



LA CULTURA MUSICAL A L'ERA POSTDIGITAL

Treball Final de Grau Grau

Dossier periodístic

Marina Homs Núñez

Tutora: Elena Parreño Gala

Grau en Comunicació Cultural

Curs acadèmic 2024-2025

6 de Juny de 2025

JUSTIFICACIÓ DEL DOSSIER.....	2
MITJÀ DEL DOSSIER O MONOGRÀFIC.....	2
JUSTIFICACIÓ DEL MITJÀ DEL DOSSIER O MONOGRÀFIC.....	3
TEMPS DE REALITZACIÓ I MÈTODE DE TREBALL.....	3
DIFICULTATS EN LA REALITZACIÓ.....	5
FONTS UTILITZADES.....	6
BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA.....	7
ANNEXOS.....	10
ANNEX 1: ENTREVISTA COMPLETA TAYLOR BICKETT.....	10
ANNEX 2: ENTREVISTA COMPLETA MELINA KB.....	15
ANNEX 3: ENTREVISTA COMPLETA AMBER AIS.....	24
ANNEX 4: ENTREVISTA COMPLETA NICOLE HAN.....	27
ANNEX 5: ENTREVISTA COMPLETA CARLOS RÍOS.....	30
ANNEX 6: CORREU TAYLOR BICKETT.....	34
ANNEX 7: CORREU MELINA KB.....	36
ANNEX 8: CORREU AMBER AIS.....	37
ANNEX 9: CORREU NICOLE HAN.....	39
ANNEX 10: CORREU CARLOS RÍOS.....	40
ANNEX 11: CORREU DIEGO ARESO.....	42

JUSTIFICACIÓ DEL DOSSIER

Aquest dossier periodístic neix de la voluntat d'analitzar i comprendre les transformacions recents més significatives en la indústria musical, un sector en constant mutació, impulsat per les noves tecnologies, les xarxes socials i l'aparició de nous models de promoció i consum cultural.

Plataformes com Spotify i, especialment, TikTok han revolucionat la manera com descobrim i compartim música, redefinint els mecanismes tradicionals de llançament musical. Aquest canvi ha alterat profundament l'estratègia de les discogràfiques i ha donat lloc a una nova generació d'artistes que connecten directament amb el públic a través de formats digitals. El dossier analitza aquest fenomen amb un reportatge dedicat a l'impacte d'aquestes plataformes i una entrevista amb una discogràfica per entendre com s'adapta el sector.

En aquest nou panorama, destaquen amb força les artistes femenines, que no només lideren les llistes d'èxits, sinó que també reformulen el pop des d'una perspectiva més íntima, empoderadora i experimental. Figures com Billie Eilish o Taylor Swift, protagonistes d'alguns dels continguts del dossier, són exemples clars d'aquesta transformació. També s'hi inclou una crònica d'un concert de Gracie Abrams i entrevistes amb veus emergents com Taylor Bickett, Melina KB, Amber Ais i Nicole Han.

El dossier també posa el focus en els concerts i les grans gires com a fenòmens culturals i econòmics, analitzant des de l'impacte de l'Eras Tour de Taylor Swift fins a la problemàtica dels preus abusius de les entrades.

A través d'un enfocament periodístic divers (reportatges, entrevistes, cròniques i infografies), aquest treball busca oferir una visió àmplia, crítica i actual del present i futur de la indústria musical, destacant les tendències que marcaran la pròxima dècada i la importància creixent del relat, l'estètica i la identitat en l'univers musical contemporani.

MITJÀ DEL DOSSIER O MONOGRÀFIC

He escollit com a mitjà de referència *El País Semanal* per desenvolupar aquest dossier periodístic. Es tracta del suplement dominical del diari *El País*, amb una trajectòria consolidada dins del periodisme en llengua castellana. Aquest mitjà destaca per la seva aposta per continguts de fons, reportatges amplis, entrevistes en profunditat i una mirada analítica i contemporània sobre qüestions culturals, socials i d'actualitat. En aquest sentit, la línia editorial i l'estil narratiu de *El País Semanal*

proporcionen un marc idoni per estructurar els diferents continguts del dossier, tant pel que fa al to com a l'enfocament temàtic i formal.

JUSTIFICACIÓ DEL MITJÀ DEL DOSSIER O MONOGRÀFIC

L'elecció d'*El País Semanal* com a mitjà de referència per a aquest dossier periodístic respon a diversos criteris relacionats amb l'enfocament editorial, l'estil narratiu i la manera com presenta els continguts. A diferència d'altres suplementos o mitjans de premsa generalista, *El País Semanal* destaca per posar un èmfasi especial en temes culturals, artístics i socials amb una mirada analítica. No es limita a la cobertura informativa immediata, sinó que aposta per peces de llarg recorregut que exploren les transformacions del món contemporani des d'una perspectiva culturalment implicada.

Aquest enfocament resulta especialment rellevant per a la temàtica del meu dossier. *El País Semanal* ofereix un model de periodisme que dona espai a aquests temes, i que els tracta no només amb rigor, sinó també amb un fort component estètic i visual. Precisament, un dels trets distintius d'aquest suplement és la seva aposta per una narrativa visual cuidada, amb dissenys gràfics potents, fotografies d'alta qualitat i una maquetació que dona protagonisme a la imatge com a part essencial del relat periodístic. Aquest aspecte és especialment important en el meu treball, on la imatge, l'estètica i la construcció visual de l'univers musical contemporani tenen un paper fonamental.

