

Creació d'una sessió musical en viu adaptada a les noves tendències de consum

Grau en Mitjans Audiovisuals

Bernat Piquer de la Flor

CURS 2021-22



Centre adscrit a la





Centre adscrit a la



Grau en Mitjans Audiovisuals

**Creació d'una sessió musical en viu
adaptada a les noves tendències de consum**

Memòria Treball Aplicat

Bernat Piquer de la Flor
Tutor: Santos Martínez Trabal
Curs 2021-22



Dedicatòria

M'agradaria agrair i dedicar aquest treball, a totes les persones que han col·laborat i donat suport al projecte, familiars, parella, amics i companys, i que han fet possible que tot tirés endavant.

Agraïments

Especial agraïment a tota la gent de *Plantauno*, per cedir-me l'espai i donar-me totes les facilitats.

També al meu tutor, Santos Martínez, per l'ajuda i els consells.

Resum

El propòsit d'aquest treball és estudiar com ha evolucionat la indústria musical i la forma de consumir música al llarg de les dues últimes dècades, per tal de poder dur a terme un anàlisi del panorama actual i les noves tendències que han sorgit des de l'arribada d'internet i les plataformes digitals, amb l'objectiu final de desenvolupar un format de música en viu, que s'adapti als nous hàbits de consum.

Resumen

El propósito de este trabajo es estudiar cómo ha evolucionado la industria musical y la forma de consumir música a lo largo de las dos últimas décadas, para poder llevar a cabo un análisis del panorama actual y las nuevas tendencias que han surgido desde la llegada de internet y las plataformas digitales, con el objetivo final de desarrollar un formato de música en vivo, que se adapte a los nuevos hábitos de consumo.

Abstract

The purpose of this work is to study how the music industry and the way to consume music has evolved over the past two decades, in order to be able to carry out an analysis of the current situation and the new trends that have emerged since the advent of Internet and digital platforms, with the ultimate goal of developing a live music format that adapts to new consumption habits.

Índex

Índex de figures	4
Índex de taules.....	5
1. Introducció.....	1
2. Marc Conceptual/Contextual.....	3
2.1. Evolució del model comercial i la manera de consumir música	3
2.1.1. Context Històric	3
2.1.2. Antecedents.....	4
2.1.3. De la indústria de la música gravada a l' <i>streaming</i> (2006-2016).....	5
2.1.3.1. Inici del canvi.....	5
2.1.3.2. Un punt d'inflexió en el mercat	6
2.1.3.3. Cap a un canvi de model: la recuperació	7
2.2. L'era del streaming.....	8
2.2.1. Nous models de negoci	8
2.2.2. Noves pràctiques de creació, distribució i consum musical	10
2.2.2.1. La 'YouTubificació' de la música	10
2.3. Panorama actual i nous formats.....	12
3. Anàlisi de referents.....	13
3.1. <i>Tiny Desk (Home) Concerts</i>	13
3.2. <i>Gallery Sessions</i>	15
3.3. <i>UPROXX Sessions</i>	17
3.4. <i>KennyHoopla - Estella (Live Performance)</i>	19
3.4. <i>Avril Lavigne - Bite Me (Live from The Tonight Show)</i>	22
4. Definició dels objectius i l'abast.....	25
5. Metodologia.....	27

5.1. Preproducció.....	27
5.2. Producció.....	31
5.2.1. Dia 1. Muntatge del set, il·luminació i configuració d'equips.	31
5.2.2. Dia 2. Proves i enregistrament.	33
5.3. Postproducció.....	34
6. Anàlisi i resultats.....	37
7. Conclusions.....	42
8. Referències.....	43
8.1. Referències bibliogràfiques.....	43
8.2. Referències videogràfiques.....	46
9. Estudi de viabilitat.....	48
9.1. Planificació.....	48
9.1.1. Planificació inicial.....	49
9.1.2. Desviacions.....	51
9.2. Anàlisi de viabilitat tècnica.....	53
9.3. Anàlisi de la viabilitat econòmica.....	54
9.3.1. Pla de finançament.....	54
9.3.2. Costos de producció. Pressupost.....	55
9.3.2.1. Pressupost Professional.....	55
9.3.2.2. Pressupost Real.....	57
9.3. Aspectes legals.....	58
9.4. Referències.....	59
10. Annexos.....	60
10.1. Annex I. Dossier de Preproducció.....	60
10.1.1. Espai i Material <i>Plantauno</i>	60
10.1.2. Llistat de material.....	61

10.1.4. Stage plot i rider tècnic	63
10.1.5. Diagrama de blocs.....	64
10.1.6. Posada en planta.....	64
10.2. Annex II. Dossier de Producció.....	65
10.2.1. Dia 1. Construcció del set	65
10.2.2. Dia 2. Configuració final del set	66
10.3. Annex III. Factura material lloguer	69
10.4. Annex IV.	70
10.4.1. Contracte cessió de drets d'autor	70
10.4.2. Contracte cessió de drets d'imatge	71

Índex de figures

Figura 3.1. <i>Tiny Desk (Home) Concerts</i> : C.Tangana, Dua Lipa, Nicki Nicole i Ed Sheeran	14
Figura 3.2. <i>Gallery Sessions</i> : Duki & Bizarrap	15
Figura 3.3. <i>Gallery Sessions</i> : Natalia Lacunza	16
Figura 3.4. <i>Gallery Sessions</i> : Cutemobb	16
Figura 3.5. <i>UPROXX Sessions</i> : Masked Wolf, 2KBABY, BIA, Kenny Hoopla	18
Figura 3.6. <i>UPROXX Sessions</i> : 24KGoldn	18
Figura 3.7. KennyHoopla - estella// (Live Performance)	20
Figura 3.8. KennyHoopla - estella// (Acoustic Performance)	21
Figura 3.9. Set i plans. Avril Lavigne: <i>Bite Me</i>	22
Figura 3.10. <i>Fisheye Lens FX</i> . Avril Lavigne: <i>Bite Me</i>	23
Figura 3.11. Il·luminació set. Avril Lavigne: <i>Bite Me</i>	24
Figura 5.1. Configuració <i>Dante Virtual Controller</i> i <i>Dante Virtual Soundcard</i>	33
Figura 5.2. Sessió Pro Tools de l'enregistrament	35
Figura 9.1. Llicència CC BY-NC-SA <i>Creative Commons</i>	58

Índex de taules

Taula 9.1. Cronograma de la planificació inicial de treball per a la sessió musical.....	51
Taula 9.2. Cronograma final del projecte.....	52
Taula 9.3. Pressupost professional.....	55
Taula 9.4. Pressupost real.....	57

1. Introducció

El projecte d'aquest treball, consisteix en la creació i disseny d'un format de sessió musical en viu, adaptat al panorama actual i a les noves formes de consumir música. Per dur-lo a terme, és necessari, en primer terme, estudiar com ha evolucionat tant la indústria musical com els hàbits de consum per part de les noves generacions.

Ens trobem en un moment històric, on a causa d'internet, la velocitat dels avenços tecnològics i la situació que es viu actualment després d'una pandèmia mundial, de la qual encara s'estan patint les conseqüències, la manera de consumir música ha canviat per complet respecte fa uns anys, i en especial, la música en viu. Les noves generacions tenen a l'abast més contingut musical que mai, a través d'internet i les plataformes digitals, on el factor espai i temps deixen de ser rellevants, és possible accedir a un concert de música en viu des de qualsevol banda. Alhora, aquest fet dóna la possibilitat a artistes, creadors i productors de desenvolupar noves maneres d'expandir els seus continguts i fer arribar les seves propostes musicals a molta més gent.

Si sumem la falta de concerts i actuacions en viu a causa de la pandèmia, els artistes en general i els músics en particular, s'han hagut de reinventar, la qual cosa ha fet sorgir moltes propostes noves de formats i sessions musicals en viu que permetin aquesta difusió a través de les xarxes. Estem parlant, doncs, d'un format en auge que, tal com es presenta el producte final d'aquest projecte, s'adapta perfectament a la situació professional actual, a més de cobrir les noves necessitats i formes de consumir productes musicals per part de les noves generacions.

Tenint en compte tota aquesta investigació, la segona part del projecte consistirà a planificar i enregistrar una actuació musical en viu, i adaptar el format i les característiques d'aquesta a les noves formes i tendències de consum musical del mercat actual.

La creació d'aquesta sessió, també és una manera de posar en pràctica tots aquells coneixements teòrics sobre materials, eines, equips, tècniques, software, etc., adquirits al llarg del grau en Mitjans Audiovisuals, especialment en les signatures relacionades amb l'àmbit del so i la música, però també en d'altres, per posar-los realment en valia.

El fet d'enfrontar-se a situacions professionals reals i a la pressió del directe, no tan sols posa a prova tots aquests coneixements, sinó també, la capacitat de treball i resolució de problemes que comporta la feina d'un tècnic audiovisual de directe.

El format de la sessió, no està pensat per ser únic i exclusiu per aquest treball, sinó que la idea és desenvolupar un format que pugui tenir continuïtat i que estigui preparat per a poder acollir a tota mena d'artistes i actuacions musicals del gènere i estil que es vulgui, independentment de si després realment el projecte continua endavant o no, més enllà de la part acadèmica.

2. Marc Conceptual/Contextual

2.1. Evolució del model comercial i la manera de consumir música

2.1.1. Context Històric

La realitat multimèdia configura un present de convergència on tots els mitjans de comunicació s'han vist obligats a transformar els seus respectius processos de funcionament per ser competitius en el nou entorn digital. Aquesta realitat constata la importància de la comunicació a través d'internet i dóna lloc a un enriquiment continu de l'experiència del consumidor. Al llarg de tota la primera dècada del segle XXI, aquests agents han centrat les seves actuacions en l'adaptació de sistemes i processos de producció per validar-ne la marca i augmentar les seves possibilitats de supervivència davant l'efecte acaparador de la xarxa. No obstant això, el producte actual dels mitjans, ha trigat molt més temps a adaptar-se a les noves demandes, del que han trigat els mateixos usuaris, provocant d'aquesta manera en no poques ocasions, un indesitjat transvasament de les audiències cap a altres plataformes més àgils, més creatives, més entretingudes i més obertes (López, Gómez i Redondo, 2014).

En el cas de la música, la contínua renovació dels suports lligada a l'eclosió d'internet, ha requerit un esforç d'adaptació permanent per a la indústria discogràfica, però aquesta no sempre ha estat a l'altura. La falta de connexió entre indústria i societat, ha donat lloc a un descens continu de les vendes físiques, en contraposició al creixement dels fenòmens de consum il·legal de música. Però la digitalització no ha portat només amenaces, sinó també oportunitats. L'ús de les xarxes ha afavorit un nou model de negoci, que premia l'accés abans que la propietat, i que ha afavorit la interacció entre músics i seguidors (Costa-Sánchez, 2017).

Potser, el canvi fonamental en el consum de la música de principis del segle XXI en endavant, sigui la capacitat de decisió i empoderament de l'usuari (Gallego Pérez, 2009). De sobte, l'usuari pot descarregar-se música gratuïtament a través de la xarxa; o deixar de comprar un CD complet d'un grup només perquè li agrada una sola cançó; o ja ni tan sols desitja tenir l'arxiu, sinó simplement tenir-hi l'accés, per escoltar el que vulgui, quan vulgui, des de qualsevol lloc i en qualsevol dispositiu: "Las personas no quieren tanto

poseer la música físicamente como compartirla y comentarla con otros de forma interactiva, según la dinámica relacional propia de las redes sociales de la Web 2.0” (Márquez, 2010, p. 143). Els canvis han sigut ràpids i profunds.

2.1.2. Antecedents

Una de les primeres innovacions transcendents que va modificar l'experiència d'escoltar música per complet fins al moment, va ser la gravació d'aquesta en suports físics, fet que va permetre la seva reproducció (Uribe, 2013). “La mediación de la grabación hace que la experiencia directa, inmediata y presencial de la música “oral” pase a transformarse en una relación entre un oyente aislado y un objeto textual (la música grabada o “enlatada”) que inaugura una nueva forma de experiencia y consumo musical sin precedentes” (Márquez, 2011, p.197). La possibilitat de reproduir a casa sense necessitat d'acudir a les sales de concerts va modificar la recepció perquè de ser un acte social va passar a ser un acte individual i privat. També va variar la manera com es consumia la música; l'experiència de l'escolta va deixar de ser un esdeveniment únic a ser un esdeveniment repetible (Uribe, 2013). El teòric de la música Jacques Attali (1995) assenyala que hi va haver un canvi al segle XIX de la xarxa de representació, que es caracteritza per un espectacle al qual assisteix en llocs específics, a la xarxa de la repetició que apareix amb les gravacions, i és concebuda com de conservació de la representació.

El fonògraf, invent creat per Thomas Alva Edison el 1870, va ser el primer aparell que va poder gravar i reproduir sons. Després va venir el format de 33 RPM als primers vinils de goma de laca: Shellac 78's a la dècada dels trenta. Alguns dels primers filòsofs que van reflexionar sobre la tecnologia, auguraven la desaparició dels músics perquè el públic preferiria l'experiència de l'escolta a la comoditat de casa seva. L'aparició de la ràdio també va ser un altre mitjà de difusió i distribució de la música. La indústria musical es va anar desenvolupant i els mecanismes de comercialització es van concentrar en grans productores discogràfiques que dictaven els gèneres musicals transmissibles. Fins a l'arribada d'Internet, la música es difonia per les radiodifusores i la televisió; aquests dos mitjans defineixen el tipus de música comercialitzable (Uribe, 2013).

L'any 1963 va aparèixer el casset i a finals dels setanta el primer reproductor portàtil, el Walkman. Aquests avenços tecnològics van fer possible l'intercanvi de música de mà a mà i també va desplaçar l'escolta d'un acte privat a un acte públic (Uribe, 2013). Els dispositius

mòbils com l'iPod, iPhone o iPad van donar pas a la convergència digital, la qual permet articular material multimèdia: àudio, imatges i text simultàniament (Canclini, 2007). A més que la música va assolir una altra dimensió a la vida quotidiana, George Yúdice (2007) assenyala que “los usuarios organizan y administran parte de su experiencia cotidiana mediante la selección y reproducción de música para acompañar labores, deportes y ejercicio, alcanzar estados de ánimo” (p.45). La música es va tornar obliqua estant present a tot arreu i en tot moment.

La música digital va transformar l'intercanvi, la recepció, la comercialització i el consum dels escoltes. El disc compacte (CD) va aparèixer a la dècada dels vuitanta com el nou suport digital. El 1991 Karlheinz Brandenburg, al centre de recerca alemany Fraunhofer-Gesellschaft, va aconseguir comprimir la música al format MP3, aquest avenç va desfermar l'intercanvi de música via Internet (Uribe, 2013).

2.1.3. De la indústria de la música gravada a l'*streaming* (2006-2016)

A finals de la primera dècada del segle XXI, assistim al moment més crític de la indústria musical enregistrada fins al moment. L'arribada d'internet i els continus avenços tecnològics, com l'aparició de nous suports i formats d'emmagatzematge, van comportar nous hàbits de consum, als quals la indústria musical del moment, no va saber reaccionar a temps. Segons Bustamante (2003), «Las tecnologías digitales han transformado la producción y difusión televisiva» (p.175), i certament, en l'àmbit de la música han jugat un paper fonamental, ja que amb l'arribada de l'emmagatzematge digital i l'MP3, els pilars sobre els quals se sostenia la indústria de la música, comencen a balancejar-se, arribant a experimentar una completa revolució amb l'arribada de l'*streaming* (Tercero, 2017). Aquests fets han portat a una reestructuració completa del model de negoci, de la qual ens fixarem principalment en l'evolució de les formes de consum i distribució de la música.

2.1.3.1. Inici del canvi

L'any 2006, tal com mostra l'estudi sobre comerç electrònic del Observatori Nacional de les Telecomunicacions i de la Societat (ONTSI), un gran percentatge de la població espanyola i europea ja gaudia de l'accés a Internet a les seves llars (Ureña, 2013). Aquest fet, unit a una baixa educació i conscienciació sobretot el que envolta els drets d'autor, fa que la pirateria comenci a ser un problema real per a la indústria musical (Tercero, 2017).

Les principals preocupacions de la indústria, recauen sobre els operadors P2P (*Peer-to-peer*), gràcies als quals els usuaris podien intercanviar arxius MP3 i descarregar-se música de forma totalment gratuïta. Un dels màxims exponents de l'època va ser Napster, una xarxa d'intercanvi P2P creada per Shawn Fanning y Sean Parker, que a través de la seva comunitat virtual van arribar, en tan sols tres anys, a tenir 50 milions d'usuaris que intercanviaven 1.400 milions de cançons al mes. Napster va qüestionar per complet els drets d'autor sobre el mitjà, fins al punt d'obrir la possibilitat de pensar en la democratització i lliure circulació de la música (Uribe, 2013). Els operadors P2P van qüestionar els models comercials de les grans companyies de producció i distribució, les mateixes que tants beneficis havien generat abans de la irrupció de l'era digital, es presenten llavors a si mateixes com les grans víctimes de la crisi de la indústria musical (Tercero, 2017).

