algunes gestions i és possible que també agents externs es comencin a interessar per nosaltres.⁶¹

El projecte G8ctet, és una iniciativa personal, per la qual cosa la gran part de la gestió extramusical recaurà en el seu líder. No obstant això, i sota un acord previ amb altres membres de la banda, que es troben en disposició i interès d'ajudar a fer créixer el projecte, es repartiran una part de les tasques a fer.

El treball s'organitzarà en diferents àmbits: àmbit artístic, àmbit de comunicació i publicitat i àmbit econòmic. Dins de cada categoria hem dividit les tasques i les hem classificat en funció de quins recursos s'hi dedicaran. Recursos interns, és a dir membres de la banda els que ho gestionaran en funció de les seves habilitats i experiència; o externs, que seran els serveis que es contractaran. Seguidament, hem tingut en compte el detall dels ingressos i les despeses fent una

⁶¹ Aragón D. *La Nueva Fórmula para Vivir de la Música: la guía completa para que Emanager y artistas desarrollen su carrera en el Nuevo Escenario de la Música*: Barcelona: Lioc Editorial 2021. ISBN: 978-84-123299-1-9. p. 201

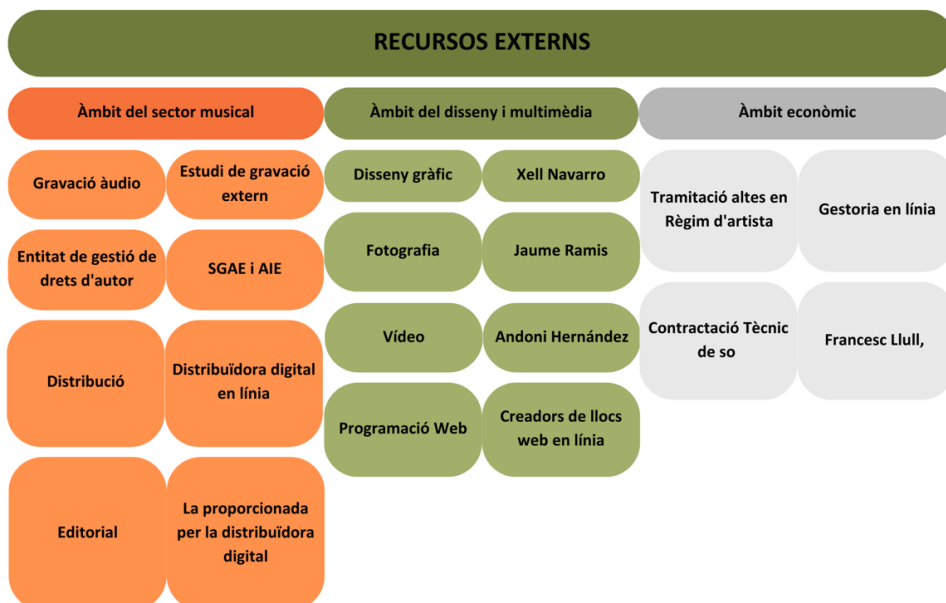
previsió dels recursos econòmics i per acabar una descripció de les subvencions i els recursos de promoció públics dels quals podrem disposar.

3.2.1 Recursos interns



Taula 2. Relació de recursos interns

3.2.2 Recursos externs



Taula 3. Relació de recursos externs

3.2.3 Recursos econòmics

RECURSOS ECONÒMICS	
INGRESSOS	DESPESES
Catxet concerts en directe	Serveis externs per crear continguts: estudi de gravació, <i>video maker</i> , disseny gràfic
Drets de màster	Serveis externs pel directe: tècnic de so, tècnic de llums
Subvencions	Serveis externs de gestoria
Monetització de les XXSS	Promoció xarxes socials
	Costos distribuïdora digital
	Manteniment domini web

Taula 4. Relació de recursos econòmics

3.2.4 Subvencions i promocions públiques

En el conjunt de les Illes Balears trobem diverses opcions d'ajuts i suport a projectes musicals. Les entitats principals encarregades d'atorgar aquests ajuts són l'Institut d'Estudis Baleàrics (IEB) i, en l'àmbit mallorquí, el Consell de Mallorca, que ofereix ajuts específics per a projectes musicals en català.

Per un costat, l'Institut d'Estudis Baleàrics⁶², organisme públic del Govern de les Illes Balears, té com a objectiu principal el foment de la llengua i la cultura de les Illes Balears. A través de la seva àrea de cultura, ofereix subvencions i promou la música, les arts escèniques, la literatura i les arts visuals per millorar la seva projecció exterior. L'Institut també organitza esdeveniments per promoure la cultura de les Illes a través de la marca BCULTURE⁶³ i el circuit TalentIB⁶⁴, que fomenta la circulació d'espectacles i artistes balears entre les illes. L'Institut també dóna suport a artistes i empreses culturals per a la seva participació en fires i altres esdeveniments culturals importants a nivell internacional.

⁶² Institut d'Estudis Balearics. *Subvencions*. <http://www.iebaleaics.org/ca/subvencions/musica/>

⁶³ BCulture. *Música*. <http://www.bculture.org/ca/disciplina/musica/>

⁶⁴ TalentIB. *Música*. <http://www.talentib.com/ca/p/manual-us/>

Per l'altre, el Consell de Mallorca, administració local i autonòmica propera a la ciutadania, a través de les seves competències en cultura, espectacles públics i activitats recreatives, entre d'altres, concedeix ajuts a la producció literària i fonogràfica en llengua catalana.

A més a més, alguns ajuntaments, com el de Palma de Mallorca, cedeixen espais culturals com teatres per a la realització de concerts i activitats relacionades amb la música, el que pot considerar-se un ajut indirecte de promoció. Com comenta Miquel Àngel Contreras, coordinador de l'Àrea de Cultura de l'Ajuntament de Palma:

Quan és una cessió per fer alguna cosa en es teatre ho cedim tot. El personal, la part tècnica, taquilla, seguretat. També posem a la disposició la nostra plataforma d'entrades i el taquillatge. És una inversió grossa si, obrir tot el teatre per un dia és una ajuda important, per això intentem que estigui ben justificat, que la proposta sigui interessant i nodreixi la oferta cultural de la ciutat.⁶⁵

Per a projectes emergents com G8ctet, algunes d'aquestes ajudes poden quedar una mica allunyades, ja que els projectes musicals beneficiaris requereixen tenir un cert recorregut musical, a més que el projecte G8ctet és estrictament instrumental. No obstant això, tenint en compte la naturalesa de guia d'aquest treball, les inclourem en la taula de continuació.

⁶⁵ M. A. Contreras. Comunicació personal, 22 de març de 2023.

SUBVENCIONS I AJUDES		
ENTITAT	AJUDA	DESCRIPCIÓ
IEB	I. Suport a la creació dels sectors de les arts escèniques, la música, la literatura, el còmic i la il·lustració, les arts visuals i l'audiovisual de les Illes Balears.	Destinada al foment de la creació de composicions musicals originals, inèdites i de nova creació, plasmades en una partitura o en un enregistrament. Sublínies: Música per a l'entorn audiovisual i creació contemporània. Jazz. Música popular i urbana.
	II: Suport a les activitats de projecció exterior de la música de les Illes Balears	Contribuir a les activitats de projecció exterior de la música i dels músics, intèrprets i compositors de les Illes Balears de caràcter professional amb la finalitat de fomentar l'intercanvi i la relació cultural entre Mallorca, Menorca, Eivissa i Formentera i entre les Illes Balears i l'exterior.
Consell de Mallorca	III. Ajuts a la producció editorial i fonogràfica en llengua catalana	Augmentar el coneixement i la presència social del català alhora que es dona suport al manteniment de la indústria editorial i discogràfica en la llengua pròpia de Mallorca
Ajuntament de Palma de Mallorca	IV. Cessió d'ús dels Teatres Municipals de Palma de Mallorca	Ús dels teatres municipals (TM Catalina Valls, TM Mar i Terra i TM Xesc Forteza), per activitats compatibles amb l'ús de les instal·lacions

Taula 5. Ajudes i subvencions públiques

- I. [Enllaç a la convocatòria. Boib núm. 41, 1 d'abril de 2023](#)
- II. [Enllaç a la convocatòria.](#)
- III. [Enllaç al tràmit.](#)
- IV. [Enllaç a la sol·licitud en línia.](#)

3.3 Enregistrament dels continguts

En el nou model de negoci musical actual, l'artista que es vol dedicar al de la música necessita desenvolupar una marca personal, un *branding*.

El *branding* és el resultat de dues variables: els propis esforços i la percepció de l'audiència. Absolutament tot el que es faci com a artista formarà part de la marca personal i cal entendre que s'ha de treballar des de tots els punts de vista que permetin connectar-hi.⁶⁶ Un catàleg de gairebé vuitanta milions de cançons a Spotify, o de gairebé 100 milions de cançons a Apple Music l'any 2022, disponibles

⁶⁶ Rodríguez A. *De artista a empresario musical. La fórmula para vivir de la música y no morir en el intento*. Venezuela: Editorial PanHouse. 2022. ISBN: 978-980-437-153-0. p. 91-92

a l' instant per part del consumidor, fan que l'oient sigui cada cop més exigent i reforcen la idea que en els nous entorns digitals, el *branding*, és essencial per a no passar desapercebut.⁶⁷

Entenent aquesta direcció de la marca personal definirem tres aspectes a tenir en compte a l'hora de crear el nostre contingut:

1. En primer lloc, l'oïda, ja que el nostre públic necessita escoltar la nostra música i, per tant, haurem de gravar-la; és a dir, el disc.
2. En segon lloc, la vista, que és una part molt més importat del que sembla en aquest negoci. Per la vista i a través dels continguts visuals, com per exemple videoclip o càpsules de vídeo, podem crear atracció o declinació.
3. I per acabar, el discurs o l'*storytelling*, el qual és present en la música, però també en les intervencions públiques, discursos i publicacions a les xarxes socials.

Aquests tres aspectes han de tenir coherència i anar de la mà perquè tot el projecte tingui sentit: la música, el grafisme, l'estètica, el to que s'utilitza a les xarxes, les accions que es duen a terme, etc.⁶⁸

3.3.1 Gravació de la música i selecció de l'estudi

Gravar un disc és un procés que ha anat evolucionant amb els anys i amb la digitalització dels continguts. En el recorregut clàssic, un cop funcionava la proposta en directe, es plantejava gravar una maqueta que tenia com a objectiu ser la carta de presentació del projecte⁶⁹. En el recorregut modern, el disc passa a un segon terme i s'aposta per gravar *singles* o temes per separat per anar publicant-los progressivament, tot articulant una campanya conjunta a les xarxes socials, amb la idea de tenir sempre material disponible per a mantenir l'*engagement*.

Pel llançament de G8ctet, programarem una sessió de gravació on s'enregistraran tres temes, dues versions i un tema propi, adaptant-nos al recorregut modern.

⁶⁷ Hernández Ruza J. *¿Realmente se suben 60 mil canciones al día a Spotify?* [En línea]. Industria Musical, 2022. [Consulta: 8 de febrero de 2023] <https://industriamusical.com/realmente-se-suben-60-mil-canciones-al-dia-a-spotify/>

⁶⁸ Aragón D. *La Nueva Fórmula para Vivir de la Música: la guía completa para que Emanager y artistas desarrollen su carrera en el Nuevo Escenario de la Música*: Barcelona: Lioc Editorial 2021. ISBN: 978-84-123299-1-9. p. 99-100

⁶⁹ Mañó V., Bori J. *Así funciona el negocio de la música*. Valencia: Editorial Circulo Rojo, 2016. ISBN:978-84-9126-572-6. p. 130-131

La gravació s'externalitzarà a un estudi de gravació professional per poder disposar de la música gravada amb la màxima qualitat i amb l'ajuda d'un enginyer de so que tingui experiència gravant jazz.

Per captar l'essència de la música jazz, que és una música principalment acústica i per viure en directe, cal prioritzar la interpretació en viu. Això implicarà gravar tota la banda junts a la mateixa sala per mantenir l'espontaneïtat i la improvisació. Cal buscar per sobre de tot mantenir la puresa del so original.

Partint d'aquesta idea, avui dia una mica romàntica, ens apartarem de les gravacions per pistes i de l'edició i ens llançarem a la recerca d'un estudi on puguem satisfer aquestes necessitats i, d'aquesta manera, oferir a l'audiència una versió sincera de la nostra música.

Jordi Tugores, músic, productor musical i enginyer de so de l'estudi mallorquí Alquímia Records, amb un gran bagatge en gravacions jazzístiques, reforça aquesta idea:

De todas formas, en el jazz se presta muy poco la edición y más si están juntos en la sala. Los músicos van a expresarse de una manera que tu objetivo de técnico es respetarlos al máximo. Si los pitos van a tiempo y el pianista no, pues no se puede editar. En estudios más grandes con más salas se puede separar más a los músicos y tener más margen de edición, pero insisto que en el jazz la idea es estar juntos y pensar en la tocata⁷⁰

També, segons Tugores, a l'hora de plantejar una gravació d'un disc de jazz i escollir estudi, cal tenir en compte tres coses: si l'estudi disposa de piano, quin so es vol aconseguir i el pressupost. Un cop definits aquests tres aspectes, s'ha de tenir en compte la mescla i la masterització.

1. Disponibilitat de piano.

Lo primero es, de lo que hemos hablado hace un rato, ¿Hay piano? Esta sería la primera pregunta. Luego hablar un rato de como quieres que suene (...) La condición previa siempre es el piano. ¿Al pianista le va bien? ¿O quiere piano de cola?⁷¹

El fet que hi hagi piano i que aquest serveixi per a la música que volem gravar serà determinant a l'hora d'escollir estudi. Partint d'aquesta premissa, una bona opció és escollir una sala, teatre o espai que disposi d'un model de piano determinat que ens interessi per fer-hi la gravació. Aquesta és una elecció que sovint fan les bandes de jazz, inclús atrets per les característiques sonores de l'espai o perquè visualment té un atractiu interessant, la qual cosa converteix la sessió de gravació d'àudio en una sessió de gravació de vídeo per utilitzar com a

⁷⁰ J. Tugores. Comunicació personal. 22 de febrer de 2023. Palma de Mallorca.

⁷¹ J. Tugores. Comunicació personal. 22 de febrer de 2023. Palma de Mallorca.

videoclip o com a recurs en la promoció de l'àlbum. Aquesta és una opció que des de G8ctet valorem.

2. Quin so es vol aconseguir:

Pel que fa al so, caldrà tenir en compte els següents aspectes:

- L'acústica de la sala de gravació: Busquem una acústica seca, semblant a la d'un club de jazz.
- L'experiència de l'enginyer de so en gravacions de jazz: que pugui fer una selecció i col·locació acurada de la microfonia.
- L'experiència de l'enginyer de so en mescles de jazz: que sigui capaç d'entendre el concepte acústic i artístic i treballar de manera acurada en la mescla, sense sobrecarregar-la d'efectes ni equalització.
- En el cas de G8ctet: les dimensions de la sala, ja que parlem de 8 músics.

3. Pressupost:

Evidentment, proposar una gravació és una inversió econòmica important. També per aquest motiu, des de G8ctet, ens plantegem gravar només tres temes, que equivaldria a un EP, proposta assumible en un dia de gravació.

Tugores emfatitza que cal portar els temes ben treballats i no prendre temps a l'estudi.

Los técnicos de grabación a menudo nos remitimos a una frase que alguien dijo en algún momento - Mira, yo lo que cobro lo tengo claro, lo que no sé es cuanto tiempo vamos a estar - (...) A mi, lo que más me gusta de grabar jazz es que lo que hay grabado es lo que hay. A lo mejor se hacen tres o cuatro tomas del tema, si la cuarta toma no es buena, ya no hace falta hacer más. También influye lo ensayada que esté la banda, si viene ensayada ojo con la primera toma! que puede ser la mejor.⁷²

Queda clar, per tant, que a l'estudi s'hi ha d'entrar assajat i amb els temes, les estructures i el repartiment de solos molt clars. D'aquesta manera s'optimitzarà molt més el temps a l'estudi i això quedarà reflectit en el preu final.

4. Mescla:

Després de la gravació es farà una sessió de mescla. L'estil i la forma en què es gravarà determinaran la manera de mesclar les pistes que s'obtindran. Una vegada més la mescla en el jazz és senzilla, però es respectarà al màxim l'acústica de la sala i la captació original de cada un dels instruments, només intervenint en qüestions de plans de volum, panorama i neteja d'harmònics o freqüències que realment molestin en la mescla.

⁷² J. Tugores. Comunicació personal. 22 de febrer de 2023. Palma de Mallorca.

Tugores parla de la mescla amb saviesa i respecte cap a l'originalitat de la música i la sonoritat:

Luego viene la mezcla. Al final una mezcla de jazz es, muy buenos micros. Yo lo primero que hago en mezclas de jazz es, al principio, sólo tocar faders. Porque en el mundo de los plug-ins empiezas a tocar y tocar y a lo mejor el planteamiento es que la cosa está fuerte y simplemente hay que bajar volumen. Luego cuando tienes la mezcla funcionando si que puedes decir, por ejemplo, ha terminado el tema y viene el solo de trompeta, pues lo empujas un poco. O el batería tiene un bombo Gretsch de 18 sin agujero en el parche, con mogollón de armónicos y a lo mejor tengo que limpiar. Etcétera, etcétera. Muchas veces es limpiar y poco más.⁷³

5. Masterització:

Acabada la mescla es realitza el procés de masterització, una vegada més relativament senzill en una mescla de jazz. Simplement, uns retocs per deixar el tema a uns nivells de volum correctes segons l'estàndard de l'estil, que farà que es pugui escoltar amb prou detall, definició i balanç a diferents tipus de reproductors, inclosos els *smartphones*.

El *mastering* final es pot enviar a estudis especialitzats només en masterització o, si té els recursos i els coneixements, el pot fer el mateix enginyer que ha mesclat el disc. De totes maneres és recomanable adequar el *mastering* a cada un dels suports en els que es vol editar la música: CD, vinil i suport digital.

Actualment també existeixen serveis de masterització automatitzats en línia, tot i que solen ser opcions més interessants per a música *mainstream* o per artistes aficionats, ja que treballen amb *presets* en funció de l'estil o fins i tot amb tecnologia d'intel·ligència artificial. Algunes de les distribuïdores digitals ja ofereixen aquests serveis.

3.3.2 Gravació dels continguts visuals

Actualment la part visual d'un projecte musical té més rellevància que mai. Ens trobem absorbint continguts visuals constantment a través de les xarxes socials i per això cal dedicar-hi l'atenció que necessita. Moltes vegades és qüestió del primer segon d'un vídeo, si no ens crida l'atenció, passem de llarg, fem *scroll*, sense donar cap oportunitat al missatge que ens vol transmetre.

Molts artistes aconsegueixen arribar a més gent precisament perquè tenen una imatge totalment trencadora. Aconsegueixen cridar l'atenció amb un clip de

⁷³ J. Tugores. Comunicació personal. 22 de febrer de 2023. Palma de Mallorca.

vídeo o amb el seu aspecte, i es comença a descobrir la seva música a partir d'aquí.⁷⁴

En aquest sentit, hi ha un element interessant per a reforçar la imatge de l'artista i així la seva marca personal: el *visual key*. El disseny base que s'utilitzarà com a referència visual i estètica per a totes les campanyes: videoclips, càpsules de vídeo, imatge personal i grafisme.⁷⁵

Per al llançament de G8ctet aprofitarem la sessió de gravació a l'estudi per realitzar la gravació del videoclip d'un dels temes propis. També aprofitarem per gravar altres recursos de vídeo per a les futures accions de promoció del llançament a les xarxes. Per aprofitar al màxim l'espai i el temps caldrà que tinguem en compte els següents aspectes:

1. Comptar amb el servei d'un/a professional.

Com comentàvem al principi de l'apartat, necessitem crear el nostre *branding*, que condicionarà la percepció que tindrà l'audiència del nostre projecte. En aquest sentit, comptar amb la professionalitat, els recursos tècnics i l'experiència d'una persona professional del món audiovisual serà imprescindible per tal que la qualitat de la producció de vídeo estigui a l'altura de la qualitat musical i sonora.

Confiar en la figura del *vídeo maker*, i més en una sessió de gravació d'estudi on els músics estaran concentrats en la seva interpretació, és essencial per tal d'oblidar-se totalment d'aquesta part, no perdre la concentració i continuar gaudint del procés creatiu.

L'objectiu principal de la gravació de vídeo serà la de muntar un videoclip per un dels temes que es gravaran. Cal que la persona responsable tingui clara quina serà la dinàmica de gravació per planificar la seva feina.

En el nostre cas es faran diverses preses d'àudio de cada un dels temes, així que hi haurà prou espai per a enregistrar material de vídeo de sobres i encara que sigui només un operari de càmera, hi haurà marge per agafar diferents plans i recursos.

Això sí, cal remarcar que els solos dels temes variaran a cada presa, per tant, caldrà posar especial atenció a aquest moment de la cançó i no perdre detall.

Com a objectiu secundari a l'hora de captar vídeo durant la sessió de gravació a l'estudi, plantejarem gravar recursos que no siguin estrictament mentre estiguem tocant, sinó recursos que ens serviran per a crear petits clips per a, posteriorment, desenvolupar accions de promoció per al llançament, dels quals en parlarem més

⁷⁴ Aragón D. *La Nueva Fórmula para Vivir de la Música: la guía completa para que Emanager y artistas desarrollen su carrera en el Nuevo Escenario de la Música*: Barcelona: Lioc Editorial 2021. ISBN: 978-84-123299-1-9. p. 114-115

⁷⁵ Aragón D. *op. cit.* p. 109-111

endavant. A més a més, aprofitar per fer fotografies durant tota la jornada i dedicar uns minuts a fer algunes fotografies de grup.

2. Treure profit a l'espai.

Els estudis de gravació són espais de treball i creació artística on els músics s'hi han de sentir còmodes. Solen ser espais agradables, amb il·luminació càlida, on predominen els materials com la fusta, les teles, els terres emmoquetats o les catifes. Sempre amb tons càlids i pocs contrastos.

Aquestes condicions el fan un espai idoni estèticament pel rodatge del videoclip. A més a més, sempre es pot afegir algun element d'attrezzo, com per exemple, algun tipus de làmpada.

També consten de diversos espais, la sala de gravació, el *control room* o espais per al descans, que es podran aprofitar per a gravar recursos per al videoclip o per a possibles clips de promoció, situacions més quotidianes al voltant de la gravació o petites entrevistes espontànies als músics o a l'enginyer de so.

3. Tenir en compte el *visual key*

Mantenir sempre l'estètica és molt important. Per això, plantegem utilitzar-la no només en la gràfica i la música, sinó també en l'estètica personal de cada músic. Tant en el directe, com en la sessió de gravació.

L'estètica que proposem per a la banda és l'estil *hipster* dels anys quaranta i principis dels cinquanta. Un estil que, en el món del jazz nord-americà es referia al músic de *bebop*, contestatari, amb sentit de la moda i l'argot que usaven anomenat *jive*. Eren músics que reivindicaven l'establiment d'una elit creativa i la seva figura també com a artistes avantguardistes. A diferència de l'esmòquing que solien fer servir els músics de *swing*, els *hipsters* lluien camises amb coll de corbatí, vestits drapejats, boines, ulleres amb muntures de *carey*, amb l'objectiu de connotar distinció i estil.⁷⁶

4. Tenir planificats els recursos a gravar en funció de les accions programades per al llançament dels temes: l'*Storytelling*

Quan parlem de *storytelling*, ens referim a explicar una història que ens ajudi a connectar amb l'audiència.

Per començar, cal identificar l'essència del projecte musical i quin és el missatge que es vol transmetre. A partir d'aquí, crear una narrativa correcta, identificant els personatges i crear una experiència immersiva per a l'audiència.

⁷⁶ Electronic Melbourne Art Journal. Hipster Aesthetics: Creatives with no alternative. *ProQuest*. Melbourne, 2016. [Consulta: 25 de febrer 2023]. <https://www.proquest.com/openview/f9f6e1c7d8043c49bea69604f4e1c5ba/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1536335>

Per aconseguir-ho és necessari tenir planificats els recursos a gravar en funció de les accions previstes per al llançament dels temes.

En primer lloc, és important definir una estratègia a partir de la qual es puguin identificar tots els recursos necessaris, com per exemple, entrevistes als músics, imatges més quotidianes del dia de la gravació, algunes imatges d'un assaig, entre d'altres.

En segon lloc, i un cop identificats els recursos necessaris, és important planificar les gravacions d'acord amb el cronograma de llançament dels temes. És fonamental que la història sigui coherent. Es pot parlar de com sorgeixen els temes, quina és la inspiració rere les cançons, les experiències de la banda durant la gravació, per citar-ne algunes. La història ha de tenir inici, nus i desenllaç.

Finalment, amb tot el material enregistrat, cal editar-lo i planificar sobre calendari com es distribuirà, tenint en compte la data de presentació del primer tema.

3.4 Drets i Entitats de Gestió

El procés de creació d'un disc és fascinant, però la seva publicació està immersa en un complex sistema de drets d'autor que cal conèixer i gestionar adequadament per poder obtenir beneficis econòmics per la seva creació i distribució.

Per aquest motiu, intentarem explicar els principals aspectes dels drets d'autor en la indústria musical, des de la gravació i publicació del disc fins a la interpretació i comunicació de l'obra. L'objectiu és oferir una comprensió clara de com funcionen els drets i de com podem gestionar-los a partir de la nostra experiència musical com a exemple pràctic en el context actual.

3.4.1 Autoria, drets morals i patrimonials

El concepte d'autoria es defineix en el Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (TRLPI) com la persona física que crea una obra literària, artística o científica, sent el titular originari dels drets de propietat intel·lectual.⁷⁷

La propietat intel·lectual es compon de drets de caràcter patrimonial i personal, i l'acte de creació original d'una obra és la forma d'adquirir aquests drets de forma primigènica. Una persona jurídica no pot ser autor, però sí que pot ser cessionària dels drets patrimonials d'una obra. La llei presumeix que és autor,

⁷⁷ Ministerio de Cultura. Agencia Estatal Boletín. Oficial del Estado. *Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.* [en línia]. 1996. [consulta: 28 de desembre de 2022]. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930&b=33&tn=1&p=20141105#a19>

llevat que es provi el contrari, aquell que apareix com a tal en l'obra, mitjançant el seu nom, firma o signe que l'identifiqui.

És necessari registrar les obres al Registre de la Propietat Intel·lectual i en el registre de la Societat d'Autors i Editors (SGAE) per poder cobrar per l'ús d'aquestes obres quan es comercialitzen.

Dins del sector musical, hi ha diversos tipus d'autors segons la seva feina creativa, com ara els compositors, lletristes, adaptadors i arranjadors. Tots ells són reconeguts pel TRLPI com a autors d'obres originals, creades des de zero, o derivades, que transformen o completen l'obra ja creada. És habitual que diverses persones participin en la creació d'una cançó, ja sigui en la música, la lletra o els arranjaments, parlem de coautoria sobre la cançó. En aquests casos cal especificar els percentatges de drets d'autor en el registre a la Societat General d'Autors i Editors per concretar la divisió que es farà del cent per cent dels drets.⁷⁸

La protecció dels drets de propietat intel·lectual s'estén als espanyols, nacionals de la UE i de tercers països amb residència a Espanya, així com als que publiquin les seves obres per primera vegada en territori espanyol.⁷⁹

A l'autor musical li correspon el ple domini de la seva obra i, per tant, la seva autorització és necessària per a qualsevol ús que se'n faci. Tradicionalment, els drets s'han estructurat en drets morals i drets patrimonials o d'explotació.

- Drets morals:

Els drets morals són aquells que estan en mans de l'autor o els seus hereus i són inalienables i irrenunciables. Aquests drets protegeixen l'esperit de l'obra i l'autor en la seva expressió artística. Els drets inclouen la divulgació de l'obra, l'autoria, la paternitat, la integritat, la modificació i el dret a retirar l'obra del mercat. El dret d'autoria i integritat pot ser exercit per l'autor o els seus hereus, mentre que el dret de divulgació pot ser exercit durant 70 anys després de la mort de l'autor.⁸⁰

- Drets patrimonials o d'explotació:

Els drets d'explotació, també coneguts com a drets patrimonials, són aquells que corresponen a l'autor d'una obra pel valor econòmic que aquesta té. Aquests drets es poden cedir a tercers per obtenir un benefici econòmic a canvi, per exemple, d'una editorial o d'un segell discogràfic. Inclouen la reproducció, distribució, comunicació pública i transformació de l'obra, i la seva durada és de

⁷⁸ Susaeta P., Trinidad P. *EL negocio de la música: guía práctica sobre el entorno profesional y legal del músico*. Madrid: Fundación Autor. 2005. ISBN: 84-8048-655-4. p. 25

⁷⁹ Susaeta P., Trinidad P. *op. cit.*, p. 26

⁸⁰ *Ibid.*, p. 28

tota la vida de l'autor més setanta anys després de la seva mort. Representen una de les principals fonts d'ingressos per a molts autors.⁸¹

Existeixen també límits a aquests drets, com el dret de citació o ressenya, la parodia sempre que no danyi l'obra original, l'execució d'obres musicals en actes oficials o cerimònies religioses i la tutela del dret d'accés a la cultura, per exemple una escola de música està exempta de pagar drets per l'ús de música en l'exercici pedagògic.⁸²

En definitiva, aquests drets són una peça clau en el món de la creació i la cultura, i el seu correcte exercici és fonamental per garantir el reconeixement i la remuneració dels autors.

3.4.2 Propietat patrimonial de l'intèrpret o executant

El TRLPI defineix als artistes intèrprets o executants, com a aquelles persones físiques que representen, canten, llegeixen, reciten, interpreten o executen en qualsevol forma una obra preexistent. La seva activitat artística és la interpretació personal d'una obra i la seva interpretació o adaptació els concedeix drets patrimonials i morals sobre l'obra, són denominats drets afins que es poden dividir entre l'esfera moral i l'esfera patrimonial.⁸³

Dins de l'esfera moral el TRLPI estableix que els artistes intèrprets o executants tenen dret a què se'ls atribueixi l'actuació i se'ls respecti la seva integritat durant tota la seva vida i vint anys després de la seva mort.⁸⁴

D'altra banda, dins de l'esfera patrimonial, els artistes intèrprets o executants tenen drets d'explotació que són susceptibles de cessió a tercers. La durada d'aquests és de cinquanta anys després de la fixació de l'actuació, i són el dret exclusiu d'autoritzar la fixació, la reproducció, la distribució i la comunicació pública de les seves actuacions. Aquests drets només poden ser reemborsats als artistes a través de la gestió col·lectiva, des de l'Associació de Gestió de Drets Intel·lectuals AGEDI per a productors de fonogrames o des de l'Associació d'Intèrprets i Executants AIE en el cas dels artistes.⁸⁵

⁸¹ *Ibid.*, p. 29-30

⁸² Castán A. *La propiedad intelectual no limita el acceso a la cultura*. [En línia]. 2013 [Consulta: 3 de gener de 2023] <https://www.cedro.org/blog/articulo/blog.cedro.org/2013/02/18/la-propiedad-intelectual-no-limita-el-acceso-a-la-cultura>

⁸³ *Ibid.*, p. 33-34

⁸⁴ *Ibid.*, p. 36

⁸⁵ Pérez López M. A. *Concepto legal de productor musical o productor de fonogrames*. [En línia]. 2017 [Consulta: 5 de gener de 2023]. <https://sympathyforthelawyer.com/hub/concepto-productor-de-fonogrames-productor-musical/>

3.4.3 Entitats de gestió

Les entitats de gestió són organitzacions sense ànim de lucre que gestionen els drets d'autor i altres drets de propietat intel·lectual en benefici dels autors, intèrprets i titulars dels drets. A Espanya, les entitats que poden gestionar col·lectivament els drets de la propietat intel·lectual es regeixen pel títol IV del TRLPI.⁸⁶

En el cas de la música, les entitats de gestió més importants són la SGAE, l'AIE i l'AGEDI, que garanteixen la remuneració dels autors, intèrprets i productors pel seu treball creatiu. És important fer-se soci d'aquestes entitats en el moment en què es vol publicar una obra, ja que garanteix la seguretat i els beneficis associats amb l'adhesió a l'entitat, que també solen oferir altres tipus de serveis, i el registre de les obres en el seu repertori.