A més, el dossier es construeix a partir de diversos formats: reportatges, entrevistes, cròniques i infografies, que responen a la diversitat formal pròpia d'*El País Semanal*.

Per tot això, *El País Semanal* representa un marc coherent, realista i ideal per situar aquest dossier. Tant des del punt de vista formal com pel que fa al seu públic objectiu, interessat en la cultura contemporània, els fenòmens socials emergents i les transformacions del món actual *El País Semanal* esdevé el mitjà més adequat per acollir una proposta com aquesta.

TEMPS DE REALITZACIÓ I MÈTODE DE TREBALL

El desenvolupament d'aquest dossier periodístic es va estructurar en tres etapes diferenciades, que van permetre organitzar el procés de treball de manera ordenada i coherent.

La primera etapa va consistir en la planificació i concepció de les peces que havien de formar part del dossier. En aquest moment inicial, vaig definir, juntament amb la tutora, els temes centrals que volia

tractar i els formats més adients per a cada contingut, combinant reportatges, entrevistes, cròniques i infografies amb l'objectiu d'oferir una visió completa i dinàmica de la temàtica.

La segona etapa es va centrar en el procés de documentació i redacció dels continguts. Durant aquesta fase, vaig aprofundir en la investigació de cadascun dels temes, consultant fonts diverses, recopilant dades rellevants i seleccionant testimonis i veus que aportessin valor als diferents reportatges i entrevistes. Pel que fa a les entrevistes, vaig fer una cerca acurada de les persones que volia incloure al projecte i vaig contactar-hi per diferents vies. Algunes entrevistes es van realitzar mitjançant videotrucada, mentre que d'altres es van dur a terme a través de qüestionaris enviats per correu electrònic, segons la disponibilitat i preferències dels interlocutors.

Per tal d'organitzar-me i mantenir un bon ritme de treball, em fixava objectius a curt termini. A cada reunió amb la tutora, havia de presentar un nombre determinat d'articles escrits i revisats. Un cop redactats, els anava enviant per rebre feedback i incorporar-hi les modificacions o millores necessàries.

Va ser també durant aquesta etapa quan, després d'analitzar diversos mitjans de comunicació, vaig prendre la decisió d'escollir *El País Semanal* com a mitjà de referència per emmarcar el meu dossier, atesa la seva coherència amb la temàtica i l'enfocament visual i narratiu del projecte.

Finalment, la tercera etapa va correspondre al procés d'emmaquetació del dossier. Un cop tots els continguts van estar completament redactats i revisats, vaig centrar els esforços en la seva presentació visual, tenint molt en compte l'estil, l'estructura i el llenguatge gràfic propis del mitjà de referència escollit, *El País Semanal*.

Com a primer pas, vaig decidir contactar directament amb la redacció de *El País Semanal* per preguntar si disposaven d'un manual corporatiu o unes directrius gràfiques establertes que pogués seguir. Davant la manca de resposta directa per part de la redacció, vaig optar per adreçar-me personalment a Diego Areso, dissenyador del suplement. La seva resposta va ser molt útil: em va confirmar que no existeix un manual d'estil formalitzat per a l'emmaquetació, però, de manera molt generosa, em va facilitar un arxiu d'InDesign amb algunes de les plantilles que utilitzen habitualment. Aquest recurs va ser especialment valuós per poder aproximar-me amb fidelitat al disseny real de la publicació i garantir la coherència formal del dossier.

Aquesta etapa, que va durar aproximadament dues setmanes, es va dur a terme als ordinadors de la facultat, utilitzant els programes del paquet Adobe. Va ser una fase clau del projecte, ja que no només va permetre unificar els diferents continguts en un format visualment coherent, sinó que també va reforçar l'enfocament visual de la temàtica tractada, un aspecte essencial en aquest treball periodístic.

Pel que fa als aspectes tècnics de preparació per a la impressió, totes les imatges s'han convertit a l'espai de color CMYK, per garantir una reproducció fidel dels colors en format imprès. El disseny del dossier s'ha estructurat seguint una paginació múltiple de 4, tenint en compte els requeriments habituals d'impressió. A més, la portada s'ha dissenyat per separat, amb l'espai del llom calculat i incorporat, per tal d'assegurar un ajust precís a l'hora d'enquadernar el document final. Aquesta planificació acurada ha estat fonamental per assegurar un resultat professional tant a nivell estètic com tècnic. També he utilitzat els últims anuncis publicitaris de la publicació per donar-li més realisme.

DIFICULTATS EN LA REALITZACIÓ

Durant el procés d'elaboració del dossier, m'he trobat amb diverses dificultats que han requerit adaptació. Una de les primeres complicacions va ser la selecció d'informació. En funció del tema de cada reportatge, vaig observar que hi havia una gran quantitat de dades i fonts disponibles, especialment en aquells temes relacionats amb xarxes socials. Això feia més complexa la tasca de escollir quina informació era rellevant i quina podia resultar prescindible, per tal de mantenir el focus i no saturar el text.

En un primer moment, tenia previst incloure un article d'opinió escrit per un crític musical, centrat en el renaixement de cançons clàssiques a les xarxes socials. Tot i realitzar diverses gestions per localitzar un perfil professional adequat, la recerca es va veure limitada per l'escassetat de crítics musicals en actiu i per la manca de disponibilitat dels pocs que vaig aconseguir contactar. Finalment, vaig optar per no incloure aquesta peça en el dossier, davant la dificultat d'aconseguir una col·laboració externa amb el nivell d'exigència desitjat.