Entre els anys 2006 i 2008, les dades en constant caiguda del mercat físic envers el creixement del digital, van constatant l'evidència d'una crisi. Fins que l'any 2008 es confirmen totes les tendències i per primera vegada en la història de la indústria musical, cap format físic aconsegueix mantenir uns valors positius, mentre que el mercat digital es manté en auge. Durant aquest període, més que el creixement digital, és interessant observar a través de quins mitjans s'està duent a terme el consum, ja que els primers camins que ofereix internet, començaran a fer-se grans en pocs anys. Amb una expansió d'internet cada vegada més gran, les possibilitats de dur a terme un consum musical massiu, en el que l'usuari prioritza la quantitat a la qual pot accedir enfront de la qualitat del contingut, augmenten. Això es tradueix, en el fet que comencem a emmagatzemar més música de la que som capaços de consumir (Tercero, 2017). Segons Campos (2008), aquest fet suposa una devaluació de l'acte d'escoltar música a causa de les pràctiques consumistes de l'època (p.43), però lluny de la realitat, aquestes dades suposaran canvi interessant per a la indústria, un abans i un després sense precedents.

2.1.3.2. Un punt d'inflexió en el mercat

El moment clau per entendre els nous hàbits de consum i les tendències del mercat actual, és sens dubte 2009. Aquell any assistim a un canvi més que rellevant, ja que a banda de la digitalització pel que fa al format d'emmagatzematge, afloren també noves possibilitats respecte a la distribució de continguts. Ens referim a les plataformes que permeten establir noves possibilitats a través d'internet sense necessitat de comprar ni descarregar

il·legalment el contingut musical. Ja no es tracta de situar el focus en la renovació del format, sinó en el model de distribució del format. Aquest és el moment en què les grans companyies són realment conscients i assumeixen la revolució digital, ja que el mercat digital és l'únic capaç d'aconseguir reanimar de nou a la indústria (Tercero, 2017).

Paral·lelament, estudis com Jupiter Research, afirmen que els formats de vídeo musical comencen a liderar el consum digital (Citat per Tercero, 2017, p.56). Portals com YouTube, lideraven el consum de música en *streaming*, pel que des de la indústria, començaran a rendibilitzar la producció de videoclips per al seu consum a internet.

L'any 2010, emergeix amb força un altre canal de consum musical: el model de subscripcions. Plataformes com Deezer o Spotify, suposen una nova i atractiva eina per a milions d'usuaris, que canvien el model de negoci de la indústria per complet, tal com ho demostren les devastadores dades d'aquell mateix any (Tercero, 2017).

Després del sorgiment d'aquestes noves plataformes, l'any 2012 es fa un pas més cap endavant. Les xarxes socials comencen a fer lligams amb els models de subscripció, fet que facilita l'accés dels usuaris en aquest tipus de plataformes. Sumat a tot això, també resulta determinant el desenvolupament tecnològic, cosa que permet una millor gestió per part de l'usuari per emmagatzemar el contingut musical al núvol. L'expansió del mercat digital està estretament vinculada amb els dispositius a través dels quals es duu a terme el consum. L'augment de la demanda d'*smartphones* i *tablets* està directament relacionat amb l'auge del mercat digital i la compra de *singles* o *greatest hits* per unitats. La infraestructura tecnològica es posiciona com el principal aliat per al desenvolupament del mercat de la música digital (Tercero, 2017).

2.1.3.3. Cap a un canvi de model: la recuperació

L'any 2014 suposa un abans i un després per a la indústria discogràfica. Per primera vegada, un informe de Promusicae recull el terme *streaming*, sota el que s'integren tant el model de subscripcions, plataformes com Spotify o Deezer, com el *add-supported*, és a dir, plataformes d'*streaming* finançades per publicitat en lloc de per subscripcions, com serien el cas de YouTube, VEVO o els serveis gratuïts dels mateixos Spotify i Deezer (Tercero, 2017).

Les dades del balanç global de 2015, confirmen i evidencien una recuperació del mercat, gràcies a l'empenta de la música digital, en especial, gràcies a l'*streaming* (Tercero, 2017). Segons l'informe de la Federació Internacional de la Indústria Fonogràfica (IFPI) d'aquell mateix any, el mercat digital no només és important pel que fa a la facturació, sinó que es presenta com un vehicle a través del qual és possible accedir a una experiència musical més completa i atractiva per l'usuari. En paraules d'Edgar Berger, president i director executiu de la divisió internacional de Sony Music Entertainment, "La industria de la música está atravesando al mismo tiempo la transición del formato físico al formato digital, de la computadora a los dispositivos móviles y de las descargas al *streaming*" (IFPI, 2015). El 2016, serà recordat com l'any en què finalment el mercat digital, liderat per l'*streaming*, supera per primera vegada en la història en vendes al mercat físic (Tercero, 2017).

2.2. L'era del streaming

Els principals elements que condueixen a l'expansió de l'era *streaming*, podríem dir que són: el factor generacional, és a dir, el nou perfil de consumidors que no atorguen valor a la possessió de suports i continguts, sinó a l'accés al seu accés en termes d'immediatesa (aquí i ara); i el desenvolupament tecnològic i la gran acollida social que ha tingut l'*smartphone* com a mitjà mòbil, elements que sens dubte reforcen el consum de continguts en qualsevol moment i des de qualsevol lloc (Fouce, 2014).

2.2.1. Nous models de negoci

Davant la caiguda d'un model de negoci únic, basat en la compravenda del producte, sorgeixen múltiples modalitats de consum de música i s'amplien els possibles models de negoci sota el paradigma 2.0 (Costa-Sánchez, 2017).

En contrast amb altres indústries, la de la música ha sigut pionera en l'adaptació als nous models de negoci (Promusicae, 2013). La realitat i els nous hàbits tecnològics dels usuaris l'han empès cap a això. Els diferents models de negoci amb els que la indústria de la música ha aconseguit monetitzar la seva activitat al marge de la venda física tradicional, poden classificar-se en els següents:

- Model de pagament per descàrrega (Pagament per unitat, *Digital Download* o A la carta): Consisteix en el pagament directe per la descàrrega de tot o part (micropagament) del producte musical, sigui un àlbum sencer o una sola cançó. Un exemple d'aquest model seria iTunes.

- Comerç electrònic: És una variant del model general de pagaments, que consisteix en l'ús de la plataforma per la venda de discos en suport físic i on la distribució física del disc (*offline*) és dur a terme per correu postal.
- Model per subscripció: Aquest model de negoci es basa en el pagament d'una subscripció, usualment una tarifa mensual, per poder accedir als continguts i serveis que ofereix. Seria el cas de plataformes com Apple Music o TIDAL.
- Model gratuït o *add-supported*: Model basat en la publicitat. Es finança per mitjà de la inclusió d'insercions publicitàries en mig del contingut. És el cas de Youtube i VEVO.
- Model *freemium*: Combina la publicitat i la subscripció. L'usuari *premium* té accés a una millor qualitat de la música, sense anuncis i sense necessitat de connexió a internet. L'exemple més clar d'aquest tipus de model és Spotify.

Fins ara, només havíem parlat de dos models diferents, el de subscripcions i el *add-supported*. Però el principal model de negoci actualment i el que millor representa a la Web 2.0, és sens dubte, el model *freemium* (Costa-Sánchez, 2017). Aquest, consta de dues fases: la primera consisteix a atreure una gran base de clients que reben el servei de forma gratuïta, finançant els costos a través de publicitat o no. Un cop popularitzat el servei entre una massa crítica d'usuaris, s'ofereixen diverses modalitats de pagament que proporcionen un valor afegit al servei o producte (Promusicae, 2013).

La prova de què el model *freemium* sigui el principal model actualment i el més exitós, és el fet que les plataformes més consumides utilitzen aquest tipus de model. Spotify es consolida com a líder mundial en el sector de la música en *streaming*, amb més de 400 milions d'usuaris actius i més de 180 milions d'usuaris *premium*, és a dir, de pagament (Orús, 2022). Sota la premissa 'paga una petita quantitat el mes i escolta la música que vulguis sense límit', han aconseguit atreure a la comunitat d'usuaris amb diferents tarifes de subscripció, mantenint la qualitat dels anteriors sistemes de distribució (Sánchez Lorenzo, 2015).

2.2.2. Noves pràctiques de creació, distribució i consum musical

2.2.2.1. La 'YouTubificació' de la música

YouTube ha canviat per complet la nostra relació amb la música. Des de fa anys, assistim a un procés creixent de 'youtubificació' musical que està transformant les nostres maneres de produir, distribuir, consumir i experimentar la música (Márquez, 2017).

Actualment YouTube, és una de les plataformes digitals més famoses i exitoses del món. Des de la seva fundació l'any 2005, s'ha convertit en un lloc privilegiat per a l'emmagatzemament, difusió i consum de tota mena de vídeos. A la plataforma podem trobar-hi des de videoclips musicals, documentals, tutorials, pel·lícules senceres o fragments, programes i sèries de televisió, fins a cursos d'idiomes, receptes de cuina, xerrades, conferències i qualsevol altre contingut que puguem imaginar. La mateixa plataforma, ideada sota el concepte del *Broadcast Yourself*, o 'difon-ho tu mateix', estimula als seus usuaris a pujar i compartir vídeos, ja que l'equip i els mitjans necessaris per produir vídeos cada vegada estan més a l'abast de tothom. Avui dia, YouTube és probablement l'arxiu audiovisual més gran de la història, una veritable biblioteca universal que alberga al seu interior fragments audiovisual de tota classe (Márquez, 2017).

YouTube s'ha convertit en el servei de vídeos digitals més conegut del món, però cal destacar, que tot i ser una plataforma completament enfocada als vídeos, gran part del seu contingut és de tipus musical. Actualment, dels 10 vídeos amb més visualitzacions de la història de la plataforma, 8 són de contingut musical. Per altra banda, el canal més popular de la plataforma, amb un total de 213 milions de subscriptors, també és de contingut musical (Ceci, 2022a i 2022b).

El resultat de tot això pot resultar paradoxal, però amb el pas dels anys s'ha fet cada vegada més evident. Una plataforma originalment pensada per a la difusió i consum de vídeos, ha acabat resultant ser un dels principals modes d'accedir a continguts musicals, sobretot per les noves generacions (Márquez, 2017). Però això no és novetat, ja l'any 2012, una enquesta realitzada per la consultora Nielsen sobre els hàbits de consum a EUA, va revelar que la forma habitual d'escoltar música dels joves menors de divuit anys, no era sinó altre, que YouTube (Nielsen, 2012). La mateixa IFPI, reconeixia en el seu informe sobre la música digital de l'any 2014, que YouTube s'havia convertit en la principal forma d'accedir a la música pels consumidors a escala mundial (IFPI, 2014, p. 20). Sembla,

doncs, que durant tot el període de transició de la indústria musical cap als nous models digitals i l'*streaming*, paral·lelament, entre les generacions més joves també hi ha hagut una evolució o 'YouTubificació' de la música cap a nous formats i noves maneres de relacionar-nos o experimentar-la, que van lligades a la seva unió amb el vídeo.

Aquesta unió de la música amb el vídeo, però, tampoc és nova. El videoclip és un format musical que fa dècades que existeix, arribant a la seva màxima esplendor en la dècada dels vuitanta amb l'aparició de la MTV (*Music Television*). La MTV, avui dia un canal de televisió dedicat a programes de telerealtà, més coneguts com a *reality shows*, va començar les seves emissions l'any 1981, sent un canal dedicat exclusivament a l'emissió de continguts musicals. Ràpidament, es va convertir en un aparador mundial on els artistes més reconeguts del moment publicitaven la seva música a través de videoclips (Caro-Oca, 2014). Precisament Selva (2014), categoritza el videoclip com "un format audiovisual emprat pel sector fonogràfic com a eina de comunicació comercial, que es basa en l'addició d'imatges a una cançó preexistent" (p.101). Amb l'arribada d'internet, la posterior crisi de la indústria musical i la desaparició de la MTV com a canal d'emissió de vídeos musicals, sembla que YouTube ha agafat aquest relleu, convertint-se en el canal principal distribució i consum d'aquest format musical (Caro-Oca, 2014). Com hem vist anteriorment, les noves generacions i en especial els més joves, són els que més contingut musical consumeixen a través de YouTube, igual que la MTV en el seu dia, que sempre ha sigut un canal dinàmic, amb continguts dirigits als més joves. Podem dir, doncs, que aquest tipus de format musical acompanyat de vídeo, sempre ha funcionat molt bé com a eina de publicitat pels artistes i ha tingut molt èxit de cara als consumidors. Però segurament fins ara, no existien els mitjans i els recursos tecnològics suficients per a acabar-ho d'explotar, cosa que amb l'arribada de la Web 2.0 i els *smartphones*, això ha canviat per complet.

2.3. Panorama actual i nous formats

Actualment, ens trobem en un moment de la indústria musical, la qual es troba en recuperació després d'haver sofert una pandèmia mundial a causa de la COVID-19, especialment el sector de la música en viu.

En plena pandèmia, es va produir un gran augment del trànsit a internet, a causa de la situació d'aïllament social que s'estava vivint arreu del món. A causa de les mesures sanitàries, la celebració de concerts i altres actes en viu, van quedar totalment anul·lades, i per això els músics van haver de buscar noves maneres de compartir la seva música. Les xarxes socials i plataformes virtuals, doncs, es van convertir en una finestra a la intimitat dels músics. Així doncs, a causa de la situació de crisi mundial i l'auge de les noves tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), es va propiciar la creació de noves formes expressives i nous formats musicals, a través de les xarxes socials i les plataformes de streaming (Hernández i Pedraza, 2020).

Aquest fet ha propiciat un increment encara més gran del consum de música a través de plataformes de streaming de vídeo, i d'altres plataformes socials (com Instagram o Facebook) i aplicacions de vídeos curts (com Tik Tok), que ja venien en augment. Segons l'informe de l'IFPI de l'últim any, el consum de música a través de les plataformes i aplicacions de vídeo, incloent-hi les xarxes socials i les plataformes de streaming en directe (com Twitch), va suposar un 38% del consum a escala mundial, superant els serveis de streaming de música sense vídeo, que van suposar un 32% (IFPI, 2021).

A més, s'han obert nous escenaris per als consumidors, ja que al llarg de 2021, un 68% del temps consumit en aplicacions de vídeos curts, va ser de continguts musicals. Per altra banda, el consum de concerts en viu en streaming s'ha tornat popular, quasi un terç dels consumidors, el 29%, es va connectar al llarg de l'any a algun esdeveniment, i un 66% d'aquest percentatge, assegurava que continuaria consumint-los fins i tot quan tornessin els concerts amb públic. El món de la música en viu també es va obrir al món dels videojocs, celebrant concerts en viu de manera virtual. Al 57% dels gamers (consumidors de videojocs), els hi interessaria continuar veient concerts de forma virtual a través de plataformes de joc (IFPI, 2021).

3. Anàlisi de referents

3.1. *Tiny Desk (Home) Concerts*

Tiny Desk Concerts, és un projecte de NPR (National Public Radio), una organització sense ànim de lucre d'estacions de ràdio públiques estatunidenques, presentat per Bob Boilen, el qual consisteix en una sèrie de vídeos de concerts en directe d'artistes tant nacionals com internacionals. A causa de la pandèmia, van haver d'adaptar el format original a la situació mundial que es vivia i van crear el *Tiny Desk (Home) Concert*, format que ja s'ha mantingut fins al dia d'avui.

Aquest nou format, com el seu propi nom bé indica, té la particularitat d'adaptar i dur a terme aquestes actuacions en viu a casa del mateix artista o en un espai que, en certa manera, intenta reproduir una habitació o zona d'aquesta. D'aquesta manera, totes les actuacions, tot i variar la localització i la configuració de l'espai en funció de l'estil i les idees de cada artista, estan unides per una mateixa idea, seguint un fil conductor, que seria aquesta idea de fer-ho des de casa, més casolà, igual que moltes situacions quotidianes que ens hem trobat arran de la COVID-19.

Comparant algunes de les sessions de diversos artistes com podrien ser la de C.Tangana, Dua Lipa, Ed Sheeran o Nicki Nicole, es pot observar com l'espai sempre és diferent, però en totes elles l'escenografia és senzilla i s'hi recrea un ambient íntim, cosa que va estretament lligada a la idea de crear un estil únic i reconeixible per al conjunt de sessions, alhora que cada una té el toc personal de l'artista.



Figura 3.1. *Tiny Desk (Home) Concerts*: C.Tangana, Dua Lipa, Nicki Nicole i Ed Sheeran (NPR, 2021-a, 2020-b, 2021-c, 2021-d). Font: Elaboració pròpia, 2022.

Pel que fa al vessant més tècnic, destaquen per ser produccions d'una gran qualitat musical i sonorament parlant, on l'artista en qüestió disposa de tots els recursos tècnics i humans necessaris, per tal de poder dur a terme una actuació acústica de les seves cançons amb una banda de músics al complet i adaptar-la a l'espai, mantenint sempre una qualitat sonora en l'enregistrament a l'altura d'un estudi de gravació professional.

Les sessions del *Tiny Desk (Home) Concert*, són un referent a nivell conceptual, musical i sonor per al desenvolupament de la sessió que es durà a terme en aquest projecte, ja que tot i no disposar de la mateixa quantitat de recursos, el resultat final es vol aproximar bastant, no només en la qualitat sonora i visual, ja que dependrà dels recursos disponibles, sinó també en algunes de les idees i conceptes que hi ha darrere.

En primer lloc, tot i que que la idea del projecte sigui que la sessió es dugui a terme sempre en el mateix espai, a diferència dels *Tiny Desk (Home) Concert*, la pretensió és que es pugui jugar amb el decorat, l'escenografia o altres elements estètics, per tal de donar un toc més personal a cada sessió i adaptar-la a l'artista, igual que en els exemples esmentats. Per altra banda, pretén recollir també la idea de realitzar versions més acústiques de les peces musicals i que l'artista pugui actuar acompanyat d'un grup de músics amb instruments reals en lloc de fer playback o cantar sobre la instrumental com en altres tipus de sessions, amb tot el que suposa evidentment a escala tècnica i de producció.