A. Societat General d'Autors i Editors (SGAE):

La SGAE és l'entitat de gestió més antiga d'Espanya, és una entitat sense ànim de lucre i gestiona principalment el dret de comunicació pública de les obres, el dret de reproducció mecànica i el dret de remuneració compensatòria per còpia privada.

Així mateix, gestiona els drets digitals que es generen en les descàrregues i escoltes en *streaming* en les diferents plataformes musicals online, que el 2022 representaven el 83% de la música que es va consumir a Espanya. D'aquest consum digital, el 98% dels ingressos els va generar l'*streaming*.⁸⁷

Els detallem continuació.

- Dret de comunicació pública de les obres:

Aquest dret es genera quan una obra es difon públicament. Per exemple, quan s'emet una cançó a la ràdio, es projecta una pel·lícula en un cinema, es reproduceix música en un local comercial: botigues, bars, discoteques, etc. Un altre exemple són els concerts o festivals on pot ser que el promotor demani als artistes la llista de les cançons tocaran per notificar-ho a la SGAE. La societat gestiona aquests

⁸⁶ Ministerio de Cultura. Agencia Estatal: Boletín Oficial del Estado. *Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.* [en línia]. 1996 [consulta: 28 de desembre de 2022]. <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/1996/04/12/1/con>

⁸⁷ Promusicae. *El mercado de la música grabada en España supera ya los 400 millones de euros.* [En línia]. 2022. [Consulta: 26 de gener de 2023]. <https://www.promusicae.es/noticias/el-mercado-de-la-musica-grabada-en-espana-supera-ya-los-400-millones-de-euros-388/#:~:text=El%20mercado%20digital%20alcanza%20el,%2C7%20millones%20de%20euros>

drets i concedeix les llicències necessàries per a la utilització de les obres incloses en el seu repertori, a canvi d'una tarifa.⁸⁸

Avui dia ja hi ha altres tipus de llicències i plataformes que ofereixen catàlegs de música alternatius, fora del repertori de SGAE, amb tarifes més econòmiques o pagaments únics. Per exemple, Legis Music o Epidemic Sound.⁸⁹

- Dret de reproducció mecànica:

Aquest dret es genera sempre que es venen, lloguen o presten al públic les obres creatives en suports com el CD o el DVD. Les companyies discogràfiques o productores de fonogrames abonen un cànon a la SGAE per dur a terme la fabricació de discs. A canvi, la SGAE distribueix aquests ingressos als autors i editors de les obres incloses en el seu repertori.⁹⁰

- Dret de remuneració compensatòria per còpia privada:

Aquest dret es genera quan es fan còpies d'obres creatives per a ús privat. Per exemple, quan un usuari fa còpies d'un CD o un DVD per al seu ús personal. La SGAE gestiona aquest dret i cobra una tarifa als fabricants i distribuïdors de suports d'enregistrament com CD i DVD verge o reproductors MP3, que posteriorment distribueix als autors i editors de les obres incloses en el seu repertori. Aquesta remuneració té com a objectiu compensar els autors per les còpies realitzades de les seves obres per a ús privat, que d'altra manera podrien ser considerades il·legals.⁹¹

- Drets digitals:

Contemplen els drets generats per descàrrega en plataformes com Itunes, Beatport, etc. i de les cançons o àlbums reproduïts en *streaming* en plataformes com Spotify, AppleMusic, Deezer, Amazon Music, Tidal, etc.

Les plataformes recaptaran els diners que es generin per reproducció o descàrrega i se'n quedaran un percentatge. La resta es repartirà entre la distribuïdora digital i l'entitat de gestió. SGAE serà la que retribuirà als autors per aquests drets.⁹²

L'entitat ha hagut d'assolir un major grau de traçabilitat i control del repertori administrat en el mercat digital en els últims anys introduint nous processos per a

⁸⁸ Susaeta P. Trinidad P. *El negocio de la música: guía práctica sobre el entorno profesional y legal del músico*. Madrid: Fundación Autor. 2005. ISBN: 84-8048-655-4. p. 59

⁸⁹ Olóndriz P. *¿Cómo saber qué música tiene copyright?* [En línia]. Legis Music 2016. [Consulta: 26 de gener de 2023] <https://legismusic.com/es/como-saber-que-musica-tiene-copyright/#toc4>

⁹⁰ Susaeta P. Trinidad P. *op. cit.*, p. 60

⁹¹ *Loc. Cit.*

⁹² IMusician. *Te explicamos qué son los derechos de autor (o copyright) en la música y como cobrarlos*. [En línia]. 2022. [Consulta: 27 de gener de 2023]. <https://imusician.pro/es/recursos-practicos/guias-sobre-industria-musical/derechos-de-autor-musica>

les llicències digitals, codis internacionals per a la identificació del catàleg i treballar amb serveis externs com BackOffice Music Services per maximitzar el flux de drets procedents de les plataformes musicals Spotify, Google i Apple a Europa.⁹³

B. Associació d'Intèrprets i Executants (AIE)

L'AIE és una societat col·lectiva sense ànim de lucre. La seva funció principal és gestionar els drets dels intèrprets i executants que es defineixen en el TRLPI com a drets afins.⁹⁴

L'entitat gestiona els drets de remuneració que es corresponen a artistes intèrprets i executants per actes de comunicació pública de les gravacions, drets de reproducció i drets de compensació per còpia privada.⁹⁵

3.4.4 Repartiment de drets

A continuació es presenta de manera resumida l'organització del repartiment dels drets d'autor⁹⁶:

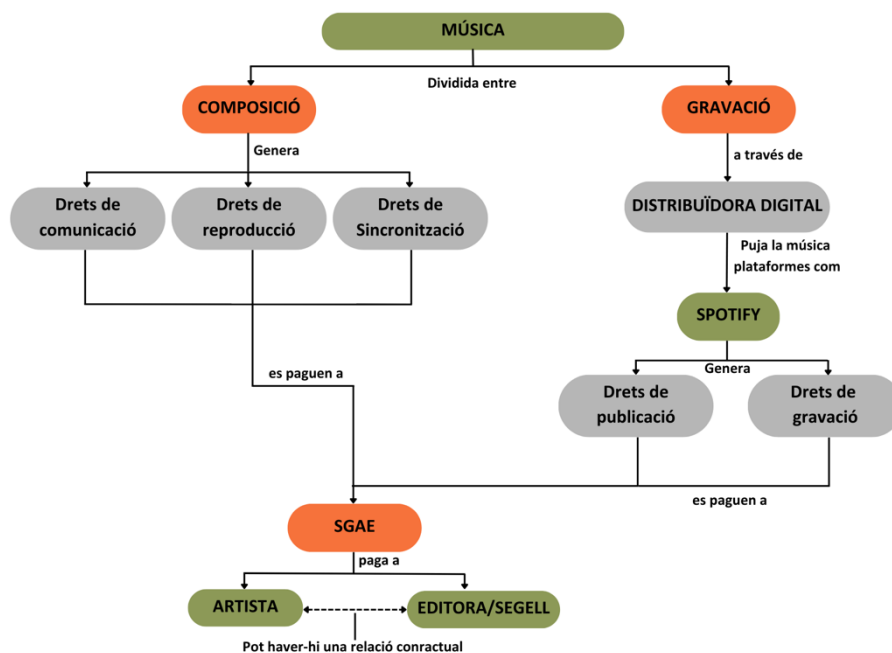


Fig 10. Esquema de repartició de drets d'autor

⁹³ SGAE. *Los derechos digitales crecen un 67,8%*. [En línia]. 2022. [Consulta: 27 de gener de 2023]. <https://www.sgae.es/noticia/los-derechos-digitales-de-sgae-crecen-un-678/>

⁹⁴ Susaeta P. Trinidad P. *El negocio de la música: guía práctica sobre el entorno profesional y legal del músico*. Madrid: Fundación Autor. 2005. ISBN: 84-8048-655-4. p. 75

⁹⁵ Pérez López M. A. *Sympathy for the lawyer. Entidades de gestión en la industria musical*. [En línia]. 2017. [Consulta: 28 de gener de 2023]. <https://sympathyforthelawyer.com/hub/entidades-gestion-la-industria-musical/#:~:text=AIE%20gestiona%20los%20derechos%20de,%E2%80%93%20compensaci%C3%B3n%20por%20copia%20privada.>

⁹⁶ J. Ramírez, comunicació personal, 12 d'abril de 2023

3.4.5 Exemple G8ctet de registre d'un tema d'autoria pròpia

Des de G8ctet ens plantegem llançar tres temes, un de propi i dues versions de dos temes d'altres autors. Analitzarem quins són els passos que hem de seguir perquè es faci un correcte exercici dels drets que es puguin generar d'aquestes gravacions. Veurem primer com s'ha de procedir amb el tema d'autoria pròpia. Serà necessari realitzar els següents passos:

1. Primer de tot s'ha de tramitar la sol·licitud de registre de l'obra al Registre de la Propietat Intel·lectual. Tota la informació al respecte es pot trobar al web del Registre de la Propietat Intel·lectual del Ministeri de Cultura i Esport.⁹⁷

El tràmit es pot fer presencialment a la seu del Registre central a Madrid o en les diferents seus territorials i provincials repartides per tota la península. La seu provincial de les Illes Balears es troba al número 4 del carrer de l'Almudaina de Palma de Mallorca. També es pot fer de manera telemàtica a l'apartat de procediments de la Seu Electrònica del Ministeri de Cultura i Esport, per la que serà requisit disposar d'usuari en el sistema d'autenticació personal Cl@ve.⁹⁸

Els passos a seguir, recollits en el Manual d'usuari gestor d'Oficines Provincials,⁹⁹ seran els següents:

- Emplenar informació respecte al sol·licitant i si és en nom propi o en representació. El representant haurà d'acreditar que està registrat al Registre d'Apoderament.
- Emplenar la informació respecte a l'obra. Tipo d'obra, títol i si té transmissió de drets.
- Emplenar els detalls de l'obra, en el cas que ens ocupa: gènere musical, nombre de compassos, durada aproximada, instrumentació i número de dipòsit legal si ja està publicada. Si es publica posteriorment al registre, es pot afegir la informació en una sol·licitud d'inscripció successiva.
- Emplenar la informació amb relació als autors: un sol autor o coautoria. En el cas de coautoria s'haurà de firmar electrònicament un document de consentiment de cada un dels autors. Posteriorment, establir el percentatge d'explotació de cada un i la part de la qual és titular.

⁹⁷ Ministerio de Cultura y Deporte. *Registro de la Propiedad Intelectual*. [En línia]. [Consulta: 3 de gener de 2023]

<https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/propiedadintelectual/mc/rpi/inicio.html>

⁹⁸ Ministerio de Cultura y Deporte. *Sede Electrónica*. [En línia]. [Consulta: 3 de gener de 2023]

<https://cultura.sede.gob.es/>

⁹⁹ Ministerio de Cultura y Deporte. *Manual de usuario gestor de Oficinas Provinciales*. [En línia]. Palma de Mallorca, 2023 [Consulta: 3 de gener de 2023]

<https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:e15aafeb-cbe4-4b4f-88c7-2efa5461d413/solicitud-primer-a-inscripcion.pdf>

- Pagar la taxa, fixada en 8,26 € l'any 2022.

Un cop firmada la sol·licitud electrònicament quedarà registrada a l'apartat personal de cada usuari i es podrà consultar en tot moment o descarregar el justificant pertinent.

A continuació, serà necessari pujar al sistema una còpia de l'exemplar identificatiu de l'obra. Un cop acabat el primer tràmit el sistema oferirà una adreça web per a l'aportació del document.

Mitjançant l'identificador de l'expedient de l'anterior tràmit i indicant l'àmbit d'aquest, és a dir, la comunitat autònoma on s'ha fet el registre de l'obra, el sistema permetrà pujar l'arxiu de l'obra.

- Un arxiu de format PDF, JPG o Word d'un màxim de 30 MB en el cas d'una composició.
- Un arxiu de format MP3 o WAV d'un màxim de 400 MB en el cas d'una producció fonogràfica.

2. El segon pas és registrar l'obra a l'entitat de gestió pertinent. En el nostre cas, a la SGAE.

En aquest pas ens podem trobar en dues situacions diferents. Per un costat, si ja som socis i només hem de registrar una obra més i per l'altre, si ens hem de fer socis i registrar la primera obra.

- A. Si ja som socis de l'entitat, només haurem d'entrar el nostre perfil en línia i afegir l'obra emplenant el formulari i adjuntant una còpia d'aquesta.
- B. Si no som socis, el tràmit d'inscripció a l'entitat ja contempla registrar la primera obra i d'aquesta manera considerar-te com a autor. Es pot fer de manera telemàtica a la seu electrònica de l'entitat¹⁰⁰ i requerirà emplenar el formulari d'inscripció amb:
 - Còpia d'ambdues cares del DNI
 - Àudio de l'obra
 - En el cas d'autora compartida els e-mails i els telèfons de contacte de la resta d'autors per la firma digital del registre.

Un cop emplenada tota la informació serà necessari firmar la petició electrònicament a través d'un correu de confirmació, pagar una quota, que serà única de 15 € i a partir d'aquí ja tindrem accés al nostre perfil en línia en el qual ens quedarà l'obra registrada i podrem efectuar els nous tràmits en endavant.

¹⁰⁰ SGAE. Sede Electrónica. *Únete a SGAE, registra tu obra y comienza a obtener los beneficios generados por derechos de autor.* [En línia]. [Consulta: 30 de gener de 2023]. <https://sede.sgae.es/register>

Per obtenir més informació d'aquest tràmit i els passos a seguir es pot entrar a la secció d'altres online del lloc web de l'entitat¹⁰¹, on hi ha un apartat de preguntes freqüents i un vídeo explicatiu.

3. El tercer pas és reclamar l'obra com a intèrpret o executant la AIE.

El tràmit serà especialment important per als músics de la banda que no tinguin autoria sobre el tema registrat, per així poder gaudir dels beneficis que generin els drets afins de l'obra.

Primer de tot serà necessari emplenar la sol·licitud d'incorporació com a soci a l'entitat. El tràmit es pot fer online a l'apartat de socis del web de l'entitat¹⁰². Un cop aprovada la sol·licitud es rebrà un correu de confirmació i s'activarà l'accés a l'oficina virtual de l'Associació.

A continuació, des de l'apartat personal de l'oficina virtual de l'entitat, es podran reclamar les obres on es participa com a intèrpret o executant i incorporar-les al repertori personal de cada soci.

3.4.5 Exemple G8ctet de procediment per enregistrar i publicar una versió o cover

Des de G8ctet, com molts *combos* de jazz i bandes d'altres estils, ens plantegem gravar i publicar en plataformes digitals dues versions o *covers* de dos temes d'altres autors. Però abans de fer-ho, és important conèixer els passos a seguir per a enregistrar i publicar les obres de manera legal.

El primer pas és obtenir el permís corresponent del titular dels drets d'autor de les obres originals. Això implica contactar amb la discogràfica o l'editora de les obres originals i aquesta en representació de l'autor determinarà si dóna permís o no. Les llicències que es poden demanar per a una versió són la llicència per gravar i distribuir l'àudio i la llicència de sincronització per fer un vídeo amb el tema.¹⁰³

Per conèixer qui gestiona els drets de les cançons escollides es pot recórrer al buscador del repertori en línia de la SGAE¹⁰⁴, on, a partir del nom del tema i/o del nom de l'autor, es podrà accedir a aquesta informació.

També hi ha altres bases de dades que es poden consultar com les de SACEM¹⁰⁵ o Songfile¹⁰⁶. Es necessitarà la informació proporcionada per aquestes

¹⁰¹ SGAE. *Alta online (haste socio/a)*. [En línia]. [Consulta: 30 de gener de 2023]. <https://www.sgae.es/autores-editores/alta-online/>

¹⁰² AIE. *Hazte socio*. [En línia]. [Consulta: 30 de gener de 2023]. <https://www.aie.es/socios/hazte-socio/>

¹⁰³ M. A. Sancho, comunicació personal, 13 d'abril de 2023

¹⁰⁴ SGAE. *Repertorio SGAE*. <https://enlinea.sgae.es/RepertorioOnline/>

¹⁰⁵ SACEM. *Repertoire of works*. <https://repertoire.sacem.fr/en>

¹⁰⁶ Songfile. *The easy way to license songs*. <https://www.songfile.com/public-search>

bases de dades a l'omplir la meta data de versió a través d'una distribuïdora digital i serà necessari mantenir el títol original.¹⁰⁷

En cas que s'obtingui el permís, s'hauran de pagar drets d'autor corresponents al titular de les obres originals. En el cas de les plataformes d'*streaming*, aquests es generen amb les reproduccions, no cal pagar res per avançat i se n'encarregaran les entitats de gestió. Si es volen fer còpies físiques sí que caldrà abonar els drets per avançat en funció del nombre de còpies. Tot i això, es poden arribar a diferents tipus de tractes amb les editores o els autors originals, que poden passar per compensacions econòmiques a banda dels drets corresponents a l'hora de donar permís per fer la versió.¹⁰⁸

Miquel Àngel Sancho, fundador i responsable de la botiga de discs Xocolat a Palma, també fundador del segell mallorquí Produccions Blau i de la distribuïdora mallorquina-catalana Discmedi, parla sobre el procés d'obtenció dels permisos per a fer versions i posa un exemple:

Per exemple algú que vol fer una versió d'un tema en català, primer mirem si està feta, si és així no passa res, després et demanen, si és que et donen permís, la traducció per veure si has fet algun canvi de lletra i en acabat una demo per veure els canvis musicals i d'estil. Llavors se suposa que l'editorial es posa en contacte amb l'autor i li passa la proposta (...) Els problemes venen sobretot en els canvis de lletra. Si tu fas un cover 100%, no hi ha problema. Ara, si entres en dinàmiques de jazz; Miles Davis, per exemple ell va fer la versió del "Concierto de Aranjuez" amb "Sketches of Spain" i va haver de demanar permís a Joaquín Rodrigo, l'autor, perquè els canvis eren molt forts.¹⁰⁹

En la pràctica es publiquen milers de versions de cançons sense llicències ni autoritzacions. Algunes passen desapercebudes, mentre que altres assumeixen les conseqüències de ser detectades i retirades. En aquest sentit, les plataformes digitals s'estan adaptant i per exemple YouTube, ha creat el sistema Content ID, que detecta les versions i informa la discogràfica perquè prengui mesures. Això pot arribar a bloquejar el vídeo o penalitzar el canal.¹¹⁰

D'altres xarxes socials encara no tenen un sistema prou desenvolupat per detectar infraccions de drets d'autor. Per exemple, si es puja una versió a Instagram probablement no la detectaran, ni l'eliminaran. No obstant això,

¹⁰⁷ Mckenzie L. Groover Blog. *¿Cómo publicar legalmente un cover en las plataformas de streaming?*. [En línia]. 2022. [Consulta: 30 de gener de 2023]. <https://blog.groover.co/es/consejos-para-musicos/promociona-tu-proyecto/publicar-cover-legalmente-en-plataformas-streaming/>

¹⁰⁸ Premiere actors. *¿Es legal publicar covers?*. [En línia]. 2019. [Consulta: 30 de gener de 2023]. <https://www.premiereactors.com/legal-publicar-covers/>

¹⁰⁹ M. A. Sancho, comunicació personal, 13 d'abril de 2023

¹¹⁰ Mckenzie L. Groover Blog. *Op. cit.*, <https://blog.groover.co/es/consejos-para-musicos/promociona-tu-proyecto/publicar-cover-legalmente-en-plataformas-streaming/>

aquestes xarxes estan creant contingut propi i original, i estan desenvolupant els mecanismes necessaris per afrontar aquesta qüestió, és el cas per exemple, de Facebook i Instagram.

Finalment, ja es pot publicar. En el cas de G8ctet s'optarà per distribuir-les a través de plataformes digitals com ara Spotify o Apple Music. Si també es compta amb la llicència de sincronització, llavors es podria publicar el vídeo amb la versió al canal de YouTube de la banda.

3.5 Editores i segells discogràfics.

En el nou model de la indústria musical, la digitalització ha fet redefinir els rols tradicionals de les editorials i els segells discogràfics. En el model tradicional cada entitat desenvolupava la seva funció específica en el procés de creació i producció de música. No obstant això, l'arribada de les plataformes digitals i les distribuïdores o agregadors digitals ha donat lloc a una nova concepció d'aquestes funcions.

Els segells discogràfics, la majoria, ja fa temps que van ampliar el seu abast i ofereixen també serveis editorials, els quals inclouen la gestió de drets d'autor i l'obtenció de llicències per utilitzar la música en diferents mitjans. Així mateix, les distribuïdores digitals també s'han sumat a aquesta tendència i ofereixen serveis per a la gestió de drets editorials.

D'aquesta manera, les fronteres entre aquestes entitats, editorials i segells o companyies discogràfiques, s'han tornat més difuses i han permès a l'artista independent tenir un major control sobre la seva carrera i la seva música, i així disposar de més llibertat a l'hora de treballar amb diferents entitats per satisfer les seves necessitats específiques.

En aquest apartat, aprofundirem en cadascuna d'aquestes entitats, analitzant el seu paper en la indústria musical tradicional i com han evolucionat per adaptar-se als canvis del mercat en el nou model. També examinarem la proposta seleccionada per al llançament dels temes de G8ctet.

3.5.1 Editores

L'editorial o editora musical és una empresa que té com a objectiu principal maximitzar l'explotació comercial de la cançó o la composició musical. L'editora s'encarrega de la protecció i registre de les cançons, promoció i comercialització de les composicions i la fiscalització i recol·lecció dels drets generats. Hi ha múltiples formes de comercialitzar aquesta composició musical i les editores ho poden fer des de la part creativa, buscant nous talents per a promocionar, fins a

la part de la correcta gestió i monitoratge de drets i promoció per a aconseguir llicències de sincronització amb material audiovisual.¹¹¹

Miquel Àngel Sancho parla de la recollida dels drets generats i del monitoratge exhaustiu d'aquests per part de les editores i afegeix una crítica als pocs recursos tècnics de control de reproduccions digitals de què disposen les entitats de gestió.

Nosaltres gestionem tota la recaptació per drets d'autor, que és molt interessant sobretot pels de comunicació. El que fem és que els artistes em passen una relació de gales i recitals es comprova que totes es comptabilitzin (...) No, ho controlem nosaltres amb els nostres mecanismes. SGAE té un problema gros i és que té molt pocs mecanismes per a controlar tot això¹¹²

Pel que fa a la tipologia d'editores, les podem classificar en tres grans grups: les primàries, les secundàries i les independents.¹¹³

- Primàries: grans companyies editorials com Warner Chappell, Sony ATV i Universal Music Publishing, que formen part de les tres grans companyies discogràfiques Warner Music Group, Sony Music Entertainment i Universal Music Group respectivament.
- Secundàries: petites companyies independents que estan vinculades a alguna companyia primària.
- Independents: companyies operades de manera completament individual.

Les relacions entre els compositors i les editores s'estableix en el contracte editorial, que és un acord pel qual el creador cedeix una part dels seus drets patrimonials de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació de l'obra original. El contracte té algunes característiques importants a tenir en compte, com establir si la cessió de drets és exclusiva, l'àmbit territorial, els suports en els quals es distribuirà, la forma de distribució, entre d'altres. La participació de l'editor en els rendiments econòmics de l'explotació de la composició no pot superar el 50% dels generats per aquesta. Tot regulat en el capítol II, contracte d'edició, del títol V, transmissió de drets, del TRLPI.¹¹⁴

3.5.2 Segells discogràfics.

Habitualment hi ha força confusió a l'hora de diferenciar entre editora musical i segell discogràfic o companyia discogràfica, però és important entendre la

¹¹¹ Rodríguez A. *De artista a empresario musical. La fórmula para vivir de la música y no morir en el intento*. Venezuela: Editorial PanHouse. 2022. ISBN: 978-980-437-153-0. p. 66-68

¹¹² M. A. Sancho, comunicació personal, 13 d'abril de 2023

¹¹³ PromociónMusical. *Las mejores Compañías Editoriales de Música y como elegir una*. [En línia]. 2021 [Consulta: 2 de març de 2023]. https://promocionmusical.es/mejores-companias-editoriales-musica#Primarias_secundarias_e_independientes

¹¹⁴ Ministerio de Cultura y Deporte. Agencia Estatal: Boletín Oficial del Estado. *Op. cit.*, <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930&b=33&tn=1&p=20141105#a19>

diferència si volem llançar un projecte musical i entrar dins del model de negoci. Els segells discogràfics se centren a gravar la música i promocionar-la un cop ha estat plasmada en algun format, mentre que les editorials es centren en els drets d'autor relacionats amb la composició musical. Tanmateix, els drets que gestionaran els segells seran els de la gravació, és a dir, els de la versió que queda enregistrada en un disc, mentre que les editorials gestionaran els drets d'autor de la composició.¹¹⁵

La producció discogràfica ha evolucionat des dels discs de pissarra, passant pel CD fins a la música en línia, però la dinàmica de les companyies discogràfiques o dels segells continua sent la mateixa: contractar artistes per gravar la seva música en un suport determinat, promocionar i comercialitzar la producció a canvi d'una porció dels beneficis. Els segells es poden arribar a ocupar de tot el procés en funció del contracte firmat amb l'artista, des de la fabricació física del disc, el disseny de la campanya publicitària, la distribució a botigues físiques i digitals, fins a l'administració i el suport al desenvolupament de la carrera de l'artista.¹¹⁶

Avui dia podem parlar de tres fórmules empresarials en les que es basa la indústria de la producció discogràfica.

- Les grans companyies multinacionals
- Les companyies o segells petits, però vinculats a alguna de les grans companyies
- Els segells independents

La relació entre l'artista i una companyia discogràfica o un segell, es basa en el contracte discogràfic, que estableix la cessió dels drets d'explotació de les gravacions fixades en un disc per part de l'artista a canvi d'un percentatge, anomenat *royalty*, pactat amb la companyia. Podem parlar de dos tipus de contractes. Per un costat, un model que inclou l'explotació de les gravacions en suports físics i electrònics, així com la cessió de drets d'imatge per a la promoció i el màrqueting. Per l'altre, el model *Full Rights Contract* o contracte 360 que se centra en la gestió total dels drets d'explotació que l'artista pugui generar, no només de la venda de discos sinó també dels ingressos dels concerts, *merchandising*, publicitat i altres. Aquest model es pot implementar mitjançant una col·laboració amb un mànager o assumint també les funcions del mànager dins de la mateixa companyia discogràfica o segell.¹¹⁷

¹¹⁵ Llacer Pozo F. Drop Show. *Qué es una editora musical y cuál es su función*. [En línea]. 2021. [Consulta: 10 de març de 2023]. <https://drop.show/es/editora-musical>

¹¹⁶ Susaeta P. Trinidad P. *EL negocio de la música: guía práctica sobre el entorno profesional y legal del músico*. Fundación Autor. 2005. ISBN: 84-8048-655-4. p. 93-98

¹¹⁷ Susaeta P. Trinidad P. *op. cit.*, p. 98-100

3.5.3 Model actual

En els darrers anys, les companyies discogràfiques independents han anat guanyant cada vegada més importància. Són una alternativa a les grans companyies que permet a l'artista més flexibilitat en la presa de decisions i una major llibertat creativa. Aquestes solen treballar d'acord amb quatre models principals de negoci basats en contractes diferents.¹¹⁸

El primer model és l'acord d'enregistrament, en el qual la companyia o el segell només treballen amb la producció i la comercialització de les gravacions d'àudio. A canvi l'artista rep una porció o *royalties* dels drets que es generin.

En el segon model s'hi afegeix la composició, és a dir, el segell fa la feina també d'editora. Alguns segells proveeixen els serveis de discogràfica i d'editora en una mateixa empresa, d'altres ho divideixen en dues empreses diferents.

El tercer model, és el model del qual hem parlat anteriorment, l'acord 360. En aquest model el segell treballarà en totes les fonts d'ingressos possibles que pugui generar l'artista. Actualment, és un model molt popular, ja que les discogràfiques volen aprofitar al màxim la inversió de temps i diners que fan en els artistes.

Finalment, trobem un model creixent que són els serveis de segell discogràfic. Serveis que ofereixen les companyies dirigits a artistes independents que són propietaris de les seves gravacions de so i que utilitzen els serveis del segell com si fos la seva pròpia discogràfica. Normalment es reparteixen els beneficis al 50%.

3.5.4 Model G8ctet

A l'hora de llançar el projecte G8ctet ens trobem en la situació, en què es trobaran molts d'altres artistes, de decidir si signar amb un segell o editorial o continuar amb l'autogestió. Evidentment, no només dependrà de nosaltres, el producte a oferir ha d'interessar, tant a l'editorial com al segell, i si no hi veuen possibilitats de negoci és difícil que proposin firmar un contracte. De totes maneres, firmar o no, dependrà de les nostres necessitats i dels nostres objectius com a projecte musical.

En el cas de G8ctet, no hi ha un disc important a la vista. La idea és gravar alguns temes per fer promoció a les xarxes, aconseguir més visibilitat, més concerts i d'aquesta manera poder continuar concentrats en fer música pròpia. En aquest sentit, podem considerar que amb la distribució digital podem cobrir totes les nostres necessitats inicials, fins i tot una opció a valorar, és optar per una distribuïdora que també ofereixi contracte editorial, de la qual en parlarem més endavant.

¹¹⁸ Rodríguez A. *op. cit.*, p. 74-76

Respecte a l'autogestió musical, és una opció vàlida per a molts artistes, ja que els permet tenir un major control sobre la seva carrera i no dependran d'una altra entitat per manejar la seva música i la seva imatge. Tenint en compte que el mercat de la música ha canviat i gràcies a la tecnologia i les xarxes socials, els artistes poden promocionar, distribuir i monetitzar la seva música sense ajuda d'intermediaris. Això implica assumir més responsabilitats i haver de disposar de més habilitats.

En definitiva, la millor opció per a cada artista dependrà de les seves necessitats i dels seus objectius, així com dels recursos dels quals disposi en el moment. Sempre és important fer una anàlisi de les diferents opcions disponibles i escollir la que ofereixi millors condicions i beneficis.

3.6 Distribució

Les empreses encarregades de fer arribar els enregistraments a les botigues de discs i grans superfícies són les distribuïdores. Actualment, amb el canvi de format, la majoria han passat a la distribució digital, però el concepte continua sent el mateix. El propietari de la gravació, el segell discogràfic o directament l'artista, estableix un acord amb la distribuïdora que farà d'intermediària perquè el seu producte arribi a les botigues i plataformes que s'estableixi per contracte.¹¹⁹

El salt a la distribució digital, ha permès que la música arribi a un públic molt més ampli i divers a través de les plataformes de *streaming*. Així mateix, molts artistes emergents, que amb el format antic ho haguessin tingut difícil per arribar a un nou públic, han pogut augmentar la seva visibilitat.

Des de la perspectiva de G8ctet, plantegem fer distribució digital exclusivament. L'objectiu és llançar els temes a poc a poc, segons la temporització establerta, a les plataformes de *streaming* i a les xarxes socials i així dilatar el llançament en el temps i poder guanyar més visibilitat. D'aquesta manera creem més possibilitats de fidelització a la nostra música i comencem a construir la nostra pròpia audiència. A més a més, la distribució digital és més rendible, ja que no cal fer una inversió per pagar les còpies físiques.

A continuació explicarem com funcionen aquestes empreses i quin aspecte és important tenir en compte a l'hora d'escollir-ne una.

3.6.1 Distribuïdores digitals

La distribució digital és un negoci a l'alça i no ens hauria de sorprendre que els tres grans segells discogràfics, Sony, Universal i Warner, siguin propietaris

¹¹⁹ Rodríguez A. *op. cit.*, p. 76-77

també de varies de les distribuïdores digitals que operen al mercat.¹²⁰ Podríem classificar les diferents distribuïdores entre les quals estan més enfocades a treballar amb segells, que volen distribuir la música del seu catàleg d'artistes, i les que solen escollir els artistes independents.