La dificultat més gran, però, va ser contactar amb artistes i discogràfiques per a la realització de les entrevistes. Vaig enviar nombrosos missatges a través d'Instagram i correus electrònics, tant a artistes com a managers, i en molts casos no vaig obtenir resposta. En d'altres, la conversa inicial es va iniciar positivament però es va acabar tallant sense continuïtat. Malgrat aquests entrebancs, vaig aconseguir finalment confirmar algunes entrevistes. Curiosament, en una mateixa setmana vaig rebre resposta positiva de tres cantants diferents, provinents de correus que havia enviat molt abans i que pensava que havien quedat sense resposta. Això em va situar davant la possibilitat de fer més entrevistes de les inicialment previstes.

Després de parlar-ho amb la tutora, vaig decidir dur a terme totes les entrevistes i, un cop redactades, escollir quines incloure a la versió final del dossier. Per aquest motiu, el projecte presenta dues entrevistes extenses i, complementàriament, dues entrevistes més breus en format de qüestionari, que permeten ampliar les veus representades sense sobrecarregar la publicació.

Pel que fa a l'entrevista amb una discogràfica, tot i haver contactat amb diverses empreses sense èxit inicial, vaig poder obtenir una resposta positiva gràcies a contactes personals, que van facilitar el procés i van fer possible incorporar aquesta visió imprescindible sobre el futur del sector musical.

La resta del projecte es va desenvolupar amb relativa fluïdesa, sense grans impediments.

FONTS UTILITZADES

Per a l'elaboració d'aquest dossier periodístic, he fet ús tant de fonts primàries com de fonts secundàries amb l'objectiu d'oferir una visió completa, rigorosa i contrastada dels temes tractats.

Les fonts primàries han estat especialment rellevants en les entrevistes realitzades a artistes, professionals del sector i representants de discogràfiques, com la Taylor Bickett, la Melina KB, l'Aber Ais, la Nicole Han i en Carlos Ríos. Aquestes converses han aportat testimonis directes, opinions personals i experiències pròpies que han enriquit el contingut del dossier amb una mirada actual, autèntica i contextualitzada.

Paral·lelament, he treballat amb fonts secundàries per complementar i ampliar la informació recollida. Entre aquestes s'inclouen articles periodístics de mitjans com *The New York Times*, *Forbes*, *Medium*, *Vogue* i *Vanity Fair*, així com podcasts com *Brut America*, centrats en l'impacte de TikTok en la indústria musical. També he consultat informes anuals publicats per TikTok, dades extretes de plataformes musicals i estudis sobre tendències culturals recents. Aquestes fonts m'han permès comprendre millor l'evolució del sector musical, identificar patrons emergents i analitzar el fenomen des d'un punt de vista més ampli i estructurat.

La combinació de tots dos tipus de fonts ha estat clau per garantir la solidesa informativa del dossier, mantenint l'equilibri entre el rigor documental i la veu directa dels protagonistes.

BIBLIOGRAFÍA I WEBGRAFÍA

- Aceprensa. (2023, novembre 16). *TikTok marca la pauta a la industria musical*. Aceprensa. <https://www.acepresa.com/cultura/musica/tiktok-marca-la-pauta-a-la-industria-musical/>
- Apple. (2025, maig 8). Billie Eilish es la Artista del Año de Apple Music para 2024. *Apple Newsroom (United States - Spanish)*. <https://www.apple.com/us-es/newsroom/2024/11/billie-eilish-is-apple-musics-artist-of-the-year-for-2024/>
- Avila, M. (2024, febrer 28). Billie Eilish “What Was I Made For?”: a tale of normalizing woman imperfections. *Medium*. <https://medium.com/@miaavilaa/billie-eilish-what-was-i-made-for-a-tale-of-normalizing-woman-imperfections-52aa9c36bffc>
- Baltin, S. (2022, abril 9). *Why the Billie Eilish phenomenon is truly powerful for music and fans*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/stevebaltin/2022/04/09/why-the-billie-eilish-phenomenon-is-truly-powerful-for-music-and-fans/>
- Barrick, L. (2022, abril 5). *TikTok's Impact on the Music Industry: Taking a Toll or On a Roll? — Faking It*. *Faking It*. <https://www.fakingitmag.com/music/tiktoks-impact-on-the-music-industry-taking-a-toll-or-on-a-roll>
- Bernadette. (2024, setembre 26). *Billie Eilish Sustainability Plan for upcoming HIT ME HARD AND SOFT: THE TOUR*. *Frank151.com*. <https://frank151.com/billie-eilish-sustainability-plan-for-upcoming-hit-me-hard-and-soft-the-tour/>
- Billie Eilish Fans Take a Bite out of Climate Change with Plant-Based Pledge*. (2024, octubre 17). <https://www.triplepundit.com/story/2024/billie-eilish-plant-based-pledge/812191>
- Billie Eilish's Synesthesia: The Hidden influence behind her iconic sound | Entertainment*. (2024, setembre 27). <https://www.wokewaves.com/posts/billie-eilish-synesthesia-music-visual-art>
- Blistein, J. (2022, novembre 18). Taylor Swift Says Ticketmaster ‘Assured’ Her It Could Handle Tour Demand: ‘It Really Pisses Me Off’ *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/music/music-news/taylor-swift-ticketmaster-assured-meet-demand-eras-tour-1234633194/>
- Brut America. (2022, juny 8). *TikTok's Impact on the Music Industry* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hGB2nvtZic>
- Codinha, A., Jansson, M., & Kamara, I. (2024, octubre 8). Billie Eilish has grown up. *Vogue*. <https://www.vogue.com/article/billie-eilish-november-2024-cover-interview>
- Concert Review: Billie Eilish shows her tour is 'THE GREATEST,' wows at Kia Forum concert - Daily Bruin*. (2024, desembre 24). *Daily Bruin*. <https://dailybruin.com/2024/12/21/billie-eilish-shows-her-tour-is-the-greatest-wows-at-kia-forum-concert>
- Dazed. (2023, gener 4). *There is a serious problem with live music audiences right now*. Dazed. <https://www.dazeddigital.com/music/article/57874/1/live-music-audiences-problem-bad-bunny-steve-lacy-azalea-banks-kehlani>
- demacedogroup. (2024, octubre 28). Billie Eilish: The Phenomenon Redefining Music and Style in 2024. *icönik*. <https://www.iconikmagazine.com/post/billie-eilish-the-phenomenon-redefining-music-and-style-in-2024>
- Ep, F. /. (2024, maig 24). *El paso de Taylor Swift por Madrid ya genera impacto: se triplican los viajes en tren y crece la ocupación hotelera*. *Forbes España*. <https://forbes.es/turismo/467363/el-paso-de-taylor-swift-por-madrid-ya-genera-impacto-se-triplican-los-viajes-en-tren-y-crece-la-ocupacion-hotelera/>