3.2. Gallery Sessions

Gallery Sessions es un nou format de sessió musical desenvolupat per la productora audiovisual White Horse, una productora especialitzada en la creació de nous formats, l'estudi de disseny Folch, una agència de *branding* i especialitzada en narratives transmèdia, i la consultoria musical Record Play UK, qui s'encarrega de l'assessorament en termes musicals. El format d'aquestes sessions, consisteix en una sèrie de concerts que es realitzen des d'un aparador, concretament des de la *Window Gallery* de l'Acid House a Barcelona, tot i que el format està pensat per poder transportar aquest aparador a qualsevol ciutat o racó del món.

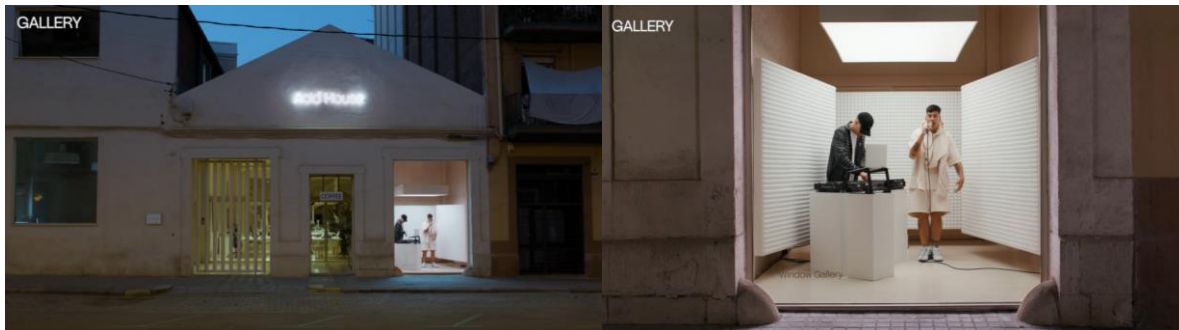


Figura 3.2. *Gallery Sessions*: Duki & Bizarrap (Gallery, s.f.-a).

Font: Elaboració pròpia, 2022.

Dins l'aparador, hi trobem un decorat senzill però molt característic, que és el que li dona al projecte una identitat visual única, junt amb el concepte de l'aparador. Aquest decorat més aviat minimalista, consisteix en tres panells blancs de material insonoritzant i una gran llum blanca al damunt, de manera que si tanquem el pla, l'actuació podria estar succeint en un aparador de qualsevol del món, que veuríem exactament el mateix i aquí precisament, hi trobem aquesta identitat pròpia, que fa que la sessió sigui una marca en si.



Figura 3.3. *Gallery Sessions*: Natalia Lacunza (Gallery, 2021-b).

Font: Elaboració pròpia, 2022.

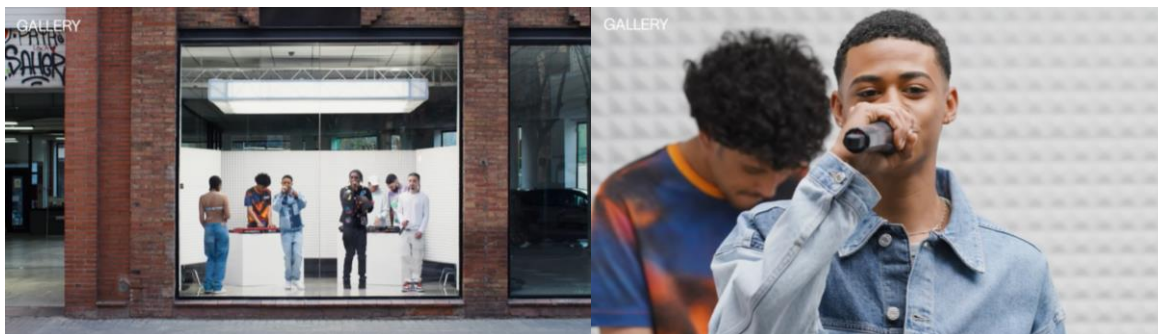


Figura 3.4. *Gallery Sessions*: Cutemobb (Gallery, 2021-c).

Font: Elaboració pròpia, 2022.

Per altra banda, el concepte de l'aparador està pensat per connectar a l'artista amb l'exterior, amb la cultura urbana del lloc, i a la vegada, connectar amb les noves generacions, ja que el format està dissenyat per consumir exclusivament a través d'internet i de les xarxes socials, adaptant-se així a les noves maneres de consumir música en la situació actual. El format, doncs, vol ser una combinació entre un concert en directe, un videoclip i una gravació en estudi, ja que és du a terme una actuació en directe, però que s'enregistra sonorament com si fos en un estudi, i a la vegada està feta per consumir-se com un videoclip.

El que es vol extreure de *Gallery Sessions* i que fa que sigui un referent important per la creació de la sessió d'aquest TFG, és precisament la idea de crear una identitat única per a la sessió, a través del lloc o de l'escenari on es realitza la sessió. Fer-ho en un lloc on, encara que l'espai pugui adaptar-se en certa manera a l'artista, com es referenciava abans

amb el *Tiny Desk (Home) Concerts*, però que aquest sigui sempre el mateix, igual de reconeixible, gràcies al lloc o als elements que conformin l'escenari, com és el cas de *Gallery Sessions*, on tot i poder moure l'escenari d'aparador, aquest és sempre el mateix.

A banda d'això, la idea de *Gallery Sessions* de crear nous formats de música en directe, pensats com si fossin videoclips, els quals siguin exclusius per consumir a través d'internet i xarxes socials i que serveixin d'altaveu per promocionar a tota mena d'artistes urbans, que la majoria provenen d'internet també i, per tant, la gent, i sobretot les noves generacions, ja estan acostumats a consumir-los d'aquesta manera, és el que es pretén aconseguir a través de la creació d'aquesta sessió, un espai on acudeixin tota classe d'artistes a promocionar la seva música perquè volen fer-ho mitjançant aquest format, però sobretot, aquest espai en concret.

3.3. UPROXX Sessions

UPROXX és un lloc web de notícies d'entreteniment i cultura popular d'origen Californià, el qual es defineix com una plataforma *online* de notícies i cultura per a les noves generacions digitals. Ofereixen un contingut variat el qual combina notícies, entreteniment, música i esports, en tota classe de formats: vídeo, àudio, foto o escrit. La plataforma sempre ha estat molt lligada al món i a la cultura *hip-hop* i actualment forma part de *Warner Music Group*.

Dins la seva secció dedicada a la música, ofereixen les *UPROXX Sessions*, un projecte musical que consta d'una sèrie d'actuacions en viu dels artistes de *hip-hop* joves més populars, en un entorn diferent i únic, que mostra les cançons i personalitats dels intèrprets. Aquest entorn, també conegut com "*the bathroom*" (és a dir, el lavabo), és una espècie d'estudi o espai creat específicament per dur a terme aquestes sessions el qual està decorat com si fos un lavabo d'un local o bar d'estil "*underground*", amb les parets totes pintades amb grafitis, una pica, un assecador de mans, etc.



Figura 3.5. *UPROXX Sessions*: Masked Wolf, 2KBABY, BIA, Kenny Hoopla (UPROXX, 2022, 2020, 2021-a, 2021-b). Font: Elaboració pròpia, 2022.

Aquestes actuacions estan formades únicament per l'artista o artistes, en el cas excepcional de ser dos cantants, interpretant la seva cançó amb un sol micròfon i uns auriculars per seguir la base, sense cap més músic tocant en viu, mentre una sola càmera en moviment ho enregistra tot.

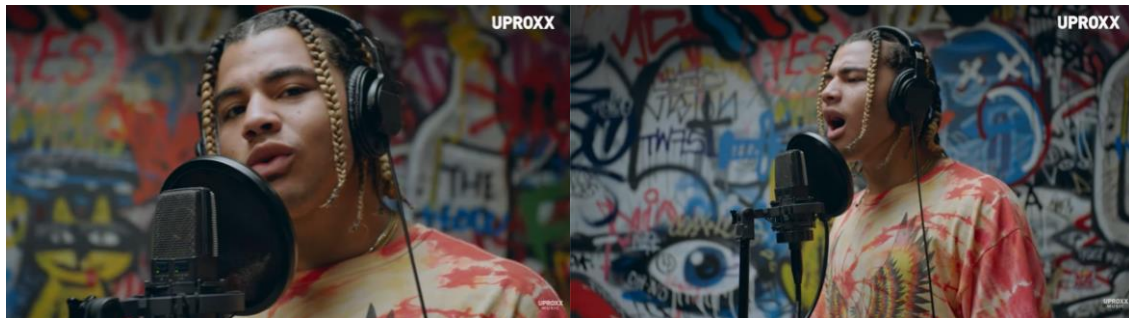


Figura 3.6. *UPROXX Sessions*: 24KGoldn (UPROXX, 2021-c)
Font: Elaboració pròpia, 2022.

Les *UPROXX Sessions*, doncs, són un concepte molt semblant al de les altres sessions analitzades, especialment a les *Gallery Sessions*, pel tipus de format i manera de consumir, per les actuacions, per la configuració de l'espai i la identitat creada a través d'ell, etc. Només per aquesta sèrie d'elements, igual que les altres sessions, ja podria ser un referent prou important per a la creació del format de la sessió d'aquest projecte, però realment, el factor diferencial pel qual són un referent i no un altre, és l'estètica visual, en especial la del

decorat. L'estil de les parets pintades com si fos el lavabo d'un bar, amb molts grafitis diferents de forma aleatòria i sense un sentit aparent, crea un tipus d'ambient "underground" que crida molt l'atenció i dona al conjunt de la sessió una estètica molt particular i diferencial.

Per altra banda, el tipus de micròfon emprat i la seva disposició junt amb l'antipop i els auriculars, ajuden a donar un resultat sonor i una estètica visual, que tot i ser una actuació en viu, recorda molt a una gravació en estudi. Pel que fa al vídeo, en tenir una càmera en moviment que va movent-se al voltant de l'artista, aporta dinamisme alhora que ajuda a mostrar millor tant l'espai com la interpretació. Per tant, de cara al resultat final que es vol obtenir, són elements que, tot i ser de caràcter més tècnic, s'han de tenir en compte, ja que ajuden a aconseguir aquesta estètica visual determinada.

3.4. KennyHoopla - Estella (Live Performance)

Tot i que la gravació en vídeo de la sessió ocuparà un lloc més secundari en aquest projecte, ja que no es pretén enfocar-lo en aquesta direcció, en certa manera, tot i no dedicar-hi massa temps ni recursos, sí que és una part important a l'hora de definir l'estil i l'estètica visual de la sessió. A banda de l'espai, el decorat, el tipus d'actuació i tot allò al que es feia referència les sessions esmentades anteriorment, a través del tipus de plans, la qualitat d'imatge, la col·locació de les càmeres, el ritme de muntatge, l'edició, etc., també ajudaran a donar a la sessió una estètica particular, la qual formarà part de la identitat visual de la sessió. És per això, que és important també tenir alguns referents en aquest sentit, per poder a través del vídeo, acabar de donar forma a la sessió.

En aquest sentit, doncs, un clar referent visual pel que fa a l'estètica del vídeo, són dues actuacions en viu gravades com si fossin un videoclip, una normal i una en versió acústica, de la cançó *Estella* de KennyHoopla junt amb Travis Barker.



Figura 3.7. KennyHoopla - estella// (Live Performance) (KennyHoopla, 2021-a).

Font: Elaboració pròpia, 2022.

Ambdues actuacions estan enregistrades des del mateix lloc, però canvia la configuració de l'actuació i de les càmeres d'una respecte a l'altre. Per tant, bé podria ser un exemple d'un format de sessió musical, amb un espai molt característic i reconeixible per la seva decoració i construcció, però alhora amb la capacitat d'adaptar-se i variar una mica l'estètica en funció del tipus d'actuació, com succeeix en el cas d'una actuació amb l'altre. Per aquest motiu també és un referent a tenir en compte, ja que tot i no ser un format musical en ell mateix, està rodat en un lloc i de tal manera que segueix una mica la idea que s'ha anat analitzant en la resta de referents i que, per tant, en certa manera, és el que es vol aconseguir a nivell estètic i d'identitat, amb la creació d'aquest format de sessió musical en viu.



Figura 3.8. KennyHoopla - estella// (Acoustic Performance) (KennyHoopla, 2021-b).

Font: Elaboració pròpia, 2022.

Però principalment, el que es vol extreure d'aquests dos vídeos i pel que són un referent, és pel tipus de plans i el format de gravació de vídeo que utilitzen. En el vídeo de la figura 3.5, fan ús de diferents pressos de càmera d'angle alt, algunes des del sostre amb plans molt picats, tant del cantant com del bateria, i d'altres lleugerament picats del conjunt de la banda amb el cantant en primer pla. A més, en algun d'aquests plans, a banda de l'angle picat, li afegeixen un efecte òptic d'ull de peix, que li dona un toc únic i molt característic a la imatge. Per últim, també cal destacar l'estètica vintage que li donen, tant amb l'efecte d'ull de peix, com amb el format de vídeo VHS que li afegeixen en alguns plans, o en el cas de l'actuació en acústic de la figura 3.6, que està gravada en aquest format de forma íntegra. D'aquesta última, cal afegir el moviment de la càmera en mà, que li aporta un plus d'autenticitat a la imatge i encara transmet més l'efecte aquest vintage del que parlàvem. Per tant, si ajuntem aquests primers plans picats i pressos aèries, amb l'efecte d'ull de peix i el format VHS, el resultat aporta un toc vintage i d'originalitat a la imatge, que aporta una identitat visual al producte molt específica, que és precisament el que es vol aconseguir amb el format de sessió musical que s'està desenvolupant en aquest projecte.

3.4. Avril Lavigne - *Bite Me* (Live from *The Tonight Show*)

En últim lloc, cal mencionar aquesta actuació de l'artista Avril Lavigne, interpretant una de les seves cançons en viu en el famós programa de televisió americà, presentat per Jimmy Fallon, *The Tonight Show*, ja que en aquesta hi apareixen exemplificats a la perfecció diversos dels conceptes i elements analitzats fins al moment i a partir dels quals es vol construir la sessió. Per tant, ha sigut un referent molt clar a tenir en compte per al projecte en diversos aspectes, tant pel que fa al format, com per a l'estètica i la part més tècnica.

En primer lloc, cal analitzar l'espai i el set on s'ha dut a terme aquesta actuació, ja que no s'ha fet en el mateix plató de televisió del programa com seria el més habitual, sinó que s'ha gravat en un espai diferent, dissenyat només per aquesta actuació, amb un decorat i una sèrie d'elements visuals molt particulars que s'adapten a l'estètica de l'artista en qüestió. Per tant, en certa manera, representa bastant bé el concepte de crear una identitat visual que es vol aconseguir a través de l'espai i els elements que el conformen.



Figura 3.9. Set i plans. Avril Lavigne: *Bite Me* (The Tonight Show Starring Jimmy Fallon, 2021). Font: Elaboració pròpia, 2022.

Quan a l'estètica, el muntatge de les bastides cobertes amb plàstics d'obra, ajuden a delimitar l'espai del set com si fossin una paret falsa, alhora que, junt amb les pintades de grafiti que tenen, donen una estètica bastant "underground" similar a la de les *UPROXX Sessions*, però amb un *look* totalment únic i diferent. Elements com l'escala, els *sprays* del terra o que apareguin els amplificadors en escena, reforcen aquesta estètica aparentment descuidada, però que està pensada al mil·límetre perquè tot tingui sentit. Per tant, a banda de l'estètica, aquesta configuració dels elements decoratius delimitant el set, ha influenciat en gran part al resultat del projecte.



Figura 3.10. *Fisheye Lens FX*. Avril Lavigne: *Bite Me* (The Tonight Show Starring Jimmy Fallon, 2021). Font: Elaboració pròpia, 2022.

Pel que fa als aspectes més tècnics de l'actuació, es pot observar com juguen amb diversos plans diferents, alguns de més fixes i altres en moviment, primers plans i generals, i igual que en el cas d'*Estella* de Kenny Hoopla, podem observar com juguen amb plans generals picats des del sostre i efectes com l'ull de peix, que aporten aquest *look* diferent i funciona molt bé amb l'estètica general de l'actuació. Pel que és un referent també pel que fa a la gravació i edició de vídeo, que ha servit per veure les mateixes tècniques aplicades de manera diferent, amb un set i una estètica més semblant a la que es vol obtenir.



Figura 3.11. Il·luminació set. Avril Lavigne: *Bite Me* (The Tonight Show Starring Jimmy Fallon, 2021). Font: Elaboració pròpia, 2022.

Finalment, un factor nou a destacar d'aquesta actuació i que aporta més versatilitat a l'hora de generar l'estètica, inclús de personalitzar la identitat visual de la sessió, és la il·luminació del set. En il·luminar el set per complet, amb una o diverses llums de colors, com és el cas, ajuden a transmetre diferents sensacions depenen de l'artista o la cançó que està sent interpretada, alhora que ajuden a donar una identitat visual més potent i reconeixible als ulls dels espectadors. Per tant, de cara al disseny de la sessió d'aquest projecte, serà convenient tenir molt en compte aquest factor.

4. Definició dels objectius i l'abast

El propòsit d'aquest treball és, com s'ha esmentat anteriorment, dur a terme una investigació sobre les noves formes de consum dins la indústria musical per part de les noves generacions, per posteriorment, poder posar en pràctica tots aquells coneixements teòrics obtinguts sobre l'àmbit en qüestió, amb l'objectiu final de ser capaç de desenvolupar un format musical en viu propi que s'ajusti a les demandes i necessitats del mercat actual.