En primer lloc, les distribuïdores més enfocades a treballar amb segells solen tenir acords més exclusius amb les principals plataformes de *streaming*, com Spotify, Apple Music i Amazon Music. Aquests acords es basen en un millor control del contingut, més exposició de la seva música i, per tant, més promoció de l'artista. Normalment, requereixen un major compromís financer i un major control de drets d'autor.

D'altra banda, les distribuïdores digitals enfocades a artistes independents ofereixen una major flexibilitat i control sobre el contingut. Aquestes distribuïdores solen permetre als artistes mantenir la propietat total de les seves cançons i controlar els seus drets d'autor. També disposen de tarifes més baixes i no requereixen d'un compromís financer a llarg termini. De totes maneres, l'accés a les plataformes d'*streaming* pot ser més limitada, la qual cosa pot afectar negativament a l'exposició i promoció de l'artista.

A l'hora d'escollir una distribuïdora digital haurem de tenir en compte diversos aspectes, sempre en funció de les nostres necessitats.¹²¹ Els detallem a continuació:

- Comissions: aquestes s'apliquen als ingressos per vendes o reproduccions. Cal avaluar el percentatge de comissió en funció dels serveis que ofereix cada distribuïdora. Per exemple, tenint en compte que si una distribuïdora no et cobra comissió per la gestió de drets, es pagaran més costos per altres serveis i a l'inrevés.
- Costos bàsics: poden ser per llançament individual o per subscripció mensual o anual i incloure un número de llançaments determinat. O llançaments il·limitats amb una quota més gran. És important saber tot el que inclouen i el que no.
- Altres costos: algunes distribuïdores digitals ofereixen altres serveis més enllà de penjar la música a les plataformes. Aquests serveis poden variar segons l'empresa. Per un costat, poden ser serveis de promoció i gestió dels canals d'artista de les plataformes de *streaming*. I per l'altre, serveis de promoció més tradicionals, com per exemple, crear el lloc web, videoclips, gestionar els codis ISRC, fer còpies físiques, demanar llicències per fer versions de cançons, etc.

¹²⁰ Ibid., P. 78

¹²¹ RedMusix. *Listado de distribuidores de música digital y cómo elegirlos*. [En línea]. 2022 [Consulta: 30 de març de 2023]. <https://redmusix.com/listado-de-distribuidores-de-musica-digital-y-como-elegirlos/>

- Botigues digitals: considerar les botigues o plataformes digitals amb les quals treballa la distribuïdora i si són d'interès per l'artista.
- Pagament: els pagaments de drets d'autor arribaran a l'artista a través de les liquidacions amb les entitats de gestió, en el nostre cas SGAE. Els pagaments de drets de reproducció els faran les distribuïdores en funció del contracte acordat.
- Suport: és molt important que les distribuïdores ofereixin un bon suport tècnic i atenció al client. Algunes disposen de perfils en línia per als seus clients on es pot monitorar tota l'activitat de la seva música, entre altres serveis en funció de cada una. També cal considerar l'idioma en el qual s'ofereixen els serveis, la informació i la comunicació de cada distribuïdora.
- Canvis: per un costat és molt important conèixer la política de canvis de la distribuïdora, un cop s'hagi pujat la música a les plataformes serà molt complicat canviar de distribuïdor. Per fer-ho caldrà fer la sol·licitud per eliminar la música de les plataformes, procés que es pot dilatar en el temps. Quan ja s'ha eliminat s'ha de tornar a pujar amb el distribuïdor nou, ja que un mateix tema no pot estar a la plataforma dues vegades amb codis ISRC diferents. En aquest moment la teva música tornarà a la secció de novetats i això pot crear confusió a l'audiència . S'ha de tenir en compte també que una vegada pujada la música és molt difícil modificar-ne les dades, per això és necessari comprovar bé totes les dades prèviament.
- Vigència de la música a les plataformes: la vigència pot canviar en funció de les condicions. Algunes distribuïdores et permetran tenir la música de manera indefinida després d'un pagament, d'altres t'oferiran un període de vigència i per últim algunes mantindran la música mentre mantinguis la subscripció.

En general, és recomanable avaluar cada oferta completa de la companyia distribuïdora abans de prendre una decisió final. Tanmateix, valorant el model de negoci de cada una de les distribuïdores les podem englobar en tres grups:¹²²

1. Per pagament de drets: la comissió per drets serà elevada, sense altres costos.
2. Costos fixos: es pagarà una quota fix i els guanys per drets seran completament per l'artista.
3. Mixtes: es cobra un cost pel servei i a més un percentatge de drets.

¹²² Lamacchia M.C. Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad de Quilmes. *La música independiente en la era digital*. [En línia]. Quilmes, 2017. [consulta: 21 de març de 2023]. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/727>

3.6.2 Selecció G8ctet de distribuïdores digitals

Com a projecte emergent, des de G8ctet busquem expandir-nos al públic de la forma més efectiva possible i per aconseguir-ho és necessari distribuir la nostra música i posar-la a l'abast de l'audiència. Aquest és un pas que, en l'àmbit de l'autogestió, seria molt difícil d'aconseguir i, per tant, és essencial comptar amb una distribuïdora digital que s'adapti a les nostres necessitats; flexibilitat en els llançaments i en les tarifes.

Conscients de la importància d'aquesta decisió, hem elaborat una selecció de les distribuïdores digitals que considerem més rellevants i útils per a projectes similars al nostre, basant-nos en les necessitats específiques de les bandes emergents i la facilitat de gestió dels primers tràmits per a la distribució de la música al nostre país.

En aquesta selecció, enumerem diferents aspectes rellevants per als projectes emergents, com les comissions, els costos bàsics, els serveis addicionals, les botigues digitals disponibles i els preus orientatius. Aquesta informació pot ser d'una gran ajuda per als projectes que estan començant en el negoci musical i busquen distribuïdores digitals fiables i eficients.

1. CD Baby:¹²³ servei de distribució molt popular entre els artistes independents que des de l'any 1997 va començar amb distribució física, que encara gestionen amb un cost addicional. Ofereix distribució a més de 150 plataformes d'*streaming*, monetització amb Content ID, verificació per a Spotify i Apple Music, entre d'altres. Reparteix el 91% dels drets de reproducció generats i cobra només per cada llançament, mantenint la música per sempre a les plataformes. La plataforma està disponible en espanyol. Preu per senzill o àlbum amb serveis bàsics 9,99\$, preu per senzill o àlbum amb serveis extra 49,99\$ (2023).
2. DistroKid:¹²⁴ servei de distribució independent des de 2013. Ofereix distribució a les principals plataformes de *streaming*, incloent Spotify, Apple Music i Amazon Music. No cobra comissions de drets d'autor, permet als artistes mantenir el 100% dels seus guanys. Cobra una quota anual que permet llançar música il·limitada durant el període. Preu quota anual 22,99\$ (2023)
3. La Cúpula Music:¹²⁵ Distribuïdora fundada a Barcelona l'any 2006. Ofereix distribució a les principals plataformes de *streaming*, incloent Spotify,

¹²³ CD Baby. *Lanza tu música en todas partes*. <https://es.cdbaby.com/>

¹²⁴ Distrokid. *Be prolific*. <https://distrokid.com/>

¹²⁵ La Cúpula Music. *Distribución Digital y Servicios*. <https://www.lacupulamusic.com/>

Apple Music i Amazon Music. Reparteix el 95% dels drets de reproducció generats i cobra una quantitat fixa per a cada una de les cançons que es llencen. La plataforma està disponible en espanyol. Preu per senzill 2,99€ (2023)

3.6.3 Plataformes d'Streaming

Les plataformes digitals de música en *streaming* representen una eina clau per a la promoció i distribució de la música de qualsevol artista i s'han convertit en la forma més popular de consumir música a nivell mundial. L'opció de tenir accés a un ampli catàleg de música, artistes i àlbums en línia, en qualsevol moment i lloc del món, ha canviat la manera com l'audiència escolta i descobreix nous artistes.

En el gràfic de continuació podem observar el nombre creixent d'usuaris *Premium*, és a dir de pagament de Spotify a tot el món des del 1r trimestre de 2015 fins al 4t trimestre de 2022, que exemplifica el canvi en el model de consum de música.¹²⁶

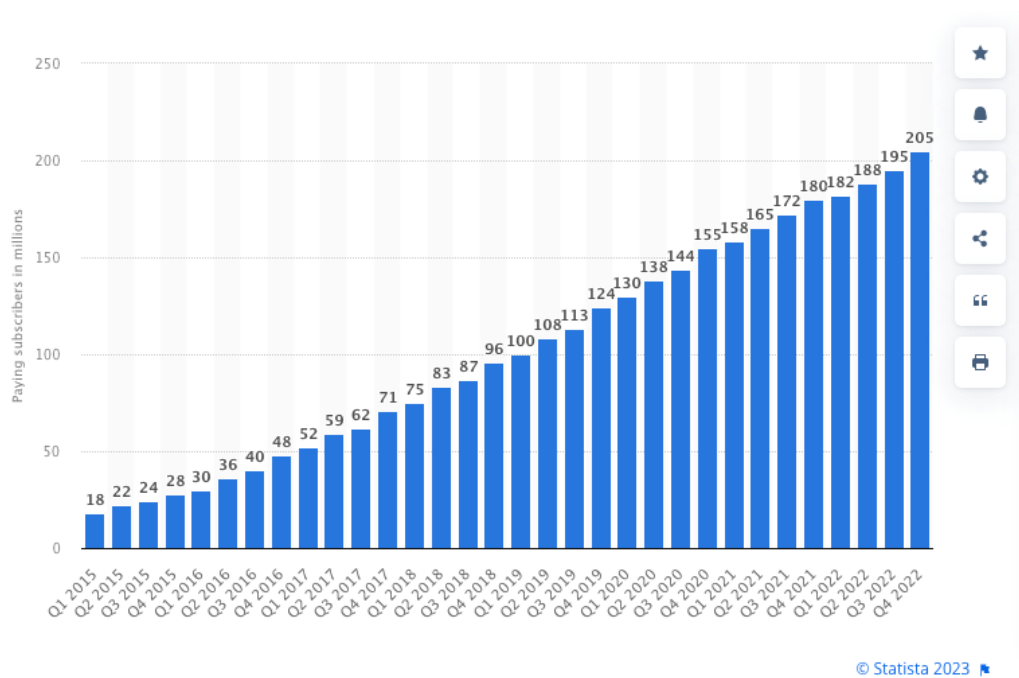


Fig 11. Nombre de subscriptors premium de Spotify a tot el món des del 1r trimestre de 2015 fins al 4t trimestre de 2022

Per als artistes, les plataformes digitals, són clau per arribar a una audiència global, millorar la seva visibilitat i la seva promoció. A més, representen un estalvi

¹²⁶ Statista. *Spotify: Number of Premium Subscribers Worldwide 2022*. [En línia]. 2023. [Consulta: 6 d'abril de 2023]. <https://www.statista.com/statistics/244995/number-of-paying-spotify-subscribers/>

econòmic a l'hora d'invertir en còpies i mitjans físics de distribució. La distribució en les plataformes com Spotify, Apple Music, Amazon Music o Tidal, entre d'altres, també permet als artistes establir una presència en línia i connectar amb la seva audiència fàcilment.

Com a projecte musical emergent, des de G8ctet, considerem fonamental tenir la nostra música en aquestes plataformes per arribar a un públic més ampli i establir una base de seguidors que ens ajudi a créixer com a banda. La facilitat d'accés que ofereixen aquestes plataformes, així com la facilitat per a vincular-les a les xarxes socials són fonamentals per a l'èxit a llarg termini dins del mercat actual.

A més, les plataformes digitals cada cop ofereixen més eines de promoció i màrqueting per als artistes, que ajuden a créixer i a arribar a més audiència. Algunes d'aquestes eines són les llistes de reproducció personalitzades, les campanyes publicitàries, la possibilitat de compartir l'activitat a les xarxes socials, entre d'altres. Totes elles són eines que permeten a l'artista connectar amb la seva audiència i fomentar el descobriment i la reproducció de la seva música.

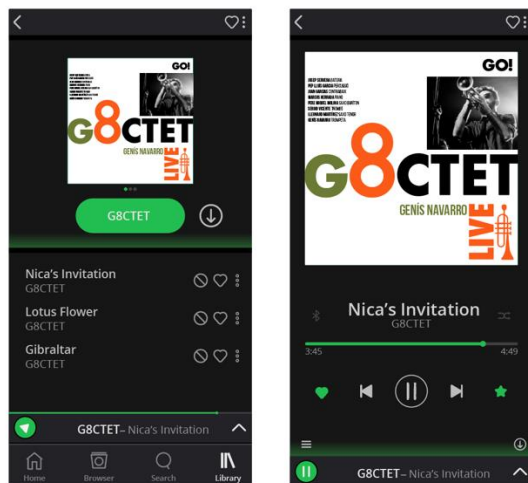


Fig 12. Simulació de l'aspecte del perfil de G8ctet de Spotify

Així mateix, les plataformes també ofereixen un perfil d'accés exclusiu per als artistes on s'ofereixen eines per a personalitzar la imatge d'artista que es mostra a la plataforma, la biografia de la banda, els pròxims concerts, enllaços a les xarxes socials i al lloc web, entre d'altres. Les eines més interessants que ofereixen aquests perfils d'artista són les eines de mesura. A través de les dades d'ús dels usuaris es realitzen una sèrie d'estadístiques que poden ajudar a l'artista a entendre millor els seus fans i dirigir de manera més acurada la seva campanya de promoció i la seva estratègia. Les dades que es recullen dels usuaris o oients i que es mostren en gràfics interactius són el nombre de *streamings*, des de quin lloc del món s'han fet, el moment exacte, rànquings dels temes més escoltats, altres

artistes que escolten els teus seguidors, la presència de la teva música en llistes d'altres usuaris o en llistes pròpies de promoció de la plataforma, entre d'altres. Els perfils d'artista s'han de reclamar per poder començar a gestionar-los. Ho pot fer l'artista pel seu compte o pot ajudar-se de la distribuïdora si té contractat aquest servei.

Pel que fa als ingressos de les plataformes digitals, aquests provenen de les quotes que paguen els usuaris, en diverses quantitats en funció de la modalitat contractada i de la plataforma. Així mateix, les plataformes que també ofereixen la opció gratuïta, anomenades *freemium*, també recol·lecten ingressos dels anuncis publicitaris que van inclosos en aquesta modalitat.

A partir d'aquí les plataformes reparteixen els seus ingressos en funció de les reproduccions que tingui cada artista i aplicant les seves pròpies formules. En el cas d' Spotify es calcula sumant el número de reproduccions que tenen els temes de cada artista i es divideix per la quantitat total de reproduccions que es fan en la seva zona de mercat. És a dir, com més reproduccions tingui el catàleg d'un artista respecte el contingut de Spotify a cada país, més ingressos rebrà del conjunt recollit per la plataforma en aquell territori, tenint en compte els seus ingressos per quotes i publicitat.¹²⁷ Un cop fet el càlcul, les plataformes pagaran a les entitats de gestió, en el cas espanyol a SGAE, que s'encarregarà de pagar a l'artista en funció dels seus contractes editorials i discogràfics o en funció dels acords amb la seva distribuïdora digital si no ha firmat cap dels dos acords anteriors.

3.7 El show en directe

El concert en directe és la font d'ingressos principal per a molts músics i, a Mallorca, això és especialment important durant la temporada d'estiu. Una temporada que comença aproximadament al mes de maig i acaba cap a principis del mes de novembre, amb una tendència a l'alça a l'hora de programar més concerts i esdeveniments exteriors durant els mesos menys calorosos: maig, juny, setembre i octubre. Amb les condicions meteorològiques a favor i la demanda turística creixent, hi ha una gran quantitat d'actuacions durant aquesta època de l'any, tant en els circuits públics, com en els circuits privats. Per a qualsevol músic de Mallorca, és crucial aprofitar aquesta oportunitat i fer tants concerts com sigui possible, ja que fora de temporada la feina baixa bastant.

En aquest sentit, G8ctet és un projecte musical mallorquí emergent i un dels seus objectius principals és promoure la música en directe i desenvolupar-se a l'illa. Per qualsevol projecte emergent, els concerts en directe són de vital

¹²⁷ Suárez E. Sympathy for the Lawyer. *¿Cuánto paga Spotify por cada reproducción?*. [En línia]. 2022. [Consulta: 9 d'abril de 2023]. <https://sympathyforthelawyer.com/hub/como-funciona-reparto-liquidaciones-spotify/>

importància, ja que, no només representen una font d'ingressos per als artistes, sinó que també són una oportunitat per fer calaix i executar altres accions a mode d'inversió per a la banda. Amb aquests ingressos es pot plantejar gravar un disc o generar altres continguts per a la promoció i visibilitat del projecte. La inversió inicial és clau per al creixement i la consolidació de qualsevol projecte emergent i es traduirà en més visibilitat i en més oportunitats de fer concerts.

El concert en directe és important a més per connectar l'artista amb l'audiència, perquè s'estableixi l'intercanvi entre ambdues parts i es generi una experiència que faci que vulguin repetir.¹²⁸ A Mallorca hi ha molts festivals de jazz i un circuit privat considerable on també hi ha espai per a aquesta música, cal doncs que el directe també compti amb el valor de la diferència i, per tant, és important treballar-lo.

Els concerts també poden representar un desgast considerable per als artistes si la logística no és bona. El perfil general del músic de jazz i música moderna mallorquí, és el perfil del músic *freelance*, que pot arribar a tenir més d'un concert en un mateix dia. Per aquest motiu, és crucial que els concerts estiguin ben planificats i organitzats i garanteixin bones condicions tècniques i de producció.

En l'àmbit tècnic, és necessari complir amb els mínims que la banda demana en el seu *rider* tècnic. Això garantirà un bon so i una bona il·luminació durant el concert, a més de la comoditat dels músics a l'hora de tocar. Per aconseguir tenir aquest aspecte controlat, és important presentar la proposta tècnica i d'escenografia als organitzadors, amb tot detall i antelació, per tal de garantir un bon transcurs de les proves de so i del concert en si. En aquest sentit, és bàsic que hi hagi una bona comunicació prèvia al concert entre artistes i promotors.

A continuació presentem una proposta de *rider* tècnic i de disposició a l'escenari, així com una proposta de full de ruta per a la logística de la banda els dies de *bolos*, enfocats a garantir el correcte desenvolupament dels concerts. Una proposta clara i ben estructurada facilitarà la comunicació entre les parts involucrades en l'organització del concert, cosa que ajudarà a evitar problemes i assegurar un resultat exitós.

¹²⁸ Aragón D. *La Nueva Fórmula para Vivir de la Música: la guía completa para que Emanager y artistas desarrollen su carrera en el Nuevo Escenario de la Música*: Barcelona: Lioc Editorial 2021. ISBN: 978-84-123299-1-9. p. 130

3.7.1 Escenari i rider tècnic



Fig 13. Rider tècnic pàgina 1

LLISTAT DE CANALS I MICROFONIA			
CANAL	INSTRUMENT	MICROFONIA	OBSERVACIONS
1	Trompeta	Senheiser MD441-U	
2	Saxo Tenor	Senheiser MD421	
3	Trombó	Electro Voice RE-20	
4	Saxo Baríton	Electro Voice RE-20	
5	Saxo Alto	Senheiser MD421	Ús puntual
6	Veu (Speech)	Shure SM58	
7	Piano L	AKG C414	
8	Piano R	AKG C414	
9	Contrabaix	AKG C414	Electricitat
10	Bombo	AKG 112	
11	Caixa (Top)	Shure SM57	
12	Xarxes	AKG C414	
13	Over Head L	AKG C414	
14	Over Head R	AKG C414	
15	Tumbadora 1	Shure SM57	
16	Tumbadora 2	Shure SM57	
17	Over Head	AKG C414	

AVÍS IMPORTANT: Proposta amb microfonia recomanada. És imprescindible enviar la proposta de contra rider al correu g8ctet_tech@gmail.com amb un mínim de 7 dies d'antelació abans de l'actuació.

Fig 14. Rider tècnic pàgina 2

MONITORATGE	
CANAL	INSTRUMENT
MONITOR 1	SECCIÓ DE VENTS
MONITOR 2	SECCIÓ DE VENTS
MONITOR 3	SECCIÓ DE VENTS
MONITOR 4	PIANO
MONITOR 5	CONTRABAIX
MONITOR 6	BATERIA
MONITOR 7	PERCUSSIÓ

Fig 15. Rider tècnic pàgina 3



Fig 16. Rider tècnic pàgina 4

3.7.2 Full de ruta

Teatre Principal 23/04/2024	
Adress	Carrer de la Riera, 2, 07003 Palma
Stage Size	8X6
Dressing Room	si, amb dutxes
Promoter	Ajuntament de Palma
Representant	Jaume 677 000 000
Sound Tech.	Joan 677 000 000
P.A	Enllaç especificacions tècniques de la sala
Teló contra / tarimes	si / no
Load in situation	si
Vehicles	Furgoneta de lloguer
Load In Time	08:00
Sound Check	09:00 - 10:00
Doors	10:00
On Stage	11:00
Vestuari	vestuari 1 (sense americana)
Repertori	El pactat més la versió de Jerry González
Notes	No cal dur backline!

Fig 17. Exemple de full de ruta per a un concert simulat

3.8 Management

En el moment en què ens plantegem llançar un projecte musical, és probable que es plantegi recórrer a un mànager o a una empresa de representació d'artistes.

El mànager és una persona que treballa per un grup o per un artista, per tal de promoure la seva carrera, el seu desenvolupament i gestionar els aspectes del negoci. Entre les seves funcions, desmuntant la creença errònia que els mànagers només busquen concerts, podem trobar, per un costat, la gestió dels aspectes legals i financers: negociar contractes i tarifes, gestionar altes d'artista i facturació. I per l'altre, les artístiques: aconseguir concerts i actuacions.¹²⁹

¹²⁹ Rodríguez A. *De artista a empresario musical. La fórmula para vivir de la música y no morir en el intento*. Venezuela: Editorial PanHouse. 2022. ISBN: 978-980-437-153-0. p. 82

Les oficines de management o de representació artística, treballen per cobrir la demanda del mercat musical i oferir els artistes i espectacles que conformen els seus catàlegs als circuits musicals públics o privats, en alguns casos representats per promotors o agents de zona, que faran d'intermediaris entre els "compradors" i els "venedors", però també de manera directa en funció de la zona geogràfica. La feina de comercialització i venda de concerts és el que es coneix com a *booking*.¹³⁰

Els mànagers pactaran amb els artistes un preu de mercat, conegut popularment com a caixet. D'aquest preu, pactat de comú acord amb els artistes, el mànager se'n quedarà un percentatge que sol rondar entre el 5 i el 20%. Així mateix, si en el tracte hi intervé un altre intermediari, caldrà també descomptar el percentatge corresponent.

Àngel Pujol, CEO de Management, empresa que treballa en la representació i el management d'artistes a Mallorca, a part d'altres serveis enfocats a l'artista i a la producció musical d'esdeveniments, parla de la construcció del caixet de la banda a partir del sou net del músic:

Nosaltres, primer de tot construïm el caixets, a partir dels nets que volen cobrar els músics calculem els bruts. Oficialment, els honoraris dels mànagers són del 20%, sí que és veritat que poden baixar. Com que les nostres propostes solen ser emergents intentem que els nostres honoraris no rebentin el caixet de la banda, si ja cobrem per la gestió de les altes doncs ho compensem i pot baixar a un 10%.¹³¹

Les empreses de management poden establir acords d'exclusivitat amb els seus artistes per evitar que aquests realitzin concerts de forma independent per a altres clients. A través d'aquests acords, es comprometen a proporcionar als artistes concerts, i a canvi, els artistes es comprometen a no acceptar ofertes d'altres empreses sense el consentiment previ del seu mànager. D'aquesta manera, els acords d'exclusivitat poden ser una eina útil per garantir la lleialtat dels artistes i assegurar un cert control sobre les activitats d'aquests.

Àngel Pujol sobre els acords d'exclusivitat:

Sí que es té en compte, però jo penso que com a persona representant me l'he de guanyar. El tema de l'exclusivitat és sobretot perquè altres *bookers* o managers tinguin una referència de contacte i s'aconsegueixin més concerts i ben gestionats.¹³²

Les agències artístiques tenen un paper determinant en el mercat de la música i els espectacles en directe, ja que són les que en el dia a dia tracten, conviuen, i

¹³⁰ Mañó V., Bori J. *Así funciona el negocio de la música*. Valencia: Editorial Circulo Rojo, 2016. ISBN:978-84-9126-572-6. p. 120

¹³¹ A. Pujol. Comunicació personal, 21 de març de 2023.

¹³² A. Pujol. Comunicació personal, 21 de març de 2023.

venen aquests continguts als potencials clients, que no són altres que els ajuntaments, comissions de festes, promotors, etc.

No obstant això, és important tenir en compte que la figura del mànager no és imprescindible per a tothom i que, en alguns casos, pot ser més interessant esperar a tenir un cert recorregut i sobretot, certa visibilitat per acudir-hi.

3.8.1 Do It Yourself (DIY)

Com a projecte musical emergent, des de G8ctet, la idea d'apostar per l'autogestió sempre que sigui possible, és clara. Tot i això, cal entendre que la figura del mànager pot ser molt valuosa, per això no la descartem per a més endavant. En aquest sentit, pot ser més interessant esperar a tenir un cert recorregut i sobretot, una certa visibilitat, així com tenir el projecte ben establert i una base de fans i seguidors sòlida abans d'invertir en aquest tipus de serveis externs.

Mallorca és l'àmbit geogràfic de desenvolupament del projecte, per les seves característiques geogràfiques és un lloc on la comunitat musical és relativament petita, cosa que fa que els músics es coneguin entre ells, sobretot en l'àmbit del jazz. Aquesta xarxa de contactes no només inclou altres músics, sinó també mànagers i promotors i fa que sigui més fàcil arribar a nous públics i clients de manera directa. A més a més, aquesta proximitat i coneixença fa que es generin col·laboracions i oportunitats de treball conjunt en el futur. Si a aquest fet hi sumem uns bons esforços per a promocionar-se a les xarxes socials i la confiança en el potencial del projecte, es poden arribar a aconseguir bona part dels objectius com a banda sense representació.

Des de la perspectiva del DIY, ens plantejem gestionar personalment la promoció i venda dels nostres concerts en directe, així com la negociació dels caixets i altres aspectes artístics. També la gestió dels aspectes legals i financers, com la gestió de les altes en Règim d'Artistes i la facturació. No obstant, som conscients que en un futur podrem necessitar l'ajuda d'un mànager que connecti amb el nostre projecte artístic per a afrontar nous reptes i assolir objectius més ambiciosos.

3.8.2 Dossier

Per a promocionar la nostra activitat musical i sobretot el nostre show en directe, hi ha diverses eines que podem fer servir, les xarxes socials, el lloc web i fins i tot el boca-orella. Tot i això, per una promoció efectiva del projecte és molt interessant considerar l'elaboració d'un dossier que serveixi per a enviar a possibles clients, agències de representació, promotors, establiments, etc.

El dossier és important que sigui visual, amb fotografies, hipervincles als vídeos, que mostri els treballs discogràfics, l'estètica de la banda, sempre respectant el *visual key*. A més, és crucial que parli honestament de l'artista i de la seva proposta musical: la posada en escena, l'estil musical, i que resumeixi l'experiència que es viurà en directe. També és rellevant que contingui els enllaços a les xarxes socials i a les plataformes musicals per poder escoltar la música i donar un cop d'ull a l'activitat i el tarannà del projecte ràpidament.

A continuació presentem una proposta de dossier per al projecte de G8ctet per a la temporada 2023-24.

G8CTET

GENÍS NAVARRO

MALLORCA SONA A LATIN JAZZ!

EXPLORANT LA SINGULARITAT DEL LATIN JAZZ I EL HARDBOB

UNA POSADA EN ESCENA ELEGANT

G8ctet destaca per cuidar la seva posada en escena. Agafen l'estil *Hipster* dels músics de jazz dels anys 50 a la ciutat de Nova York i el porten a l'escenari juntament amb una proposta musical d'alt nivell. Presenten un recorregut pel *hardbop* i el *latin jazz*, dues de les branques sorgides de la fusió del *bebop*, el jazz més enèrgic i contestatari, amb els ritmes i melodies afro-cubanes arribades del Carib a principis dels anys 50 i els estils més melòdics i *cool* sorgits a l'època.

"Anybody can play. The note is only 20 percent. The attitude of who plays it is 80 percent" Miles Davis

UN DIRECTE ENÈRGIC I AMB MOLTA ACTITUD!

Una secció de 4 instrumentistes de vent; trombó, trompeta, saxo tenor i baríton. Són la primera línia de l'octet, que compta amb una secció rítmica amb piano, contrabaix, bateria i percussió llatina. La banda fa créixer el concert a poc a poc i encomana el ritme al públic fins que és pràcticament impossible no posar-se a ballar amb els seus ritmes sincopats. L'amalgama dels estils *hardbop* i *latin jazz* entrellaça un repertori amb temes propis i versions de temes emblemàtics, així com clàssics del jazz en clau de *latin*. Temes d'artistes com Freddie Hubbard, Kenny Dorham, Art Farmer, Gerry Mulligan, Chet Baker, Wayne Shorter, Joe Henderson, Tom Harrell, entre d'altres.

Fig 18. Proposta de dossier pàgina 1

GO!



SINOPSIS DEL DISC

Genís Navarro G8ctet presenta el seu primer treball, un EP de presentació on reivindiquen el jazz com a forma de llibertat i expressió alhora que exploren les seves branques llatines i el hardbop. Amb la intenció de buscar nous camins per a expressar-se com a músics, G8ctet presenta un tema propi, del trompetista i líder de la banda Genís Navarro, i dos arranjaments de dos temes clàssics de Freddie Hubbard i Kenny Dorham. La potència de la secció de vents, el caminar de la base rítmica i el motor de les tumbadores, donen al disc tot el caràcter de la fusió afro-cubana i el bebop contestatari dels anys 50 als EEUU, que va resultar en el latin jazz i el hardbop.



CONTACTE

Mail: g8ctet@gmail.com
 Booking: 620 632 283



Fig 19. Proposta de dossier pàgina 2

3.9 Pla de xarxes socials

L'impacte del món digital ha comportat una transformació radical en la indústria musical que ha facilitat la possibilitat de viure de la música sense dependre d'una gran companyia discogràfica. Gràcies a la digitalització dels continguts i les xarxes socials, s'ha pogut establir una connexió directa entre els artistes i el seu públic, eliminant les barreres i permetent l'aparició de nous talents gràcies al suport dels oients.¹³³

Per un costat, les xarxes socials juguen un paper fonamental en la promoció dels projectes musicals, on l'autenticitat i la connexió emocional amb el públic arriben a ser més importants que arribar a la gran audiència.¹³⁴

Per l'altre, els artistes han de construir la seva pròpia imatge i donar a conèixer el seu univers personal amb l'objectiu d'establir una connexió més profunda amb el públic. La marca personal ha de reflectir l'essència real de l'artista i s'ha de treballar des dels aspectes com la música, la imatge visual, el discurs i l'estètica general. Així mateix, l'artista ha de tenir una visió empresarial i entendre que és el negoci en si mateix, generant continguts de qualitat que confirmen la seva presència a les xarxes socials, de manera contínua i sempre buscant la interacció amb el públic.¹³⁵

Finalment, és considerable construir una tribu fidel de seguidors que donin suport a l'artista i l'ajudin a promocionar-se entre les seves pròpies comunitats.

3.9.1 Guia G8ctet

A continuació presentem una taula on s'han enumerat deu propostes a tenir en compte a l'hora d'elaborar un pla de xarxes socials i com les abordarem des de G8ctet.

Proposta	Definició	Exemple G8ctet
Definir el <i>target</i>	Identificar la teva audiència. A qui es vol arribar? Característiques demogràfiques, interessos i	Persones d'edats compreses entre els 22 anys (edat del membre més jove de la banda) i 44 anys (edat del membre més adult).