- Foy, C. (2025, abril 24). *Billie Eilish discusses her views Depression & mental health* | FHE Health. FHE Health. <https://fherehab.com/learning/billie-eilish-depression-mental-health-struggles/>
- Hard hitting: Billie Eilish's huge global tour will «impact culture».* (s. f.). Interviews | Music Week. <https://www.musicweek.com/interviews/read/hard-hitting-billie-eilish-s-huge-global-tour-will-impact-culture/089972>
- Hijab, R. (2024, desembre 13). *Billie Eilish opens up about creative insecurity and overcoming writer's block; here's how to deal with it.* Onlymyhealth. <https://www.onlymyhealth.com/billie-eilish-opens-up-on-writers-block-know-how-to-overcome-it-12977821697>
- How Billie Eilish is changing pop music.* (s. f.). Beat. <https://vocal.media/beat/how-billie-eilish-is-changing-pop-music>
- How Taylor Swift Turned Friendship Bracelets into a Viral Merch Movement* | Swagup Blog. (s. f.). <https://www.swagup.com/blog/how-taylor-swift-turned-friendship-bracelets-into-a-viral-merch-movement>
- Hunt, J. (2024, desembre 9). Taylor Swift Eras Tour: Fan Dies at Rio de Janeiro Show. *Newsweek*. <https://www.newsweek.com/taylor-swift-eras-tour-rio-de-janeiro-fan-dies-1995000>
- Kerns, H. (2024, abril 15). *The Eras Tour's livestream Queen on TikTok & surprise songs.* Elite Daily. <https://www.elitedaily.com/entertainment/eras-tour-livestream-queen-tiktok-surprise-songs>
- @ltfeeds. (2025, gener 13). *Louis Tomlinson on the importance of keeping the concert prices affordable and not allowing dynamic pricing for his tickets.* Instagram. <https://www.instagram.com/p/DEXTueYMsq/>
- Lush Collective. (2024, novembre 19). *Billie Eilish: The Rise of a Music Icon and Cultural Phenomenon.* <https://lushcollective.com/billie-eilish-the-rise-of-a-gen-z-music-icon/>
- Molina, C., Molina, C., & Molina, C. (2024, maig 24). El fenómeno Taylor Swift llena hoteles en Madrid y triplica los precios de los trenes. *El País*. <https://elpais.com/economia/2024-05-24/el-fenomeno-taylor-swift-revolucionara-la-economia-madrilen-a-en-tan-solo-48-horas.html>
- Monti, S. (2020, juny 9). *The Billie Eilish "World-Weary" aesthetic.* Nss Magazine. <https://www.nssmag.com/en/pills/22705/l-estetica-world-weary-di-billie-eilish>
- Music Impact Report confirms: TikTok Fuels Music Discovery - Newsroom* | TikTok. (s. f.). Newsroom | TikTok. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/music-impact-report-confirms-tiktok-fuels-music-discovery>
- Pea, A. (2023, novembre 28). *Revolutionizing the Music Industry: TikTok's version of "hits"* SamyRoad. <https://samyroad.com/en/tiktok-music-industry-hits-influencers-artists/>
- Rekords, E. (s. f.). *Billie Eilish Speaks Out on Battling Expectations of Femininity.* EDM REKORDS. <https://edmrekords.com/f/billie-eilish-speaks-out-on-battling-expectations-of-femininity>
- REVERB. (2023, abril 4). *REVERB | Billie Eilish: Happier Than Ever World Tour Impact Report.* https://reverb.org/impact_report/happier-than-ever-world-tour-impact-report/
- Sharfina, N., & Sharfina, N. (2024, agost 20). How Billie Eilish became Gen Z's role model - CURIO SG. *CURIO SG - Holistic Education*. <https://curio.sg/2960-how-billie-eilish-became-gen-zs-role-model/>
- Sisario, B. (2024, desembre 9). Taylor Swift's Eras Tour Made a Record \$2 Billion of Ticket Sales. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/12/09/arts/music/taylor-swift-eras-tour-ticket-sales.html>
- Snapes, L. (2021, maig 2). Read Billie Eilish's Vogue cover interview in full: "It's all about what makes you feel good". *British Vogue*. <https://www.vogue.co.uk/news/article/billie-eilish-vogue-interview>
- Snell, L. (2024, novembre 25). "What Was I Made For?"—Billie Eilish as Gen Z Icon. *The Rabbit Room*. <https://www.rabbitroom.com/post/what-was-i-made-for-billie-eilish-as-gen-z-icon>