Per poder assolir aquest objectiu final, caldrà aplicar tots aquells coneixements pràctics adquirits al llarg del grau en Mitjans Audiovisuals, per tal de ser capaç de finalitzar duent a terme l'enregistrament sonor i visual d'una actuació musical en viu.

L'objectiu principal, doncs, serà: a través de l'estudi previ de les formes de consum en la indústria musical i d'un seguit de referents, ser capaç de poder dur a terme l'enregistrament d'una sessió musical en viu, de manera que el format final s'adapti a les necessitats actuals dels consumidors de música digital.

Pel que fa als objectius secundaris, també serà necessari per al correcte desenvolupament de la sessió:

- Desenvolupar una identitat pròpia per la sessió, de manera que aquesta sigui única i reconeixible, a través d'una estètica visual determinada. Això s'aconseguirà a través de diversos elements com:
 - Les característiques de l'espai.
 - La decoració i il·luminació del set.
 - L'enregistrament i postproducció de vídeo.
- Dur a terme tant el disseny sonor, com la planificació, la sonorització i l'enregistrament d'una actuació musical en directe, emprant les eines i les tècniques adients, i l'ús adequat d'aquestes, per tal d'obtenir un resultat òptim.
- Adaptar i planificar l'actuació en l'àmbit musical i escènic, per tal d'adaptar els recursos disponibles a les necessitats de la sessió i a la dels músics. Tenint en compte el format final.

- Aconseguir tots els recursos necessaris segons el planificat i en cas de no poder, tenir la capacitat d'adaptació suficient per poder resoldre-ho amb els recursos disponibles.

Cal deixar clar, però, que tot i que el projecte no està enfocat en cap àmbit específic, en determinades fases del projecte, no es podrà dedicar el temps o donar l'abast a tot per igual, per la qual cosa l'alumne se centrarà a dur a terme determinades funcions, deixant més de banda o delegant en altres, sense necessitat que el projecte s'enfoqui en aquell àmbit en particular. Així doncs, en la fase de producció, l'alumne se centrarà a dur a terme les tasques relacionades amb l'àmbit sonor durant l'enregistrament.

Per altra banda, pel que fa a l'enregistrament i postproducció de vídeo, l'objectiu no és enfocar el treball cap a aquest àmbit ni haver de dedicar-hi massa temps ni recursos, simplement obtenir un enregistrament visual de la sessió per tal de poder complementar l'apartat sonor i d'aquesta manera generar una actuació musical en viu en format de videoclip i alhora, poder complir els objectius de donar una identitat visual a la sessió, ja que sense la gravació en vídeo no podria dur-se a terme.

Aquest fet fa que un altre dels objectius secundaris del projecte, sigui aconseguir dissenyar un sistema d'enregistrament, que permeti a l'alumne dur-lo a terme d'acord amb les seves capacitats, no havent d'estar pendent d'operar àudio i vídeo alhora.

5. Metodologia

Per dur a terme els objectius plantejats per a la creació de la sessió musical en viu desenvolupada al llarg d'aquest projecte, ha sigut necessari seguir una sèrie de fases les quals es poden dividir en tres grans blocs: la preproducció, la producció i la postproducció de la sessió, sent les dues primeres fases les més rellevants del projecte.

En tractar-se de l'enregistrament d'una sessió musical en directe, s'han prioritzat aquestes dues fases per sobre de la tercera, per tal que el dia de l'enregistrament sortís tot a la perfecció i amb la millor qualitat possible perquè posteriorment, no fos necessari invertir una gran quantitat de temps i d'esforç en la fase de postproducció, ja que tot i que aquesta és imprescindible tant per a l'obtenció del producte final com per a l'acompliment dels objectius plantejats, aquest no pretén ser un treball enfocat en l'àmbit de la postproducció i, per tant, la feina en aquesta fase s'ha vist adaptada al temps i als recursos disponibles en funció de les altres dues fases.

5.1. Preproducció

Aquesta fase engloba des de l'inici del projecte, és a dir, des del naixement de la idea, fins a l'inici de l'enregistrament de la sessió. Com ja s'ha mencionat anteriorment, aquesta ha sigut una de les fases més importants del projecte, ja que una bona planificació és fonamental per a poder, posteriorment, treballar de la forma més fàcil, àgil i eficient possible, reduint al màxim el nombre de problemes i contratemps que puguin sorgir.

La idea inicial del projecte, era crear un format de sessió musical en viu que inclogués tant enregistrament d'àudio com de vídeo, i que permetés a qualsevol artista, fos del gènere musical que fos, dur a terme una actuació més aviat acústica, formada per una o diverses cançons, acompanyat d'un grup de músics i que a més, aquesta sessió tingués una identitat pròpia la qual pogués arribar a ser reconeixible independentment de l'artista que hi participés.

Durant aquesta fase, doncs, s'ha acabat de confeccionar la idea inicial del projecte, tant conceptualment com materialment, planificant fins a l'últim detall tots i cada un dels elements tècnics, artístics i humans, que han intervingut en la sessió final. Aquesta part s'ha pogut fer gràcies a un estudi previ sobre l'evolució de la indústria musical al llarg dels anys i de com aquesta, ha modificat els hàbits i la forma de consumir música en l'actualitat, i

gràcies també, a l'anàlisi d'un seguit de referents de productes similars ja existents, a partir dels quals s'han extret diversos conceptes i idees, que han acabat conformant, entre tots ells, el format final de la sessió d'aquest projecte.

Un cop elaborat aquesta anàlisi i estudi previ inicial, el primer pas per arrencar amb la preproducció del projecte va ser fer una planificació prèvia, aproximada en el temps, de totes les tasques que s'havien de dur a terme prèvies al dia de la gravació, per tal de poder aconseguir tots els recursos necessaris i tenir ben organitzades totes les tasques a realitzar.

El següent pas va ser buscar un lloc amb l'espai i les condicions adequades, per tal de poder dur-hi a terme l'enregistrament de la sessió. L'enregistrament havia de constar de l'actuació d'un grup de músics en viu, un set amb decorats i altres elements tècnics com les càmeres de vídeo, la taula de so, equips d'il·luminació, etc., per la qual cosa l'espai havia de ser prou ampli per cabre-hi bé amb tots aquests elements, que disposés dels mitjans necessaris per al correcte funcionament dels equips i que fos accessible.

Després d'una preselecció de possibles espais, entre ells una sala de concerts, algun espai a l'aire lliure i d'altres, es va prendre la decisió de què el més idoni per a poder dur a terme la sessió dissenyada era l'espai que oferia *Plantauno*, un espai cultural ubicat a l'Hospitalet de Llobregat, que tot i no incloure dins les seves activitats habituals la realització de concerts o actuacions musicals, si disposa de l'espai i els recursos necessaris per a poder fer-ho. Un altre motiu de pes per a escollir aquest espai, va ser el gran ventall de possibilitats que oferia gràcies a la distribució del lloc i la quantitat d'elements decoratius i tècnics que aquest oferia ja de per si (vegeu en l'Annex 10.1.1). A banda d'això, ja coneixia prèviament tant l'espai com el seu funcionament, de manera que no va ser complicat aconseguir-ho.

Un cop decidida la localització, es va dur a terme la tasca de contactar i coordinar a tots els equips humans implicats en la gravació, músics, personal tècnic i auxiliars, per tal d'establir, en funció de la disponibilitat de l'espai, una data per a l'enregistrament de la sessió que anés bé a tothom.

Establerta la data de gravació, era necessari començar a planificar l'actuació, així que el primer pas va ser parlar amb els músics per veure quines propostes tenien. Finalment, es va decidir interpretar només una sola cançó, a causa del tipus de format final que es va decidir fer seguint alguns dels referents analitzats prèviament. Un cop definida la cançó, sabent ja el tipus de veus i instruments que hi participarien, es va procedir a pensar i detallar tot el

material tècnic necessari per a l'enregistrament, per posteriorment poder llogar-lo (vegeu en l'Annex 10.1.2).

Pel que fa a l'enregistrament sonor, abans de poder detallar el material i tots els equips tècnics necessaris, es va dur a terme una petita recerca, per tal de veure quines tècniques eren les més adients per a obtenir la millor qualitat de so possible, tenint en compte que estem parlant d'un enregistrament d'una actuació en viu i no en estudi, on el més habitual és enregistrar la mescla pròpia del directe, però alhora, seguint les característiques o estàndards de qualitat sonors de les principals sessions analitzades anteriorment, les quals com s'ha vist, utilitzen també tècniques més pròpies del que vindria a ser un enregistrament d'estudi. Per aquest motiu que es va decidir dur a terme un enregistrament multipista, en lloc d'enregistrar només un màster de la sessió.

En aquest punt, doncs, era prioritari trobar un sistema que permetés dur a terme aquest tipus d'enregistrament, alhora que es pogués estar realitzant una mescla del directe, per tal que els músics poguessin seguir l'actuació a través d'un sistema de monitoratge i enregistrar una pista provinent del màster. La solució va ser utilitzar una taula de so que funcionés també com una interfície d'àudio, en aquest cas la seleccionada va ser la Behringer X32, de manera que connectant-la a un ordinador a través d'un simple cable de xarxa, pogués enregistrar-se cada element que estigués connectat a una entrada física de la taula, al mateix temps que es poguessin utilitzar les sortides físiques tant per enviar un retorn als músics a través del sistema de monitoratge, com per retornar la sortida del màster a la mateixa taula i enregistra-la com si fos un canal entrant més. En l'Annex 10.1.5, es pot observar amb detall el diagrama de connexions de tot el sistema complet.

Un cop definit el sistema d'enregistrament sonor, es va procedir a escollir la microfonia. La selecció es va dur a terme en funció de la idoneïtat segons la font sonora i la disponibilitat o accés al model concret, és a dir, no es van escollir els millors micròfons del mercat, sinó els millors o més adients possibles als quals es podia accedir a través de la universitat o per coneguts (vegeu en l'Annex 10.1.4).

Per al sistema de monitoratge, es va optar per un sistema *in-ear* sense fils, ja que en ser només un enregistrament i no haver de sonoritzar-se per a un públic, per les dimensions de l'espai i la microfonia escollida, era l'opció més pràctica i eficient.

Per altra banda, pel que fa a l'enregistrament en vídeo, es va plantejar de manera que fos un sistema senzill amb el qual es poguessin obtenir diferents plans i punts de vista de l'actuació, però que al mateix temps, no requerís estar pendent d'operar totes les càmeres en tot moment i d'aquesta manera, poder estar més pendent de l'enregistrament sonor. És per aquest motiu que es va pensar en un sistema de gravació multicàmera, conformat per cinc càmeres fixes en trípod, que un cop configurades i ajustades, només posant-les a gravar ja complissin amb la seva funció. Es van buscar doncs que fossin càmeres senzilles i fàcils de manipular, les cinc del mateix model o similar, però que poguessin gravar en alta definició (Full HD 1920×1080). Les càmeres de fotografia Canon EOS 750D i 700D, complien a la perfecció amb les característiques necessàries i eren accessibles, per la qual cosa es va optar finalment per aquest tipus de càmera. A banda de les càmeres fixes, també es va buscar una persona externa que pogués operar una sisena càmera de forma més mòbil i d'aquesta manera tenir més recursos de cara a la fase de postproducció.

Arribem doncs a l'última fase de la preproducció, que va consistir a acabar de dissenyar i planificar tota l'ambientació, l'attrezzo i la decoració de la sessió. Com ja s'ha explicat anteriorment, la idea era crear un espai adaptat als músics, però que alhora fos reconeixible per si mateix, per tant, en tot moment es va mantenir el contacte amb ells per tal de posar idees en comú. Primerament, es va anar a veure bé el lloc per poder determinar en quina zona es podria dur a terme el muntatge del set per a la gravació i poder prendre mides. Es va aprofitar també per veure junt amb la gent que gestiona l'espai de quines eines, equips i elements decoratius disposa el centre, i quins podien ser utilitzats per al desenvolupament de la sessió.

Pel que fa a la decoració i l'attrezzo, es va determinar que el centre ja disposava de suficients elements, com per exemple sofàs, butaques, catifes, plantes, taules antigues de *skate* i d'altres objectes decoratius, que podien ser utilitzats per configurar el que seria l'escenari de l'actuació. A causa de la distribució del mateix espai, però, la zona on millor podia habilitar-se tot per a la gravació quedava massa oberta, cosa que podia suposar un problema a l'hora de fer els tirs de càmera i poder aconseguir que només es veiés el set muntat i no la resta de l'espai des de diferents angles. Per aquest motiu es va decidir construir una paret falsa, per tal de delimitar l'espai del set i afavorir d'aquesta manera els posteriors tirs de càmera. Alhora, aquesta paret falsa, era una bona manera de poder personalitzar encara més l'estètica final de la sessió. Per a poder construir-la, es va buscar

la manera més fàcil i econòmica possible, però que encaixes amb l'estètica que se li volia donar a la sessió. Després de parlar amb diferents professionals i buscar diferents opcions, la solució escollida va ser comprar uns quants llistons de fusta, una extensió gran de tela blanca i esprais de colors, per tal de poder construir una espècie de llenç en blanc gegant que pogués simular ser una paret, la qual poder pintar o decorar de manera personalitzada.

Per acabar de complementar-ho, es va dissenyar una il·luminació per al set aprofitant els recursos del mateix centre junt amb un kit de focus led que també es van haver de llogar.

5.2. Producció

Arribem a la fase de producció, la qual es va desenvolupar al llarg d'un cap de setmana sencer, i engloba des de la recollida del material i el seu transport fins a la localització on s'anava a produir la gravació de la sessió, fins a la recollida i retorn d'aquest. En aquesta fase es van posar en pràctica totes aquelles idees i coses que s'havien planificat i pensat durant la fase de preproducció. Estem parlant de la fase més crítica i important de totes, ja que qualsevol error en l'enregistrament podia perjudicar en gran manera al projecte, endarrerint els temps, encarint el pressupost o fins i tot, acabant amb ell per complet. És per aquest motiu, que tota la feina feta en la fase anterior, va ser determinant en aquesta.

La producció de la sessió doncs es va dividir principalment en dos dies. El primer es va dedicar exclusivament al muntatge del set, fer algunes proves d'il·luminació i configurar el sistema d'enregistrament sonor. Durant el segon dia es van dur a terme els últims ajustos del set, les proves de so i vídeo i finalment l'enregistrament de l'actuació. Cal dir, però, que com que el rodatge tenia lloc en cap de setmana, alguns dels equips van haver de ser recollits i transportats fins al lloc el dia abans, és a dir divendres a la tarda, i retornats el dilluns següent al matí de la mateixa forma.

5.2.1. Dia 1. Muntatge del set, il·luminació i configuració d'equips.

El primer de tot, en arribar el primer dia al set, va ser la construcció de la paret falsa. Per començar es van mesurar i tallar els llistons de fusta, i amb l'ajuda de cargols i una màquina perforadora, es va muntar un marc de fusta de 4'4x2'4m, per posteriorment, poder grapar-hi la tela blanca. Un cop muntada la paret, es va posar a lloc recolzada en unes fustes i es va cobrir tot amb plàstic per poder pintar la tela sense embrutar l'espai. Finalment, es va pintar seguint l'estil de grafiti analitzat en l'apartat de referents. Només aquestes tasques van ocupar el matí sencer.

Un cop assecada la pintura, es va procedir a muntar i configurar la resta del set. Es van provar diverses configuracions dels elements del set, col·locant i canviant de lloc diferents sofàs i butaques, provant amb diferents tipus de plantes i elements decoratius com catifes, algun moble, les taules de *skate*, etc., fins a arribar a la configuració final. Sobretot es va intentar que l'escenari no estigués massa recarregat d'objectes, per no tapar ni poder molestar als músics. Ja per acabar amb la decoració, es va col·locar i configurar un projector enganxat al sostre, de manera que no aparegués en pla ni impactés la llum en els músics, per tal de projectar el logotip del grup de música protagonista i que acabés d'omplir l'espai sense necessitat de recarregar-lo amb més objectes.

Un cop llest el set, es va procedir a realitzar diferents proves de llum, combinant tant la llum natural que entrava per les finestres, com llum artificial. Finalment, es va optar per crear una il·luminació més aviat artificial, que jugués amb els tons rosats i blaus. Per aconseguir-ho es van muntar dos focus led roses a terra contrapicats perquè il·luminessin tota l'escena i un focus amb filtre de color blau a l'altura dels ulls, enfocant a la banda esquerra de l'escenari per tal de crear un efecte de difuminat molt suau cap al blau. Es va deixar un focus més amb llum de color blanc, per tal de poder il·luminar bé la cara dels cantants (Vegeu el procés en l'Annex 10.2.1).

Per finalitzar la jornada, es va muntar el control de so on estaria situada la taula de mescles amb l'ordinador i es va procedir a configurar el software de gravació, en aquest cas Pro Tools, per tal que el senyal d'àudio provinent de la taula arribés correctament a la sessió de gravació creada en el software i poder d'aquesta manera enregistrar-la. Es va escollir Pro Tools com a software d'enregistrament per a la sessió, ja que era compatible amb el protocol de transmissió digital d'àudio de la taula de so (DANTE) i perquè pel que fa a enregistrament i mescla de música, estem parlant d'un dels softwares més potents i complets de tots, i el més utilitzat arreu del món pels professionals de la indústria (Collins, 2012, p.1-2). Per a dur a terme aquest procés va ser necessari instal·lar i configurar a l'ordinador els *drivers* del protocol de transmissió d'àudio, el *Dante Virtual Controller* i el *Dante Virtual Soundcard*, per tal que Pro Tools fos capaç de comunicar-se i rebre el senyal d'àudio de tots els canals de la taula de so a través d'un sol cable de xarxa.