¹³³ Aragón D. *La Nueva Fórmula para Vivir de la Música: la guía completa para que Emanager y artistas desarrollen su carrera en el Nuevo Escenario de la Música*: Barcelona: Lioc Editorial 2021. ISBN: 978-84-123299-1-9. p. 21-24

¹³⁴ Aragón D. *op. cit.*, p. 25-28

¹³⁵ *Ibid.*, p. 97-100

	comportament del públic	Interessats en la música, públic potencial de concerts en directe i actius a les xarxes socials
Crear un avatar	Crear un perfil amb tota la informació: Nom, gustos, interessos, imatge, etc.	Logotip de la banda adaptat com a avatar en les diferents plataformes. Seguiment d'altres projectes i músics similars
Identificar tribus	Descobrir comunitats i tribus que es relacionen amb el teu gènere musical. Seguir-los, interactuar i compartir contingut	Compartir la música en diferents comunitats jazzístiques: Demanar retorn d'opinió, participar dels fils de conversa
Definir la proposta de valor	Determinar què et fa únic i diferent en el món de la música	Formació emergent, amb músics molt joves d'orígens i interessos musicals diferents que convergeixen en el jazz, recolzants per una base rítmica amb molta experiència. Estil musical molt marcat. Músics amb altres projectes actius de cert renom
Establir la identitat de la marca	Definir com vols que et percebin els teus seguidors. Crear la identitat visual coherent amb el teu projecte musical: Logotip, <i>visual key</i> , estil de comunicació.	Imatge basada en l'estil <i>hipster</i> dels anys 50, tant en l'àmbit com d'estètica personal. Gràfica amb una clau visual molt marcada que serveixi d'eix conductor de tots els àmbits visuals. Estil de comunicació proper.

Crear contingut atractiu	Generar contingut rellevant i valuós pel teu públic en diferents formats; vídeo, foto, text	Compartir fragments dels temes, sessions en directe, fer un <i>behind the scenes</i> , històries personals, lletres i fotos creatives, etc.
Utilitzar plataformes clau	Determinar amb quines plataformes treballarem	YouTube i Instagram
Interactuar amb l'audiència	Respon els comentaris dels teus seguidors. Fomenta la interacció i el diàleg amb la teva audiència per involucrar els teus seguidors i fer-los sentir part del projecte	Fer preguntes, enquestes i concursos.
Establir una programació de les publicacions	Crear un calendari de publicacions per mantenir la presència.	Planificar les accions que es duran a terme a les xarxes socials amb antelació per tenir més consistència i evitar la inactivitat
Mesurar i ajustar	Utilitzar les estadístiques i mètriques que ofereixen les plataformes per avaluar el rendiment de les teves publicacions	

Taula 6. Propostes per elaborar un pla de xarxes socials

3.9.2 Plataformes

L'era digital ens brinda la capacitat de generar ingressos a través de les plataformes de les xarxes socials, pòdcasts, blogs o canals de YouTube. Aquestes plataformes obtenen ingressos a través de la publicitat que utilitzaran, en part,

per recompensar-te com a creador pel trànsit que generis en les teves xarxes i també en funció de les persones que interactuïn amb el teu contingut.¹³⁶

Una de les plataformes que usarem per a promocionar el projecte G8ctet és YouTube, la plataforma de vídeos que s'ha convertit en una de les opcions més destacades per a promocionar projectes musicals i arribar a audiències globals, a la vegada que molt versàtil a l'hora de monetitzar els continguts dels canals.

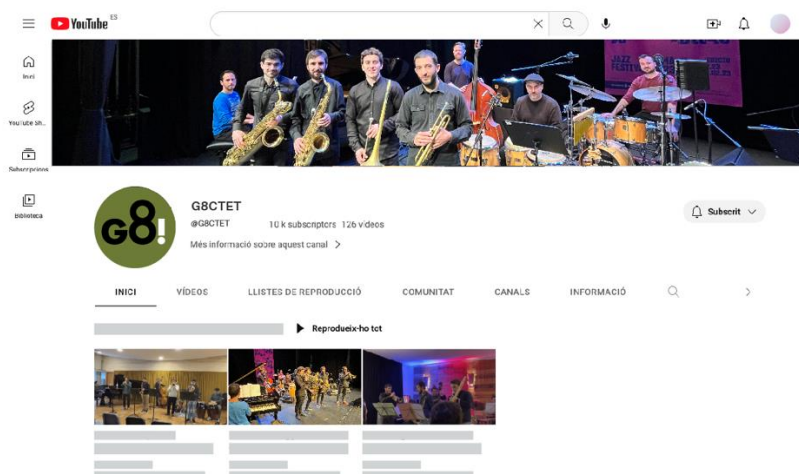


Fig 20. Simulació del perfil de YouTube de G8ctet

Una de les formes més comunes de monetitzar a YouTube és a través de la publicitat. Un cop el canal compleixi els requisits i disposi d'una base de subscripcions i visualitzacions suficients, es pot sol·licitar formar part del programa de socis de YouTube. Aquest programa permet monetitzar els vídeos mitjançant la inclusió d'anuncis en ells. Una altra opció de monetització és habilitar l'opció de membre, on els seguidors pagaran una quota mensual per a convertir-se en membres i accedir a continguts exclusius, com avenços de llançaments de cançons, sessions en directe o descàrregues gratuïtes. Una altra forma de monetització és enllaçar el canal de YouTube amb una botiga en línia, on els fans puguin adquirir articles de marxandatge o altres productes relacionats amb la música.¹³⁷

L'altra plataforma amb la qual comptarem per a la nostra promoció i per a establir un vincle més fort amb el públic serà Instagram que s'ha convertit en una plataforma imprescindible per a qualsevol projecte musical.

Instagram ofereix un enfocament visual dinàmic i atractiu, de ràpid accés i molt ampli abast que permet construir una base sòlida de seguidors i crear una comunitat dedicada al voltant del projecte musical.

¹³⁶ Rodríguez A. *op. cit.*, p. 174.

¹³⁷ *Ibid.*, p. 176

A través del perfil oficial no només es poden compartir fotos i vídeos relacionats amb el projecte, sinó que també es poden mostrar avenços de cançons, retalls de concerts en directe i diferents moments del procés creatiu o de situacions quotidianas de la banda. A més, les històries permeten mantenir els seguidors actualitzats en tot moment sobre els llançaments i els pròxims concerts o esdeveniments.

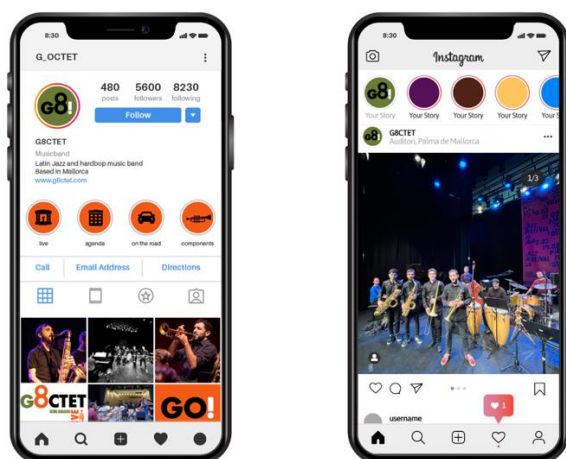


Fig 21. Simulació del perfil de Instagram de G8ctet

La plataforma també té el seu programa de monetització que, per exemple, permet als creadors llançar programes per membres als seus comptes, molt similars als que utilitza YouTube.

3.9.3 Accions

Com a peça fonamental per a la promoció del llançament del nostre projecte hem establert una sèrie d'accions que s'aniran organitzant al llarg del temps, seguint el *story line* que establirem. Aquest farà d'eix conductor per a la temporització de les nostres publicacions tant a YouTube com a Instagram i ens permetrà organitzar el recull de continguts i la seva edició amb previsió.

En aquest *story line* és oferir una visió detallada del procés de creació de la banda, des de la seva formació fins a la gravació i llançament del disc, mitjançant diverses accions estratègiques. Cada acció estarà dissenyada per mostrar una etapa específica del nostre procés creatiu i permetrà als nostres seguidors acompanyar-nos en cada un dels passos.

L'objectiu és crear una connexió autèntica amb el nostre públic, centrant-nos en la interacció i la participació activa dels nostres seguidors. Algunes de les accions que durarem a terme seran:

- Presentació dels membres de la banda. On es poden fer entrevistes exclusives per compartir les seves experiències.

- Càpsules de vídeo o fotos on es mostri el dia a dia de la banda; els assaigs, els errors, escenes quotidianes.
- Concursos, enquestes i reptes relacionats amb la nostra música o amb música similar.
- Sessions en directe a Instagram amb preguntes i respostes, permetent als seguidors interactuar directament amb la banda.
- Compartir fragments de les cançons per crear expectació i involucrar als seguidors en el procés de creació.
- Prestrenes de cançons i vídeos *behind the scenes*, per donar als seguidors una mirada exclusiva del procés de gravació.
- Promocionar el *pre-save* dels temes que es vagin publicant.
- Programar directes d'assaigs.

Mitjançant aquestes accions, busquem crear una experiència única i emocionant per als nostres seguidors, fent-los partícips del nostre procés creatiu.

3.9.4 Temporització

Per al llançament de G8ctet, preveiem un calendari a tres mesos vista abans del llançament del primer tema el 23 d'abril de 2024, dia assenyalat i època de llançaments editorials. Durant els mesos previs, prepararem el llançament amb les accions a les xarxes socials que mantindrem durant el maig i juny per a promocionar els tres temes que llançarem. També tindrem en compte en el calendari la temporització de la gravació, mescla del disc i l'obtenció del màster final.

De cara a la data de llançament, el 23 d'abril, es buscarà la possibilitat de fer una petita actuació gratuïta amb caràcter de promoció per presentar els temes en directe en algun espai públic. En aquesta data es celebra el dia del llibre, moltes llibreries surten al carrer, es fan signatures de llibres, els mitjans de comunicació estan a peu de carrer i és una molt bona oportunitat per a cercar un espai on es pugui fer una col·laboració en forma de concert a l'aire lliure i atraure públic i mitjans.

A continuació presentem un esquema de calendari on situem les dates de presentació, pre-save i les propostes de publicacions per al llançament. Més endavant detallarem algunes d'aquestes propostes.



Fig 22. Proposta de calendari de publicacions i llançament dels temes

- **Gener:**

Les dates importants al mes de gener seran, la data de gravació a voltants del 16 de gener i l’assaig general el dia 5. Durant la gravació s’aprofitarà per a gravar tots els continguts de vídeo per a elaborar els videoclips de cada tema, que seran les gravacions en directe a l’estudi i els recursos per a altres publicacions com ja hem explicat a l’apartat de gravació de continguts.

Pel que fa a les publicacions, estaran enfocades a la presentació de la banda, un directe de l’assaig general i la presentació de dos dels primers membres de la banda. També comptarem amb la sessió de revisió de la mescla que serà una altra oportunitat per a publicar.

- **Febrer:**

Durant el mes de febrer baixarem una mica el ritme de publicacions, que hi hagi marge per digerir tot el que hem publicat al mes de gener i ens centrarem a presentar dos membres més de la banda i a promocionar el primer clip que

penjarem a YouTube el dia 23 amb un concurs o enquesta la mateixa setmana d'estrena. El clip de YouTube, que també penjarem en el Reels d'Instagram serà un vídeo curt de l'experiència de la gravació des del punt de vista més quotidià, amb alguns errors, imatges dels músics a l'estudi, la descàrrega dels instruments, etc.

- Març:

Durant el mes de març les publicacions a Instagram estaran enfocades a acabar de presentar la banda, a fer algun avanç d'algun fragment d'un tema i a fer un concurs o enquesta per buscar la interacció amb els fans; preguntes sobre els membres de la banda, que endevinin el tema del qual els hem presentat un fragment, o alguna altra dinàmica.

- Abril:

Aquest serà un mes intens, ja que es publicarà el primer tema, el tema propi, per la qual cosa s'ha de programar el dia d'estrena amb la distribuïdora i obtenir l'enllaç per a preparar el pre-save de Spotify una setmana abans. Pel que fa a les publicacions estaran enfocades en promocionar el dia del llançament, la presentació en directe si es troba un espai per fer-la el dia 23, un directe de l'assaig previ a la presentació, un recordatori del pre-save, la publicació del primer videoclip una setmana després del llançament del tema i la publicació de *feedback* pel llançament del videoclip.

- Maig:

El mes de maig serà molt similar a l'anterior, amb el segon llançament a la vista cal programar la data d'estrena amb la distribuïdora, el pre-save i fer un nou directe, aquest cop xerrant del projecte a tall d'entrevista amb alguns dels membres de la banda. Les publicacions a Instagram estaran enfocades a la promoció del llançament, el pre-save, el directe i l'estrena i *feedback* del segon videoclip.

- Juny:

Altra vegada, un mes molt similar als dos darrers. Aquest cop amb una publicació enfocada a fer una enquesta de *feedback* per la feina feta fins al moment, o un petit concurs per endevinar quin serà l'últim tema, ja que serà la segona versió. Les publicacions estaran enfocades un cop més a la promoció del llançament del tema i del videoclip.

Aquesta és una proposta esquemàtica del possible calendari de llançament. És clar que la previsió és molt important perquè tot l'engranatge funcioni i s'arribi als dies clau amb bones previsions de seguiment. Cal trobar els millors dies per publicar i les millors hores, en aquest sentit fer ús de les eines d'anàlisi que

ofereixen les plataformes, serà clau per acabar de quadrar els dies, horaris i quantitats i tipologies de publicacions que funcionen millor.

4. CONCLUSIONS

Amb l'objectiu d'exposar les conclusions d'aquest treball, hem sintetitzat les principals reflexions derivades de l'estudi sobre el llançament del projecte G8ctet i la seva aplicació com a guia per al llançament d'altres projectes. Per exposar de manera coherent aquestes conclusions, hem analitzat tant els aspectes positius, com els reptes que hem aconseguit trobar amb la realització d'aquest treball i procurarem proporcionar una anàlisi detallada dels resultats i les implicacions que ha tingut per a nosaltres.

A través de la realització d'aquest treball hem pogut adquirir coneixements per a planificar el pla de llançament del nostre projecte musical des de la perspectiva de l'autogestió. A més, hem donat al document un caràcter pedagògic, exposant els resultats de la nostra investigació de manera clara i sempre exemplificant des de la nostra visió com a projecte emergent.

D'entrada, hem realitzat una anàlisi del model del negoci musical abordant, tant la seva evolució històrica, com el model actual, que es mostra en constant canvi i fortament influït per la tecnologia i els hàbits de consum. Hem detectat un model que no promou l'autogestió i molt jerarquitzat, on comprendre el funcionament complet d'alguns dels seus components requeriria d'una investigació molt més exhaustiva i fins i tot coneixements en l'àmbit jurídic.

Per a aprofundir en la zona geogràfica específica que ens hem centrat i on pretenem llançar el projecte, Mallorca, hem realitzat una anàlisi detallada de l'estat actual de la música jazz a l'illa. A través d'aquesta part de l'estudi, podem constatar que el panorama del jazz a Mallorca actualment és molt positiu. Destaquem la presència de molts músics i molts festivals de jazz, que també detallem en l'estudi, així com iniciatives impulsades des del teixit associatiu per a promocionar aquesta música, els projectes emergents com el nostre i oferir espais pedagògics i d'intercanvi.

Llançar un projecte en aquest context esdevé, al nostre entendre, l'oportunitat de participar d'aquest moviment creixent de músics i nous projectes, contribuint així a l'escena jazzística local i a crear un entorn més propici per a fomentar un major seguiment i una major demanda d'aquesta música. Atreure seguidors pot incentivar la programació de música jazz de manera més regular i fora del circuit dels festivals, promovent que més locals la incloguin en les seves programacions i fins i tot, incentivar l'obertura d'aquest tipus de negocis. Això ajudaria a abordar la falta d'espais dedicats a la música en directe a Mallorca.

A continuació, en el desenvolupament del cos del treball, examinarem diversos aspectes rellevants que ens han portat a reflexionar i mereixen tenir-se en compte.

En primer lloc, hem pogut detectar que el fet d'haver format la banda i haver treballat i tocat en públic un repertori, previ a la redacció d'aquest treball, ha facilitat l'elaboració del pla de llançament del projecte. Hem tingut l'oportunitat d'experimentar les sensacions de tocar junts, hem tingut l'experiència del concert en directe, els assajos i, sobretot, el feedback del públic. A més, hem rebut una bona acollida que ens ha brindat la possibilitat de tocar en altres llocs. Tot això ha motivat encara més l'elaboració d'aquest pla de llançament, ja que ens basem en que el projecte ens motiva, funciona, agrada i té potencial a curt termini.

En segon lloc, hem identificat un punt d'inflexió negatiu en les ajudes públiques per a projectes musicals i també en l'interès per promocionar bandes emergents. D'una banda, les ajudes es dirigeixen principalment a projectes amb cert recorregut, que poden demostrar actuacions prèvies, treballs discogràfics publicats i fins i tot, actuacions fora de les Illes Balears. Per a les bandes emergents accedir a aquestes ajudes resulta pràcticament impossible, la qual cosa contrasta amb el fet que són les bandes que més necessiten el suport econòmic per poder publicar un primer treball discogràfic, actuar, promocionar-se i aconseguir un cert reconeixement.

El mateix passa amb les empreses de representació d'artistes que principalment aposten per projectes que ja compten amb certa visibilitat, ja sigui a les xarxes socials o a través del reconeixement obtingut en les seves actuacions anteriors. Malauradament, la majoria dels festivals també es decanten per projectes ja consolidats que puguin aportar cert prestigi als seus cartells. Per tant, als projectes emergents com G8ctet, els queda recórrer a l'autofinançament, almenys en les seves etapes inicials, per poder accedir a la gravació d'un primer treball discogràfic, per a promocionar-se i aconseguir concerts, visibilitat i seguidors.

En aquest sentit, es poden considerar opcions com realitzar els primers concerts com a inversió, la cerca de patrocinadors i fins i tot plantejar campanyes de *crowdfunding* o marxandatge. També es pot contemplar la possibilitat de ser descoberts per un segell discogràfic interessat que decideixi invertir en el projecte, encara que això ens allunyaria del model d'autogestió plantejat inicialment. Una altra opció viable és aprofitar els espais que ofereixen les associacions per promocionar projectes emergents, utilitzant aquestes oportunitats per donar visibilitat i créixer.

En tercer lloc, tenint en compte que hem posat de manifest la importància dels concerts en directe com a principal font d'ingressos i que un dels objectius

principals del projecte és poder viure de la música, un altre repte que es planteja, és la forma jurídica que se li haurà de donar al projecte. Arribats a aquest punt serà necessari valorar les necessitats i situacions professionals de cada membre de la banda i establir el millor sistema per a la facturació dels directes.

En quart lloc, basant-nos en els resultats obtinguts, hem arribat a la conclusió que l'èxit del projecte dependrà en gran mesura de disposar d'una estratègia de comunicació efectiva. És necessari comptar amb un enfocament sòlid que ens permeti transmetre el nostre missatge d'una manera clara i coherent. Com a artistes valorem l'autenticitat i busquem que els nostres projectes reflecteixin els nostres valors i els nostres interessos, en aquest sentit és de vital importància que el missatge que transmetem sigui transparent i honest.

Hem detectat el paper fonamental de les xarxes socials per arribar a l'audiència, posant èmfasi a la importància de tenir un producte ben treballat, una estètica visual clara i una narrativa adequada que parli de la banda, dels seus membres i del seu dia a dia. També és essencial construir una comunitat de seguidors compromesos. En aquest sentit és important interactuar amb els fans, escoltar les seves opinions i involucrar-los en el projecte musical.

Per acabar, cal fer una reflexió final sobre la dificultat que suposa iniciar un projecte musical, especialment amb relació al finançament i a l'autogestió. No obstant això, és important tenir en compte que aquest document serà de gran ajuda i ho pot ser també per a molts d'altres projectes.

5. BIBLIOGRAFIA

5.1 Llibres

Aragón D. *La Nueva Fórmula para Vivir de la Música: la guía completa para que Emanager y artistas desarrollen su carrera en el Nuevo Escenario de la Música*. Barcelona: Lioc Editorial, 2021. ISBN: 978-84-123299-1-9.

Fernández Raul A. *From Afro-Cuban Rhythms to Latin Jazz*. University of California Press. 2006. ISBN:9780520247086. p. 10

Gioia T. *Historia del jazz*. Madrid: Turner Publicaciones SL. 2015. ISBN: 978-84-17141-71-4.

Mañó V., Bori J. *Así funciona el negocio de la música*. Valencia: Editorial Circulo Rojo, 2016. ISBN:978-84-9126-572-6.

Rodríguez A. *De artista a empresario musical: la fórmula para vivir de la música y no morir en el intento*. Venezuela: Editorial Pan House, 2022. ISBN: 978-980-437-153-0.

Susaeta P., Trinidad P. *El negocio de la música: guía práctica sobre el entorno profesional y legal del músico*. Madrid: Fundación Autor, 2005. ISBN: 84-8048-655-4.

Washburne. C. *Latin Jazz: The Other Jazz (Currents in Latin American and Iberian Music)*. Oxford University Press, 2020. ISBN: 0197510841. p. 194

5.2 Treballs acadèmics

Aron Henry L. Freedom Now!: Four Hard Bop and Avant-garde Jazz Musicians. *East Tennessee State University ProQuest Dissertations Publishing*, 2004.

<https://www.proquest.com/openview/86b878f578a98773b492413f2a35d7f3/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

Domínguez Álvarez D., Carballo Rodríguez A. El nuevo paradigma de la industria musical. La revolución de internet. *Universidad de la Laguna*. 2016. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/3787>

Electronic Melbourne Art Journal. Hipster Aesthetics: Creatives with no alternative. *ProQuest*. Melbourne, 2016. [Consulta: 25 de febrer 2023]. <https://www.proquest.com/openview/f9f6e1c7d8043c49bea69604f4e1c5ba/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1536335>

Escandell Montiel D. Literatura digital para la enseñanza del español como lengua extranjera. *Red de información educativa. Universidad de Salamanca*. 2011. <http://hdl.handle.net/11162/82995>

Jaramillo Melo M. La influencia de la cultura afrocubana en el desarrollo del jazz latino en la ciudad de Nueva York, entre los años 1940 y 1950. *Universidad San Francisco de Quito*. Quito. 2019. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/8131>

Lamacchia M.C. Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad de Quilmes. *La música independiente en la era digital*. [En línea]. Quilmes, 2017. [consulta: 21 de març de 2023]. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/727>

Monleón López P. Tendencias emergentes de consumo de música digital. Internet y el futuro de la industria discográfica: Spotify, un análisis desde la publicidad. *Ediciones de las Ciencias Sociales de Madrid*. 2011. <https://doi.org/10.6035/978-84-87510-57-1.2011.48>

Salvà T. *Recepció del jazz a Mallorca des del 1930 fins a l'actualitat*. Barcelona: ESEM-Taller de Músics. 2013.

5.3 Artículos de diarios i revistas en línea

Arango Archila F. El impacto de la tecnología digital en la industria discográfica. *Dixit*. Num. 24. 2016. [consulta: 22 de febrero de 2023]. <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1168>

El Universo. Apple lanza esperado servicio de música online. *El Universo*. 2003. [Consulta: 23 de febrer de 2023] <https://www.eluniverso.com/2003/04/28/0001/687/8E1F96457E7147FC955370188C734E9D.html>

Hynes J. The Late Great Pianist Harold Mabern Displays Leading Man Big Hands in “Mabern Plays Mabern” (Album Review). *Glide Magazine*, 2020. [Consulta: 3 febrer 2023] <https://glidemagazine.com/241680/the-late-great-pianist-harold-mabern-displays-leading-man-big-hands-in-mabern-plays-mabern/>

Inventing Entertainment: The Early Motion Pictures and Sound Recordings of the Edison Companies. History of the Cylinder Phonograph. *Library of Congress*. Washington D.C. USA. [consulta:]. <https://www.loc.gov/collections/edison-company-motion-pictures-and-sound-recordings/articles-and-essays/history-of-edison-sound-recordings/history-of-the-cylinder-phonograph/>

Zimmer B. “Tin Pan Alley”: Where Songwriters Once Banged Away on Cheap Pianos. *The Wall Street Journal*. 2022. [consulta: 19 de febrero de 2023]. <https://www.wsj.com/articles/tin-pan-alley-where-songwriters-once-banged-away-on-cheap-pianos-11641563861>

5.4 Artículos de páginas web

AllMusic. *Afro-Cuban Review by Michael G. Nastos*. [en línea]. USA, 2012. [Consulta: 3 febrer 2023] <https://www.allmusic.com/album/afro-cuban-mw0000187932>

AllMusic. *Born to be Blue Review by Scott Yanow*. [en línea]. USA, 2012. [Consulta: 3 febrer 2023] <https://www.allmusic.com/album/born-to-be-blue-mw0000188314>

AllMusic. *Modern Art Review by Michael G. Nastos*. [en línea]. USA, 1969. [Consulta: 3 de febrer 2023] <https://www.allmusic.com/album/modern-art-mw0000197770>

Castán A. *La propiedad intelectual no limita el acceso a la cultura*. [En línea]. 2013 [Consulta: 3 de gener de 2023] <https://www.cedro.org/blog/articulo/blog.cedro.org/2013/02/18/la-propiedad-intelectual-no-limita-el-acceso-a-la-cultura>

El vinilo se desviste. *Victor Talking Machine Company, una de las discográficas con más peso de la época*. El vinilo se desviste. [En línea]. 2012. [consulta: 21 de febrero de 2023]. <https://elvinilosevistede.wordpress.com/2012/12/06/victor-talking-machine-company-considerada-la-primera-discografica-de-la-historia/>

García Visos B. *El sonido eterno: del fonógrafo a la holofonía*. BBVA Openmind. [En línea]. 2018. [consulta: 21 de febrero de 2023]. <https://www.bbvaopenmind.com/humanidades/cultura/el-sonido-eterno-del-fonografo-a-la-holofonia/>

Hernández Ruza J. *¿Realmente se suben 60 mil canciones al día a Spotify?* [En línea]. Industria Musical, 2022. [Consulta: 8 de febrero de 2023] <https://industriamusical.com/realmente-se-suben-60-mil-canciones-al-dia-a-spotify/>

IMusician. *Te explicamos qué son los derechos de autor (o copyright) en la música y como cobrarlos*. [En línea]. 2022. [Consulta: 27 de gener de 2023]. <https://imusician.pro/es/recursos-practicos/guias-sobre-industria-musical/derechos-de-autor-musica>

Llacer Pozo F. Drop Show. *Qué es una editora musical y cuál es su función*. [En línea]. 2021. [Consulta: 10 de març de 2023]. <https://drop.show/es/editora-musical>

Mckenzie L. Groover Blog. *¿Cómo publicar legalmente un cover en las plataformas de streaming?*. [En línea]. 2022. [Consulta: 30 de gener de 2023]. <https://blog.groover.co/es/consejos-para-musicos/promociona-tu-proyecto/publicar-cover-legalmente-en-plataformas-streaming/>

Nicholson S. *The 1952-3 Gerry Mulligan Quartet with Chet Baker – Forgotten Jazz Classics*. [En línea]. Londres, 2020. [Consulta: 3 febrer 2023]. <https://stuartnicholson.uk/the-1952-3-gerry-mulligan-quartet-with-chet-baker-forgotten-jazz-classics/>

Olóndriz P. *¿Cómo saber qué música tiene copyright?* [En línea]. Legis Music 2016. [Consulta: 26 de gener de 2023] <https://legismusic.com/es/como-saber-que-musica-tiene-copyright/#toc4>

Pérez López M. A. Sympathy for the lawyer. *Concepto legal de productor musical o productor de fonogramas*. [En línea]. 2017 [Consulta: 5 de gener de 2023]. <https://sympathyforthelawyer.com/hub/concepto-productor-de-fonogramas-productor-musical/>

Pérez López M. A. Sympathy for the lawyer. *Entidades de gestión en la industria musical*. [En línea]. 2017. [Consulta: 28 de gener de 2023]. <https://sympathyforthelawyer.com/hub/entidades-gestion-la-industria->

[musical/#:~:text=AIE%20gestiona%20los%20derechos%20de,%E2%80%93%20compensaci%C3%B3n%20por%20copia%20privada.](#)

Premiere actors. *¿Es legal publicar covers?*. [En línia]. 2019. [Consulta: 30 de gener de 2023]. <https://www.premiereactors.com/legal-publicar-covers/>

Promoción Musical. *Las mejores Compañías Editoriales de Música y como elegir una*. [En línia]. 2021 [Consulta: 2 de març de 2023]. https://promocionmusical.es/mejores-companias-editoriales-musica#Primarias_secundarias_e_independientes

Promusicae. *El mercado de la música grabada en España supera ya los 400 millones de euros*. [En línia]. 2022. [Consulta: 26 de gener de 2023]. <https://www.promusicae.es/noticias/el-mercado-de-la-musica-grabada-en-espana-supera-ya-los-400-millones-de-euros-n388/#:~:text=El%20mercado%20digital%20alcanza%20el,%2C7%20millones%20de%20euros>

RedMusix. *Listado de distribuidores de música digital y cómo elegirlos*. [En línia]. 2022 [Consulta: 30 de març de 2023]. <https://redmusix.com/listado-de-distribuidores-de-musica-digital-y-como-elegirlos/>

SGAE. *Los derechos digitales crecen un 67,8%*. [En línia]. 2022. [Consulta: 27 de gener de 2023]. <https://www.sgae.es/noticia/los-derechos-digitales-de-sgae-crecen-un-678/>

Statista. *Spotify: Number of Premium Subscribers Worldwide 2022*. [En línia]. 2023. [Consulta: 6 d'abril de 2023]. <https://www.statista.com/statistics/244995/number-of-paying-spotify-subscribers/>

Suárez E. Sympathy for the Lawyer. *¿Cuánto paga Spotify por cada reproducción?*. [En línia]. 2022. [Consulta: 9 d'abril de 2023]. <https://sympathyforthelawyer.com/hub/como-functiona-reparto-liquidaciones-spotify/>

Un Planeta de Sonidos. *Columbia Records*. [En línia]. [consulta: 21 de febrero de 2023]. <https://unplanetadesonidos.com/columbia-records/>

5.5 Pàgines web i publicacions a xarxes socials i plataformes

AIE. *Hazte socio*. [En línia]. [Consulta: 30 de gener de 2023]. <https://www.aie.es/socios/hazte-socio/>

Ajuntament de Sa Pobla. *Festival de jazz de Sa Pobla, edicions anteriors*. [En línia]. Mallorca [Consulta: 28 de febrer de 2023]. <https://www.sapobla.cat/index.php/component/k2/item/742-edicions-anteriors>

Associació s'Escat. [@associaciosescat]. (29 de desembre 2022). *Recordau que demà celebrem que feim un any.* [FOTO]. Instagram https://www.instagram.com/p/CmwZ7Cjprj/?utm_source=ig_web_button_share_sheet

BCulture. *Música.* <http://www.bculture.org/ca/disciplina/musica/>

Boise Phil (2 d'octubre de 2018). Boise Phil. *Brian Vance on Tchaikovsky + Chet Baker.* [arxiu de video]. Recuperat de <https://youtu.be/gmDv0bnMboA>

CD Baby. *Lanza tu música en todas partes.* <https://es.cdbaby.com/>

Distrokid. *Be prolific.* <https://distrokid.com/>

Institut d'Estudis Balearics. *Portal de subvencions Institut Estudis Balearics.* <http://www.iebalearics.org/ca/subvencions/musica/>

Jazz Voyeur Festival. *15 Edicions anteriors.* [En línia]. Mallorca, 2022 [Consulta: 26 de febrer de 2023]. <https://jazzvoyeurfestival.es/ediciones-antiores/>

La Cúpula Music. *Distribución Digital y Servicios.* <https://www.lacupulamusic.com/>

Ministerio de Cultura. Agencia Estatal: Boletín Oficial del Estado. *Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.* [en línia]. 1996 [consulta: 28 de desembre de 2022]. <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/1996/04/12/1/con>

Ministerio de Cultura y Deporte. *Manual de usuario gestor de Oficinas Provinciales.* [En línia]. Palma de Mallorca, 2023 [Consulta: 3 de gener de 2023] <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:e15aafeb-cbe4-4b4f-88c7-2efa5461d413/solictud-primer-a-inscripcion.pdf>

Ministerio de Cultura y Deporte. *Registro de la Propiedad Intelectual.* [En línia]. [Consulta: 3 de gener de 2023] <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/propiedadintelectual/mc/rpi/inicio.html>

Ministerio de Cultura y Deporte. *Sede Electrónica.* [En línia]. [Consulta: 3 de gener de 2023] <https://cultura.sede.gob.es/>

SACEM. *Repertoire of works.* <https://repertoire.sacem.fr/en>

SGAE. *Alta online (haste socio/a).* [En línia]. [Consulta: 30 de gener de 2023]. <https://www.sgae.es/autores-editores/alta-online/>

SGAE. *Repertorio SGAE.* [En línia]. [Consulta: 30 de gener de 2023] <https://enlinea.sgae.es/RepertorioOnline/>

SGAE. Sede Electrónica. *Únete a SGAE, registra tu obra y comienza a obtener los beneficios generados por derechos de autor.* [En línia]. [Consulta: 30 de gener de 2023]. <https://sede.sgae.es/register>

Songfile. *The easy way to license songs.* <https://www.songfile.com/public-search>

TalentIB. Música. <http://www.talentib.com/ca/p/manual-us/>

6. ANNEXES

6.1 Entrevistes

6.1.1 Entrevista a Miquel Àngel Contreras

22 de març de 2023. Palma de Mallorca

Miquel Àngel Contreras, Palma de Mallorca. 1986; Coordinador General de Cultura a l'Ajuntament de Palma. Ha estat coordinador de diferents districtes i dinamitzador del servei de Dinamització lingüística de l'ajuntament de Palma. Ha treballat de mediador cultural al Museu d'Art de Girona, al Museu de Ceret i al Museu Guggenheim Bilbao, així com per a diverses entitats culturals. Àmplia trajectòria en el món associatiu.