- Stacker. (2024, juliol 1). How TikTok has changed the music industry. *Pique Newsmagazine*. <https://www.piquenewsmagazine.com/must-reads/how-tiktok-has-changed-the-music-industry-9134759>
- SUSTAINABILITY - Billie Eilish | Store. (s. f.). Billie Eilish | Store. https://store.billieeilish.com/pages/sustainability?srltid=AfmBOoqSZagxGKgie0y2sGjGRzPkXOfsgQ0y_tlt_EfT0o95ym8OaQe
- TikTok - Has it helped or hindered the music industry? (s. f.). <https://www.gigpig.uk/news/tiktok-has-it-helped-or-hindered-the-music-industry>
- Torok, N. (2023, gener 1). *Harry Styles' Love on Tour: Redefining the Status Quo of Concerts*. The Science Survey. <https://thesciencesurvey.com/arts-entertainment/2023/01/01/harry-styles-love-on-tour-redefining-the-status-quo-of-concerts/>
- Tymmi. (2022, novembre 12). *Here's How TikTok is Changing the Music Industry: Pros & Cons*. The Young Musician Music Institute. <https://www.tymmi.com/heres-how-tiktok-is-changing-the-music-industry-pros-cons/>
- Ucla, D. A. (2021, desembre 24). Spotify Trends Analysis - DataRes at UCLA - Medium. *Medium*. <https://ucladatares.medium.com/spotify-trends-analysis-129c8a31cf04>
- Vogue Australia. (2019, juny 13). How Billie Eilish went from unknown teen to megastar in two years. *Vogue Australia*. <https://www.vogue.com.au/celebrity/interviews/how-billie-eilish-went-from-unknown-teen-to-megastar-in-two-years/image-gallery/4f656153176bac884b94ec750bb49d52>
- Whateley, D. (2024, octubre 14). *How TikTok is changing the music industry and the way we discover new, popular songs*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/how-tiktok-is-changing-music-industry>
- Wojcik, S. (s. f.). *Billie Eilish: a statement*. THE SKIER SCRIBBLER. <https://skierscribbler.com/8449/ae/billie-eilish-a-statement/>
- Year on TikTok 2023: Scroll back with our community* - Newsroom | TikTok. (s. f.). Newsroom | TikTok. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/year-on-tiktok-2023>
- Year on TikTok 2024: A little creativity sparks a lot of impact* - Newsroom | TikTok. (s. f.). Newsroom | TikTok. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/year-on-tiktok-2024>
- Zimmerman, J. (2023, novembre 2). The 'Tiktokification' of modern pop music: How Tiktok changed the music industry. *The 'Tiktokification' Of Modern Pop Music: How Tiktok Changed The Music Industry* - The Miami Student. <https://www.miamistudent.net/article/2023/11/tiktok-effect-on-popular-music>

ANNEXOS

ANNEX 1: ENTREVISTA COMPLETA TAYLOR BICKETT

Per començar, podries explicar-nos una mica sobre el teu camí musical? Com va començar tot per a tu?

Els meus pares diuen que solia cantar-me a mi mateixa durant hores al bressol quan era petita, així que crec que la música sempre ha estat una part de la meva vida. Vaig començar a estimar-la des de molt petita, i quan els meus pares es van adonar de quant m'agradava, em van apuntar al teatre i a classes de cant, cosa que va augmentar encara més el meu amor per aquesta forma d'art. També sempre vaig tenir una afecció per les paraules i l'escriptura, i la fusió de les dues eventualment es va convertir en la principal manera d'expressar-me i processar el que sentia.

Com van influir la teva infància i les teves primeres referències en la manera com crees música avui dia?

A casa, la meva mare sempre posava cançons de teatre musical, mentre que el meu pare escoltava country al cotxe. Aquest entorn em va influir profundament: són dos gèneres amb una gran càrrega narrativa, i això s'ha acabat reflectint molt en la manera com escric i concebo la meva música avui

Com descriuries el teu so o la teva identitat musical en aquest moment? Creus que la teva música reflecteix qui ets ara, o és més un espai per explorar diferents facetes de tu mateixa?

Crec que la meva identitat musical està en constant evolució a mesura que aprenc i creixo. No és una cosa estàtica. El meu so ha anat canviant al llarg dels anys mentre anava creant música, però tinc la sensació que finalment estic trobant allò que realment és autèntic per a mi.

Hi ha algun tema o emoció que encara no hagi explorat a la teva música i que t'agradaria aprofundir algun dia?