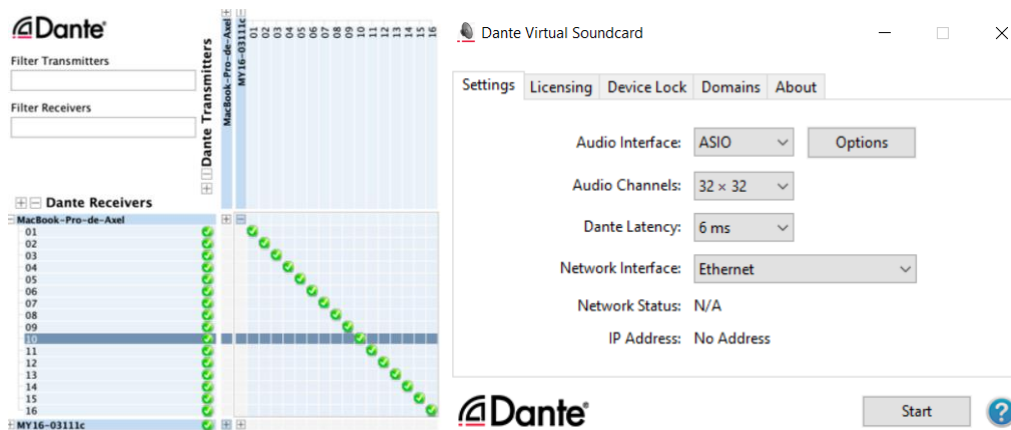


Figura 5.1. Configuració *Dante Virtual Controller* i *Dante Virtual Soundcard*.
Font: Elaboració pròpia, 2022.

5.2.2. Dia 2. Proves i enregistrament.

El segon dia de la fase de producció, va començar amb l'arribada dels músics i la resta de personal auxiliar al set de gravació. El primer a fer, doncs, va ser muntar la bateria i situar els amplis de guitarra i baix. Un cop situats els instruments, es van acabar de reposicionar els altres elements decoratius del set, per tal que no molestés ni tapes res als músics i poguessin estar còmodes. Ja amb tot a lloc, es va procedir a muntar, col·locar i cablejar tota la microfonia i el sistema de monitoratge pels músics, per tal de poder començar amb la prova de so al més aviat possible (Vegeu el resultat en l'Annex 10.2.2).

El primer pas de la prova de so, va ser testejar micròfon a micròfon, amb l'instrument o veu corresponent, per comprovar que funcionés tot i que el senyal arribés correctament tant a la taula de so com a la sessió de Pro Tools, per tal de poder ser enregistrada. En cas de no arribar el senyal o arribar distorsionada, es va intentar identificar l'element que fallava o donava problemes, per tal d'intercanviar-lo per un altre de diferent i d'aquesta manera solucionar el problema. Un cop funcionant i sonant tot, es va procedir a realitzar la mescla de monitors i una primera mescla general, mentre els músics anaven assajant la cançó, per tal d'ajustar cada canal de la taula amb el volum, les dinàmiques i efectes oportuns (EQ, Compressor, Reverberació, etc.). En el cas de les veus, es va haver de configurar i ajustar també el sistema auxiliar connectat per tal de poder afegir-los l'efecte conegut com a *autotune* en viu.

Mentre es duia a terme la prova, el personal auxiliar es va encarregar de muntar el sistema de càmeres, situant els trípodes, preparant les càmeres amb la targeta de memòria i bateria corresponent, ajustant els plans, etc. Una vegada feta la prova i comprovat que tot el so funcionava i sonava a la perfecció, es va revisar tot el sistema de càmeres, per acabar d'ajustar i configurar bé els plans junt amb la il·luminació, per tal que totes estiguessin ajustades més o menys igual i enfocant els elements que tocaven. S'ha de dir, que degut un error en l'entrega de la comanda per part del servei de lloguer de material, una de les càmeres no estava operativa, per la qual cosa finalment la configuració de càmeres final va estar formada per quatre càmeres fixes sobre trípode i una extra mòbil, operada per un dels auxiliars.

Un cop ajustat i revisat tot, es va procedir amb l'enregistrament de l'actuació. Es van registrar fins a catorze preses diferents, per tal de tenir-ne diferents de bones que no tinguessin errors. Entre presa i presa, es feia una breu pausa per poder separar i identificar unes de les altres i poder corregir diversos aspectes millorables. Cal deixar clar que, durant l'enregistrament, la funció de l'alumne va ser només la de mesclar i registrar el so, ja que de la part de vídeo se n'encarregava el personal auxiliar. Només entre preses, era quan l'alumne revisava els detalls externs al so que fossin necessaris.

Finalitzada la gravació, es va procedir a guardar i emmagatzemar en diferents dispositius tot el material enregistrat, tant de vídeo com àudio, per evitar possibles pèrdues de material. Ja per acabar la jornada, es va recollir i ordenar tot el material per poder ser retornat, i es va deixar l'espai de *Plantauno* exactament com estava abans del muntatge del set.

5.3. Postproducció

Aquesta és l'última fase del projecte, en la qual se li ha donat forma a tot el material obtingut en la fase anterior fins a obtenir el producte final. La postproducció d'aquest projecte no s'ha limitat a un sol camp en concret, però tampoc s'ha especialitzat en cap, sinó que s'ha intentat dur a terme una postproducció en tots aquells àmbits que fossin necessaris però d'una forma més o menys bàsica, en funció del temps i les capacitats de l'alumne.

El primer pas de tots va ser revisar les gravacions d'àudio, per tal d'escollir la presa que millor hagués quedat de totes les enregistrades. En aquest pas es va utilitzar la referència del màster enregistrat provinent de la taula de mescles del directe. Un cop seleccionada la

presa, es va decidir realitzar una remescla amb les pistes enregistrades individualment, per tal de millorar i donar més detall a la mescla aconseguida del directe. Tot aquest procés es va dur a terme des de la mateixa sessió de Pro Tools on s'havia enregistrat.

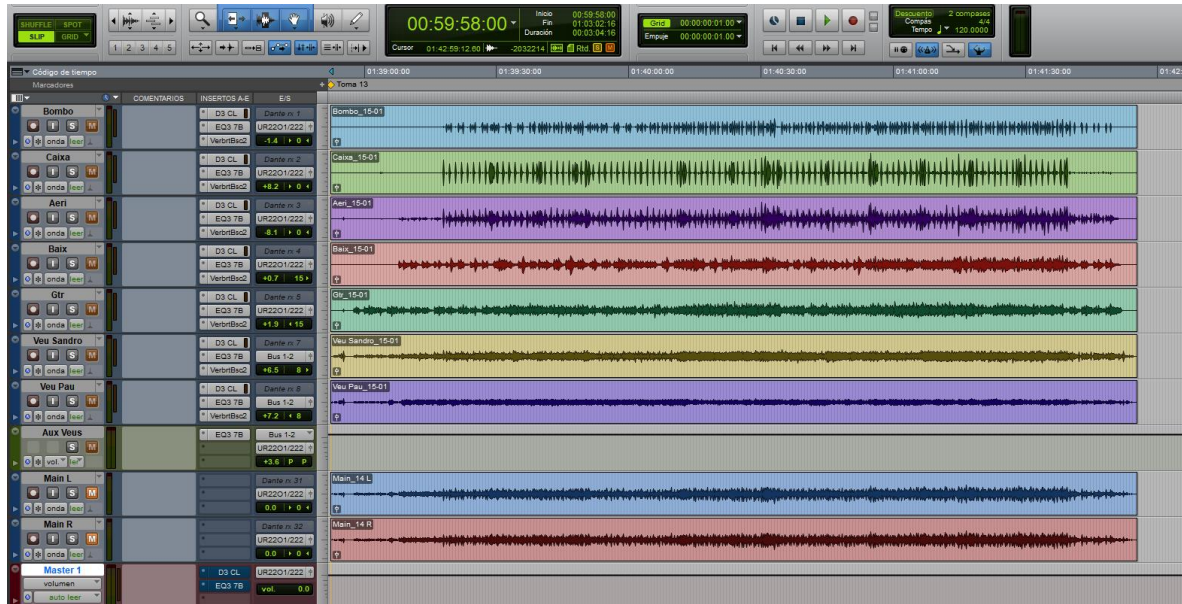


Figura 5.2. Sessió Pro Tools de l'enregistrament. Font: Elaboració pròpia, 2022.

Un cop llesta la mescla final, amb l'objectiu d'acabar de polir i ajustar correctament el nivell de sortida, es va exportar l'arxiu d'àudio i es va dur a terme un senzill ajust de *mastering* amb el software d'àudio Reaper.

Finalitzada la postproducció d'àudio, es va procedir a començar amb la següent fase, la qual va consistir en el muntatge, edició i etalonatge de la gravació de vídeo.

El software emprat, tant per al muntatge com per a l'edició del vídeo, va ser Premiere Pro, ja que aquest oferia totes les eines necessàries per dur a terme aquesta feina, en canvi, per a l'etalonatge, tot i que Premiere Pro ofereix eines de correcció de color, es va decidir utilitzar el software DaVinci Resolve, pel fet que en aquest àmbit, és un dels softwares més potents i utilitzats en la indústria del cine i ofereix moltes més eines i possibilitats que Premiere Pro.

Per començar amb la postproducció de vídeo, el primer pas va ser identificar els arxius de la gravació corresponent a la presa d'àudio seleccionada, per tal de poder sincronitzar-los amb l'arxiu de la mescla final d'àudio. Una vegada sincronitzats tots els arxius, es va procedir a realitzar el muntatge, seleccionant el pla més adient per a cada moment. Acabat el muntatge, es va exportar el projecte en format XML, per tal de poder traspasar el projecte de forma senzilla al software de DaVinci Resolve i poder fer el retoc de color. A causa del fet que la imatge de les diferents càmeres es veia diferent en cada pla, segons l'angle i posició d'aquest, va ser necessari fer un retoc general de tots els plans per tal que la imatge tingués continuïtat i no hi hagués salts de color. Una vegada ajustat el color, es va retornar a Premiere, on es van afegir els diferents efectes que apareixen com els *zoom in* i *zoom out*, l'ull de peix, l'estètica VHS, les interferències, etc.

Per finalitzar aquesta fase, es van afegir els títols i crèdits, i es va procedir amb l'exportació final del vídeo.

6. Anàlisi i resultats

Una vegada desenvolupat el projecte, podem analitzar si s'han complert tots aquells objectius plantejats al començament del mateix i com s'ha aconseguit, fixant-nos en el resultat final i tots els processos que s'han hagut de dur a terme per arribar-hi.

El principal propòsit era dur a terme un format de música en viu que s'adaptés tant a la situació actual com a les noves tendències i maneres de consum per part dels consumidors. Com s'ha estudiat prèviament, el futur de la música evoluciona cap al consum en *streaming* a través d'internet, i junt amb l'aparició dels *smartphones* i la possibilitat d'accedir a la xarxa des de qualsevol lloc i en qualsevol moment, ha derivat en què gran part de la música consumida per les generacions més joves, sigui en format de vídeo a través de les xarxes socials o plataformes com YouTube. Per tant, el format de la sessió desenvolupada al llarg d'aquest projecte, s'ha adaptat a les necessitats de consum de les noves generacions, creant un espai amb tots els mitjans necessaris per poder dur a terme una actuació musical en viu enfocada, completament, a ser consumida a través d'aquest tipus de plataformes.

Per aconseguir-ho, s'ha dissenyat un espai que només existeix en el món digital, una sala de concerts virtual, a la que no s'hi pot accedir personalment, sinó únicament a través d'internet, seguint el precedent d'altres sessions analitzades com els *Tiny Desk Concerts*, les *Gallery Sessions* o les *UPROXX Sessions*. La prova que millor ho constata, és el fet que, igual que en aquesta ocasió s'ha construït el set dins de l'espai de *Plantauno*, aquest podria ser transportat i recreat en un espai diferent i no canviaria res, ja que la forma d'accedir-hi i el que es veuria a través de la pantalla seria exactament el mateix.

Aquí juga un paper fonamental la identitat visual pròpia creada per a la sessió, un altre dels objectius plantejats a l'inici del projecte i que ha sigut tractat i analitzat prèviament, en l'apartat de referents. Així doncs, segons l'analitzat, es volia aconseguir un espai que fos reconeixible i identificatiu de la sessió, però que alhora, diversos elements d'aquest poguessin modificar-se i adaptar-se en funció de l'artista que hi actués, per tal de poder tenir un petit grau de personalització, sense perdre l'essència característica de la mateixa sessió. Si analitzem la sessió un cop finalitzada, podem observar com conté una sèrie d'elements distintius, tant materials com no materials, que en conjunt fan de l'espai un lloc únic i reconeixible a primera vista. Alguns d'aquests serien el mural i l'estil del grafiti, la

paret blanca de fons, el sofà amb les taules de *skate*, l'escala de fusta, el fet que els cantants estiguin asseguts en tamborets, el tipus de micròfon vocal escollit amb l'antipop davant, la projecció de la paret, el tipus de plans i moviments de càmera utilitzats, l'efecte d'ull de peix del pla general, etc. El conjunt de tots aquests elements proporcionen un estil visual determinat que dona identitat a la sessió. Però a la vegada trobem d'altres elements o alguns dels ja mencionats, que tenen la capacitat de ser modificables o ajustar-se en funció de l'artista convidat i, d'aquesta manera, poder personalitzar la sessió sense perdre la identitat que formen el conjunt de tots els elements i que fan de la sessió un espai visual reconeixible. L'exemple més clar d'això el veiem tant en el mural com en la projecció. Com s'ha explicat en la metodologia, el mural, que actua com una a paret falsa, està conformat per un marc de fusta i una tela, per la qual cosa aquesta tela és intercanviable i pot arribar-se a fer un mural completament nou per cada sessió o almenys adaptar part d'ell. Si s'analitza el mural detingudament, dins l'estic caòtic de guixades i dibuixos sense sentit, es pot observar una frase en gran al mig, que destaca per damunt de la resta. Aquesta frase diu "*Welcome to our universe*", i és una frase que utilitza el grup de música autors de la cançó de la sessió. Per altra banda, la imatge que està projectada a la paret és el logotip del grup. En el cas de la il·luminació del set passaria el mateix, podria mantenir-se el mateix tipus d'il·luminació com a element fix, però modificar lleugerament els colors com a element variable. Tot això demostra que simplement modificant uns pocs d'elements, podria personalitzar-se en certa manera tot el set, mantenint l'estructura i la composició del set, per la qual cosa la identitat visual de la sessió romandria intacta.

Per acabar de tancar aquest apartat, l'enregistrament en vídeo juga un paper fonamental també en aquest sentit, ja que sense ell, no hi hauria identitat visual possible. És cert que sense vídeo podria continuar consumint-se a través de plataformes de *streaming* i fins i tot en plataformes dedicades al consum de vídeos com YouTube, però llavors perdria part de l'essència de l'actuació en viu de veure als músics interpretar la cançó, a banda que sense poder veure l'espai dissenyat per la sessió, tota aquesta identitat es perdria per complet. A més, altres aspectes més tècnics del vídeo, com el tipus de plans utilitzats, els moviments de càmera, els efectes i tractament de la imatge, etc., ajuden en part també a construir aquesta identitat.

Això ens porta a un altre dels objectius, ja que com es va establir des del començament del projecte i tal com s'ha anat explicant al llarg del mateix, tot i ser l'apartat de vídeo estrictament necessari per al resultat final, aquest no és un treball enfocat en aquest àmbit i de fet, es va determinar ja des de l'inici que l'alumne se centraria principalment en l'àmbit sonor durant la part pràctica, per tal de poder donar un millor abast al conjunt del treball i no veure's sobrepassat. Això es veu reflectit en el sistema d'enregistrament de vídeo emprat. L'ús d'un sistema de gravació multicàmera, amb la majoria de plans fixos, i conformat per càmeres de fotografia i no específiques de vídeo, ha permès poder simplificar la feina i enregistrar la sessió en vídeo alhora que l'alumne estava centrat en l'enregistrament sonor, sense necessitat d'estar pendent d'ajustar les càmeres en tot moment. Sí que és cert que una de les càmeres ha sigut operada per un auxiliar extern, però si no s'hagués donat la possibilitat, el disseny videogràfic de la sessió permetia haver substituït aquest operador per un altre trípod, i que el sistema fos pràcticament autònom.

Pel que fa a l'àmbit sonor, es volia obtenir un resultat que, tot i ser una actuació musical en viu, per la qual cosa requeria una sonorització prèvia, amb diversos músics tocant alhora i en un espai no adaptat acústicament per a dur a terme aquest tipus d'actuacions o enregistraments, pogués arribar a tenir una qualitat sonora semblant a la d'un estudi de gravació professional, tal com s'ha analitzat en altres casos en l'apartat de referents. Per a poder aconseguir-ho, han sigut claus diversos factors, tant de la planificació i disseny sonor en la fase de preproducció, com de l'execució en la fase producció.

En primer lloc, el sistema d'enregistrament escollit ha sigut fonamental per tal d'aconseguir aquest resultat sonor, ja que l'enregistrament multipista, a banda de poder enregistrar la mescla realitzada durant l'actuació en directe, permet enregistrar cada instrument per separat de manera que, en la fase de postproducció, ens facilita molt la feina i permet aconseguir una qualitat sonora molt més aproximada a un enregistrament d'estudi, pel fet simple fet que qualsevol instrument o petit error pot ser editat o corregit per separat de forma molt més àgil i precisa. Per tant, el fet d'utilitzar un sistema d'enregistrament multipista, que sol ser el més habitual en enregistraments d'estudi, per a enregistrar un directe, ha sigut determinant a l'hora de poder obtenir el resultat desitjat.