- **Coordinador de cultura. És un càrrec polític?**

Sí, exactament

- **I quines són les teves funcions generals?**

Ui, moltes, sa veritat. Cultura és una àrea molt diversa. Tenim des dels diferents programes culturals o festivals; festivals de música, d'arts escèniques. La gestió dels propis espais culturals; castell de Bellver, teatres, 22 biblioteques municipals, etc. Sa confecció o gestió del pressupost de cultura, que és important perquè va amb relació a les línies que vols impulsar. La gestió de les subvencions... És molt ampli.

- **Cultura i Benestar Social és la mateixa àrea, com us organitzeu, perquè en certs aspectes semblen molt diferents?**

De fet, funcionem com dos departaments totalment diferents. Benestar Social gestiona atenció a serveis socials a persones vulnerables, ajudes socials, etc. Ses dinàmiques són molt diferents. El que sí que des de principis de legislatura hem volgut treballar aprofitar que estàvem sota un mateix paraigua per treballar amb sa cultura com una eina d'inclusió social, per exemple, butaques socials en els teatres municipals o acostar programacions culturals en els barris o fins i tot a residències de gent gran o centres d'educació especial.

- **Hi ha preferències dins de la gestió de les vostres activitats? El pla estratègic està per regular-ho?**

Això funciona una mica ses prioritats que estableixes en l'àmbit polític. Nosaltres tenim diferents línies, per exemple la de promoció cultural, que sí que és ver que hem donat molta importància en els festivals, com el festival de jazz que vam recuperar. Els festivals més grans són el de jazz, el de dansa i el Cançons de la Mediterrània. Després donem suport a altres iniciatives que no són municipals propis. Llavors evidentment tenim suport a iniciatives culturals que passen a la ciutat i que les hem de recolzar, per exemple, col·laborem amb el festival Alternatilla o el Jazz Voyeur, que no tot passa a Palma, però si que hi tenen un peu en algun moment.

Per tant, hi ha una part de festivals, una de subvencions, que per nosaltres centram molta atenció a la d'espais culturals i establiments culturals, on se poden presentar llibreries, galeries d'art, teatres privats, etc. Que per nosaltres és important perquè també programen cultura. La part social, que per nosaltres és molt important centrar-hi recursos. I el que nosaltres diem, els projectes estratègics, que són molt lentes per temes de pandèmies, entre d'altres, que són les sales d'assaig públiques, Can Ribes que serà un centre de circ i s'antiga presó que hi haurà tota una ala per a centre de creació d'arts visuals i escèniques.

- **La línia de suport a establiments culturals, s'hi presenten locals musicals?**

No és només comerç, hi entren des de llibreries, teatres privats, galeries d'art, Es Gremi que programa música i de música també TRUI teatre. No sé el número exacte, però se n'hi presenten molts.

- **Respecte al festival de jazz. S'ha recuperat, però ha estat com 20 anys sense fer-se oi?**

Me sona que es va acabar l'any 91 o 92, però va ser quan hi va haver un canvi de govern als anys 80. A l'època amb els socialistes hi va haver molta inversió en cultura, llavors l'any 91, va entrar el PP i es va deixar de fer el festival. Va ser un tema polític i ningú el va recuperar.

Nosaltres el vam recuperar, evidentment no és el mateix ara que als anys 80, però pensàvem que hi ha un moviment de jazz aquí interessant i tenir figures aquí referents en l'àmbit estatal o internacional pensàvem que era interessant recuperar-lo.

- **Per tant la iniciativa de recuperar-lo va ser de l'equip polític d'ara?**

Sí, sí, una cosa recent

- **I com vau decidir gestionar-lo? En l'àmbit de gestió artística, per exemple?**

Nosaltres tenim com dues maneres de fer les coses. Primer de tot donar suport a les coses que ja passen, com el Jazz Voyeurs o l'Alternatilla, amb els quals col·laborem i després els festivals que gestionem amb recursos propis, doblers i

personal. En el cas del Festival de Jazz hi ha una persona que és la tècnica de referència que se n'ocupa i du el festival, el que nosaltres vam trobar interessant buscar la figura de l'assessor artístic del festival, un assessor extern que ens fes la proposta. Amb en Ferran Pereyra doncs hi fem feina tot l'any. Acaba el festival, fem una valoració, què ha funcionat, què no, etc. I a partir d'aquí fem feina per l'any següent. Vam pensar que en Ferran era una persona interessant perquè en sap molt, té molta trajectòria, la seva figura és bastant inqüestionable i no té interessos amb grups d'aquí ni res, no és cap promotor ni mànager, és una figura bastant neutre. Vam apostar per ell i ho seguim fent.

- **Poseu condicions com a promotor? Quantitat de músics d'aquí, presència femenina?**

Sí, d'una banda que hi hagi figures a nivell estatal o internacional perquè la gent d'aquí se'n nodreixi. Després que hi hagi una part local. Un tema de gènere, que és un tema que hem anat aplicant a totes les programacions culturals.

També intentem descentralitzar el festival. Hem intentat fer coses amb espais que habitualment programen jazz. Amb Es Gremi, el Jazz Lounge, quan el Saratoga programava jazz també.

A nivell de programació és això, equilibri de gènere, equilibri entre músics d'aquí i de fora, que hi hagi activitats familiars.

- **Com han funcionat les iniciatives, per exemple les entrades de apropa cultura?**

Han funcionat molt bé. Sempre vénen un munt d'entitats, funciona súper bé. I amb el festival també estem molt contents perquè hem fet soldo ut total. La primera edició també va fer sold out.

- **Per exemple, abans em parlaves d'altres festivals amb els que participeu de manera indirecte. El Jazz Voyeur i l'Alternatilla, com hi participeu?**

Sí, nosaltres hi participem cedint els Teatres Municipals per als seus concerts i de vegades hem participat en algun catxet d'algun dels grups que ha vingut a tocar, per exemple, al Txesc Fortesa. Al final és omplir la programació dels teatres.

- **Quins són els mecanismes per accedir a aquestes ajudes? Hi ha d'haver una inversió prèvia a la subvenció sempre?**

Amb ses subvencions sempre has de justificar el que has fet, cada cèntim. Amb la llei de subvencions sempre es paga després. És complicat per la gent que vol començar des de zero, has de tenir un fons.

- **Quan cedi els espais municipals, en quines condicions ho feu?**

Quan és una cessió per fer alguna cosa en es teatre ho cedim tot. El personal, la part tècnica, taquilla, seguretat. També posem a la disposició la nostra

plataforma d'entrades i el taquillatge. És una inversió grossa si, obrir tot el teatre per un dia és una ajuda important, per això intentem que estigui ben justificat, que la proposta sigui interessant i nodreixi la oferta cultural de la ciutat. També ho cedim a entitats municipals sense ànim de lucre, ja que pensem que els teatres han de tenir aquesta funció de retorn a la ciutadania.

Evidentment cal presentar un projecte i presentar-lo, amb els objectius, la proposta artística i una mica de pressupost, per valorar.

- **Es posa més lupa quan és una entitat privada que demana la cessió?**

Si son empreses privades relacionades amb la cultura no. Si és una que no té res a veure, directament és difícil que es cedeixi. Però pensem que s'Ajuntament ha de tenir relació amb les empreses que treballen amb la cultura. Al final l'Ajuntament no arriba a tot i les seves propostes generen activitat cultural a la ciutat i per això, doncs les portes obertes. Al final no penses en el que t'agrada a tu mateix, sinó que ets neutral i intentes arribar a tots els gustos.

- **Quan ens hem d'asseure per col·laborar entre Ajuntament i Conservatori?**

Si que és cert que hi hem xerrat alguna vegada i amb s'ESADIB, però encara no ha quallat. Estaria bé que hi hagués una mica més de col·laboració. Per exemple, si hi ha un festival de jazz doncs és molt interessant que els alumnes del Conservatori tinguessin la oportunitat de formar-hi part. De vegades és difícil establir les relacions entre institucions, però crec que s'hauria de treballar una mica més en aquest sentit.

6.1.2 Entrevista a Pep Lluís Garcia

15 de març de 2023. El Molinar

Pep Lluís Garcia, Palma de Mallorca. 1978: Músic, bateria, percussionista mallorquí. Bàsicament músic freelance que participa des de fa anys en varis projectes esporàdics. Músic de sessió i també músic fixe en els alguns projectes com, *971 connection*.

- **Quins són els teus projectes, podríem dir fixes, o amb els que portes més anys i per tan hi tens una responsabilitat, direm, d'autoria, de projecte propi?**

Jo soc bàsicament músic freelance. Pràcticament, no tinc projectes perquè fa molts anys que estic en aquesta situació. Sí que hi ha bandes en què coincidesc més, o repetesc, o inclús tenc un poquet de veu. Que és una cosa que m'intent llevar, bé no és que m'ho intenti llevar... El fet de tenir projecte te dona un compromís, i això fa que després sigui més difícil fer feina perquè, si te criden per alguna cosa que no és un projecte i ja tens un bolo aquell dia, doncs ja l'hem feta...

- **Cal gestionar bé les prioritats doncs?**

Sí. Faig feina per agenda. Sí que en acabat hi ha projectes que puc mantenir perquè hi ha una amistat, una confiança i també me va bé mantenir-los. "971 connection", un òrgan trio, amb en Gori Matas i l'Omar Lanutti. Que amb sa tonteria, ja fa anys que ho tenim en marxa i clar, se pot mantenir perquè fem bolos quan podem, quan volem i ja està. És veritat que com a projecte creatiu és on un posa de sa seva part. És veritat que moltes vegades un va a fer feina, i clar que hi poses de la teva part, quant a ritmes o solos, però bé, al final estic a les ordres d'algú, que és una cosa que me resulta còmode. Més projectes d'aquests. Per exemple hi ha un grup que se diu "Timba Tumbet", diguem que el vaig crear jo.

- **Potser tornem a el de sempre. El turisme, com està enfocat el negoci. És difícil agafar recorregut amb un projecte?**

Sí. Tot i que fa uns anys que la gent jove es poda més les piles quant a fires, a sortir a fora. Sí que es pot fer promoció, se poden fer coses, per un grup de jazz. El que passa és que duu una feina, hi ha d'haver algú al darrere que ho mogui i tal. Estan fent feina així com faig jo, un bolo aquí, un bolo allà... Sí, ara muntem un repertori que mos du una feina i uns assaigs, d'acord. Són mini projectes alguns. I després hi ha molta feina que està enfocada directament al turista i al moment. I anar a tocar; Anar a tocar a una boda... Això són coses que duen feina a vegades, i a vegades no, però a vegades per tocar a bodes hi ha gent que te demana un assaig i preparar-ho, doncs bé, se prepara.

Dins del turisme, hi ha una cosa, que és ver que se pot jugar amb això. És a dir, no fa falta anar amb un saxo i unes bases a tocar a la terrassa d'un restaurant i acabar de matar la música... És tot respectable, però no fa falta! O sigui, se pot plantejar alguna cosa amb un poc més de qualitat i hi ha llocs on se poden fer coses per turistes i de qualitat.

- **O sigui que hi ha un circuit turístic de música de qualitat?**

Un punt entremig sí que hi és. Ara, és ver que és reduït. Per exemple, ses *jams* que hi va haver tant d'anys a s'hotel Saratoga. Que ja era una cosa que venien estrangers i que era molt cap al turisme. També hi havia gent local evidentment i el que volia podia oferir alguna cosa de qualitat i sincer, el qui volia. Llavors una altra cosa és que te l'acceptés el mànager d'allà. Si que hi havia cosetes que eren interessants que se feien allà i que eren enfocades al turisme. Vull dir que te donen una oportunitat, es turisme, que no la tens segons com, a Murcia, no sé per xerrar.

- **Com valores l'estat de salut de la música jazz a Mallorca?**

Per part dels músics, cada pic creix més. És a dir, és increïble, jo... Jo ara estic al mig, jo tinc 44 anys i tinc sa teoria, bé no és una teoria tothom ho sap, que sempre hi ha hagut músics bons. A totes bandes sempre hi ha hagut músics que han destacat per tenir un talent que va més enllà de sa seva època. Ara, si xerrem un poc del conjunt, en general, ha crescut molt el nivell en poc temps. Dels músics

que estaven per davant de jo, majors que jo, als de sa meva quinta consider que no hi va haver tant de canvi, perquè sa societat no va canviar tant. Hi va haver un canvi polític a finals dels 70 que va propiciar que pugessin molt de músics, Toni Miranda i companyia.

Si xerrem de 20 anys en 20 anys, més o menys, podríem xerrar de tres generacions, de gent adulta que soc jo, de gent major i de gent jove. Si posem aquestes tres generacions, n'hi ha moltes més, cada 10 anys, però si xerrem sobre aquest plano, els recursos que jo vaig tenir i els que van tenir els de la generació anterior són pràcticament els mateixos. No hi havia escoles de jazz, només mestres particulars i vídeos VHS que te'ls compraves i els miraves milers de vegades. Tampoc tenies sa bateria on tenies es vídeo, vull dir, no era tan fàcil. Avui en dia la quantitat d'estímuls... i des que va aparèixer YouTube. A mi me va plegar YouTube també, jo soc generació Youtube d'alguna manera. L'any 2007, 2006, 2005 jo vaig començar a veure YouTube i vaig aconseguir molta informació, jo encara estava estudiant jo, bé segueix estudiant, però el meu cos encara assimilava coses. Però clar, la joventut d'ara, no diré que ho tenen més fàcil, perquè clar si no t'ho cures, no arribes enlloc, però té més estímuls, més oportunitats.

Tot això, contràriament, resulta que avui en dia hi ha menys llocs per tocar. J quan me faig professional, als 22 anys que decidesc no agafar altra feina que bolos. Claro, no hi havia ni Play Station, t'ho dic perquè la gent es quedava menys a casa seva. Poc després ja va començar l'embolic, però... Internet ni hablar, xarxes?, res... Per tant, tu anaves a qualsevol poble i a qualsevol bar hi havia música en directe. No és que fossin clubs, que n'hi havia també, simplement qualsevol bar el cap de setmana doncs: Aquest dissabte fem un concert! Qui ve? Ah no se... Hi havia bars que s'ho curraven més i tenien preferències o simplement portaven el grup del poble. El fet és que hi havia molta música en directe, i jo vaig començar a veure música en directe així. Llavors cada setmana et podies plantejar una agenda de concerts i cada setmana podies fer 2 o 3 bolos per setmana, amb 22 anys sense ser un gran músic ni molt menys. Jo vaig començar amb 22 anys tocant punk i estudiant una carrera a la Universitat, és a dir que tampoc tenia molt de temps per dedicar-m'hi, ni sabia que s'hi havia de dedicar tantes hores. Pensava que això era cosa de la música clàssica... No tenia aquesta cultura.

- **En quin moment comences a participar en les jam sessions?**

Ventura que vaig començar a estudiar un poc de jazz. Amb el primer grup que tenia que es deia "Wonder Brass", el primer grup professional, que ja me pagaven. Els músics eren tuba, trompeta i saxo que eren instruments que venien més de sa tradició jazzística, sobretot en Néstor Casas, que el seu padrí ja li posava jazz i tal. Ell me va presentar en Jeff Rosell, que era un senyor anglès que havia vingut a viure aquí en un barco. Ell havia fet la volta al món amb barco i es va quedar aquí a Mallorca. A més a més, ell és un aficionat en es jazz, ell mateix diu que: "és dueño

d'un trombó", i vam començar a muntar unes jam sessions al Club Nàutic. Però res, en un quartet que ens cedien.

Després sí que es van fer jam sessions a la Sala Magna del club i tal, però això era un quartet que ens deixaven i hi anàvem la gent que ho sabia. Era entre músics, no s'anunciava ni res, si venia gent eren amics dels músics. Cadascú duia lo que volia, una botella de vi... o si et servies deixaves una moneda... Com si fos una associació, com si fos s'ESCAT ara mateix, però sense anunciar-ho, sense xarxes ni res. Això va ser el meu primer contacte amb ses jam sessions i per una persona que com jo començava a tocar un patró de jazz a n'es plat, doncs me va enganxar i tot d'una anava a veure què podia fer i què podia aprendre.

- **Quins músics corrien per aquestes jams?**

Salvador Font, Reynaldo Constantini, un argentí que feia molts anys que vivia a Mallorca i feia feina de músic i de tècnic de so també. Hi havia en Marco Collado, de sa meva quinta que viu a Madrid des de fa molts anys. També hi havia músics amateurs que no record el seu nom, que no vaig arribar a veure en escena. Hi havia en Caito, un trombonista, era Peruà. Clar, molta d'aquesta gent no sé ni si són vius...

- **Com d'aquestes jams més improvisades es va passar als clubs?**

Bé, jams ja n'hi havia, tot i que jo no les vaig viure. Sobretot a Cala Major hi havia alguns locals... N'Indigo... No estic segur. Hi havia locals on després anaven els músics de Sonamar i els americans que venien a fer temporada. A l'igual no eren tan jazzístiques, per lo que me conten. Aquestes jams de jazz, en acabat en Geoff va tenir la idea de portar-les al hotel Saratoga, dos anys després que l'hotel obrís sa sèptima planta com a club de jazz, cap al 2008, o un poquet abans.

- **En Geoff és una persona que sempre surt a les converses quan es parla de jazz aquí a Mallorca...**

Sempre, per una cosa o per s'altre. També hi ha molta gent que no el pot veure... Ell és un amant del jazz brutal, no sap qui són els Beattles i té 80 anys... No li ha importat mai cap altra música que no sigui el jazz. Ell sempre te conta històries xules de la seva època, del revival del Dixieland a Anglaterra, era una revolució per als fans del jazz d'allà... Doncs en Geoff va tenir aquesta idea de muntar-ho en el Saratoga i va ser un èxit des del primer dia. Una mica el que estic fent jo ara. I va durar fins que els hi van tancar el xiringuito per falta de llicència durant la pandèmia, ara fa uns 3 anys.

Estava molt bé, el que sempre marxaves amb un gust agre dolç perquè els pagos sempre eren una mica inferiors... Va començar tot en B, com tot, més tard et donaven d'alta, però ens pagaven nosaltres la Seguretat Social i només et donaven d'alta per unes hores... No vull parlar malament del Saratoga, però pel

que representava de beneficis per ells no compensava i no tot va estar tan bé com es veia des de fora. Per començar no va voler canviar s'equip de so fins al final, i no el va canviar l'amo, que ja era mort. I no va voler posar mai un tècnic de so. De sobte hi havia un acople i algú havia de deixar de tocar per solucionar-ho.

- **A banda de Saratoga hi havia altres jams?**

El Saratoga va ser una mica l'inici. Després hi havia gent, empresaris, que hi anava i agafava la idea i per exemple a l'Omar Lanutti, a en Marc Pitch i a mi ens van oferir dur unes altres jam sessions. Per exemple a s'Escorxador, hi havia una sala on es va reproduir una mica la mateixa fórmula, tot i que no va durar molt. Se'n varen fer també en es Vamp Cafè, el que ara és el molí, bé un dels molins del carrer Indústria. Després van passar al Lisboa fins fa res i ara programem al Shamrock el dilluns.

- **Com gestionen les jams? Músics, trio base?**

En el Saratoga hi havia un trio base i un convidat per setmana, per exemple. És un model que vaig canviar una mica quan ho vam passar al Lisboa, per què el local era més petit i només podien ser 3 músics. I com que era una cosa que m'havien ofert només a mi, llavors vaig pensar que m'interessava dur dos músics diferents cada setmana i alguna setmana podia dur un quartet si s'empresari me pagava un poc més. Ara és el que estic fent en el Shamrock. Estic jo dirigint sa jam i tocant sa bateria, bé sempre dic que estic tocant sa bateria, però si sa persona que ve, vol dur un altre bateria cap problema, no m'ha passat mai... El que passa és que els doblers que hi ha són els doblers que hi ha, que és per dos músics. És a dir toquen 3 músics, però els convidats són dos, perquè he proposat apujar el sou dels músics. Em va semblar millor això que posar més músics i no arribar als 100 euros per músics, crec que 100 euros per músics és un mínim. Ho vaig trobar acceptable.

- **Hi havia algun altre local que programés jams de jazz?**

No, el Saratoga, el Lisboa i ara el Shamrock, que tampoc va ser una proposta meva sinó que em va arribar. Les jams es poden dur de moltes maneres, per mi és important que hi hagi un ambient festiu, ha de ser un lloc que et dugui a: Després d'això què fem? No es tracta d'anar allà a tocar el que has après, a posar-ho en pràctica sinó també a gaudir i a tocar davant de gent. I per això parl d'un ambient festiu. És important tenir un respecte pels músics i convidar-los a les copes i no fer-los pagar entrada si n'hi ha...

Estem a Mallorca i els músics som els que som i s'ha de tenir un detall amb ells, per què al final som els que tirem endavant els esdeveniments i passen les coses. Que tothom en surti beneficiat, en aquest sentit també m'interessa canviar de convidats cada setmana per què així també és un lloc de feina per als músics. Evidentment, no hi ha lloc per tothom, però els que estan rolant més saben que els hi pot caure un bolo de tant en tant.

- **És dels pocs circuits que aposten per als músics autòctons de jazz?**

Sí, i també és una manera que hi hagi bolos de jazz. Jo sempre planteig que hi hagi un primer passi on toqui el trio convidat, no només dos temes i jam. És una manera d'educar en es públic a escoltar, però no només el bolo de jazz perquè sinó la gent no ve, el que vol és el trui de la jam. De vegades ve algú que toca poc, però també està bé, evidentment jo estic allí per seleccionar qui puja i qui no puja, però també s'ha d'educar en això. Estem parlant d'un públic que són amants del jazz, però també gent que cau allà perquè hi cau.

- **Quin futur veus a l'hora de llançar un projecte nou de jazz a l'illa?**

S'illa és molt limitada, és a dir, si se fa un projecte, s'ha de fer amb vista a l'exterior. No vull dir que aquí no hi hagi els bolitos, però clar, aquí és més fàcil acabar tocant versions o estàndards, que tocar música pròpia. Hi ha poc públic per tocar música pròpia... Per exemple, Sexy Sadie, un grup que hi havia a Mallorca de pop molt famós, no només aquí sinó a tot Espanya i part d'Europa. A Mallorca feien dos o tres bolos a l'any i ho petaven, no en podien fer més, perquè no hi havia més públic. I això passa amb els grups que estan molt enfocats en sa creativitat i no en l'entreteniment.

En els principis del jazz, així com ho conta en Miles, tu anaves a entretenir la gent. Sí que era la música del moment i tenien el seu avantatge, però anaven a entretenir. Hi ha d'haver de tot, no hi ha d'haver cada vespre jazz intel·lectual i bebop i tal, hi ha de ser, però s'ha de mesclar amb lo altre. Un club de jazz d'aquestes característiques pot existir a Nova York, a Berlín o a Madrid. I amb prou feines, a Madrid només en queden dos el Berlín i el cafè Central i en el Berlín no només fan jazz...

- **Si el jazz ven poc, què ho fa?**

El mateix jazz és el que s'ha diversificat. Hi ha jazz que ven més que d'altres. Jo per exemple, que soc un fan de la música llatina, crec que és un tipus de jazz que ven molt bé. Pel tipus de ritme molt més... que s'entén més, que és més evident, que té un ritme, que se pot complicar molt, però que és més evident i se pot ballar, i això fa que una persona que no és aficionada al jazz, tot d'una s'enganxi. Per exemple a Sa Pobla, quan hi ha latin jazz, quan va tocar en Richard Bona, se va menjar... O sigui, ja només dins del jazz està molt diversificat, però per exemple, la meva filla escolta reggaeton tot el dia, estem en el moment reggaeton total.

El jazz continuarà venent? Si... A part és un tipus de música que té una edat, en general. No dic que gent de 20 anys no li agradi aquesta música, però hi ha molta més gent que, a partir dels 40 i tants que li agrada el jazz. I no és perquè hagin viscut l'època del jazz, sinó que l'oïda es va educant i els gustos es van refinant. Així com de petit volem menjar patates frites amb ous frita, de gran vols provar un restaurant una mica diferent i més endavant un japonès i vas refinant

es teu gust. I amb sa música passa igual, i al final sempre hi acaba havent un públic per al jazz, el que passa és que un poquet més adult en tots els sentits. Hi ha gent que ja és musicalment molt adulta als 20 anys, però no és el normal. Els estudiants o gent amb inquietuds... Però sí que és ver que hi ha molta gent que no han escoltat mai jazz, però als 50 anys van a un concert de jazz i els hi agrada, perquè tenen la disposició d'escoltar-ho.

- Quina és la fórmula de l'èxit, quin és el projecte ideal a Mallorca?

Jo només en conec una que és sa que jo duc que és ser freelance. Per a jo, soc un músic d'èxit. Jo poder triar, que dic que si a quasi tot, o poder viure de fer bolos que és el que jo vull i és un èxit. Jo vaig començar amb la música per fer bolos, per tocar i per tocar davant sa gent, més encara. Ser freelance a Mallorca és una manera, que he vist en altres músics aquí a Mallorca, que els va bé i que poden viure d'això, de fer bolos.

Després hi ha gent també, no vull dir elitista, però que no vol fer segons quines coses o que no li agrada tota mena de música. Jo soc freelance perquè m'agrada tota mena de música, i per ser freelance t'ha d'agradar tota classe de música i no es pot fer de mala gana. Sa música no se pot tocar si no t'agrada, se pot fer un dia... un repertori que no t'agrada, però en el moment de tocar dones el millor de tu i potser sí que hi haurà alguna cosa que t'agradarà del repertori o tindràs uns bons companys aquell dia, o un bon feedback.

Després, triomfar amb sa música, des de luego, essent autèntic i escoltant molt. L'altre dia mirava el vídeo aquest viral que li demanen a n'en Winton: Sa música ha de ser per l'oient o pel que toca, i ell diu el primer oient és el que toca no? I un poc és això, si ets sincer i fas el que t'agrada i ho treballes, són moltes coses, però al final sa transparència és una cosa que sa gent valora moltíssim sense saber-ho. És com una cosa de supervivència que tenim les persones, ja no si és bona o mala persona, però sabem veure si una persona és transparent, que el que ho fa de cor i tal. I això ho tinc claríssim, ho he viscut amb gent.

Per exemple, Salvador Sobral, jo he tocat amb ell aquí fent jazz, és el que va guanyar Eurovisió i s'ha fet superfamós. Ara està al Brasil cantant amb en Caetano Veloso, que era el seu ídol quan vivia aquí i tenia 20 anys. Era un tipus així, totalment transparent, damunt de l'escenari i davall i això se valora moltíssim. En sa música si ets transparent i simplement la vius i no estàs pensant en quedar bé amb aquest i amb s'altre o ser millor que aquest... Si la vius, al final la gent t'ho reconeix.

Jo vaig començar amb 22 anys i no en tenia ni idea, però la gent m'aplaudia. La gent valorava el fet de transmetre tocant. Si tu transmetes tocant, això és el que la gent vol. Sa gent s'asseu i vol que li arribi alguna cosa de tu. És com... en directe, estem xerrant de música en directe, volen veure la teva humanitat. Diuen que els

músics som un canal, d'alguna cosa, no direm que, cadascú té les seves teories, que si Déu, que si energies, que si naturalesa, el que sigui, però que som un canal està clar i hi ha dies que el canal flueix més o menys, perquè estàs més inspirat o el que sigui. Sa gent el que vol és això, que tu siguis un canal i que ells vegin aquesta veritat a través teu, de qualsevol manera. És complicat aconseguir-ho cada vespre o al 100%, però és el joc que ens té enganxats.

Pens que es pot arribar a un èxit d'una manera o altra, perquè hi ha molt tipus d'èxit. Jo no tinc cap familiar músic, no pensava mai que hauria acabat fent feina de música, vaig descobrir la música als 14 anys escoltant els 40 principals i, per exemple, jo consider que he tingut un èxit aclaparador. Cap a jo mateix, després he tingut varies lesions que quasi he tingut de deixar de tocar i ho he tirat en vant i ho consider un èxit més.

6.1.3 Entrevista a Carles Medina

31 d'abril de 1996. Comunicació telefònica

Carles Medina, Felanitx: Saxofonista mallorquí. Va estudiar interpretació jazz a l'ESMUC de Barcelona. Participa en diferents projectes de jazz a Mallorca i Barcelona. Dirigeix el festival de jazz, A Jazz de mar.

- Com va sorgir la iniciativa d'organitzar el Festival Jazz de Mar?

Bé, jo soc de Felanitx i la gent de Felanitx sol viure a Felanitx en s'hivern i normalment sol tenir casa d'estiu a Porto Colom i jo sempre havia viscut a Felanitx i molt connectat a Porto Colom i tal. Amb un company, que és tècnic de so, en Toni Puig, ja feia temps que teníem ganes de fer alguna cosa al poble, un cicle, un cicle que no fos una berbena, vam dir; Hem de muntar alguna cosa. Sa veritat és que no te sé dir molt bé com, però mos ens vam venir a dalt amb el regidor que hi havia en aquell moment, que era un col·lega, i vam decidir muntar això. Jo estava començant a estudiar la carrera de jazz a Barcelona i arran d'això jo vaig dur una mica sa part artística i en Puig la part tècnica. El regidor en aquell moment mos va donar molt de suport perquè els interessava molt aquest tipus de proposta que no és ni música clàssica, a nivell de tothom assegut i tothom supertranquil, sinó una cosa una mica més festosa, però que tampoc és una berbena. És un terme mig que a ell li interessava bastant en aquell moment com per a programa polític i mos va anar superguai i vàrem començar així.

- Quin és el format? Ha canviat? Quantes edicions?

Va començar amb dos dies i ara ja són tres, s'hi ha sumat un curs dirigit a es nins des poble, s'han anat sumant iniciatives. Va començar el 2016, sa primera edició i enguany en farà 8, passa de pressa... A poc a poc va ser com anar engrescant sa paret aquesta dels concerts més seriosos amb coses més disteses

que anessin passant a diferents llocs de Porto Colom, perquè no fos tot tan elitista ni centralitzat; Ballada de Swing, hi ha un vermut, coses que van passant a diferent lloc...