M'agradaria molt abordar temes més amplis i qüestions socials. Ja vaig començar a fer-ho amb el meu últim senzill, "*The Crime*", i ha estat molt gratificant poder sumar-me a la conversa sobre la violència contra les dones i la misogínia. Quan sigui adequat, tinc clar que vull tornar a eixamplar la mirada i escriure més sobre el que passa al món, no només sobre la meva vida personal.

Si haguessis de resumir el teu so en només una paraula, quina seria — i per què?

Confessional. Sovint m'he descrit com una "professional de compartir massa" perquè la meva música és molt narrativa i personal.

Si poguessis col·laborar amb qualsevol artista, algú que realment estigui alineat amb la teva visió, qui seria?

El meu somni seria, algun dia, escriure o cantar amb la Sara Bareilles. M'inspira molt tant la seva obra com la manera com ha construït la seva carrera.

El teu últim senzill, "The Crime", acaba de sortir. Com va ser el procés per portar aquesta cançó a la vida? I, parlant d'això, alguna vegada sents una responsabilitat de parlar sobre els temps en què vivim a través de la teva música?

Escriure "*The Crime*" va ser la manera com vaig processar un esdeveniment traumàtic. Quan vaig començar, en cap moment em vaig plantejar publicar la cançó; va ser un acte purament catàrtic. Però un cop la vaig acabar i la vaig ensenyar a familiars i amics, les seves reaccions em van donar la força per compartir-la amb el món. Va ser un honor treballar en aquest projecte amb un equip totalment femení —productora, mescladora, enginyera de màster— i crear un videoclip amb un repartiment i un equip tècnic també íntegrament formats per dones. També vaig veure en aquesta cançó l'oportunitat de fer alguna cosa significativa amb els beneficis que generés, i per això he decidit donar-ne una part a una entitat que lluita contra la violència envers les dones. Com a artista amb veu pròpia, crec que és fonamental parlar d'aquests temes.

Amb el teu EP *This Isn't Me Missing You*, quines emocions o pensaments esperaves evocar —especialment en una cançó com "Her Again"?

Tot l'EP segueix el procés de sanació després d'una ruptura. "*This isn't me missing you*" és un vers de la primera cançó del projecte, i tot i que ho dic, en realitat no ho sento del tot. Quan arribem a "*Her Again*", ja he passat per tot el procés emocional i estic realment avançant, però això no vol dir que sigui fàcil. Aquesta última cançó parla de reconèixer que aquella relació em va deixar reduïda a una ombra de mi mateixa, i que no vull tornar a ser aquella persona. Volia que la cançó fos emotiva, però també que transmetés esperança i un sentiment de curació.

Hi ha hagut alguna cançó que t'hagi semblat massa personal per compartir? Alguna que t'hagi fet parar abans de publicar-la?

Definitivament, vaig fer una pausa abans de publicar "*The Crime*." Sentia que era una història molt important de compartir, però la cançó és molt intensa i em feia respecte llançar-la.

La música pot ser una sortida molt vulnerable. Com gestionas posar aquelles parts més profundes de tu mateix en les teves cançons?

Tendesc a buscar una gran profunditat emocional. La vulnerabilitat forma part essencial de qui sóc; porto el cor a la mà. No em sembla un gran salt plasmar les meves emocions i experiències en les cançons, sinó que em sembla natural i encertat.

Quan les experiències personals es converteixen en part del teu art, com cuides el teu benestar mental?

Les experiències personals formen sempre part de la meva obra. Són el fil conductor de la meva música; és molt autobiogràfica. El que m'ajuda a alleujar la pressió és adonar-me que, tan bon punt publico una cançó, aquesta deixa de ser només la meva història i passa a pertànyer a tothom qui l'escolta.

Estàs a punt de sortir de gira — què és el que més t'emociona?

Estic molt emocionada de conèixer la gent que estima i escolta la meva música. Com a artista emergent, poder sortir després del concert i trobar-me amb els fans és una de les millors coses que hi ha. És molt especial poder connectar amb ells a un nivell personal.

Què és el que més t'agrada de fer concerts en directe? Hi ha alguna manera particular de connectar amb el públic durant un espectacle?

M'encanta tocar en acústic (només jo i una guitarra). Així és com faré tots els concerts d'aquesta gira, i hi ha alguna cosa molt especial i íntima en aquesta manera de presentar-me. M'agrada mostrar al públic la meva música en la seva forma més pura, que sovint és com l'he escrit.

Com ha impactat les xarxes socials el teu procés creatiu o la teva carrera — les veus més com una eina o un repte?

Les xarxes socials són una eina increïble. TikTok, en particular, ha transformat la indústria musical i ha fet possible que no calgui tenir diners o contactes familiars per ser artista. Pots arribar a milions de persones simplement gravant vídeos a l'habitació. Sempre estaré molt agraïda a les xarxes socials: la meva carrera s'ha construït gràcies a elles. Evidentment, també comporten reptes, i crec que és important recordar que són només una eina més entre moltes que tenim a l'abast. No s'ha de permetre que dominin la teva vida.

Les tendències o les comparacions et dificulten mantenir-te fidel a la teva pròpia veu?