Per altra banda, a causa de les condicions de l'espai i al tipus d'enregistrament que es volia aconseguir, un altre factor a tenir en compte ha sigut l'elecció de la microfonia. És habitual en la música en viu, utilitzar micròfons dinàmics en lloc de condensador, excepte per instruments determinats, ja que aquests, en ser menys sensibles i més resistents, solen donar menys problemes (Zafra, 2021, pàg. 48-50). En voler obtenir una qualitat sonora d'estudi i estar en un ambient prou controlat, però, s'ha intentat combinar diferents tipologies de micròfons, alguns més adients per gravació en estudi i d'altres més pensats per directes. En fer ús, doncs, micròfons de condensador per les veus i la guitarra, quan no seria el més comú en un directe, ha permès obtenir una major qualitat sonora de la font, cosa que ha incidit directament en l'obtenció del resultat final, d'acord amb el que ja s'ha comentat prèviament.

Cal no oblidar tampoc, que en utilitzar aquest tipus de micròfons més sensibles, la feina de col·locar-los i sonoritzar-los correctament en la fase de producció, ha sigut determinant en el resultat, més enllà del model emprat.

Un altre factor determinant ha sigut l'elecció d'un sistema de monitoratge *in-ear* per als músics. El monitoratge *in-ear*, com bé el seu nom indica, permet prescindir de l'ús de caixes acústiques (altaveus) i substituir-les per auriculars. Aquest sistema, doncs, facilita d'intel·ligibilitat no tan sols de l'enregistrament, ja que redueix per complet el perill a què el so emès pels monitors es coli a través de la microfonia, per la qual cosa la captació del so serà més neta i evitarà problemes de realimentació, sinó que també millora la qualitat del so que rep l'interpret i dona una major personalització de la mescla de monitors (Digón, Suárez i Martín, 2016, p.197-199). Per tant, donades les característiques dels micròfons utilitzats, explicades anteriorment, i de l'espai, a l'haver evitat tenir més fons sonores dins de l'escenari, ha permès evitar una gran quantitat de problemes en la sonorització i captació de l'actuació, que ha influït directament en la qualitat de l'enregistrament, permeten captar cada so d'una forma més nítida, sense contaminar la font. De cara a la filmació en vídeo i la posada en escena, també han aportat una major netedat visual a l'escenari, en ser pràcticament invisibles.

Per concloure, doncs, es pot dir que analitzant el resultat final, segons el que s'havia plantejat d'inici, s'ha obtingut un resultat òptim tant en la creació d'un format que s'adapta a les noves tendències de consum musical, que té la seva pròpia identitat i que tècnicament, la qualitat sonora obtinguda de l'enregistrament s'ajusta al resultat que es volia obtenir, ja que s'ha aconseguit tenir un so clar i net de tots els instruments i veus que s'escolten a la perfecció en la mescla final, gràcies precisament, a tot sistema sonor dissenyat.

7. Conclusions

Al llarg d'aquest projecte, s'ha pogut comprovar com la indústria de la música ha anat evolucionant constantment al llarg dels últims anys, en una època en la qual internet s'ha expandit a mundialment, fins al punt que hi estem permanentment connectats a través d'un *smartphone* i aquest fet, ha incidit directament en la manera que tenim actualment d'accedir i consumir música.

Les noves maneres de consumir música, doncs, van estrictament lligades a les noves tendències de la xarxa, on cada vegada més, predominen els serveis en *streaming*, per la qual cosa els suports físics cada cop estan més obsolets. A causa de l'impacte de les xarxes socials i altres plataformes com YouTube en les noves generacions, cada vegada també és més gran la tendència de consumir formats musicals amb vídeo, procés que ha portat a la indústria musical a crear i desenvolupar nous formats dirigits exclusivament al consum a través d'aquestes plataformes.

La situació mundial actual, després d'haver passat una pandèmia, també ha influït en la creació de nous formats i mètodes de transmetre i consumir música, especialment en l'àmbit de la música en viu, obrint la porta a un gran ventall de possibilitats.

Per altra banda, a l'haver desenvolupat un format musical d'aquestes característiques, s'ha pogut observar d'una forma encara més profunda, els canvis que ha sofert la indústria. No fa ni vint anys, a causa de com estava organitzada la indústria musical i les limitacions tecnològiques, hagués sigut impensable dur a terme un projecte com aquest amb els recursos que s'ha fet. Avui dia, amb l'arribada d'internet i el desenvolupament tecnològic dels últims anys, qualsevol persona amb uns quants recursos, pot auto produir i distribuir pràcticament qualsevol mena de format musical amb un resultat molt professional.

Pel que fa al resultat final obtingut, es pot dir que s'ajusta als objectius definits a l'inici del projecte i que ha complert amb les expectatives. La sessió creada s'adapta perfectament a les noves formes de consum, oferint una actuació musical en un context digital, amb una identitat visual pròpia i una qualitat sonora òptima.

8. Referències

8.1. Referències bibliogràfiques

Attali, J. (1995). *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*. Madrid: Siglo XXI.

Bustamante, E. (2003): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Campos, J. L. (2008). *Cuando la música cruzó la frontera digital. Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Canclini, N. G. (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Editorial Gedisa.

Caro-Oca, A. M. (2014). *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube (1981-2011)*. Universidad de Sevilla: España.

Ceci, L. (2022a). *Most viewed YouTube videos of all time 2022*. Recuperat de <https://www.statista.com/statistics/249396/top-youtube-videos-views/>.

Ceci, L. (2022b). *All-time most viewed YouTube channel owners 2021*. Recuperat de <https://www.statista.com/statistics/373753/most-viewed-youtubers-all-time/>.

Collins, M. (2012). *Pro Tools for music production: recording, editing and mixing*. Routledge.

Costa-Sánchez, C. (2017). *Cambios y nuevos retos para la industria de la música en España*. Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad, 106, 82.

Digón, A. G., Suárez, N. i Martín, D. A. (2016). *Control de sonido en directo*. Altaria.

Fouce, H. (2014). *El sector musical: leves esperanzas al borde del abismo*. En E. Bustamante y F. Rueda, Informe sobre el estado de la cultura en España: la salida digital, pp. 45-52. Madrid: Fundación Alternativas.

Hernández, Y. M., y Pedraza, G. R. (2020). *Música maestro, escenarios virtuales en tiempos del COVID-19*. Perifèria, Revista de Recerca i Formació En Antropologia, 25(2), 154–166.

IFPI (2014). *Nuevos mercados ven la luz*. Informe de la música digital de la IFPI 2014. Recuperat de: <http://www.ifpichile.cl/archives/dmr2013.pdf>.

IFPI (2015). *Trazando el camino hacia el crecimiento sostenible*. Informe sobre la música digital 2015. Recuperat de <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi>.

IFPI (2021). *Engaging with Music*. Informe sobre la música digital 2021. Recuperat de <https://www.promusicae.es/descarga-informes/informe-ifpi-engaging-with-music-2021-n236/>.

López, N., Gómez, L., & Redondo, M. (2014). *La radio de las nuevas generaciones de jóvenes españoles: Hacia un consumo online de música y entretenimiento*. Zer-Revista de Estudios de Comunicación, 19(37), 45-64.

Márquez, I.V. (2010). *Música en la nube. Experiencias musicales interactivas en la Red*. Revista Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, 83, 139-148.

Márquez, I. V. (2011). *Música y experiencia: De las " sociedades primitivas" a las redes sociales*. AIBR: revista de antropología iberoamericana, 6(2), 193-214.

Márquez, I.V. (2017). *La 'YouTubificación' de la música*. Revista Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, 106, 72-81.

Nielsen (2012). *Music Discovery Still Dominated by Radio, says Nielsen Music 360 Report*. Recuperat de: <http://www.nielsen.com/ca/en/press-room/2012/music-discovery-stilldominated-by-radio--says-nielsen-music-360.html>.

Orús, A. (2022). *Principales plataformas de música en streaming del mundo según suscriptores en 2021*. Recuperat de <https://es.statista.com/estadisticas/942349/principales-plataformas-de-musica-en-streaming-del-mundo-segun-suscriptores/>.

Promusicae (2013). *Libro blanco de la música en España*. Recuperat de: <http://www.promusicae.es/libroblanco/2013/es/>.

Sánchez Lorenzo, J. J. (2015). *Análisis de la evolución de la industria de la música: impacto de iTunes en su transformación*. Trabajo Fin de Máster. Madrid: Universidad Pontificia de Comillas.

Selva, D. (2014). *El videoclip: comunicación comercial en la industria musical*. Madrid: Ediciones Alfar S.A.

Tercero, P. B. (2017). *Evolución del modelo comercial y nuevos hábitos de consumo en España*. Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad, 106, 53.

Ureña, A. (2013): *Estudio sobre Comercio Electrónico BC2 2012*. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información, Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Recuperat de https://www.onsi.es/sites/onsi/files/informe_ecomm_2013.pdf.

Uribe, P. (2013). *Música y redes sociales*. Arte en las redes sociales, 87-98.

Yúdice, G. (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Gedisa, España, 2008.

Zafra, J. (2021). *Guía básica de sonido. Sistemas de directo*. Afial.

8.2. Referències videogràfiques

Gallery. (s.f.-a). *Duki & Bizarrap - Malbec | GALLERY SESSION*. [Vídeo]. Recuperat de https://www.youtube.com/watch?v=ty9QDYS_GJ4.

Gallery. (2021, desembre 2-b). *Natalia Lacunza - Cuestión de Suerte | GALLERY SESSION*. [Vídeo]. Recuperat de <https://www.youtube.com/watch?v=SRfmDCNz3gw>.

Gallery. (2021, març 24-c). *Cutemobb - Cute Tapes | GALLERY SESSION*. [Vídeo]. Recuperat de <https://www.youtube.com/watch?v=DOP2IVBaX5w>.

KennyHoopla. (2021, març 17-a). *KennyHoopla - estella// (Live Performance)*. [Vídeo]. Recuperat de <https://www.youtube.com/watch?v=fs2kt4RQkL8&list=PL13T88kyoqA6iADpbacauL-2NrxBCeuhR&index=13>.

KennyHoopla. (2021, març 26-b). *KennyHoopla - estella// (feat. Travis Barker) (Acoustic Performance)*. [Vídeo]. Recuperat de <https://www.youtube.com/watch?v=3yYU0HwJl7k&list=PL13T88kyoqA6iADpbacauL-2NrxBCeuhR&index=14>.

NPR. (20 d'abril de 2021-a). *C. Tangana: Tiny Desk (Home) Concert*. [Vídeo]. Recuperat de <https://www.npr.org/2021/04/20/988256921/c-tangana-tiny-desk-home-concert>.

NPR. (4 de desembre de 2020-b). *Dua Lipa: Tiny Desk (Home) Concert*. [Vídeo]. Recuperat de <https://www.npr.org/2020/12/04/942186930/dua-lipa-tiny-desk-home-concert>.

NPR. (13 d'octubre de 2021-c). *Nicki Nicole: Tiny Desk (Home) Concert*. [Vídeo]. Recuperat de <https://www.npr.org/2021/10/13/1043057910/nicki-nicole-tiny-desk-home-concert>.

NPR. (26 d'octubre de 2021-d). *Ed Sheeran: Tiny Desk (Home) Concert*. [Vídeo]. Recuperat de <https://www.npr.org/2021/10/26/1048372074/ed-sheeran-tiny-desk-home-concert>.

The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. (24 de novembre de 2021) *Avril Lavigne: Bite Me with Special Guest Travis Barker | The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*. [Vídeo].

Recuperat de <https://www.youtube.com/watch?v=b-XaaxD-bdQ&list=PL13T88kyoqA6iADpbacauL-2NrxBCeuhR&index=18>.

UPROXX. (1 d'octubre de 2020). *2KBABY - "MAD" (Live Performance) | UPROXX Sessions*. [Vídeo]. Recuperat de <https://uproxx.com/shows/uproxx-sessions/2kbaby-mad-live-performance/>.

UPROXX. (10 de juny de 2021-a). *BIA - "Whole Lotta Money" (Live Performance) | UPROXX Sessions*. [Vídeo]. Recuperat de <https://uproxx.com/shows/uproxx-sessions/bia-whole-lotta-money-live-performance/>.

UPROXX. (17 de juny de 2021-b). *KennyHoopla - "Estella" (Live Performance) | UPROXX Sessions | UPROXX Sessions*. [Vídeo]. Recuperat de <https://uproxx.com/shows/uproxx-sessions/kennyhoopla-estella-live-performance/>.

UPROXX. (9 de setembre de 2021-c). *24KGoldn - "The Top" (Live Performance) | UPROXX Sessions*. [Vídeo]. Recuperat de <https://uproxx.com/shows/uproxx-sessions/24kgoldn-the-top-live-performance/>.

UPROXX. (10 de febrer de 2022). *Masked Wolf - "Pandemonium" (Live) | UPROXX Sessions*. [Vídeo]. Recuperat de <https://uproxx.com/shows/uproxx-sessions/masked-wolf-pandemonium/>.

9. Estudi de viabilitat

9.1. Planificació

Per a l'elaboració i desenvolupament del projecte en qüestió, ha sigut necessari dur a terme una sèrie de tasques, les quals podem dividir en:

- Desenvolupament de la idea
- Recerca i investigació
- Redacció de la memòria (Marc conceptual, anàlisi de referents, etc.)
- Planificació, enregistrament i postproducció de la sessió
 - Preproducció
 - Buscar la localització
 - Dissenyar de l'espai
 - Planificació musical
 - Planificació tècnica
 - Compra/Lloguer del material
 - Recerca personal extern
 - Producció
 - Muntatge del set
 - Enregistrament de la sessió
 - Postproducció
 - Edició àudio i vídeo
- Anàlisi dels resultats obtinguts
- Conclusions finals

Els perfils professionals requerits per dur a terme aquestes tasques han sigut:

- Director/Realitzador
- Cap de producció
- Cap d'attrezzo
- Tècnic de so en viu
- Tècnic d'il·luminació
- Operador de càmera

- Auxiliars de muntatge i auxiliars tècnics
- *Runner*
- Tècnic de postproducció d'àudio
- Tècnic de postproducció de vídeo

9.1.1. Planificació inicial

El primer pas, en el pla de treball del projecte, serà la preproducció de la sessió, la qual està prevista que duri uns tres mesos aproximadament, de començaments de gener a començaments d'abril. Les primeres tasques de la preproducció, seran trobar una localització i dissenyar com serà l'espai. Com l'actuació de la sessió està pensada que la faci l'artista que col·laborarà en el TFG d'un altre company, els quals crearan una producció musical des de zero, caldrà esperar que aquesta producció musical estigui més avançada, per tal de poder començar la planificació musical i tècnica de la sessió, que serà la més important. És per això, que s'han assignat les primeres sis setmanes de l'any a la localització i el disseny de l'espai, podent ser aquests processos no tan llargs, per tal de donar temps a què avancin amb la producció musical. Aquest període de temps, doncs, s'aprofitarà també per acabar de completar tant el marc conceptual com aquells apartats de la memòria final que siguin necessaris a l'hora de fer la planificació tècnica.

Un cop es pugui començar amb la planificació, aquesta ocuparà aproximadament unes cinc setmanes, en les quals es durà a terme la feina més important de la fase de preproducció. Acabada la planificació, serà el moment buscar on llogar i reservar tots aquells equips i material tècnic que s'hagin previst perquè estiguin disponibles per al dia de la gravació. En el cas que fos necessari, perquè així s'hagi previst també, a part del material es buscarà a personal auxiliar que ajudi en determinades tasques de la producció. El temps previst per aquesta recerca de material i personal és d'unes dues setmanes, podent aquest temps reduir-se o endarrerint-se, segons la fase de planificació anterior. És per aquest motiu que al cronograma hi apareix una setmana en blanc entre la preproducció i la producció, ja que en dependre de molts factors externs, aquesta setmana de marge està reservada per resoldre tots aquells imprevistos que hagin pogut sorgir fins al moment.

La producció de la sessió està prevista per dur-se a terme a finals del mes d'abril, per tal de tenir marge de temps després per a la postproducció o per si s'hagués de repetir alguna cosa. Al cronograma està marcat com si ocupes dues setmanes senceres, però la realitat és que està previst que es faci en un màxim de dos dies. Està marcat d'aquesta manera, per tal de tenir un marge de suficients dies per, durant la preproducció, poder quadrar que tots els recursos necessaris per a la realització de la sessió estiguin disponibles un dia dins aquest període de temps. El més ideal seria fer-ho durant un cap de setmana. En cas de poder quadrar-ho tot per fer-ho la primera setmana marcada, la segona és per a tenir temps de repetir o corregir possibles errors en l'enregistrament, o avançar la fase de postproducció.

El mes de maig està reservat doncs a la fase de postproducció, que serà l'última de totes. Les tasques que estan previstes per fer segur durant aquell període, són les d'edició i muntatge del vídeo. S'han previst dues setmanes de més, per si fos necessari també fer algun tipus de postproducció de so, en el cas contrari, seria més temps extra que es podria dedicar a la postproducció de vídeo o a finalitzar l'entrega de la memòria final. Tot i això, s'ha previst que les dues setmanes prèvies a l'entrega siguin exclusivament per dedicar-les a l'entrega final.

Durant els mesos en què duraran les diferents fases del projecte, ja està previst anar avançant a poc a poc amb la memòria final, sigui complementant la part més teòrica o documentant tots els procediments que es vagin fent, per tal que al final, només s'hagi de revisar i posar tot en ordre.