- **Teníeu el suport de l'Ajuntament, us subvenciona econòmicament?**

Sí, sí. S'Ajuntament paga tot el que són els concerts des Moll, els concerts grans, els paguen íntegrament. Nosaltres, com a associació, la feina que fem i en Toni, la feina que fa, és plantejar-li a l'Ajuntament un seguit de coses, si ells les accepten, les firmes i les compren... És com si jo et vingués i et digués; Genís, si tu fas això, tot anirà molt bé! Llavors, ells, l'únic que fan és firmar i pagar. Se fien del nostre criteri... Nosaltres els hi presentem un dossier cada any, tècnic i artístic, amb sa proposta que nosaltres els hi feim i com que ells ja ens tenen una confiança, doncs ells firmen i ho tiren endavant.

- **És a dir, paguen material tècnic, catxets, seguretat, infraestructures...**

Tot això ho paguen ells, és a dir, nosaltres els hi proporcionem tot i amb tot vull dir que altres som els qui cridem a seguretat, som els qui contractem els lavabos, som els que diem on s'ha de posar l'alternador, som els que decidim quantes cadires necessitem... vull dir, els hi feim tota sa feina. Però gràcies al fet que nosaltres feim tota sa feina, que tenim un objectiu molt clar de com volem que sigui, doncs tot té molt més sentit.

- **Ha imposat condicions l'Ajuntament? Quota de gènere, ràtio d'artistes locals, balears, de fora...**

No, en general ens hem avançat més naltres a ells. És a dir, quota de gènere va ser un tema que va sortir el 2019 damunt sa taula. Va ser arran de jo veure com a Barcelona hi començava a haver molta moguda en aquest sentit i que moltes companyes, que estan involucrades en el festival, varen reivindicar una mica això i ho van posar damunt sa taula. Saps que passa? Que a s'Ajuntament són gent molt gran que no ha sortit gaire d'aquí realment... la sort, però en molts casos, és que participen en el festí amigues i altres companyes que estan molt actives en l'escena. Molts anys hem tingut a na Clara Fiol, na Mar Grimalt, jo tinc dues germanes que estan superactives també... Són gent que està ficada dins del sector cultural i que saben també de què volen formar part i de què no. Elles també m'han anat advertint molt sobre moltes coses i això ho valor moltíssim.

- **Bé, veig que ho acabeu organitzant tot des de l'associació Jazz de Mar. Sou dels festivals que aposteu per gent d'aquí?**

Bé, això és un altre tema. En es principi, els primers anys el que fèiem era, un dia per a artistes locals i un dia per a artistes de fora. El tercer dia sempre hi ha Big Band, els artistes de fora se solen quedar i participen de l'escena local, es fa una fusió amb la Alabaix Big Band, que és una espècie de Frankenstein dels músics que

han passat pel festival. Què va passar? Va passar que el 2019, que va ser un any de motivació extrema, i vàrem decidir que en comptes de programar projectes d'aquí, el que faríem seria fabricar projectes d'aquí. Perquè notàvem que hi havia com poca evolució dels projectes locals. És a dir, un dels ítems del festival que ens agrada complir és que, tots els projectes que vinguin al festival siguin projectes com a tal, és a dir, que tinguin alguna cosa editada, que tinguin sentit, que no sigui el típic quartet d'anar allí a tocar quatre estàndards i tirar milles. Que està fantàstic això, però, personalment com a músic, que intentes treballar en un disc, un repertori, una formació en concret, em pareix més guapo donar valor a aquest tipus de coses i projectes més seriosos que no a unes persones que muntaran alguna cosa esporàdica per al festival. Trobem que té més sentit defensar aquest tipus de projectes. Llavors vàrem pensar que aquí a les Balears, a Mallorca concretament, no n'hi havia gaires de projectes d'aquest tipus en aquell moment. Ara n'hi ha, però es poden comptar amb els dits de ses dues mans pràcticament i vam dir; Ostres, per què no fem una plataforma per a crear-ne més? I aquí va ser quan va sortir lo de gravar els discos en directe. I clar, gravar un disc, representa tota una logística important, que va implicar que sacrificuéssim un dels concerts del divendres i es quedés només amb un, amb la condició que aquest bolo fos un enregistrament en directe. Sa cosa va quedar que no programàvem músics Balears o Mallorquins, ja que el dissabte sempre era per músics de fora, però ajudàvem a crear projectes nous, amb gent d'aquí. Va ser sacrificar una cosa per s'altre, perquè lo del dissabte ho volíem conservar així, perquè pensem que és molt guapo que vingui gent de fora, sempre intentem dur gent que no ha vingut gaire, el fet que es quedin el diumenge a tocar a la Big Band amb gent d'aquí i se creen uns vincles xulos.

- **El format és definitiu ja? O va adaptant-se una mica amb el pas del temps i l'experiència del festival?**

És un format que anem, revisant. Ara estem així, però això no vol dir que el dia de demà diguem; Ostres, de cop hi ha hagut una crescuda enorme de músics Mallorquins que han tret discs, no té sentit que no els programem. És una cosa que de moment és així, però pot anar canviant.

- **Com gestioneu el tema de la gravació? Heu creat un segell?**

És tot autoeditat, sí, sí, i ens deixem una pasta sa veritat... És un tema delicat perquè estem gravant un primer disc en directe d'una formació, tu ets músic, tu saps el que són els nervis, i que sa teva primera gravació sigui una gravació en directe imposa, però s'ha de prendre com una foto del moment, com una live session, tu aquell dia toques així, tu ets aquella persona...

- **Hi participa l'Ajuntament en l'edició del disc?**

No, l'Ajuntament el que fa és comprar-nos còpies i ens subvenciona d'aquesta manera. És un tema que tenim pendent d'investigar si podem aconseguir alguna ajuda en aquest sentit.

6.1.4 Entrevista a Toni Miranda

15 de març de 2023. Palma de Mallorca

Toni Miranda, Palma de Mallorca. 1960: Guitarrista i músic mallorquí, és conegut per la seva versatilitat en els estils clàssic i jazz. Fundador de diverses formacions ha col·laborat amb reconeguts músics i ha participat en festivals per tot Europa. Arranjador i productor. També ha destacat en l'àmbit educatiu com a membre de la "Travelling School" i dirigint el seu propi grup, el "Miranda Jazz Combo". La seva passió per la música continua avançant, com demostra la seva recent participació en el Festival de Jazz de Palma dirigint la "Guillespie Big Band" en la seva última edició.

- Una mica de presentació. Guitarrista de jazz i no només de jazz...

Jo també faig guitarra clàssica, a sa meva època no existia el Conservatori de jazz, bé a sa meva època no existia s'instrument guitarra en el Conservatori, havies de marxar a sa península. Jo no tinc cap titulació, tot és autodidacta, pensa que l'any 1975 jo tenia 15 anys i va morir en Franco, ja te pots imaginar d'on veníem... no se feia jazz. L'Únic moment en què s'escoltava jazz a televisió, no se perquè, era en els resums dels partits de futbol, hi devia haver algun fan del jazz... Això és el meu context com a músic. El jazz el vaig descobrir a una sala que es deia Centro de Guitarra, un club de guitarra. Allí vaig coneixer en Joan Bibiloni, Pepe Milan, Manolo Bolao, que va ser qui em va introduir en el jazz. Tota aquesta gent, la generació d'en Bolao o el pare d'en Salvador Font, eren uns veritables herois, perquè varen ser els que van aguantar tot aquest pes cultural dins de la dictadura. Després hi va haver gent a Barcelona, l'Orquestra Mirasol, que feien un jazz més tipus Chick Corea, que era una revolució.

- Analitzant la teva biografia veiem molts projectes, molts músics de renom i molta iniciativa.

Des que teníem 18 anys amb una sèrie de músics de l'època que ens agradava aquesta música, vam aconseguir tocar al festival de jazz el 1984, teloners d'en Randy Weston i en Monty Alexander, va ser el primer any que l'Ajuntament va donar una oportunitat a músics locals.

No hi havia escoles, sou uns privilegiats ara i més a Mallorca, abans havies de marxar a Barcelona. Potser si ho hagués tingut potser no ho hauria fet tot el que he fet, l'esperit aquest de supervivència.

- Has estat un dels precursors del jazz a Mallorca. Quan es passa del que és l'orquestra de ball a la formació més jazzística.

El moment ve a partir dels 70, amb el que s'estava fent a la sala Celeste a Barcelona; Màquina, Iceberg del guitarrista català Max Sunyer. L'Orquestra Mirasol, l'Albert Amargós. Gent que estava gravant a aquell moment. I a més, també s'estaven fent els grans concerts a Barcelona, per exemple, el Canet Rock. Clar a aquella època li deies a ton pare; me'n vaig al Canet Rock, i no sabien res de tu en deu dies! Ho teníem una mica més difícil pel fet de tenir la mar enmig.

- L'ona Laietana i tot plegat no?

Clar, sí. Has de pensar que tot això sortia de sa post dictadura. Una eclosió que ja no podia aguantar més i va sortir; pintura, teatre. Era molt enriquidor.

Has de pensar que ses illes, era un espai diferent de la península. Als anys 60 venien molts turistes i això va fer que vinguessin molt de músics a fer feina i això va fer que tinguéssim un ambient musical molt diferent. Aquí va venir en Jimmy Hendrix!

Jo en el 75 vaig entrar el centre de guitarra, com a guitarrista clàssic. Jo tenia un professor de guitarra, perquè en el Conservatori no existia, era molt petit, ell era un avançat i va organitzar un concert d'alumnes, cosa avançada per l'època. Vàrem tocar, jo tenia 15 anys, i mos va dir; molt bé, ja podeu venir a tocar tres pics per setmana. I a partir d'aquí vaig anar coneixent guitarristes i se me va obrir el camp i vaig descobrir altres músiques. Entre elles un disc d'en Django Reinhardt i vaig dir; que és això? I així va començar tot.

- Quan et vas poder començar a guanyar la vida com a músic?

Aquí a Mallorca si et volies guanyar la vida, havies de fer hotels. Jo feia feina de ferrer, amb mon pare, i això me va permetre evitar fer feina als hotels. Els músics d'hotels tenien un perill, guanyaven molt de doblers, perquè hi havia un turisme de qualitat i estava molt demandat. Guanyaven molt més que fent qualsevol altra cosa, però molts varen quedar com apalancats en aquest negoci que era molt fàcil, fer versions i au. Si jo hagués caigut en aquesta trampa mortal no hauria evolucionat.

Es podria dir que jo vaig començar a fer feina només de sa música l'any 90. Fent moltes coses, donant classes, fent arranjaments per orquestres de ball, acompanyar, el que fos. Inclús en el 2007 vam fer un musical de jazz que vam anar per tot Espanya, amb el meu quintet amb els meus arranjaments i damunt l'escenari, res d'estar amagats.

- En quin moment sents que hi ha un relleu generacional de músics?

Mira, hi va haver un buit molt gros de músics. Jo com a guitarrista mirava enrere i no hi veia ningú, no hi havia escoles. Hi va haver deu o quinze anys bons, de finals dels 90 fins als, quasi, quasi dos mil i pico, que mirava enrere i no venia ningú. Inclús ens plantejàvem, què hem fet malament?

Aquí ensenyava jazz, jo, en Bolao, en González, però vull dir que...

- I de pitos qui hi havia?

Hi havia en Manolo Cuesta, en Vicent Borràs... n'hi havia molt pocs. Sa gent aquí havia de marxar a fora. Alguns anaven a Berkeley tres mesos, però no servia per res...

Una altra cosa que va impulsar molt el jazz va ser el festival de Palma, on he vist tots els grans. Això feia que grups locals toquessin també en es costat, Bonet de San Pedro va fer un grup de jazz amb en Bolado amb en Mantequilla. Hi havia en Pericàs, grups d'hotel que feien versions tipo Earth Wind and Fire, que no era jazz, però que bueno estava bé. Llavors tu podies estar a un hotel fent el de sempre o anar una mica més enllà. Llavors hi havia aquesta generació abans nostre, que podrien ser els meus pares i després nosaltres, però en acabat hi va haver un buit enorme.

- Hi ha un salt enorme!

Bé, perquè no hi havia escoles, ni conservatoris. Per exemple, en Toni Vaquer va marxar a fora i bé que va fer. Sa primera generació formada va ser la d'en Teo, en Pep, que van estudiar a Barcelona, al Taller i tal.

També hi va haver molt de músics que feien feina a Sonamar, molt americans que tocaven cada vespre. Venien a passar una temporada i eren orquestres grosses. Aquesta gent després feien jam sessions i tal.

- El jazz de la jam session, de club, com va calar als músics d'aquí?

Mira, el primer club va ser Trui, d'en Miquel Jaume pare, que va muntar tota l'empresa de contractació i tal. Però Trui era inicialment un club de jazz, on anava en Manolo Bolado, en Max Sunyer, molts músics de Barcelona, en Tete Montoliu. No hi havia jam sessions com a tal, però si que s'ajuntaven i bé va ser

dels primers clubs de jazz. També la Fiera Mosca que estava per la zona i d'altres bars que feien música en directe on nosaltres anàvem a fer la feina de batalla, el Mussol, La Simbomba. Hi havia molts de grups petits que s'aguantaven per aquests petits bolos.

Llavors també s'organitzaven concerts a altres llocs i esdeveniments, manifestacions amb música en directe. Hi havia tot un moviment underground, cultural de gent que li agradava aquest tipus de música i es movia per organitzar coses. Ara supòs que també existeix, però de locals no hi ha pràcticament res.

Jo avui en dia estic un poc descol·locat, clar la meva generació de músics molts ho van deixar i quan et quedes tot sol, evidentment les noves generacions no te criden, no hi pensen, és normal, llavors has de poder tirar endavant projectes de manera individual. La meva visió actual del panorama jazzístic és un poc diferent avui dia.

- Actualment, el músic de jazz pot viure de la seva música a Mallorca?

Per sa meva experiència si, sempre he fet molta feina aquí. De totes maneres això t'ho contestarà millor algú que estigui més actiu tocant. Jo visc d'això, però no només me dedico a tocar, perquè tocar de jazz hi ha poca cosa, tu ho saps. Jo he de fer arranjaments, projectes educatius, altres coses. Pep Garau, per exemple fa moltes coses de tocar.

Només de jazz no te bastaria, però això si, un músic de jazz és un músic format i podràs tocar pràcticament el que vulguis. El músic de jazz està preparat per assolir moltíssimes feines; jazz, funk, rock, de tot.

- Creus que com a músic és necessari sortir de l'illa?

Bé, jo sempre dic que si, per exemple, ve un músic americà i... Eh! Que ve un americà! Bé, a americà també hi ha músics dolents... Vull dir que aquí, tot i que estic un poc desconnectat, hi ha molt bons músics i no fa falta sortir clar. Però aquí s'ha de diversificar, classes, estils diferents, etc.

A mi, per exemple, el que m'agrada és fer classes per formacions tipus combo, big bands, que porta feina perquè cal fer arranjaments adaptats a la formació que tens, al nivell que tens, sempre que soni això si. A mi m'agrada acollir els músics, adaptar-los la música perquè la puguin tocar i això m'omple moltíssim, a part que m'encanta fer arranjaments.

És trobar una fórmula que et funcioni i t'ompli i puguis anar tirant. Una cosa que he fet molt són els concerts pedagògics, d'història del jazz, del rock, la història de sa guitarra, i d'altres.

- L'Administració ajuda?

Sí, hi ha s'IEB que fa el FiraB. Promocionen molt de tipus de música, també el jazz. Els intercanvis que es van fer amb el Certamen de jazz. El festival que l'han recuperat, que ha d'estar subvencionat, si no, no es pot fer... Sí que hi ha suport, Ajuntaments i tal, per exemple a Sa Pobla ens ajuden a fer el seminari de jazz amb en Jimmy Weinsten i coneix a molta gent, va estudiar a sa Berckley.

En Jimmy va ser el que em va obrir un poc al jazz més free. Vam tocar junts, el primer any, i abans de sortir en Jimmy diu: Tinc una idea, per què no surt cada un entre tema i tema a fer una impro tot sol? I jo vaig pensar... què coi he de fer jo? Va ser una sensació brutal, totalment nou.

- Quins festivals destacaries?

Bé, n'hi ha molts, alguns de petitets. Porto Colom amb en Carles Medina, hi ha moltes propostes locals noves i interessants.

- Tu tens una trajectòria amb molta iniciativa, amb molts projectes que has tirat endavant personalment. Més enllà de el vessant artística, com portes el vessant administrativa i d'autogestió?

Bé, a mi m'ajuda molt la gestoria, com a tothom. Jo soc autònom i em permet accedir a feines més fàcilment. Tu ara mateix si no ets autònom et treuen un munt de doblers. Molts cops com a promotor jo he hagut d'avançar un munt de doblers per pagar als músics, i fins que ho cobro jo... A veure, que surt millor facturar com autònom, però també es paguen els impostos pertinents...

És com una balança, si un projecte te fa ganes de tirar endavant, doncs valores la promoció l'impacte moltes vegades per sobre de la part econòmica. Com a promotor tens uns deures i uns pagaments i bé no és fàcil.

- Xarxes socials?

Ui, no... un desastre

- Valoraries com a artista pagar per una gestió de les xarxes? Hi veus sortida?

Sí, de fet hi ha gent que s'hi dedica. Això pren molt de temps, jo tinc una web i porta molta feina si ho fas tu mateix. Crec que està bé disposar de la promoció, però porta feina.

De totes maneres el tema xarxes és molt tòxic també... La sobre exposició és molt tòxica. Si jo veig músics que m'agraden i cada dia penegen un vídeo, ja ni l'obro, personalment me produeix tot el contrari. Ara jo no soc d'aquest món ja.

- Veus viabilitat a muntar un octet a Mallorca?

Jo pens que l'important és vendre el projecte com un tot, una idea, una música, una imatge amb el seu embolcall. Hi ha projectes que són infames, però originals i amb imatge, i venen i bé si pots fer feina doncs endavant. Moltes vegades els músics de jazz això és en l'últim en què pensen. Pots ser un músic genial, però et menjaràs les ungles, perquè el jazz interessa poc. Ni els mateixos músics van a les actuacions!

El famós acudit; el guitarrista de rock toca tres acords davant de mil persones, i el guitarrista de jazz toca mil acords davant de tres persones.

6.1.5 Entrevista a Josep Oliver

27 de març de 2023. Comunicació telefònica.

Josep Oliver, Calvià. 1985: Músic, trombonista mallorquí. Profressor de l'Escola Municipal de Música de Calvià. Organitzador dels cicles de concerts i els esdeveniment pedagògics del Jazz a Calvià.

- Com va néixer la iniciativa de Jazz a Calvià?

Això va començar l'any 2015. L'Ajuntament de Calvià comptava amb mi com a assessorament per a organitzar uns cicles musicals i encara continua així. La meua idea era tirar cap al jazz per donar-li cabuda en la programació. Vam tenir sort i vam poder muntar un primer concert amb la col·laboració també d'en Jimmy Weinstein, a través seu vam poder muntar un primer concert amb en Chris Cheeck que estava per Europa i vam poder muntar el primer concert.

Després d'això, més o menys cada any, vam anar muntant diferents propostes; concerts, també concerts pedagògics. A partir d'aquí vam poder incorporar també a l'escola de música assignatures de jazz, ja hi havia en Toni Miranda que portava un combo de jazz i en vam afegir algun de funk, entre d'altres. Es va intentar també muntar una Big Band, tot i que només vam fer un concert, però la iniciativa ha anat creixent.

- Han anat agafant més força les propostes?

A partir de l'any passat, que m'ho vaig agafar amb més força, vam poder muntar també uns tallers infantils i proposar uns cicles de concerts més seriosos. De primeres ho fèiem en un local que ens va cedir el capellà, però era tot autosubvencionat. Encara sort que els músics van entendre la proposta i cobrant poc es va poder tirar endavant.

Aquest any ha millorat tot una mica i hem pogut comptar amb la col·laboració de l'Ajuntament i tenir algunes sales i disposar de una mica de pressupost i la recol·lecció de les entrades. La idea és arribar a ser una associació, no estar tot sol i obtenir un teixit més gran per a organitzar les coses. Hem intentat consolidar el

públic, per així tenir la base i educar la gent en aquesta música per poder passar dels cicles a organitzar un festival, sense deixar de banda la part pedagògica continuant amb les classes de música moderna i la Big Band.

- **Per tant, l'Ajuntament ha vist que la proposta és interessant i finalment ha decidit col·laborar més?**

Sí, a poc a poc hem passat dels petits concerts esporàdics fins a poder tenir la programació del cicle de concerts i enguany tenir el seu suport. Ho valor molt positivament i la idea és anar creixent.

- **Quina és la idea ara que teniu més suport?**

La idea és poder tenir un festivalet com el que organitzen a Alaró, que ho porta n'Enric Fuster. Uns dos o tres dies entre concerts i altres activitats; un concert divendres i dissabte, no de primera línia, però gent bona de l'illa i oferir qualitat.

- **Compteu amb músics i projectes d'aquí?**

La idea és, a part de donar espai a músic de l'illa, donar suport a grups de creació, projectes amb una mica de recorregut, no els típics combos de bolos d'hotel i tal, sinó alguna cosa més elaborada artísticament.

- **Per tant, tu estàs involucrat en l'Escola de Música de Calvià?**

Sí, jo he estat el director durant 4 anys i ara hi don classes.

- **Quina és la perspectiva, han tingut èxit les iniciatives?**

Sí, cada cop més. La idea és educar, partim molt contra corrent. Potser els últims anys ha estat més difícil que la gent, el públic respongués, però ara és una mica més fàcil. De totes maneres penso que és cosa nostra anar promocionant la música i aquestes iniciatives per a acostumar la gent a aquesta música i a consumir música en directe. Pens que és feina nostra promocionar-ho i ens interessa a tots els músics.

- **Com valoren aquests últims anys? Han sorgit molts més músics i propostes?**

Si, cada cop hi ha més músics i som nosaltres, els músics de Calvià per exemple els que hem d'estrènyer i fer renou perquè la gent s'interessi en la nostra feina i en la cultura en general.

- **En l'àmbit de circuit privat, deixant de banda Festivals i petites iniciatives com la vostra es té en compte el jazz? Es programa?**

Des del punt de vista dels músics i la gent que s'estima aquesta música hi ha una bona salut i moltes iniciatives, però com a empresari és difícil trobar un públic fix que consumeixi aquesta música, per això aquestes petites iniciatives són importants.

- **Hi ha pocs projectes amb recorregut a l'illa? Es creen projectes més per a Hotels i esdeveniments?**

Des del punt de vista d'hotels i tal es busca més la formació petita, ha de ser una formació que toqui estàndards amb cantant i saxo, si no, no es considera jazz, no s'arriscaran. Si no hi ha contrabaix i saxo i està liderat per una cantant, no és rendible per als empresaris... Molts músics no estan per la labor de crear projectes amb recorregut, no és fàcil i s'ha de treballar, però cal fer un esforç per a crear aquest tipus de projectes i sobretot oferir-los de manera amena perquè la gent ho pugui gaudir i s'allunyi del fet que és una música molt intel·lectual o que costarà d'entendre. Penso que cal donar les oportunitats o perquè la gent valori aquesta música des d'una altra perspectiva i la gaudeixi.

- **Es pot crear una millor base partint d'un grau mitjà de jazz per exemple?**

Sí, si hi hagués més facilitat per a crear bases, seria més fàcil. Per exemple en Jimmy Weinstein feia moltes audicions, per a aficionats de diferents estils, explicant les característiques de la música i apropant el jazz no només en els músics sinó també a l'audiència.

- **El model turístic ens condiciona?**

S'aposta més per portar propostes de fora per cobrir la demanda turística? Jo pens que un aficionat del jazz s'interessarà per qualsevol proposta de qualitat vingui d'on vingui. Penso que un festival, encara que apostin per a la primera línia i faci venir públic de fora per al festival, és important programar gent d'aquí, aprofitar el trampolí perquè la gent s'adoni també de la qualitat de les propostes locals.

Penso que des de Conselleria cal apostar molt més per als projectes locals de música moderna. Per exemple, tenim simfònica de les illes, banda, però no tenim una Big Band institucional a les illes. Nosaltres com a músics sempre que viatgem mirem quines propostes hi ha i què podem veure, aquí hauria de passar el mateix, hi ha un públic potencial que s'interessaria per a veure projectes d'aquí.

- **Cal seguir doncs treballant amb aquestes petites propostes?**

Des de Conselleria s'aposta molt perquè el músic surti a fora, però cal també adonar-se del potencial que tenim i que es pot explotar. El problema de cultura és que en contrast amb altres departaments no dona beneficis econòmics, però sí socials i cal posar-ho en valor perquè és la base de tot

6.1.6 Entrevista a Ferran Pereyra

26 de març de 2023. Palma de Mallorca

Ferran Pereyra, Palma de Mallorca. 1961: Crític musical, periodista, aficionat al jazz i a la fotografia. Vinculat al món de la radio y la premsa escrita des de 1980.

Radio Popular de Mallorca, Última Hora, Ona Mediterrània, IB3; programa "Jazztime", "Eclectics", entre d'altres.

- Quan vas començar amb la música, amb la ràdio, el periodismo musical i tot plegat? I per quin motiu?

Bé, jo vaig començar a Ràdio Popular el 1980, entre altres coses perquè el meu professor de filosofia era el gerent de Ràdio Popular, que ara seria COPE, era en Joan Bauzà. Bueno i vàrem tenir una conversa, jo per uns motius determinats vaig estar escoltant uns programes que m'agradaven de ràdio, i li vaig plantejar: Escolta i això per què no es fa aquí? I tal qual, me diu: Ho vols fer tu? I jo, que, fins aleshores només sabia que la ràdio era una cosa que s'escoltava i que duia botons i que cercaves el dial i coses d'aquestes. Bueno, hi havia un altre fet que m'atraca a la ràdio, però no era la ràdio convencional, mon pare era telegrafista, bueno ràdio, telegrafista i coneixia de prop el que era el llenguatge Morse i tal, que no té res a veure, però si amb el que era la ràdio en si, el mitjà de comunicació. Bé, al marge de tot això, li coment a en Joan Bauzà i me diu: bueno, ho vols fer tu? Val, bé. I a l'estiu, vaig començar fent unes pràctiques i després pràcticament tot d'una vaig començar a fer programes de jazz.

Vaig fer altres tipus de programes evidentment, però sobretot el programa de jazz que era Siurell Rosa Jazz, en aquella època m'enrecord, que es feia el dissabte a la tarda en directe i així vaig començar d'alguna manera el que era la ràdio.

Després, l'any següent, l'any 81, arran de que, bueno, els amics i tal: tu hauries d'escriure premsa. Jo tampoc m'ho havia plantejat, però un dia em vaig armar de valor i vaig anar a Última Hora, vaig demanar pel responsable d'espectacles, era en Toni Serra, vaig estar parlant i vaig dir el que jo feia a la ràdio i a veure si hi havia possibilitats. I va dir que si tot d'una, diu: de moment el que no es fa són crítiques, comentaris discogràfics, comença per aquí. Vaig començar, però al cap de tres mesos ja estava fent les crítiques de música d'Última Hora. Això són els meus principis.

- Per tant, tot comença a principis dels 80, com el Festival de Jazz de Palma.

Sí, sí, va resultar que el 81 va ser el primer Festival de Jazz de Palma. Hi va haver una activitat molt important jazzística durant aquella època, amb noms realment vistosos i també importants i bé, tot va anar una cosa darrere l'altre.

- I el jazz? Per què el jazz? M'imagino que tu eres molt melòman, alguna relació més amb la música?

A veure, jo m'ho he plantejat varies vegades. Per començar, avui dia les molt habituals, però quan jo era nin no ho era tant. Jo soc esquerrà, esquerrà d'escriure amb l'esquerra me refereixo, lo de més ho deixarem al marge. I per això sempre

m'havia atracat a llegir aquella literatura que no llegia ningú, aquelles coses que d'alguna manera eren un poc diferents. Això no obstant, jo amb la música era un apassionat, i ho segueix sent, de Pink Floyd. I en el Dark Side of the Moon, vaig escoltar un solo de saxo que me va meravellar i arrel d'aquí vaig anar estirant la corda, arran d'aquest solo de saxo i a poc a poc vaig anar entrant en el jazz.

Vaig trobar que era una música que em sorprenia, que m'omplia, que sempre m'havia agradat que les coses me sorprenguessin un poc, no tot allò que ja tant t'ho esperes, i el jazz és precisament, bé, tu ho saps tant com jo que aquest tipus de música sempre et pot sorprendre darrera qualsevol nota. I després si tenim temps et donaré una explicació de per què a alguna gent li agrada un tipo de música o un altre, és la primera explicació científica que jo he trobat, però bueno.

O sigui, va ser per això, vaig anar estirant i em vaig adonar que a poc a poc anava entrant en una música que cada vegada m'agradava més, sobretot per això, perquè era un aprenentatge de dia a dia, no només era sentir música si no era aprendre la forma de tractar-la d'alguna manera. Jo mai he estat músic, però tocava la guitarra, estava rodejat de músics i això també supòs que hi va fer un poc a l'hora d'atracar-me a una música que aparentment és més complexa.

- El fet d'estar a Mallorca, que passessin molts músics pel tema de l'entreteniment i tal, era un fet diferenciat?

El turisme feia que la música estigues més al dia? Els discs arribaven més tard? A principis dels 80 un disc era alguna cosa molt complicat. Aquí a Espanya trobaves la discogràfica HispaBox, que editava algunes coses. Després hi havia la CBS que editava discs d'en Miles Davis, però tot arribava aquí tardíssim, i no només de jazz, sinó de qualsevol mena de música. No hi havia la bibliografia que se pot trobar ara, evidentment no existia internet, t'adonaves quasi de miracle. Quan hi havia un amic que viatjava fora li donaves una llista inexhaurible de noms i de coses perquè et dugués, compràvem per correspondència, de vegades t'arribava, a vegades enviaves els diners i no tornaves a veure ni els diners ni els discs, en fin... Era un poc una odissea, que, vist des d'aquesta perspectiva d'ara tenia un encant. En aquell moment era un empenyo continu.

Tots els de la meva època que estàvem amb el jazz ens vàrem aficionar gràcies a un llibre publicat pel Fondo de Cultura Económica de Mèxic que es deia "El jazz". És un llibre petit, era l'únic que coneixíem, que podíem referenciar, que podíem anar a cercar quatre coses, era l'únic que teníem a l'abast. El fet d'estar a Mallorca, era pitjor inclús, per exemple a Madrid, a Barcelona o al País Basc, era més gran i amb moltes més possibilitats, aquí hi havia cases de discs que era el "Xocolat" que se va fer en el 80, 81, que tenia bastant material de jazz. Després hi havia una tendeta molt petita en el carrer Sant Feliu, que es deia "Es Fobiol", que en Tomeu Montblanc, un gran amic amb el qual tots aprenguérem molt, anava pels

magatzems de la resta del país comprant discs per vendre'ls a la seva tenda... Vull dir, era una cosa quasi, quasi subversiu no? I agradava a part de totes les limitacions que donava. No, no era un avantatge. Jo recordo una ocasió, estant a Ràdio Popular, vaig estar parlant amb el cap de programes per intentar aconseguir gravacions a través dels portaavions Nord Americans que venien aquí, però després no vàrem acabar de quadrar el tema, era una sortida, perquè aquesta gent també duia molta música, però tampoc hi va haver molta intenció de l'emissora d'establir aquesta relació.

- Molts músics americans van passar per aquí en aquella època?

Si, a veure, va ser una època que, a banda de tenir el festival en si, cada mes hi havia un concert a l'Auditorium, de grans figures del jazz. També hi havia un local, allà on va néixer Trui, on se programava jazz en directe, de tant en tant també hi queia algun americà, més que res que passaven per Barcelona i feien un bot aquí i estaven uns dies. Però si, el que eren músics importants americans en varen passar molts, inclús abans del festival de jazz hi ha dos concerts que marquen un punt de partida importantíssim.