Les xarxes socials es basen molt en la comparació. És molt important recordar que la vida és molt més que números i moments destacats. Com a artista, definitivament he caigut en la trampa de comparar-me amb els altres. He intentat escriure cançons que no em representaven per voler ser més

com algú altre... però mai funciona. Mai em sembla autèntic. Sempre he trobat la millor catarsi i alegria quan escric des del cor, encara que no sigui “trendy” ni “cool.” No és això pel que la gent escolta la meua música.

Has sentit alguna vegada que la pressió per "encaixar" t'ha impedit d'experimentar artísticament?

Crec que quan era més jove ho feia més. Tenia por ni tan sols de provar d'escriure cançons, o les començava i no les acabava perquè no volia fracassar ni passar vergonya. Ara entenc que experimentar és part de l'art. De vegades has de trencar les regles.

La indústria musical té el seu conjunt de regles no dites. Hi ha alguna que creguis que mereix ser trencada — i com ho faries?

No existeix una estructura “correcta” per a una cançó! És cert que hi ha tornades, estribillos i altres elements que poden millorar la composició, però no hi ha una manera fixa d'escriure una cançó. Si creus que la cançó ha de tenir quinze versos i cap estribillo, fes-la així. Si penses que ha de durar un minut en lloc de tres, fes-la així. No intentis encaixar la teua creativitat en caixes predefinides. Les millors coses són les que trenquen amb la norma.

Què és alguna cosa que has descobert sobre tu mateixa fent música que t'ha sorprès de veritat?

Sóc divertida. Pot semblar estrany, però crec que escriure lletres m'ha donat molta confiança en el meu sentit de l'humor. Moltes de les meues cançons tenen moments enginyosos que m'han fet adonar que sé explicar bastants bons acudits. Mai m'ho havia plantejat així, però ara sento que és una part essencial de qui sóc.

Com és o com se sent l'èxit per a tu — ha canviat aquesta idea amb el temps?

La meua idea d'èxit ha canviat molt al llarg dels anys. Abans pensava que per triomfar en la música haves de ser una superestrella, però res més lluny de la realitat. Ara, el que busco és crear art que em satisfaci i poder mantenir-me a mi i a la meua futura família com a artista. Vull gaudir de la vida, amb tota la seva bellesa i senzillesa, i no necessito ser megafamosa per fer-ho.

Si poguessis donar un consell a la teua versió més jove, quin seria?

Ningú està pensant en tu. Pot semblar dur, però jo era una nena molt ansiosa, molt tímida i em costava molt exposar-me. M'hauria agradat entendre abans que tothom està immers en el seu propi petit món i que no són ni de bon tros tan crítics amb tu com ho ets tu mateixa.

Què és el que més t'emociona sobre el futur de la música — i on et veus a tu mateixa en aquest espai en evolució?

És emocionant veure com les xarxes socials han donat veu i poder a tantes persones perquè esdevinguin artistes. Constantment descobreixo noves cançons i artistes que em toquen el cor. Tots estem abocant la nostra creativitat en aquesta gran “sopa” artística, i mai saps a qui pots inspirar —o qui t’inspirarà a tu. És un moment increïble per crear art.

I per acabar, hi ha algun projecte nou en horitzó que ens puguis compartir?

Estic en el procés d’escriure el meu àlbum debut!

ANNEX 2: ENTREVISTA COMPLETA MELINA KB

Ens pots parlar una mica del teu passat musical? Quan vas començar a fer música?

Vaig començar a fer música quan tenia uns 11 anys. Els meus pares em van apuntar a un casal d'estiu anomenat "escriu el teu propi musical", on hi participaven tant alumnes de secundària com de batxillerat. El director d'aquell programa acabaria sent una figura molt important per mi: durant vuit anys va ser el meu professor de cant, piano i guitarra.

Durant el casal, la majoria de papers protagonistes eren per als més grans, i jo, que era més petita, no en tenia cap de destacat. Però volia formar part de l'espectacle, així que vaig anar a casa, vaig escriure la meva primera cançó i la vaig proposar al grup. Els va agradar, i vaig acabar interpretant-la en directe durant l'obra.

Aquella experiència va marcar l'inici del meu camí dins la música. Aquell mateix estiu també vaig anar a un campament d'a cappella, però va ser escriure i cantar aquella primera cançó el que realment va encendre la flama. Des de llavors, no he deixat d'escriure música, i el meu estil vocal ha anat evolucionant amb mi.

Quina cançó o artista et va fer pensar "jo vull fer això"?

Taylor Swift ha estat una gran influència des del principi. Vaig créixer escoltant el seu disc *Speak Now*, i cançons com "Haunted" o "Enchanted" em van impactar molt emocionalment. Em fascinava la seva capacitat per transmetre sentiments tan intensos, amb un so dramàtic i cinematogràfic.

També vaig connectar molt amb Sara Bareilles. "Love Song" em va captivar per la seva energia descarada i teatral. A més, el disc *Title* de Meghan Trainor em va influir molt: les harmonies enginyoses, el seu humor i l'estil d'escriptura directe i valent em van marcar.

I per descomptat, el teatre musical ha tingut molt de pes. Bandes sonores com *Wicked*, *Waitress* i *Rent* van ajudar-me a entendre la narració a través de la música i em van inspirar molt en la meua forma d'escriure i interpretar.

Com descriuries el teu estil a algú que no t'ha escoltat mai?

Sempre dic que la meua música és una barreja de cançó teatral i pop-punk. Una mena de punt mig entre *Mean Girls: El Musical* i *Green Day*. També hi ha influències d'artistes com Kenna. És una música enèrgica, expressiva i molt emocional—com si una cançó de Broadway es fusionés amb una cançó punk-pop.