	GENER				FEBRER				MARÇ				ABRIL				MAIG				JUNY			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PREPRODUCCIÓ																								
Localització																								
Disseny espai																								
Planificació musical																								
Planificació tècnica																								
Lloguer material																								
Recerca de personal*																								
PRODUCCIÓ																								
Muntatge																								
Proves																								
Actuació/Gravació																								
Desmuntatge																								
POSTPRODUCCIÓ																								
Postpo àudio*																								
Postpo vídeo																								
MEMÒRIA TFG																								
Marc teòric (acabar)																								
Metodologia																								
Correcció, maquetació, etc.																								

*En cas de ser necessari.

Taula 9.1. Cronograma de la planificació inicial de treball per a la sessió musical.

Font: Elaboració pròpia, 2022.

9.1.2. Desviacions

Partint de la planificació inicial, es va iniciar el projecte seguint en full de ruta establert, però a la realitat és que aquesta planificació va haver d'anar ajustant-se sobre la marxa en diverses de les fases, a causa de les mateixes necessitats del projecte i als imprevistos que anaven sorgint.

Per començar, va ser necessari canviar l'enfocament del treball per complet des d'un punt de vista teòric, per la qual cosa es va haver de dur a terme una segona investigació i recerca d'informació, per tal de refer el marc conceptual des de zero i poder partir d'aquell nou punt. Això va suposar una feina nova que no estava contemplada en la primera planificació i que va comportar que certes tasques de preproducció s'allarguessin o ajornessin en el temps.

Aquest retard acumulat, sumat a la disponibilitat dels músics i que la producció de la cançó que estaven fent per la sessió es va allargar una mica més del previst també, l'enregistrament de la sessió, és a dir el cap de setmana dedicat a la fase de producció, va haver de moure's fins a la primera setmana de maig, un parell de setmanes més tard del

previst. Per sort, les setmanes reservades per a quadrar bé tots els recursos i solucionar possibles errades, van donar marge de sobres per poder gestionar bé tots els recursos necessaris i recuperar el temps i les tasques endarrerides, per la qual cosa la fase de producció va poder desenvolupar-se amb tota normalitat en la nova data, tal com estava previst.

En haver-se endarrerit la fase de producció, va suposar un endarreriment també en la fase de postproducció i redacció de la memòria final, prolongant-se aquesta fins a començaments del mes de juny.

	GENER				FEBRER				MARÇ				ABRIL				MAIG				JUNY			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PREPRODUCCIÓ																								
Localització																								
Disseny espai																								
Planificació musical																								
Planificació tècnica																								
Compra/Lloguer material																								
Recerca de personal																								
PRODUCCIÓ																								
Muntatge																								
Proves																								
Actuació/Gravació																								
Desmuntatge																								
POSTPRODUCCIÓ																								
Postpo àudio*																								
Postpo vídeo																								
MEMÒRIA TFG																								
NOU Marc conceptual																								
Metodologia																								
Finalització memòria																								

Taula 9.2. Cronograma final del projecte.

Font: Elaboració pròpia, 2022.

9.2. Anàlisi de viabilitat tècnica

Per a veure si el projecte és viable tècnicament parlant, en primer lloc, serà convenient fer un llistat de tots els recursos tècnics necessaris, tant materials com humans, per tal de poder avaluar si són viables d'aconseguir i gestionar tots (vegeu llistat complet en l'Annex 10.2). Aquests recursos els dividirem en diferents categories:

- **Infraestructures:** Espai on es realitzarà la sessió.
- **Material artístic:** Decorat i attrezzo.
- **Material i equips tècnics:** Això inclou la microfonia, els peus de micròfon, el sistema de monitoratge pels músics, el sistema de monitoratge pel tècnic, la taula de mesclades, el software de gravació de so i el d'edició de vídeo, un ordinador que permeti dur a terme aquests processos, les càmeres de vídeo, els trípodes, targetes de memòria per les càmeres i disc dur per emmagatzemar l'enregistrament sonor, l'equip d'il·luminació, el cablejat d'alimentació, el de so, vídeo, llums, etc.
- **Personal:** Els músics i el personal tècnic auxiliar (auxiliars de muntatge, operador i *runner*).

Pel que fa a la infraestructura, l'espai que s'ha buscat per dur a terme la sessió es tracta d'un centre cultural, gestionat per coneguts i que solen dinamitzar activitats audiovisuals, per la qual cosa l'espai ja disposa de diverses eines i equips tècnics. A més, els caps de setmana no està obert de cara al públic, i per això s'ha pogut disposar de l'espai amb total llibertat durant el cap de setmana de la gravació i a cost zero, gràcies a la relació prèvia que hi havia amb l'espai.

La majoria del material i equips tècnics restants, s'han pogut obtenir fàcilment a través del servei de préstecs de la universitat, realitzant la reserva amb suficient antelació. A banda de la universitat, s'ha buscat poder aconseguir algun altre material més específic, a manera de préstec també, a través d'una sala de concerts coneguda. Les úniques excepcions han sigut taula de so i el sistema de monitoratge, dels quals la universitat no en disposava amb les característiques necessàries o simplement no en disposava, per la qual cosa s'ha hagut de recórrer a una empresa de lloguer de material externa.

Respecte al material artístic, aquí sí que s'han hagut de comprar diversos materials consumibles com els llistons de fusta, la tela, la pintura, els caragols, etc. Aquests es poden trobar tots fàcilment en qualsevol gran superfície especialitzada en bricolatge, per la qual cosa no han sigut complicats d'obtenir.

En el cas del personal, tant l'artista com els músics han participat en la sessió a manera de col·laboració, ja que l'interès era mutu en tractar-se d'un espai on poder promocionar-se i aconseguir un bon material audiovisual. En el cas del personal auxiliar, operador i *runner*, s'ha comptat amb l'ajuda de coneguts i altres companys del grau, a canvi d'ajuda mútua.

9.3. Anàlisi de la viabilitat econòmica

9.3.1. Pla de finançament

Des d'un primer moment, es va procurar desenvolupar el projecte de manera que pogués obtenir-se un resultat el més professional possible, però que alhora no requerís una gran inversió de diners, per la qual cosa tots els costos del projecte poguessin ser auto finançats pel mateix l'alumne. Com s'ha explicat en l'apartat anterior, la majoria de recursos i materials necessaris per a dur a terme la sessió s'han pogut aconseguir de forma gratuïta o a través d'un préstec, per la qual cosa la suma del pressupost total per poder aconseguir llogar o comprar els materials que faltaven, no s'ha elevat a una gran xifra de diners i, per tant, l'única font de finançament per cobrir aquests costos extres ha sigut per mitjà dels recursos propis de l'alumne.

Pel que fa a la rendibilitat, no s'ha previst recuperar la inversió, econòmicament parlant, de cap manera determinada, el projecte s'ha dut a terme en gran part, per fis purament acadèmiques. En tot cas, aquesta inversió s'ha plantejat des de l'inici de manera que se li pogués treure un profit professional, obtenint un material el qual poder ensenyar i a partir d'aquí, obrir la porta a noves oportunitats.

9.3.2. Costos de producció. Pressupost

9.3.2.1. Pressupost Professional

MATERIAL COMPRAT					
CONCEPTE		PREU	UNITATS	TOTAL	
MATERIAL TÈCNIC					
	Tarjeta SD SanDisk Ultra PLUS 32gb	7,42	5	37,10	
MATERIAL ATTREZZO					
	Pack 8 Llistons Fusta 25x45x2400mm	27,99	1	27,99	
	Tela Blanca 5x2,8m	4 (€/m)	1	20	
	Pintura en Spray MTN 94	4,30	11	47,30	
	Plàstic protector DEXTER 2.7x20m	4,19	1	4,19	
	Pack 20 Cargols 45mm	1,59	3	4,77	
	Pack 1200 Grapes 12mm	2,39	3	7,17	
			TOTAL	148,52 €	
PERSONAL ARTÍSTIC I TÈCNIC					
CONCEPTE		PREU/h	NºHORES	QUANTITAT	TOTAL
	Tècnic de so	19	8	1	152
	Auxiliar de muntatge	8	4	4	128
	Auxiliar tècnic	11	8	1	88
	Operador càmera	19	4	1	76
	Runner	11	4	2	88
	Tècnic Postproducció So	30	40	1	1200
	Tècnic Postproducció Vídeo	40	40	1	1600
	Músics	16	8	3	384
				TOTAL	3716,00 €
DESPESES PRODUCCIÓ					
CONCEPTE		PREU/dia	NºDIES	UNITATS	TOTAL
	Dietes	12	2	2+7	108
	Transport	63,90	2	1	127,8
	Gasolina	2,141 €/l	2	10+10 (l)	42,82
	Lloguer Espai*	62,38 €/h	2	24+24 (h)	2994,24
				TOTAL	3272,86 €

*El lloguer de l'espai inclou tot l'equipament material i tècnic del centre.

Taula 9.3. Pressupost professional. Font: Elaboració pròpia, 2022.

MATERIAL LLOGUER				
CONCEPTE		PREU	UNITATS	TOTAL
MATERIAL TÈCNIC				
SO				
	Taula So Behringer X32	80,00	1	80,00
	Monitor In-Ear Sennheiser EW IEM G4	40,00	2	80,00
	Micròfon Neumann TLM 103	36,00	2	72,00
	Micròfon Shure SM57	5,00	2	10,00
	Micròfon AKG C-414	36,00	2	72,00
	Micròfon Sennheiser E604	7,50	1	7,50
	Micròfon Shure Beta 91A	21,00	1	21,00
	Pantalla Antipop	3,00	2	6,00
	Girafa 0,5m K&M	3,00	2	6,00
	Girafa 1,5m K&M	3,00	3	9,00
	D.I. Behringer D120	5,00	1	5,00
	Interfície Steinberg UR22	40,00	1	40,00
VÍDEO				
	Càmera Canon 750D	25,00	4	100,00
	Càmera Canon 6D Mark II	58,00	1	58,00
	Suport estabilitzador Fig Rig 595B	15,00	1	15,00
	Trípode Manfrotto MVH502AH	20,00	4	80,00
IL·LUMINACIÓ				
	Focus LED Aputure LS-mini	47,00	3	141,00
CABLEJAT				
	Cable Schuko 10m	2,00	2	4,00
	Cable Schuko 15m	3,00	2	6,00
	Regleta Corrent	2,00	3	6,00
	Cable XLR-XLR 5m	2,00	5	10,00
	Cable XLR-XLR 10m	3,00	8	24,00
	Cable TRS-TRS 5m	2,00	2	4,00
	TOTAL LLOGUER MATERIAL			856,50
	ASSEGURANÇA 6%			51,39
	I.V.A. 21%			179,87
	TOTAL			1087,76 €
PRESSUPOST TOTAL				8225,14 €

Les xifres del pressupost total professional són aproximades, ja que el preu assignat per a cada categoria professional, les despeses de producció i el preu del material llogat, són una aproximació basada en una mitjana feta a partir de diverses empreses privades i en algun cas, a partir del conveni que marca l'ajuntament per a centres culturals que gestiona la mateixa empresa propietària de l'espai llogat. En el cas del material llogat, el càlcul del preu de l'assegurança i l'iva afegit, està basat en una factura real de l'empresa on es va llogar el material (vegeu en l'Annex 10.3).

9.3.2.2. Pressupost Real

CONCEPTE	PREU	UNITATS	TOTAL
MATERIAL LLOGUER			
Taula So Behringer X32	80,00	1	80,00
Monitor In-Ear Sennheiser EW IEM G4	40,00	2	80,00
TOTAL LLOGUER MATERIAL			160,00
ASSEGURANÇA 6%			9,60
I.V.A. 21%			35,62
TOTAL			205,22 €
MATERIAL COMPRAT			
Tarjeta SD SanDisk Ultra PLUS 32gb	7,42	5	37,10
Pack 8 Llistons Fusta 25x45x2400mm	27,99	1	27,99
Tela Blanca 5x2,8m	4 (€/m)	1	20
Pintura en Spray MTN 94	4,30	11	47,30
Plàstic protector DEXTER 2.7x20m	4,19	1	4,19
Pack 20 Cargols 45mm	1,59	3	4,77
Pack 1200 Grapes 12mm	2,39	3	7,17
TOTAL			148,52 €
PRESSUPOST TOTAL			353,74 €

Taula 9.4. Pressupost real. Font: Elaboració pròpia, 2022.

9.3. Aspectes legals


El producte obtingut a partir de l'elaboració d'aquest TFG es protegeix sota la llicència de *Creative Commons* de Reconeixement – No Comercial – Sense Obra Derivada (CC BY-NC-SA). Aquesta llicència permet reproduir, distribuir i publicar l'obra, sempre que es reconegui l'autoria del creador i no sigui utilitzada amb fins comercials ni per l'elaboració de possibles obres derivades.



CC BY-NC-SA: esta licencia permite a los reutilizadores distribuir, mezclar, adaptar y construir a partir del material en cualquier medio o formato únicamente con fines no comerciales, y siempre y cuando se le otorgue la atribución al creador. Si remezcla, adapta o construye sobre el material, debe licenciar el material modificado bajo términos idénticos.

CC BY-NC-SA incluye los siguientes elementos:

BY : se debe otorgar crédito al creador

NC : solo se permiten usos no comerciales de la obra


SA : las adaptaciones deben compartirse en los mismos términos

Figura 9.1. Llicència CC BY-NC-SA *Creative Commons*.

Font: Creative Commons, 2022.

Per altra banda, en fer ús del material creat per terceres persones i la seva imatge, serà necessari obtenir tant els drets d'autor de les cançons per part dels artistes creadors, com els drets d'imatge de tots els músics que participen en la sessió (vegeu en l'Annex 10.4).

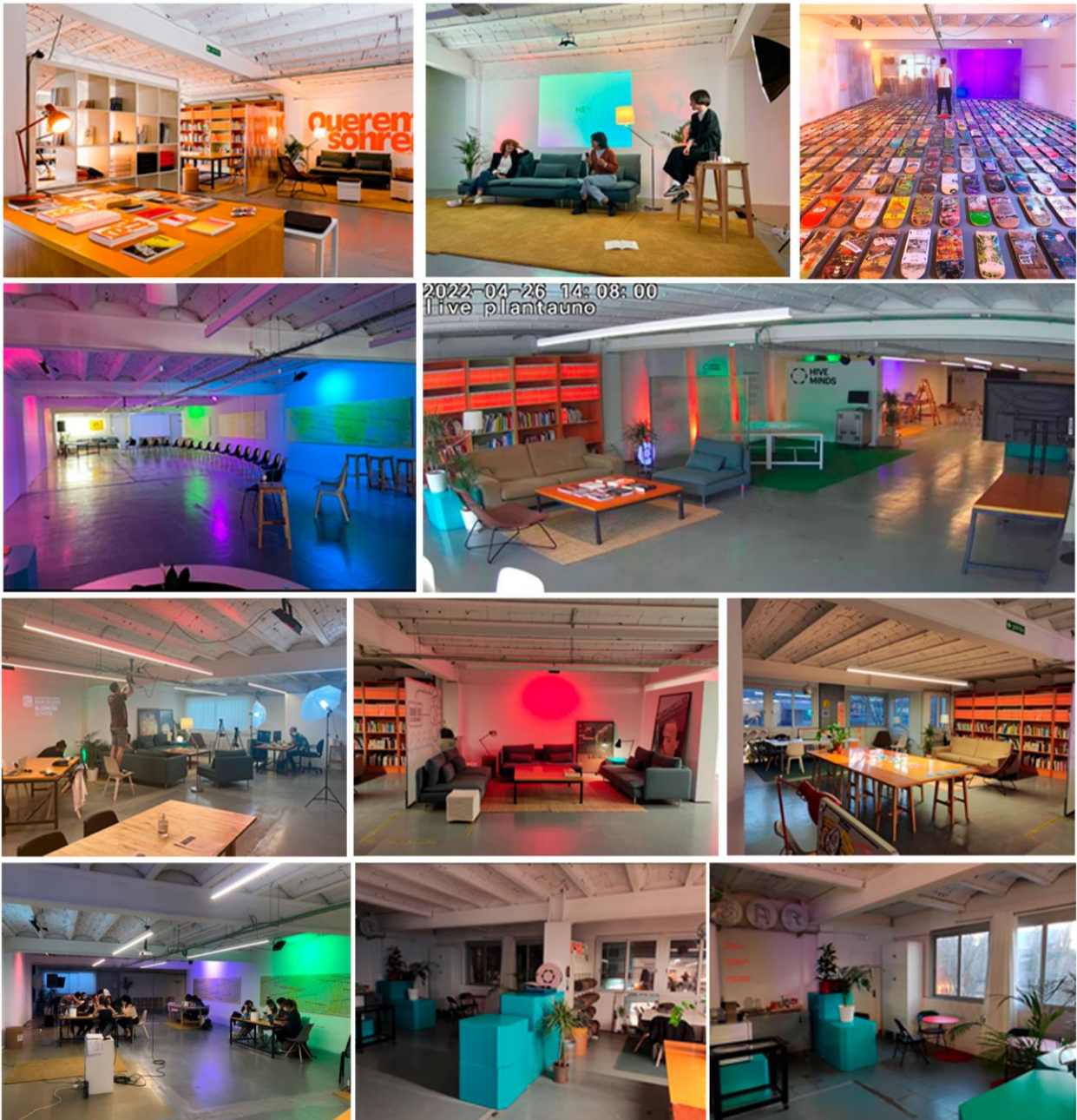
9.4. Referències

Creative Commons. (2022). *About CC Licenses*. Recuperat de <https://creativecommons.org/about/cclicenses/>.