Un és el de Sonny Stitt en el teatre principal de Palma que va venir acompanyat de Billy Higgins, en Tete Montoliu al piano i Herbie Lewis. Vàrem ser molts els que hi vam anar, clar, va ser una novetat pel públic en si, perquè no es programava jazz. I aquell dia es van vendre moltes entrades per al concert que vindria després i marcaria un inici a l'Auditorium, que va ser en Keith Jarrett. Keith Jarrett va marcar... bé, anàvem a veure Keith, vàrem exhaurir totes les localitats menys una, i la gent no sabia el que anava a veure, no en tenia ni idea. Pràcticament, vam fer una campanya publicitària, per dir-ho d'alguna manera, tots els que estàvem en els mitjans de comunicació, escrivíem, parlàvem, programàvem Jarrett i programàvem música que sabíem que no tenia res a veure amb el que faria, perquè ell venia a fer un concert de piano solo. L'única referència que teníem al moment de Jarrett era el Köln Concert del 75...

Aquests dos concerts van animar molts i van donar embranzida als festivals que vindrien després. En acabat va començar el primer festival de jazz que se'l va apodarar com el festival de les tres G's. Perquè hi havia Dizzy Gillespie, Dexter Gordon i Stan Getz, que al final no va venir per un problema pulmonar. Després, fora de festival sí que va venir. Però per aquí va passar des de Chet Baker, Ella Fitzgerald, B.B King, Panama Francis, entre molts d'altres. Més tard en Miles Davis l'any 1986, encara me'n record com si fos ahir. En parlàvem no fa molt amb en Bill Evans, que va venir al Conservatori i duia en Darrell Jones, que era el baixista que va dur en Davis quan va venir. Bé, n'Art Blakey, que duia uns músics molt joves que eren germans, que eren en Winton Marsalis i el seu germà en Brandford Marsalis. És a dir, era a principis dels 80, en Winton encara no era gens conegut... Però Bueno, van ser un grapat danys amb una important activitat jazzística.

- **Darrere aquest circuit oficial, existien les jam sessions?**

Hi havia un circuit més underground? Home, només hi havia Trui, el local, i alguns músics sí que hi tocaven, després dels concerts, i alguns que no tocaven jazz s'hi mesclaven, en Josep Maria Bardají, en Juan Carlos Calderón... A part de Trui hi havia molt poca cosa més en aquella època. També hi va haver una època on en els bars actuaven grups d'aquí i tal. Era important perquè qualsevol oportunitat era bona per escoltar música i jazz, però no era la magnitud dels concerts del festival.

- **Per què després de 10 edicions es deixa de celebrar el festival i està tants anys parat?**

T'ho puc dir i no serà agradable, però és una realitat. El Partir Popular guanya les eleccions municipals i es carrega el festival de jazz, el festival de teatre que també hi havia un festival de teatre important, el Cançons de la Mediterrània, no és que caigués en desgràcia, però es va anar diluint a poc a poc.

Record que el darrer que vàrem veure al Festival de jazz va ser en John Scofield. Després el relleu del festival de Palma el va agafar Sa Pobla. A més, passi el partit que passi per l'Ajuntament, se continua fent el festival.

- **En acabat han anat apareixent altres festivals...**

Alcúdia... Inca també...

- **El Jazz Voyeur**

Si, bé el jazz Voyeur és un festival que comença amb moltíssima embranzida, les primeres edicions se fan al Casino amb músics d'altíssim nivell, el que passa és que va anar perdent força perquè no va trobar el suport necessari per mantenir aquests festivals. Amb en Roberto Menéndez, que xerrem sovint i tenim una gran amistat, fèiem la broma aquella que diu: Es troben dos promotors de jazz i un li diu a l'altre: Escolta, com vares fer el primer milió amb el jazz? I li contesta... Posant-n'hi tres!

- **Els festivals en general aposten per dur gent de fora, però sempre fan lloc pels músics autòctons i crear aquest intercanvi, això és positiu.**

Sí, a Sa pobla, per exemple, sempre hi havia un dia que es programava un grup local, d'aquí illenc, sempre. El Jazz Voyeur, al principi, també va comptar bastant amb els grups d'aquí, sempre ha estat un anar i venir dels grups d'aquí. Inclús en el festival de jazz d'ara de Palma.

- **En aquestes noves edicions del festival de Palma compten amb tu per a fer la direcció artística. Com valores l'experiència? Com ho vas rebre i quines són les dificultats que has experimentat?**

Molt bé, em van demanar si volia dirigir artísticament el festival. A mi em va fer moltíssima il·lusió, perquè és una cosa que la vius en primera persona i si tens l'oportunitat de fer alguna cosa per la comunitat, doncs, endavant.

Des del primer moment he pogut fer la feina que he volgut, amb l'únic condicionant d'un pressupost, bastant justet, per cert, però bé, he pogut treballar molt còmodament. A veure, ens hauria agradat dur altres músics, per exemple, en Brad Meldau a trio, que després es va fer a Menorca, però no hi arribàvem. M'hauria hagut de gastar un 50% del pressupost en un concert tot sol i clar, s'han d'omplir 11, 12 o 15 concerts.

- **Ja en són quatre edicions i sembla que tot rutlla bé.**

Si, a mi m'agradaria que continués, esper que sí. El dia 28 de maig en podrem saber un poquet més, que hi ha ses eleccions.

Després hi ha una cosa que se n'ha parlat poc, que és el certamen de jazz Palma Comercial, durant 4 anys. Es feia una convocatòria i s'hi presentaven grups, més de 80 a l'última convocatòria, i tenia un caire competitiu. Es feien concerts de dissabte en dissabte i els guanyadors els portàvem al Festival de jazz de Dusseldorf i el darrer any vam establir relacions amb Sardenya, amb l'Expo Jazz. El certament l'organitzava turisme de l'Ajuntament de Palma, s'agafaven les dates de febrer, març així ho quadràvem amb Dusseldorf. Per cert, no sé si era el primer any que va guanyar un grup que es deia "My Firend Marco", allà ens coneguèrem amb en Marco Mezquida que era el líder, amb en Marko Lohikari i en Carlos Falanga. El 2008 va guanyar "Skunk Funk" amb en Toni Vaquer, n'Alain Sánchez...

- **El turisme ha condicionat l'escena jazz a Mallorca?**

Jo diria que no, bé, no del tot. Els primers concerts a l'Auditorium potser sí, però essencialment sempre el públic ha estat molt local. Clar, hem de tenir en compte que si estan per aquí segur que venen, però fer venir gent només pel festival és molt difícil. Si tens una gran figura en exclusiva potser sí, però normalment, com que ens nodrim de gires que fan els artistes per Europa, els que hi estan interessats segurament ja l'han vist. Per això tinc tants problemes per programar al mes de febrer, perquè no hi ha gires de gairebé ningú.

- **Em podries fer una valoració de l'estat de salut actual de jazz a Mallorca?**

Si hem de parlar d'estat de salut, primer hem de parlar dels músics. Mai havíem tingut una plantilla de músics tan extraordinària com els que tenim ara. Tu m'has parlat d'en Teo, podríem parlar d'en Pep Garau, en Garcias el trombonista, en Llorenç Barceló. Tenim un nivell molt important, molts d'ell formats a Barcelona a l'ESMUC o al Taller. Aquest estat de salut és molt bo, jo disfrut d'escoltar-los i si ens llevam les manies que tenim quan veiem un músic que el coneixem que sembla que no li donem la importància que es mereix, el nivell és molt bo.

Si parlem de festivals, mai n'hi havia hagut tants com ara. Tenim, per exemple, Alaró, Inca, Sa Pobla, Alcúdia, el de Palma, Porto Colom, Banyalbufar, sé que es fa alguna cosa per Cala d'Or... i diverses iniciatives més. Per exemple s'Escat, que fa una funció boníssima amb en Toni Vaquer. Des del públic... podria ser millor... costa molt... Jo estic molt content enguany perquè dels 9 concerts que hem fet al Txesc Fortesa hem exhaurit les localitats de 8 i de l'altre quasi, però passes molta pena. Per fer un festival d'alt nivell com hi hauria a altres grans ciutats seria molt complicat, perquè el que ha estat més a prop de fer-lo ha estat el Jazz Voyeur, que ha anat mitjanament bé, però per exemple, el Conservatori, el concert que es va fer amb en Kenny Barron, estava mig buit. Al Conservatori! Un lloc on hi ha alumnes de superior que suposadament estan interessats i tal.

També aquí, durant molt de temps no hem vist quasi mai els músics en els concerts. T'estic parlant d'anys enrere, afortunadament cada cop més els hi veiem, les noves generacions que aquestes sí que van als concerts, però quan jo començava als anys 80 gairebé no hi trobaves a ningú, inclús als certàmens, que era en bon ambient, a l'exterior, gratuït, podies trobar molt pocs músics, en Toni Miranda era un dels que hi era.

6.1.7 Entrevista a Àngel Pujol

21 de març de 2023. Palma de Mallorca

Àngel Pujol, 1963: CEO de Manangement Representació i gestió musical

- Com vas arribar a la representació artística i al management?

Jo sempre havia treballat dins l'àmbit de la gestió empresarial. Fruit de la crisi del 2007/08, que vaig tenir un pas breu per sa política, me vaig trobar que me vaig haver de reinventar. Aprofitant que la meva dona era músic i canviava el management, me varen proposar a mi, de manera absolutament irresponsable... I el que vaig fer va ser muntar l'oficina des de sa perspectiva de gestió del músic, perquè jo de coneixements de música tenia el d'una persona del carrer, que t'agrada una cosa o l'altre. Sempre dic que des del coneixement la vaig encertar.

- Un cop la cosa es va anar fent més gran, vas veure el buit en quan a representació artística?

Un cop començo a fer feina, m'adono que dins del món del jazz hi havia un gran espai per ocupar. Mallorca té una gran capacitat de generar músics de jazz, però tots anaven una mica per aquí o per allí. Tota l'escena musical mallorquina, a nivell d'empreses, se barallaven molt amb els Ajuntaments per berbenes i tal i jo vaig agafar un espai que no estava ocupat. A partir d'aquí me van començar a venir músics i me vaig especialitzar en el món del jazz, que personalment és una

música que m'agrada, i que a més a més el concert de jazz no són grans produccions; quartets, trios. Vam començar a fer feina en aquesta línia.

A nosaltres els músics ens veuen com uns facilitadors, no només per aconseguir concerts, sinó també per gestionar el caixet, un *rider*, el programador etc.

- **De quins anys estem parlant?**

Seriosament, va ser l'any 2012, però a partir del 2009 o 2010 va ser quan vaig fer el canvi de paradigma.

- **La relació entre músic i mànager és molt important. Hi creus en la confiança mútua entre ambdues parts?**

La figura del mànager no és fàcil. És una figura molt complicada, perquè és molt difícil fer de mànager. Jo sempre dic que quan muntas un grup de música l'important és que rodi i no té perquè aparèixer la figura del mànager. La figura pot aparèixer en el moment que el grup té prou solidesa que requereixi d'una persona que gestioni aquest grup.

Jo per exemple tinc grups que diuen que són 7 damunt l'escenari, però en realitat són 11, comptant els tècnics i el mànager. Hi ha d'haver la relació de confiança, però també ha d'aportar. La informació que jo gestiono com a mànager del grup no és la mateixa que gestionen els grups, per exemple, de vegades veig dossiers que no em serveixen i els hi he de dir als músics el que realment necessito.

Molts grups entenen que s'assaja, es munta un repertori i cap al concert. Hi ha molts grups que ja ni assagen, simplement munten directes. Sa música és una disciplina molt dura; tu vas al Conservatori, aprens a tocar, compons, etc. Tensa molt el procés creatiu perquè tu com a artista ho ets tot. En aquest sentit la figura del mànager i la del productor també ajuden a l'artista, cal produir-lo i no només musicalment.

Una altra cosa que nosaltres hem donat és molta transparència, és molt important.

- **Parlant dels circuits mallorquins. Entenem que hi ha els festivals, el circuit més turístic?**

Jo crec que hi ha dos grans circuits, el circuit públic i el privat. El públic són tots aquells concerts que fan efectes al Govern, al Consell, Ajuntaments. Dins del món del jazz en l'àmbit públic, s'estructura que s'ha anat creant, en l'àmbit dels festivals, són exitosos, perquè el públic que li agrada el jazz hi va. El jazz és generador de públic, sempre té una línia musical bastant fixe i marcada i aquests festivals funcionen molt bé. Després tenim el circuit privat, que hi ha festivals de jazz rellevants, com s'Alternatilla, el Jazz Voyeur, que a nivell de solvència tenen capacitat de pagar un cache.

Després hi ha el circuit internacional, que també el treballem nosaltres, vam anar amb en Pere Bujosa per la India, amb en Toni Vaquer a Egipte, amb els Highlands a Rússia i Portugal. En el circuit internacional ja només se mouen propostes molt sòlides.

Després en el cas del jazz trobem tot el tema dels *garitos*, les *jam sessions* autogestionades i tal. El Lisboa, el Saratoga, que són elements que potencien.

El músic de jazz ha d'anar en compte en com se gestiona en cada circuit. No pot ser que un quartet obri una *jam* per 50 euros o unes cerveses i que després aquest mateix quartet toqui en un auditori amb un caixet determinat i tal.

Tot i que nosaltres no entrem en el circuit privat ni en l'univers de ses *jam sessions*, hi creiem, perquè demostra l'estat de salut dels músics.

- **En aquest sentit, creus que és interessant tenir un projecte sòlid? I quan vas a la *jam* hi vas amb un altre nom o uns altres músics?**

Jo crec que un poc dins de la reflexió que fèiem abans, de la pressió que té el músic quan munta un projecte, que no només el munta, sinó que s'imagina el directe, el *set list*, etc. Depèn de la visió que tingui el projecte, has de pensar que si tu tens una proposta musical de jazz, per donar-li solidesa, vols que siguin temes propis, has de crear aquesta música, una estètica, explicar un relat, un disc físic o no. Per exemple hi ha molt de festivals que et demanen, un que tinguis oficina de representació i l'altre que tinguis un disc. Això, moltes vegades delimita si es considera que ets professional o no.

Per tant, quan un llança un projecte de jazz cal projectar-lo allí on vol anar. Ens passa molt aquí a Mallorca. Hi ha una base de músics molt sòlida que es van movent i les formacions no canvien gaire però la música sí, i això té un recorregut, però encara ens falta la visió del productor musical, aquestes figures que hi intervinguin. Que no vegis el mànager com un venedor de bolos, si no una gestió seria.

- **Tornant als festivals. Fins a quin punt els Ajuntaments, Alcúdia, Inca, que són els festivals que gestioneu, fins a quin punt us posen condicions artístiques?**

Bàsicament, el que els festivals intenten és que hi hagi un criteri i una coherència. De vegades et demanen una proposta local, una de fora, una *big band* i proposta emergent. Intenten marcar-te, també la quota de gènere. El que després ho determinarà tot serà la proposta econòmica. Llavors nosaltres a partir dels caixets nets anem elaborant la proposta.

A mi m'agrada treballar amb els festivals que hi ha una coherència en la programació. Moltes vegades també et demanen que portis la part tècnica.

- **Ara que parles de caixets nets. Als Ajuntaments els va bé que vosaltres gestioneu les altes? Treure's el paper de promotor de sobre?**

Hi ha una legalitat que és feixuga perquè és canviant. El que està clar és que qualsevol músic que puja a un escenari ha d'estar d'alta de la Seguretat Social i l'afecta la prevenció de riscos laborals. Aquesta seguretat jurídica fa que els Ajuntaments ens cridin i ens encarreguem de tot.

Com a promotor ha d'estar tot ben lligat, no te la pots jugar. El Règim Especial d'Artistes és un règim que dona cobertura a molt de músics que treballen en altres coses, fins i tot l'Estatut de l'Artista, que ara s'ha renovat, fa que si estàs jubilat puguis tocar estant donat d'alta, perquè quedi tothom cobert.

Clar això fa que d'un bolo de 300 euros, el músic en cobri, més o menys 200 nets. En aquests 100 euros hi ha l'IRPF, honoraris de tramitació de la gestió, etc.

Al final el músic vol saber el net que cobrarà. Però una cosa és saber el net sabent que estàs cobert i s'altre és que et pugui passar alguna cosa i que no tens cobertura. I no només és això, sinó que el concert que fem, si és una oficina seria, anirà acompanyat del full de ruta amb tota la informació de producció del bolo.

- **En són conscients els Ajuntaments de tota aquesta problemàtica? O simplement es treuen el mort de sobre de promotors i demanen factura?**

Hi ha hagut una transició cap a fer les coses cada vegada millor. Molts d'ells s'estimen més arribar a un acord amb el músic, però al final acaben parlant amb l'agència perquè és qui li passarà el pressupost amb els gestos de gestió dels músics i ho acaben entenent.

A mi a efectes de contractació em preocupa més la capacitat meua de comunicar un cert criteri a l'Ajuntament que el projecte que venc és bo, que no pas la part de contractació.

- **Quan tanqueu un contracte de representació. Quines són les condicions?**

Nosaltres, primer de tot construïm el caixets, a partir dels nets que volen cobrar els músics calculem els bruts. Oficialment, els honoraris dels mànagers són del 20%, sí que és veritat que poden baixar. Com que les nostres propostes solen ser emergents intentem que els nostres honoraris no rebentin el caixet de la banda, si ja cobrem per la gestió de les altes doncs ho compensem i pot baixar a un 10%. Per exemple ara tenim una banda a Varsòvia i nosaltres no li cobrem un percentatge, és com una inversió. El que tenim clar és que tothom sap el que cobra i guanya tothom.

- **El tema de l'exclusivitat?**

Sí que es té en compte, però jo penso que com a persona representant me l'he de guanyar. El tema de l'exclusivitat és sobretot perquè altres *bookers* o managers

tinguin una referència de contacte i s'aconsegueixin més concerts i ben gestionats. El concepte d'exclusivitat sempre pot arribar més tard.

- **Us heu plantejat treballar com a segell?**

El que veiem és que això ja existeix i cada vegada és més tecnològic i menys físic i requereix d'una estructura complicada i no hi entrem. El que si que fem amb alguns artistes és un procés d'acompanyament a qui ho demana a l'hora de produir un disc. El relat del disc s'ha perdut i per tant ara això s'ha de dur al directe.

6.1.8 Entrevista a Jordi Ramírez

12 d'abril de 2023. Comunicació telefònica

Jordi Ramírez: CEO de Buenritmo Producciones S.L. Empresa de representació artística, management i segell discogràfic.

- **Quina diferència hi ha entre els drets que gestiona una editorial i els que gestiona una discogràfica?**

No tenen res a veure, una editorial gestiona drets d'autor i una discogràfica els d'una obra gravada, que és diferent. Tu pots ser autor d'una obra i no gravar-la, per tant, qui la gravi, ho pot fer amb una discogràfica i ja pagarà els drets a l'autor a través de la societat de gestió que toqui. A Espanya SGAE directament. També es pot fer sense, la pots registrar directament a l'entitat i llestos. Editorials; drets d'autor i les discogràfiques; obres gravades amb un altre tipus de drets. El dret moral és sempre de l'autor, es pot cedir fins al 50%, a Espanya, això canvia depenent del país. Això que de vegades es veu per les notícies que es venen catàlegs i tal vol dir que passa en llocs on sí que es pot fer.

- **Llavors els drets de la discogràfica són?**

Els d'exploació de les obres gravades. Sigui suport físic o digital.

- **Un artista treu un tema i el penja directament a una distribuïdora digital avui dia?**

Si, hi ha de tot, hi ha diferents acords en funció dels serveis que t'ofereixin. Ells s'encarreguen de passar les teves gravacions a les plataformes amb les quals treballen. També n'hi ha algunes que es queden un percentatge de drets, alerta que no es poden quedar drets editorials sense avisar-te, són serveis que et poden oferir. Sobretot les estrangeres, solen oferir l'opció de tenir la teva música en el seu catàleg per a sincronització. De totes maneres si es firmen aquest tipus de drets no solen ser exclusius.

Hi ha un problema de llenguatge moltes vegades, llenguatge jurídic, s'ha de tenir en compte la legislació de cada país, etc. En general, per la meua experiència l'agregador no es fica per res amb els drets d'autor.

El que sí que és veritat que ha canviat és que abans, quan pujaves discs als agregadors, no et demanaven quasi informació. De vegades pujaves un tema, deies que tenies la propietat posaves algunes dades i endavant. Ara, des de fa uns anys, s'ha de posar el nom dels autors, separar per qui és autor de músics i de lletra, etc. Hi ha hagut molta pressió de les societats de gestió per poder fer el repartiment més acurat i que les plataformes paguin en concepte de drets d'autor. M'imagino que una de les excuses perquè els autors encara cobraven menys era per això, ara tot està més controlat. I no et val posar J. Ramírez... no, nom i cognom, ha de ser acurat perquè sigui més fàcil d'identificar posteriorment.

- **Les entitats de gestió han invertit en tecnologia de detecció?**

Clar, per poder reclamar i poder repartir-ho bé. En els últims anys les societats han estat liquidant uns conceptes que posava; redes. Uns repartiments molt petits, però que ho han anat acumulant i repartint. Si et fixes en els teus ingressos aquests últims trimestres, hi ha hagut unes liquidacions de redes i penso que és això.

- **Spotify paga als autors a través de SGAE, i els agregadors?**

En principi els agregadors no. Qui cobra al client final és la plataforma, els deu euros de la quota o de la publicitat, aquests ingressos seran amb els que pagaran als autors.

- **Si un agregador m'ofereix un contracte editorial, aquesta editora vetlla perquè jo cobri tot el que he de cobrar?**

Clar, perquè a ells els interessa. Però estem parlant de quantitats molt petites, a no ser que siguis Beyoncé. El que sí que els interessa és el tema de les actuacions en directe, va més per aquí, encara que el digital també, o si has fet televisió o el que sigui. Perseguir el cèntim del digital també és obligació de l'editorial, però interessa més centrar-se en lo altre.

- **L'Editorial, per tant, pendent de la comunicació pública i...**

I també explotar les obres, que arribin a més llocs, a publicitat, cine, televisió, perquè l'obra es pugui sincronitzar i fer diners de debò.

- **AIE. Gestiona els drets afins.**

AIE i AGEDI per exemple, molta de la seva recaptació va via SGAE i penso que AIE també, per tant, una part del que recapta SGAE va cap a aquestes altres entitats. L'important amb l'AIE és declarar les gravacions i tal, hi ha molta gent que no ho faig.

- **Posem un exemple. Som una banda i volem registrar un tema. És important el registre a la Propietat Intel·lectual?**

El registre rellevant és el de la SGAE i normalment es treballa així, representa que via SGAE ja pots demostrar autoria i estàs cobert.

- **El tema dels codis ISRC?**

Si no tens discogràfica els pots aconseguir? Si, normalment les distribuïdores t'ho ofereixen, no hi ha problema.

- **Registrarem un cover ara. Quins són els passos?**

Normalment, si fas una versió tal qual, no passa res, fas, graves, declares a SGAE i cap problema. Això sí, el pas correcte és demanar permís a editors i autors, sobretot si fas canvis de lletra o canvis substancials. Amb el que és de domini públic no hi ha problema, però amb el que no ho és cal anar amb compte. Si fessis, per exemple, una cançó teva que algú la vol traduir a un altre idioma t'hauria de demanar permís, però si no transformen la teva obra en pla trossejar-la o així no cal. Llavors es registra amb el nom dels autors originals. Tu cobraràs per l'explotació de l'obra gravada, però la part d'autor serà per l'autor o si la toques en un concert, cobraran els autors o si la poses a un disc, quan paguis els drets mecànics de fabricar el disc, també els diners aniran a l'autor d'aquell tema.

6.1.9 Entrevista a Miquel Àngel Rigo

15 de març de 2023. Palma de Mallorca

Miquel Àngel Rigo, Lluçmajor. 1989: Músic, saxofonista mallorquí. President de l'associació s'Escat. Saxofonista en projectes com ens Jazz Fingers, Llaüt, Glissando Big Band, Voodoo Children Big Band, Branca Santa, entre d'altres.

- **Com valores l'estat de salut de la música jazz a Mallorca?**

S'estat de salut en relació a músics és súper sa. Hi ha molta de gent jove i no tant jove que s'hi està aficionant i tocant i tenim un superboom de músics. Ara n'hi deu haver com cinquanta i pico, moltíssims.

En relació amb locals i llocs per tocar, no està tan potent... Se van obrint locals així i tot, però bé. Aquí a Palma ara mateix hi ha el Jazz Lounge, del Florencio, que programa setmanal, quasi cada dia. A Santa Maria el Cats music. El Lisboa va tancar, el Saratoga va tancar...

Abans aquí tocàvem a s'Antiquari o el Blues Ville, fa més anys. Està tancat ara, per allí la vora el Jazz Lounge. El duia n'Ignasi Simó, el cantant dels Peligrosos, ell va dur 15 anys aquest local a Palma, Era molt icònic, de Blues de Jazz. També hi havia es Vamp, el dels molins, al carrer Indústria.

Ara mateix és un poc incongruent perquè hi ha més músics que locals... Al Shamrock també han obert la *jam* i hi ha les *jams* de s'Escat, Cats Music, el Jazz Lounge i ja.

Abans hi havia un recorregut com setmanal, els dilluns al Saratoga, els dimarts a no sé on, els dijous al Lisboa...

- **Penses que té a veure amb els hàbits de consum del turisme? És temporal?**

No, si que en temporada tens més públic, però ses *jams* hi són tot l'any per exemple. Va bé, perquè quan tens pocs *bolos* fora de temporada perquè t'ajuden a estar en forma en el directe i a no avorrir-te!

- **Els festivals aposten pels grups locals?**

Aquí de festivals n'hi ha varis, a diferents pobles. Banyalbufar, Porto Colom, Inca, etc. Jo penso que darrerament els festivals no compten tan amb els projectes d'aquí i no estan massa al lloro del qual passa a l'illa. No sé, aquí s'estan gravant coses i hi ha projectes originals amb discs nous, joves i no tan joves. Penso que podrien estar més al lloro i comptar més amb la gent d'aquí que està presentant coses.

- **Et dediques exclusivament a la música o diversifiques, diferents feines, tocar diferents estils, classes...?**

Jo em dedic a tocar, però també dono classes. En l'àmbit de tocar, sempre he tirat pel jazz, però toco amb qui sigui, amb molt de gust. Gravacions, toques, s'estil que sigui, me tiro a tot. Som músics polivalents, podem llegir partitures, podem tocar amb Big Band, fer arranjaments de latin o del que sigui, improvisar. Som músics que tenim moltes finestres obertes i s'han d'aprofitar.

- **Com va sorgir la idea de s'Escat?**

Feia molts anys que teníem al cap la idea de muntar alguna cosa, sigui una escoleta, un local. Tots hem viatjat molt i hem conegut gent per tot i músics per tot i ens agrada que vinguin per aquí i poder tocar amb ells i aconseguir-los *bolos*. Per exemple, ve en casares i em diu; que vinc a Mallorca! I intentaves buscar *bolos* i... era difícil.

Després en Pep Garau i en Garcias, se'n van anar a Almeria amb la Clasi jazz i en Mazuecos, el director que és molt actiu, els hi deia: Hacedlo ya! I bé, vam apretar, vam trobar un local i tot a tope i ja està.

També era un poquet per cobrir aquest forat de programació de manera flexible, per sa gent més amateur o que presenta projectes, o més jove que no saben on tocar i que tinguin un lloc. Gent més gran que puguin gaudir de tocar en una *jam* tranquil·lament, amb bases de bon nivell, amb músics de bon nivell per tenir flexibilitat per tocar. I tenir el local disponible per qui sigui. I bé vam començar fa poc i molt contents.

També per la música clàssica, que també necessiten espais. I també ens hem ajuntat amb una associació de swing, una escola de l'Indi Hop i compatim local amb ells i tenim una bona simbiosi. Ens ajuntem per fer esdeveniments, tallers, nosaltres toquem.

- **Hi ha també un objectiu pedagògic?**

També és això, poder oferir màsters. Jo que he viscut aquí sempre, doncs mira, en cinc anys o deu, he anat a màsters de saxofonistes comptades. En Chirs Cheek que el va portar el Weinstein, en Perico perquè va venir per lo de Sa Pobla, n'Ernesto que el va dur l'Alberto Moreno, que em penso que duu també una mica lo del Inca Jazz. Ell va dur l'Ernesto i algun més. Vull dir que arribaven en compte gotes.

Ara amb s'Escat ho podem tenir molt més seguit i poder tocar amb ell, conèixer-lo, fer unes cerveses. En Mazuecos deia; tu, tu no te vas a tomar unes Cervezas con Messi no? I clar, poder anar amb el teu ídol a tocar i a menjar una truita, és brutal. La idea és que sigui tot molt més proper, és brutal de debò.

- **Com absorbiu tot aquest volum de feina?**

Els rols estan un poc difusos, hi ha molta paperassa, però realment és curiós perquè s'organització en si és un caos, però en es final tot acaba anant bé, perquè tothom hi és i cadascú tapa un forat. Tenim molta gent, tothom té molts contactes, lo que ens facilita el tema de la programació. Llavors molts són amics i coneguts i s'adapten, doncs a dormir a casa d'algú i tal.

També vam xerrar amb el Conservatori perquè si ve un músic, doncs pot venir a s'Escat i a més poden fer una màster ben remunerada al Conservatori a banda del que facin a s'associació; bolo, màster, *jam session*... Un poquet així, anant estirant els fils de la gent que ha estat a fora i coneix a gent, en Fèlix Rossi també que corre per aquí i té algun contacte. O ens enterem que hi ha algun músic per la península tocant i hi ha la possibilitat que vingui.

- **Com ho heu fet sense ajudes? O vau tenir alguna ajuda?**

Bé, ens vam posar en contacte, per exemple amb l'IEB i bé, un poc descontents. La veritat és que només hi ha ajudes de projectes d'aquí que surten enfora. Que està molt bé, però per sa gent que està fent coses aquí res.

També vam contactar amb una cooperativa que es du Sus cultura, i vam veure un mica amb ells com està el tema de subvencions i tal, i la veritat és que està complicat. Hi ha ajudes per exemple, per muntar un festival, però clar, tu ho fas tot, el projecte, tires el festival endavant, arrisques els diners i la subvenció ve després, és complicat. Una cosa petita com la nostra no té ajuda, avui en dia no hi ha cap subvenció, encara que tinguis ja una trajectòria. O almenys no en tenim constància.

- **En l'àmbit municipal de Manacor?**

No ho hem investigat massa.

6.1.10 Entrevista a Miquel Àngel Sancho

13 d'abril de 2023. Palma de Mallorca

Miquel Àngel Sancho: Creador i director de Produccions Blau. Editora discogràfica fundada l'any 1982 a Mallorca. Dos anys abans obre la botiga de discs Xocolat 1980 que serà el trampolí per a fundar el segell més tard. Des de llavors Blau ha editat més de 700 treballs d'artistes Balears i de fora, contribuint així a ampliar el repertori musical popular. Al 1987, Balu participa en la fundació de Dismedi, aprofitant el boom del rock català i s desmarca en es mercat espaól i internacional, fundant altres segells, com per exemple, DoBrasil, Biscoito Fino (Europa), Zun-Zun (Cuba) que editarà els dos volums de "Cuba le canta a Serrat", coprudicció que juntament a dues més és nominada als premis Grammy l'any 2005 i 2006. Arriba la digitalització del seu catàleg fundant l'empresa IDFD (Independent Digital Format Distribution).

- **Xocolat es funda l'any 1980, justament l'any del primer festival de jazz.**

L'any 1980 vam començar amb Xocolat, amb la botiga. Nosaltres en els primers festivals de jazz vam estar involucrats en la sonorització i sa primera vegada que me vaig posar en el món dels concerts va ser amb Keith Jarret, aquest va ser el meu estreno.

- **Hi havia una revolució cultural?**

És normal, veníem d'una època de sequedat i ho teníem tot per fer. En aquest sentit, ens va afavorir, el món de sa creació va obrir ses portes i es van començar a poder tirar endavant projectes que abans era impensable, per una qüestió ideològica i econòmica.