10. Annexos

10.1. Annex I. Dossier de Preproducció

10.1.1. Espai i Material *Plantauno*



10.1.2. Llistat de material

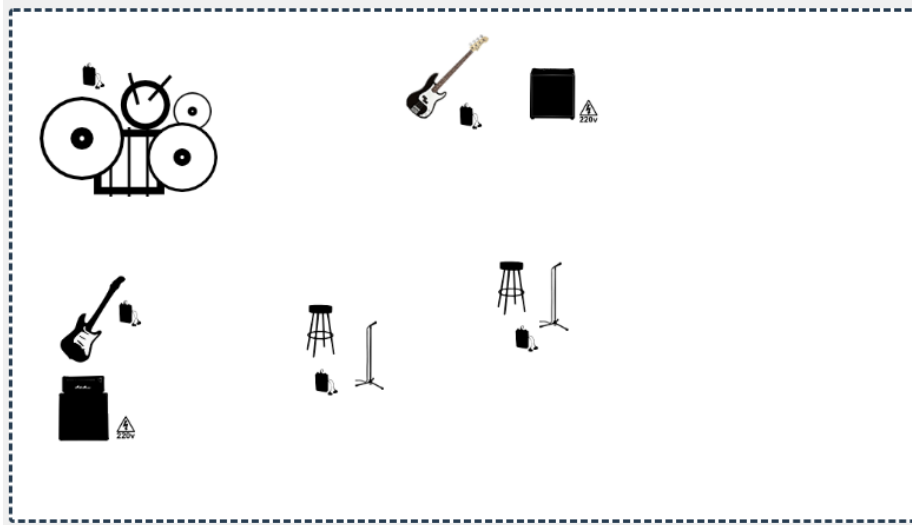
	Nom	Quantitat	Tipus	Lloguer
SO	Behringer X32	1	Taula So	16nou
	Sennheiser EW IEM G4	2	Monitor In-Ear	16nou
	XVive U4	3	Monitor In-Ear	(Equip propi músics)
	Neumann TLM 103	2	Micròfon	SERMAT
	Shure SM57	3	Micròfon	SERMAT
	AKG C-3000	1	Micròfon	SERMAT
	AKG C-414	2	Micròfon	SERMAT
	Kit Bateria Audjix DP7	1	Micròfon	SERMAT
	AKG D112	1	Micròfon	Sala Vivaldi
	Shure Beta 91A	1	Micròfon	Sala Vivaldi
	Sennheiser E604	1	Micròfon	Sala Vivaldi
	Girafa 0,5m K&M	4	Peu micròfon	SERMAT
	Girafa 1,5m K&M	6	Peu micròfon	SERMAT
	Girafa Hadam Hall 1,5m	3	Peu micròfon	SERMAT
	Pantalla Antipop	2	Filtre	SERMAT
	Steinberg UR22	3	Interfície Àudio	SERMAT
	Behringer D120	1	DI	SERMAT
	Behringer D100	1	DI	SERMAT
	Samson SD100	1	DI	SERMAT
	Mini TRS - 2TS	1	Cablejat	SERMAT
XLR-XLR 5m	8	Cablejat	Sala Vivaldi	
XLR-XLR 10m	12	Cablejat	SERMAT	
TRS-TRS 5m	5	Cablejat	SERMAT	
VÍDEO	Canon 750D (18-55mm)	4	Càmera	SERMAT
	Canon 700D (18-55mm)	1	Càmera	SERMAT
	Canon 6D Mark II	1	Càmera	(Equip propi)
	Suport Fig Rig 595B	1	Estabilitzador	SERMAT
	Manfrotto MVH502AH	5	Trípode	SERMAT
	SanDisk Ultra PLUS 32gb	6	Targeta SD	(Equip propi)
LLUMS	Kit 3 Focus LED Aputure LS-mini	1	Focus	SERMAT
	Pack Filtres Color	1	Filtres	SERMAT
ALTRES	Portàtil Acer Aspire 3	1	PC	(Equip propi)
	Portàtil MSI Leopard	1	PC	(Equip propi)
	Schuko 10m	2	Cablejat Corrent	SERMAT
	Schuko 15m	2	Cablejat Corrent	SERMAT
	Carretilla	1	Transport	SERMAT
	Caixa Universal	2	Transport	SERMAT
	Peli 1920 Case	1	Transport	SERMAT
	PONSA Ratchet 5m	2	Accessori	SERMAT

ATREZZO	Llistons Fusta 25x45x2400mm	8	-	-
	Tela Blanca 5x2,8m	1	-	-
	Pintura Spray MTN 94 (diversos colors)	11	-	-
	Plàstic protector DEXTER 2.7x20m	1	-	-

10.1.3. Referències visuals i idees grafiti

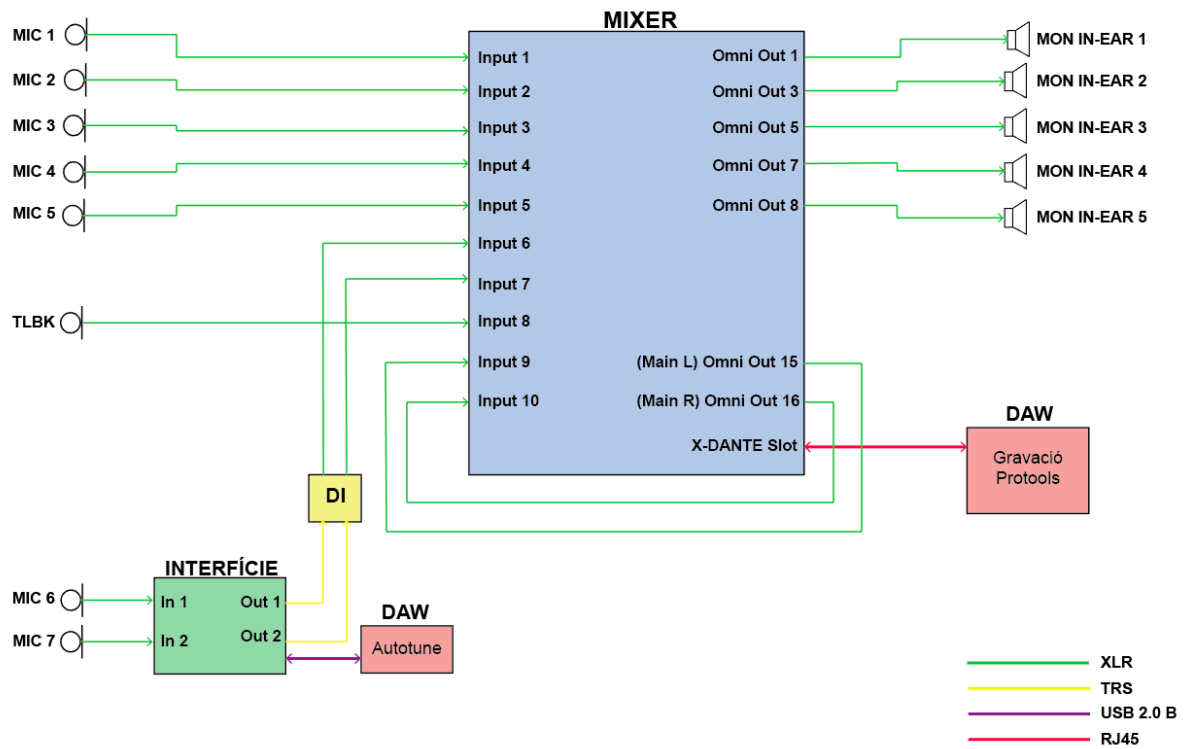


10.1.4. Stage plot i rider tècnic

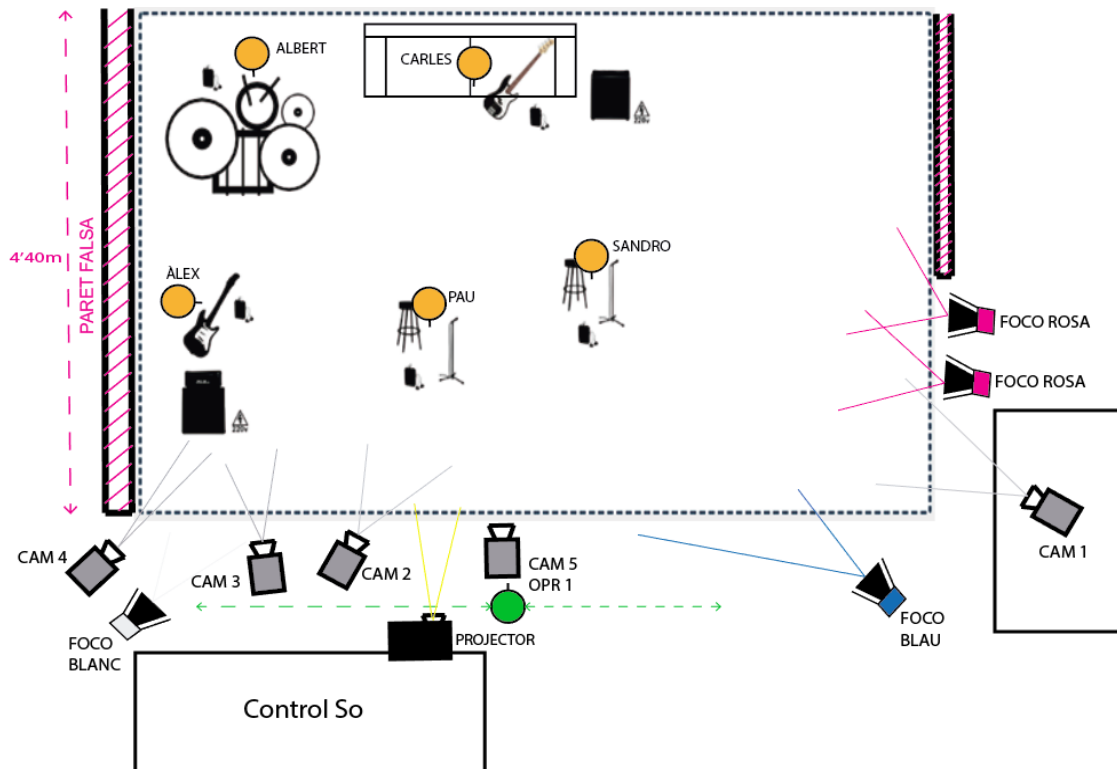


	Instrument	Micròfon	Canal Mixer	Músic	Comentaris
MIC 1	Bombo	<u>Shure Beta 91A</u>	Canal 1		
MIC 2	Caixa	<u>Sennheiser E604</u>	Canal 2	Albert	Mon In-Ear 1
MIC 3	Ambient (OH)	AKG C-414	Canal 3		
MIC 4	Baix	<u>Shure SM57</u>	Canal 4	Carles	Ampli + Pedalera Mon In-Ear 2
MIC 5	Guitarra	AKG C-414	Canal 5	Àlex	Ampli + Pedalera Mon In-Ear 3
MIC 6	Veu 1	Neumann TLM 103	Canal 6	Pau	Mon In-Ear 4
MIC 7	Veu 2	Neumann TLM 103	Canal 7	Sandro	Mon In-Ear 5
TLBK	<u>Talkback</u>	<u>Shure SM57</u>	Canal 8		

10.1.5. Diagrama de blocs



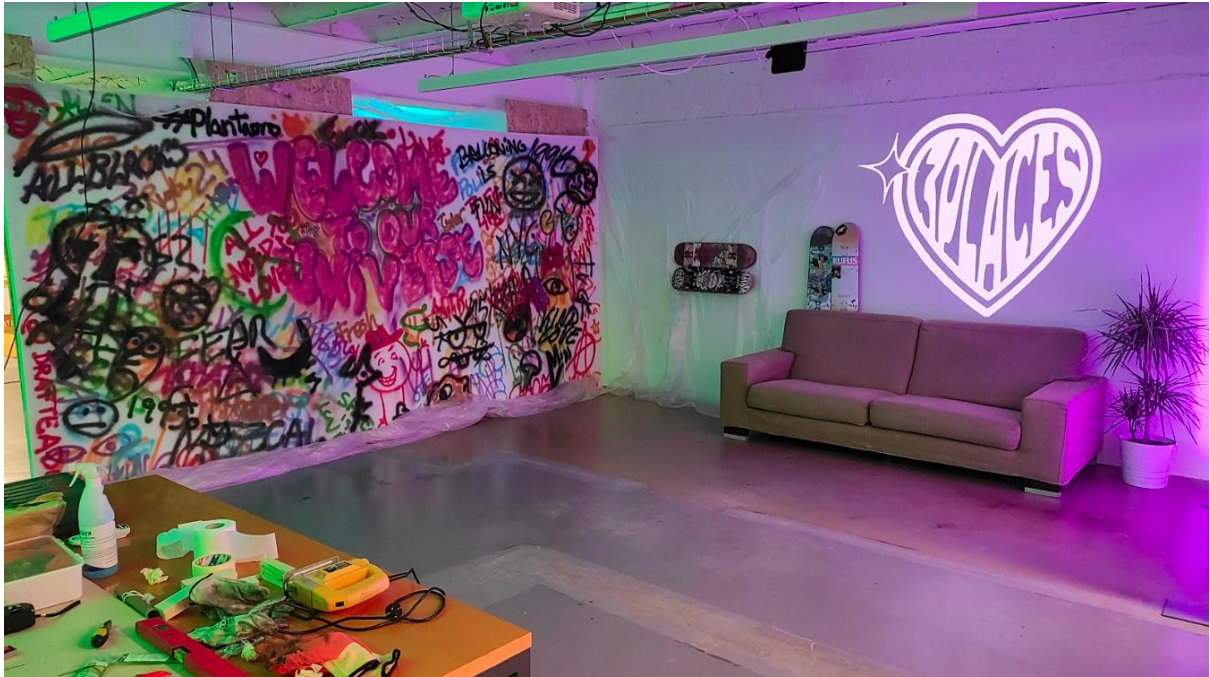
10.1.6. Posada en planta



10.2. Annex II. Dossier de Producció

10.2.1. Dia 1. Construcció del set





10.2.2. Dia 2. Configuració final del set







10.3. Annex III. Factura material lloguer



Serveis Audiovisuals

València, 25
08015 BARCELONA
info@16nou.com
Tel. 933632866

PRESSUPOST

Client
PIQUER DE LA FLOR, BERNAT

Contacte: Bernat Piquer

Telèfon: 622670597

Mail: bernatpiquer16@gmail.com

Data: 28/04/2022

Nº Ref: **2022001243 EM**

PRESSUPOST Nº: 2022001243

Data sortida : 07/05/2022 17:30

Data tornada : 09/05/2022 10:00

Descripció	Preu	Quant.	Import
DATES DE FACTURACIO: 08/05/2022			
TAULA SO BEHRINGER X32	80,00	1	80,00
SISTEMA INEAR EW IEM G4-RANGO A (INCLOU; TX, RX, PALA, AURICULARS)	40,00	2	80,00
TOTAL LLOGUER MATERIAL			160,00
ASSEGURANÇA 6%			9,60

TOTAL LLOGUER MATERIA	169,60€
I.V.A.21%	35,62€
TOTAL PRESSUPOST	205,22€
PAGA I SENYAL	0,00 €
IMPORT A PAGAR	205,22 €

10.4. Annex IV.

10.4.1. Contracte cessió de drets d'autor

CONTRACTE DE CESSIÓ MUSICAL

Barcelona, a 8 de maig de 2022.

En Pau Izquierdo Peral , amb NIF 47334845V, membre, del grup musical 3Places, i autor o coautor, de les cançons que figuren a sota.

En Alessandro Dazi Hernández , amb NIF 47333860K, membre, del grup musical 3Places, i autor o coautor, de les cançons que figuren a sota.

Cançons:

1.- Se que vas a estar bien

Autoritza a l'alumne Bernat Piquer de la Flor, amb NIF 49297389V, estudiant del TecnoCampus, a fer ús de les cançons anteriors amb finalitats únicament educatives.

Aquestes cançons podran ser utilitzades per pistes separades per poder simular una actuació o enregistrament mitjançant una aplicació multimèdia, on se simulen les condicions d'un concert en directe o una gravació a l'estudi.

Els temes no podran ser cedits a tercers i la seva utilització queda restringida a l'ús dintre de les feines que desenvolupen els alumnes de Mitjans Audiovisuals.

El grup i/o els autors, o coautors, renuncien a demanar qualsevol classe de contraprestació, econòmica o material, per l'ús del tema musical.

10.4.2. Contracte cessió de drets d'imatge

CONTRACTE DE CESSIÓ DRETS D'IMATGE

Barcelona, a 8 de maig de 2022.

En Pau Izquierdo Peral , amb NIF 47334845V, membre del grup musical 3Places.

En Alessandro Dazi Hernández , amb NIF 47333860K, membre del grup musical 3Places.

En Albert Gimeno Mulero , amb NIF 47949196S, membre del grup musical Decimals.

En Carles Romagosa Giménez , amb NIF 47939280N, membre del grup musical Decimals.

En Àlex Bru Buxó , amb NIF 45988587H, membre del grup musical Decimals.

Autoritza a l'alumne Bernat Piquer de la Flor, amb NIF 49297389V, estudiant del TecnoCampus, a fer ús de la seva imatge personal amb finalitats únicament educatives.

Les imatges enregistrades durant l'actuació musical, podran ser utilitzades tant per a la confecció del producte final, com per a qualsevol àmbit relacionat amb el TFG de l'alumne.

Les imatges no podran ser cedides a tercers i la seva utilització queda restringida a l'ús dintre de les feines que desenvolupen els alumnes de Mitjans Audiovisuais.

Les persones implicades renuncien a demanar qualsevol classe de contraprestació, econòmica o material, per l'ús de la seva imatge personal.