- **El fet insular va afectar el creixement musical de l'illa?**

Nosaltres vàrem tenir uns avantatges que va ser que el món turístic, des dels anys 60 que vam començar a tenir turisme, el boom de s'hoteleria i de les sales de festa va ser un bessó fantàstic per molt de músics, aquí hi havia una creativitat i unes bandes increïbles. A més hi havia bandes que venien de fora i que només passaven per aquí, no passaven ni per Barcelona ni per Madrid. Se va establir gent del món de la producció aquí a les illes i feia que aquí vingués en Jimmy Hendrix, Pink Floyd a Formentera, Bon Marley a Eivissa, feia que passessin coses d'aquestes i nosaltres estàvem preparats, no ens sorprenia musicalment.

Després aquí hi havia dues sales de festa Tagomago i Tito's per on hi han passat tots els grans, des de Louis Armstrong, Tom Jones... tots. No ens sorprenia, tu podies estar assegut a plaça Gomila i podies veure passar a qualsevol músic famós

per davant. Ara sa part logística era una mica més complicada pel cost insular, però no era una excusa per crear un problema. La gent en els 80, la gent que estava en el món audiovisual volíem canviar el món audiovisual i per això muntàvem festivals, concerts i per això també vam muntar el segell discogràfic amb el Joan Bibiloni.

- **Quina va ser la resposta dels artistes Mallorquins a l'obertura del segell?**

Nosaltres vam obrir una finestra molt gran sense voler. Era tot impuls, sem va presentar en Joan Bibiloni, que tocava molt al centre de la Guitarra, tocava sovint amb en Tete Montoliu i me va dir que perquè no posàvem en marxa una producció i vam començar amb el "Joana Lluna" i vàrem girar, va interessar, però no ens agradaven massa les ofertes que ens feien, no la qüestió econòmica, sinó perquè no l'agafaven amb la il·lusió que ho fèiem nosaltres, i per això vam decidir treure el cd nosaltres i vam tirar Blau. I sense voler vam obrir una finestra al món musical d'aquí. Ja se'n feien algunes de produccions, de grups d'hotel que gravaven singles perquè la gent se'ls endugués com a souvenir, això ho feia Maier.

Després vàrem tenir molta sort i vam treure Tomeu Penya i vam vendre 10.000 còpies, llavors vam pensar que potser sí que funcionaria! Nosaltres volíem fer una cosa bastant eclèctica, pensa que la següent referència va ser en Jorge Pardo. En acabat fins al 1987 vàrem estar junts amb en Bibiloni, però diferenciats, cadascú feia feina pel seu compte, tot i que col·laboràvem i encara ho fem. Ell va muntar el seu segell, jo li distribuïa o si necessitava un productor em cridava, etc. Després el 1989 vam crear Discmedi a Barcelona. Aquesta va ser un poquet com vàrem tirar endavant un projecte que sense en Tomeu Penya no hagués estat possible.

- **Posem-nos més tècnics. Sempre hi ha molta confusió entre producció, distribució, edició... Com definiries cada una d'aquestes parts?**

Quan nosaltres vàrem començar a fer feina vam agafar el model de la petita multinacional, que era, produir, cercar s'artista o si venia ell fer un projecte de producció, gravació, dins del projecte ja entra la part artística de qui produeix; músics, repertori. I després nosaltres també fèiem l'edició, per tant, necessitàvem una infraestructura de mínims per poder fabricar o enviar els màsters a fabricar, fer els models de vinils i cassetes i fer la distribució. Era una distribució petita perquè tampoc necessitàvem un model molt gran, simplement a Espanya, però ens vam ajuntar amb Nuevos Medios per a distribuir plegats amb RC. Durant un parell d'anys vam estar treballant junts amb en Mario Pacheco, per mierar el model de referència de segell independent i ens van donar una lliçó de com treballar.

Després vam muntar la distribució pròpia des de Discmedi amb qui vam agafar distribució d'altres segells independents. Avui en dia, veuràs que les discogràfiques petites, a part que han agafat els 360, que han agafat el

management, el que han fet és donar a tercers la distribució. Això fa que amb una oficina puguis fer feina, no necessites magatzem ni cap de vendes ni cap infraestructura així.

- **Distribució digital?**

És el nou model, que té l'avantatge que arribes a lloc que d'altra manera no hi arribaries mai. La projecció musical és increïble, el problema està en el retorn. En el món digital, el retorn és molt bàsic, no hem pogut posar condicions des dels segells. És com si en el món físic només hagués quedat el Corte Inglés i ells posen les condicions. Amb el digital les pautes venen macades, te les marquen les plataformes digitals i et diuen el que et pagarà. El problema és que els segells no tenim força per interferir-hi.

Fa uns anys UFI, la Unió Fonogràfica Independentete, on jo vaig estar a sa junta, va fer un tracte en l'àmbit mundial de no vendre a digital sense unes condicions pactades i vam arribar a un acord per no donar continguts, per tant, es quedaven sense. El problema van ser els artistes que volien estar a les plataformes i vam haver de tirar enrere aquest projecte i no va tenir força. Els hi dèiem que era un procés, però clar, els artistes, que tenien raó, volien compartir la música. Després cada plataforma va imposar les seves condicions i això és el món digital.

- **No se'n parla massa d'això?**

Bé, no se'n parla perquè sa gent el que agraeix... jo soc consumidor de Spotify i clar, em faig unes llistes de reproducció que... Sa gent en realitat agraeix moltíssim el món digital, perquè amb 10 euros accedeix a la música de tot el món. Nosaltres aquí a la botiga si abans teníem, posa 500 clients, ara en tenim 100. La gent està molt agraïda i, per tant, no entra en polèmiques i no es queixa. La polèmica l'ha de crear la societat.

Nosaltres com a botigues de discs, productors fonogràfics ho va intentar cap al 1999, 2000 amb el pirateig, vam fer mobilitzacions tancant les botigues, ho vàrem intentar, però socialment no vàrem estar recolzats... En realitat el que va acabar amb el top manta va ser el P2P, i el que va acabar amb el P2P va ser l' streaming amb iTunes cap al 2004. Amb el pirateig ja no existeix perquè el negoci ha canviat no perquè l'administració es posés dura i els mitjans de comunicació no ens van donar suport fins al moment que es van començar a piratejar els seus llibres i els seus articles.

El món digital ha fet un canvi total i absolut, és un element de connexió musical espectacular, però s'ha carregat la producció. Jo d'ençà que ha aparegut, ja no puc invertir en produccions.

- **Com és un contracte discogràfic?**

Mira, les nostres condicions són molt bàsiques, sempre depenen de la capacitat que té l'artista o de la projecció que vol tenir. A nosaltres ens interessa que si s'inverteix en un artista, en l'àmbit creatiu també, ens obrim molt a fer feina amb ell en funció de com ell vol fer feina. Si volen tenir una seguretat, dedició, doncs es firma per tres discs, però si es vol fer una proposta de mínims doncs es firma per un i es va veient.

Avui dia, com que nosaltres hi podem invertir poc, perdem el valor d'imposar certes condicions, fem contractes petits, inclús amb clàusules que si no passa res en un temps, doncs queden lliure les parts. El món digital és el que ens ha fet fer. De vegades hi ha gent que vol editar en digital i si va bé es tira endavant el projecte, i si no, lliure, però es necessita un temps per valorar-ho, un any per exemple, llavors si surt bé i hi ha alguna discogràfica més gran interessada, doncs els hi gestionem tota la part i fem d'interlocutors, perquè no hi ha res pitjor que un artista parlant amb productores grans, aquí agafem el paper una mica de màner si vols. Una cosa que es fa molt ara, sobretot les multinacionals és quedar-se una part dels drets de comunicació, si no firmen management per exemple.

- **En l'àmbit de drets? Com ho gestioneu?**

Nosaltres gestionem, segons el contracte, els de comunicació, els hi liquidem uns royalties i en el cas que l'artista fa de productor ens quedem un percentatge de les vendes. Després el que recomano és que si s'ha de fer comunicació, fer contracte d'edició amb nosaltres, poden ser contactes de dos anys 5 anys... N'hi ha que els fan de per vida, això ha passat molt. Nosaltres gestionem tota la recaptació per drets d'autor, que és molt interessant sobretot pels de comunicació. El que fem és que els artistes em passen una relació de gales i es comprova que totes es comptabilitzin.

- **Quan es fa un cover, a l'hora de demanar permís a l'artista, quins són els mecanismes? Com sé qui té els drets?**

Avui dia és molt fàcil, la SGAE s'encarrega de tot a través del seu buscador. Et diu l'editorial i t'has de posar en contacte. Per exemple algú que vol fer una versió d'un tema en català, primer mirem si està feta, si és així no passa res, després te demanen, si és que et donen permís, la traducció per veure si has fet algun canvi de lletra i en acabat una demo per veure els canvis musicals i d'estil. Llavors se suposa que l'editorial es posa en contacte amb l'autor i li passa la proposta. Què passa? Que les editorials només fan feina si hi ha una possibilitat de fer doblers.

Per exemple a mi m'ha passat que artistes que m'han insistit molt, per exemple amb una versió dels Beatles en català, bé em poso en contacte amb EMI, em demanen la lletra, els canvis, la tirada de discs, posa 500 discs... I clar, si no és una proposta gran doncs clar, em diran de tot... D'altra banda, hi ha propostes que s'han fet a editorials grosses i que no han posat cap mena de pega. Els problemes

venen sobretot en els canvis de lletra. Si tu fas un cover 100%, no hi ha problema. Ara, si entres en dinàmiques de jazz; Miles Davis, per exemple ell va fer la versió del "Concierto de Aranjuez" amb "Sketches of Spain" i va haver de demanar permís a Joaquín Rodríguez, l'autor, perquè els canvis eren molt forts.

Parlant del concierto, jo he tingut dues propostes de versions, una d'en Tugores i una altra d'un director d'orquestra alemany, que viu aquí i té una banda que toquen molt bé i el Club Nàutic li havia encarregat un disc de versions de música clàssica en clau de jazz. Jo em vaig posar en contacte amb SGAE, i em van posar en contacte amb la filla de l'autor que és l'heretera dels drets. Doncs bé, li vaig explicar, li vaig enviar la gravació i em va demanar la part de drets d'autor i un pago a banda dels drets. Vull dir que es pot fer.

Clar, hi ha molta gent que vol fer covers i si no demanes el permís, te'l poden fer retirar. Si ningú s'adona no passa res, però ara amb internet i els mecanismes nous de detecció és més fàcil de detectar. Per exemple ara ens van fer retirar un tema d' Spotify d'un disc que era una versió exacta, uns arranjaments instrumentals, que en teoria no s'havia de demanar permís perquè era instrumental i s'editorial va dir que bé, que tenien els drets i que havíem de demanar-los permís pagant. En el cas de la música popular, que no té drets, pots fer el que vulguis, això sí, la teva adaptació generarà drets per tu.

- **Parlem de fingerprint. Quins són els mecanismes de seguiment dels discs en el format digital?**

S'incrusta tota una metadata en els arxius que et permetran fer els seguiments. Per exemple, el fingerprint de YouTube detecta cançons nostres que s'han utilitzat en altres vídeos, que normalment deixem que s'utilitzin, a no ser que l'artista no vulgui i si passa en una hora, està llevat. Les plataformes el que no volen són problemes, són molt ràpids quan fas una reclamació.

- **Ho controla SGAE?**

No, ho controlem nosaltres amb els nostres mecanismes. SGAE té un problema gros i és que té molt pocs mecanismes per a controlar tot això. De fet, un dia xerrant amb un dels responsables SGAE li deia, com ho feu? I em deia que bé, que no ho podien fer... Llavors li vaig comentar que jo cada mes rebo la relació de totes les meves reproduccions... Fa poc en vam tornar a xerrar i tampoc ens van respondre del tot.

- **(Parla la filla d'en Miquel Àngel, responsable de la distribució digital, entre altres tasques, del segell)**

En teoria sí que recapten, hi ha més o menys una maquinària, el que hi ha un problema més greu. Cada distribuïdora o agregador digital té el seu sistema per donar d'alta els tracks, hi ha uns espais per posar sa metadata, per exemple el nom

de l'autor, i hi ha milions de cançons que es perden perquè no hi ha un match entre les dades, jo mateixa puc picar malament l'autor o escriure'l amb la inicial o el cognom.

Per tant, a qui va? De qui és realment? I només és un exemple, però falta aquí, així com el codi ISRC ajuda, un match entre, per exemple l'identificador que et dona SGAE per tema, que les discogràfiques no el tenim...

Com a UFI, vam tornar a insistir i tampoc ens van fer cas, perquè quan tu entres al teu compte s'SGAE la informació que surt és mínima, i genera confusió. I jo sé quantes reproduccions he tingut i ves que les coses no quadren. Nosaltres per exemple, com que treballem amb Orchard és tot bastant detallat, però la informació detallada no la tenen.

(torna a xerrar en Miquel Àngel)

Aquest és un altre problema que ha afegit el món digital...

- **I AIE?**

Sembla que estan una mica més al dia? AIE funciona bastant bé sí. A tothom li recomano que es donin d'alta perquè a més a més tens altres serveis i judes. A més veig que està liquidant i ho recomano encara que a nosaltres no ens afecta.

6.1.11 Entrevista a Jordi Tugores

14 de març de 2023. Palma de Mallorca

Jordi Tugores, Palma de Mallorca 1982: Músic guitarrista, productor musical i enginyer de so. CEO d'Alquímia records. Guitarrista en la banda Highland.

- **Quines són les teves arrels musicals?**

Les meves arrels venen del folc, mallorquí i Mediterrani. Per exemple fa molts anys que acompanyo a Miquel Alladó, de música nostra. Mery Lambound, Marta Elca, La Vereda. He pogut fer de tècnic de O funkillo, La Gran Orquestra Republicana. Per l'estudi han passat infinitat de músics amb els quals he pogut treballar com a productor també.

- **Com t'introdueixes en el món de la música?**

Passo al castellà d'acord? Que m'expresso millor. En los años 90 y tal, solía ir siempre con mi hermano que, hacía mantenimiento y montaje de mesas de sonido, yo debía tener como 13 años o así, y claro empecé a ver que me molaba el tema de las grabaciones. Paralelamente, tocaba la guitarra con los colegas y tal, al cabo de unos años ya me metí más de lleno con la música, con el folc, Ball de Bot con el Llaüt también y tal.

Luego en el 99 me fui a Valencia a estudiar la ingeniería, aunque antes, mi hermano montó una empresa de sonido con Noel, que se llamaba Sargantana y un poco antes de eso también tiraba bolos con Toni Reynes, que ya nos dejó.... Él tenía una empresa de sonido y un pequeño estudio, que no sé si sigue, se llamaba Can Estrella. Allí fue cuando empecé a hacer bolos en directo de manera profesional. Estuve en muchísimas verbenas, conciertos, en la primera edición del Jazz de Sa Pobla, por ejemplo. E infinidad de bolos más en directo por toda Mallorca. Yo tenía como 15 o 16 años ¡No debía ni ser legal trabajar!

Luego se interrumpió por la carrera, que me fui a Valencia como te comentaba, pero cuando volví empecé a trabajar en plan profesional del todo. Empecé en una pequeña cadena de televisión, Localia en Inca. Era un canal que estaba por toda España, pero estaba montado también como televisiones autonómicas, así que unas 4 horas al día emitían contenido local, autonómico. Allí estuve un año y medio 2006/07. Yo tenía claro que me quería dedicar a la música y me fui a tocar con bandas, proyectos....

Muy loco. Tenía veinte y pocos, mucha energía... ahora ya tengo 41 años y llevo 12 años en el estudio, desde 2011. Antes ya intentaba hacer mis grabaciones, donde podía, locales de ensayo... Tuve una experiencia corta en el estudio Swing, con Noel, pero las condiciones eran muy agresivas, había varios dueños y era difícil sacarlo adelante.

- **¿Sigue Swing?**

Sí, sigue, van haciendo.

- **¿Del Swing a la Alquimia?**

Sí, sí, sí, fue una oportunidad. Este sitio se quedó vacío, lo llevaba el Pep Toni Rubio y me dijo: El sitio está parado. Entonces me lo puso muy fácil.

- **¿El estudio ya existía?**

Sí, antes estaba Toni Pastor. Es un gran músico, ha producido muchos discos y ha hecho infinidad de grabaciones. También estaba en Música Nostra, con Pep Toni y yo, entonces todo fue fluido.

- **¿Ha cambiado el estudio?**

Bueno, hice algunas reformas. Sobre todo Inversiones en material de grabación. Si te pones a mirar ves que está actualizado a nivel de maquinaria y microfónica. ¡Mucha pasta en micros!

- **En tota aquesta historia com hi ha entra el jazz? Com a tècnic, com a músic?**

Com a músic no massa, de jove no el tractava massa, no l'escoltava massa a casa, no hi havia tanta influència. S'escoltava més rock i pop. Mis hermanos escuchaban mucho pop y rock, mucha música española. Evidentemente, conocía el panorama internacional, Jackson, Stevie Wonder... Pero fue en la carrera cuando me empecé a interesar más por los músicos de jazz. Hablas con uno con el otro y van sonando nombres, ¿no? Incluso algún nombre que yo no conocía y me

decían ¿cómo? No lo conoces.... Pues no... Por ejemplo, Hancock... mucha gente me decía no, es que mi padre escuchaba mucho a Miles, a mí no me pasaba tanto. Me he ido interesando con los años, ha habido artistas que me han tocado John Scofield con Overjam, dije: ¿Esto qué es? Realmente me engancho la parte más funky del jazz, la improvisación, que conecta con el jazz. Pero por desgracia no tenía ese background como músico.

Como técnico he tenido una relación mucho más importante con el jazz. Me imagino que, por mi manera de concebir la grabación, los músicos de jazz han ido confiando en mí. No es que dijera: Ahora voy a grabar jazz. Si no que vino. Por ejemplo, recuerdo una de mis primeras grabaciones, que era de blues con Pep Lluís Garcia, él vino con un proyecto Los Blues Devils. Era un blues muy clásico, con Jay Kay, el cantante que era de los Estados Unidos que vivía aquí, ya murió... Y claro fue una grabación en directo, un poco por casualidad, Pep Lluís me dijo: Claro, esto no se graba por pistas, esto es la tocata, con cuatro micros. Y en ese momento me di cuenta de que había otra manera de grabar ¿no? Yo siempre grababa por pistas, con la referencia y tal, pero claro, si los músicos son buenos, la banda tiene rodaje, hace bolos, está engrasada y tocan bien juntos, es una maravilla. Pones la microfónica, instrumentos y ¡Grabando! Y es lo que suena luego. Entonces, a partir de ahí me he acostumbrado a tratar ese tipo de grabaciones de manera muy natural, que suene lo que suena. Supongo que mi background de directo me ayudó mucho en esto, sumándole la tranquilidad del estudio que te permite analizar y probar, pues por ahí empecé a encontrar un sonido que a la gente le ha ido gustando. Es verdad que no es el único estilo que grabo, pero sí que he grabado muchos proyectos de jazz.

- **Tienes una buena sala.**

Es verdad que la sala suena bien, un pelín sequita, pero está muy bien. Sí que me faltaría un buen piano de cola, pero es un dineral y la amortización es difícil. Hay estudios aquí en Mallorca con pianos muy potentes, pero hay que dedicar muchas grabaciones al instrumento para amortizar. También hay estudios que tienen un buen piano por otras razones, sponsors, Sonoteque que tiene a la Sinfónica ensayando allí. Contratos de los años 80 para hacer grabaciones subvencionadas... ¡Pero esto sería otro trabajo de investigación entero! Lo que he hecho mucho es irme a sitios a grabar donde hay piano. Por ejemplo, el Club Náutico de Palma, que tiene un Bosendorfer que tiene como 300 años... Ahí he grabado un disco a trio porque me pidieron de grabar allí. Ahora lo tengo más preparado para movilizarme, pero es una buena opción, eso debía ser en el 2014/15.

- **¿Es Mallorca un destino de grabación?**

No mucho, la gente suele tirar para Barcelona o Madrid. O la gente con presupuesto se van a los Estados Unidos, ¿no? Miami y tal u otros sitios en cuanto al jazz. De grabación no, pero ¿para residir? A los artistas les encanta. Actores,

músicos de todo... Pero suelen tener su trabajo fuera de la isla. Pienso que un músico de jazz de Barcelona potente se queda en la ciudad.

- **Vamos a hablar de cosas más técnicas. ¿Cuándo te sientes ingeniero y cuando productor? ¿Cuál es la diferencia? ¿Qué buscan los jazzeros?**

Es una muy buena pregunta. Para mí el jazz es el estilo donde tiene menos sentido un productor. Vamos a acotar la palabra a productor artístico, porque por ejemplo productor ejecutivo es otro concepto, uno que pone dinero en un proyecto que le mola, pero que no tiene por qué saber lo que es una séptima, ¿no? Un productor artístico, pero de qué estilo, ¿no? Un productor de beats, música electrónica, pop, pero a lo mejor de jazz no tengo ni idea. Y luego, al revés, sé de jazz, pero de lo otro no tengo ni idea...

No te digo que no haya, pero al final un productor, yo lo veo como una persona que controla todo el proceso de, por ejemplo, una grabación de un disco; Músicos, sonido de los instrumentos... Para al final definir el sonido de todo el disco en conjunto. El sonido final que quiere, como se mezcla, como se masteriza. Entonces esa persona decide muchas cosas durante el proceso. Entonces, muchas veces ves que hay un gran artista asociado a un gran productor. Por ejemplo, se me ocurre, Amy Winehouse saca Back to Black con Mark Ronson ¿no? Tiene sentido porque, soy una gran artista, pero no llego a concebir como va a sonar y por eso necesito alguien de fuera que me asesore en eso.

Claro, que pasa en el jazz. El batería sabe qué batería le gusta, un timbal dos, el bombo de 18 de 16, qué platos quiere porque el batería que le mola toca con una marca de platos de Estambul y se va a comprárselos... El guitarrista; Pues esta guitarra me la compré en Nueva York en un viaje que hice y le pongo las cuerdas de entorchado plano y el ampli tiene válvulas vintage... Los pitos; Pues mi trompeta es de Fullerton, tiene la campana más grande, la aleación del metal es tal... Entonces cada músico sabe tanto, tanto, de su sonido que tú, como productor, no les vas a decir, no este bombo tiene demasiado armónico, el saxo no sé qué... Ellos lo tienen mucho más claro que tú. Además, muchos combos, tocan juntos porque son amigos o han decidido sacar un trabajo con esos músicos en concreto por su estilo o lo que sea ¿no? Entonces allí tampoco entra el productor... Cada vez tiene menos sentido.

Como mucho lo que buscan, que conecta con lo que decíamos antes de buscar el sonido, que suene a alguna referencia que ellos tienen de algún disco o de alguna banda cuando toca en una sala concreta, ¿no? Buscan alguien que les ayude en eso. Luego vendrá alguien que me dirá que no... Por ejemplo, Fernando Trueba empezó a hacer un reportaje a mitos mundiales del jazz ¿no? Calle 54. ¿Hasta qué punto hizo de productor artístico? Hasta qué punto juntó los músicos él o decidieron los músicos. Vale que fue un proyecto un poco distinto, pero me imagino que decidieron los músicos. Me gustaría mucho saberlo para reforzar, o no, mi teoría.

- **¿Sí que suele haber un líder no?**

Uno que impulsa el proyecto sí, aunque en el jazz el líder suele ser mucho más democrático que en otros estilos. Sí que es el que tiene la idea y se dedica a buscar los músicos que le van a encajar más, pero las relaciones suelen ser más horizontales, ya que todos los músicos pueden aportar mucho al proyecto y por eso les escoge también en la mayoría de los casos. Tú como líder, ya eliges a alguien que te va a encajar, si en tu proyecto tocáis latin jazz, pues buscaras un pianista con experiencia en este estilo y tal. ¿Y en la persona piensas?

Sí, yo si, yo lo pienso. Vas a pasar muchas horas con él y tendrás que discutir mucho, en el buen sentido, entonces para mí personalmente es más fácil con alguien que conozco.

Quería hacerte esta pregunta. Los pitos por ejemplo son más de; ¿Dónde está mi papel? ¿Solos? No son tan intervencionistas quizás comparados con la base.

Nosotros queremos montar un octeto. "G8ctet". Trio base más trompeta, tenor, barítono, trombón y tumbadoras. Quin seria el teu plantejament per a la gravació?

Lo primero es, de lo que hemos hablado hace un rato, ¿Hay piano? Esta sería la primera pregunta. Luego hablar un rato de como quieres que suene. Aquí, por ejemplo, tenemos piano de pared, un Yamaha aún producido en Japón. Es un piano que suena muy bien y se ha usado para grabar en otros discos de jazz. La condición previa siempre es el piano. ¿Al pianista le va bien? ¿O quiere piano de cola? Muchas veces me han propuesto grabar a mi, pero hemos tenido que ir a otros estudios o salas. Por ejemplo, a los Jazz Fingers los grabamos en la escuela de música de Santanyí ¿por qué? Porque hay un piano de cola. En casa de Marko Lohikari, por ejemplo, hemos grabado ahí por qué hay un piano de cola... Es determinante.

Luego vamos a pensar en el instrumento que nos va a molestar más. La batería. La idea es grabar juntos, pero a lo mejor se puede plantear separar al batería o al percusionista, simplemente para poder tener los otros instrumentos un poco más limpios. Siempre se pueden poner paneles y tal también. El planteamiento, aunque sea gravando juntos es; ¿Se puede separar el instrumento más sensible? La voz, o ¿el más ruidoso? La batería. Para ayudar un poco en la mezcla.

Luego en función de lo que separemos ponemos las pantallas para separar un poco las señales. Si nos vamos a otro sitio pues la cosa cambia. Si nos vamos a un sitio que tiene piano de cola, ganamos resonancia, armónicos, pero tendremos todos los instrumentos juntos y ahí no hay margen a nivel de edición. En el primer planteamiento, separando batería y percu tendríamos un poco mas margen de edición, tampoco mucho.

De todas formas, en el jazz se presta muy poco la edición y más si están juntos en la sala. Los músicos van a expresarse de una manera que tu objetivo de técnico

es respetarlos al máximo. Si los pitos van a tiempo y el pianista no, pues no se puede editar. En estudios más grandes con más salas se puede separar más a los músicos y tener más margen de edición, pero insisto que en el jazz la idea es estar juntos y pensar en la tocata, en el tema.

- **¿Y, por ejemplo, la claqueta?**

Es todo un tema. En el momento que me dices la palabra latin, pues habría que ver como son los temas. Hay muchos músicos de jazz reacios al clic, la tradición dice que los discos se graban y fluyen. Los mismos músicos te van a decir ¿qué claqueta? Pero bueno hay un latin de por en medio, pues a lo mejor hay baterías o percusionistas que se lo pueden plantear. Pero bueno lo que hay que hacer es trempar y si el tema crece y se acelera es porque lo necesita, sobre todo en el jazz.

Evidentemente, si grabamos pop, no hay ninguna duda, claqueta. O si gravas por pistas, no hay debate.

- **¿Presupuesto?**

Los técnicos de grabación a menudo nos remitimos a una frase que alguien dijo en algún momento - Mira, yo lo que cobro lo tengo claro, lo que no sé es cuanto tiempo vamos a estar... - Es un tema ponerle precio a esto, ¿cuánto cuesta grabar un disco? ¿Un tema? Yo tengo unas tarifas por tiempo, por hora, por días, o si van a ser muchas horas para ajustar. Pero claro siempre es difícil acotarlo. Si son dos temas es mucho más fácil que si me dices ocho. Mira, son tres temas y hay tantos solos, pues está acotado y te puedo decir, esto en un día se puede tener grabado. Luego vendría la mezcla.

A mí, lo que más me gusta de grabar jazz es que lo que hay grabado es lo que hay, a lo mejor se hacen 3 o 4 tomas del tema, si la 4 toma no es buena ya no hace falta hacer más.... También influye lo ensayada que esté la banda, si viene ensayada ¡ajo! Con la primera toma que puede ser la mejor. Por ejemplo, pon unas dos horas de montaje, microfonear, tirar cable... Y luego ya puedes hacer tomas. Si empiezas a las 10 h a las 12 h estás grabando y antes de comer ya tienes un tema grabado y te quedan dos para después de comer. Esto si la banda viene ensayada.

Una frase que siempre digo, de broma, cuando la banda empieza a discutir cosas de forma o fraseo; ¡Oye! ¿Estáis ensayando? Desde mi punto de vista de músico también. Si vienes preparado al final te puede salir bastante bien de precio. Luego viene la mezcla.

Al final una mezcla de jazz es, muy buenos micros... Yo lo primero que hago en mezclas de jazz es, al principio, solo tocar faders. Porque en el mundo de los plug-ins empiezas a tocar y tocar y a lo mejor el planteamiento es que la cosa está fuerte y simplemente hay que bajar volumen. Luego cuando tienes la mezcla funcionando

sí que puedes decir, por ejemplo, ha terminado el tema y viene el solo de trompeta, pues lo empujas un poco. O el batería tiene un bombo Gretsch de 18, sin agujero en el parche, con mogollón de armónicos y a lo mejor tengo que limpiar. Etcétera, etcétera. Muchas veces es limpiar y poco más.

Claro, volviendo al presupuesto. Un día de estudio no es lo mismo que si son 10. No vas a tener el mismo set-up durante 10 días montado. Luego si vas a otro espacio y tienes que mover material... Al final son 8 temas y se tienen que mezclar también. Entonces vas ajustando en función de todos estos factores. A lo mejor un día de estudio te puede salir por unos 400 €, pensando en dos o tres temas. Luego la mezcla aparte. Al final lo más difícil de organizar una grabación y ajustar los días para saber el presupuesto es encontrar el día en el que puedes juntar a los músicos, más siendo un octeto.

- **¿Y el máster?**

Yo planteo el máster dentro de la mezcla, hoy en día y más en un disco de jazz esto se simplifica muchísimo con todas las herramientas digitales. Para mí hacer una mezcla y que luego cambie en el máster no tiene sentido. ¿Para qué te voy a hacer una mezcla que te guste y luego que te cambie todo en el máster...? También hay gente que viene solo a grabar y luego se lleva las pistas.

- **¿Códigos ISRC?**

De esto se suelen encargar los sellos, discográficas, distribuidoras... Me los pasan a mí y los integro en el máster. Aunque ahora mismo con la distribución digital muchos artistas me piden los temas y alguien se encarga... Supongo que las distribuidoras. Me imagino que esto ha cambiado con él no uso del soporte físico, el CD y tal. Claro, cuando yo empecé tenía mi tambor de CD vírgenes para que la gente se pudiese llevar las pistas a su casa para escucharlo, ahora se hace por WhatsApp, la peli ha cambiado mucho. Antes cuando terminabas un disco había que hacer los DDP en un CD y el máster y enviarlo a fábrica...

Ahora la gente me dice, la semana que viene sale el tema que grabamos, y yo solo les he pasado el WAV. Hay empresas que se dedican a todo esto y a mí no me da la vida ahora mismo para esto. Yo estoy concentrado en la parte artística. - ¿Has realizado grabaciones en directo de bolos? Sí, por ejemplo, me acuerdo de un disco de Ovella Negra, con Joan Frontera, Teo y compañía. Hicieron un concierto en el Teatro Principal, se grabó todo por pistas con calidad, 8 pistas de batería, dos pistas de contra; Ampli más línea... Era un trío y a lo mejor eran 20 pistas y luego se tuvo que mezclar. Entonces les dieron el premio de Ciutat de Palma.

- **¿Has realizado grabaciones en directo de bolos?**

Sí, por ejemplo, me acuerdo de un disco de Ovella Negra, con Joan Frontera, Teo y compañía. Hicieron un concierto en el Teatro Principal, se grabó todo por

pistas con calidad, 8 pistas de batería, dos pistas de contra; Ampli más línea... Era un trío y a lo mejor eran 20 pistas y luego se tuvo que mezclar. Entonces les dieron el premio de Ciutat de Palma.