Ens pots explicar com acostumes a escriure una cançó?

El meu procés de composició varia bastant segons la cançó, però en general —diria que en un 80% dels casos— tot comença amb una idea de lletra. Últimament, aquestes idees solen arribar en forma d'una frase o una oració que em passa pel cap i que anoto al mòbil, a l'app de notes. Normalment, si acabo convertint-la en una cançó, és perquè he estat rumiant-hi durant un temps. Pot ser que comenci com un pensament fugaç, però que al cap de dies o fins i tot setmanes torni a aparèixer, rondant pel meu cap, fins que sento la necessitat d'escriure-la.

A vegades porto aquestes idees a sessions de co-escriptura amb amics. Els exposo el concepte i els demano què en pensen: si creuen que pot funcionar com a cançó, o si hi ha alguna manera de donar-li una altra forma entre tots. A partir d'aquí, la cançó comença a agafar cos de manera col·laborativa.

Quan escric sola, acostumo a començar per la lletra i la melodia. Els acords venen després, sobretot perquè la teoria musical no és el meu punt fort. El que em surt de manera més natural és crear lletres i trobar-los una melodia que sigui expressiva, amb un toc teatral.

Com saps quan una cançó està “acabada”?

Des del punt de vista de la producció, acabar una cançó pot ser un procés llarg. El meu productor i jo sovint treballem en un sol tema durant mesos. L'escoltem una vegada i una altra, polint cada detall fins que ens sembla complet. Hi ha una sensació molt concreta que tinc quan una cançó està realment acabada: sona plena i tot encaixa. Si hi falta alguna cosa, ho noto de seguida—pot ser un instrument que no funciona del tot, o una part que no acaba de connectar emocionalment.

Quan ja estic segura del so general, passem a la mescla i la masterització. I fins i tot en aquesta fase, hi ha força anar i venir—sobretot pel que fa al volum de la veu. Soc molt detallista amb com la meua veu s'integra en la mescla. A vegades demano que la baixin una mica a les estrofes o que la pugin al tornada per donar més força. Soc força perfeccionista, i justament per això un dels reptes és saber quan parar. Arriba un moment en què has de dir: “Ja està. Ara toca deixar-la anar.”

Et trobes amb dificultats a l'hora de compaginar la teua visió artística amb el que està de moda a la indústria musical?

Sí, sovint penso en com trobar l'equilibri entre ser autèntica i alhora adaptar-me, sobretot pel que fa a la composició i les xarxes socials. Fa uns anys, en una classe de songwriting, em van donar un consell que encara avui m'acompanya: pots escriure en qualsevol gènere, però el més important és entendre què hi aportes tu. Per exemple, com sona “Molina fent country”? O “Molina amb un toc de R&B”? Aquest enfocament em va ajudar a connectar més amb la meua pròpia veu artística—amb allò que apporto a una cançó, tant si l'escriu per mi com per a una altra persona.

Aquesta manera de pensar també m'ha influït a l'hora de crear contingut per a les xarxes. Vaig treballar en el sector de les xarxes socials durant uns quatre anys, fent pràctiques en diverses empreses, i una de les estratègies clau que vaig aprendre és la importància de combinar una tendència amb la identitat de marca. Ara, quan creo contingut propi, em pregunto: com seria “jo més aquesta tendència”? Tant si és un àudio viral com un tema del moment, intento trobar una manera d'enllaçar-ho de forma autèntica amb la meva música o la meva personalitat.

Per exemple, ara que en Leslie Odom Jr. ha tornat a *Hamilton*, que és un tema molt rellevant dins del món teatral en què em moc, estic pensant com puc reaccionar-hi d'una manera que connecti amb la meva pròpia trajectòria. Al final, es tracta sempre de trobar aquest punt de trobada—fer que la conversa tingui sentit tant per al públic com per a mi.

Creus que la tendència d’“anar viral” ha fet més fàcil o més difícil que els artistes es consolidin a llarg termini?

La relació entre fer-se viral i tenir llibertat artística és complexa, i he vist com es manifesta de maneres molt diferents segons l'artista. Crec que tot depèn molt de *quan* una persona va guanyar visibilitat en línia—sobretot durant els primers anys de TikTok, el 2019 i 2020. Aquella primera fornada d'artistes que va esclatar—com GAYLE, BIBI, Emlyn, Benson Boone, Nessa Barrett, Addison Rae—eren pioners a la plataforma. Van aconseguir audiències enormes molt ràpidament, i gràcies a aquest impuls inicial, ara tenen més llibertat per desenvolupar projectes que realment reflecteixen qui són, sense dependre exclusivament de tornar-se virals.

Però també hi va haver una segona onada d'artistes que van començar a destacar just després del primer boom, i molts d'ells van signar amb discogràfiques grans molt de pressa—sovint amb contractes d'una sola cançó o acords que no estaven pensats per fer créixer una carrera a llarg termini. Molts d'aquests artistes van quedar encasellats, limitats creativament al que havia funcionat en aquell primer moment d'èxit. Jo vaig aparèixer dins d'aquesta segona fase, pel que fa al moment, però vaig optar per no signar. He continuat completament independent: no tinc mànager ni agent de contractació, i em financio tots els projectes pel meu compte.

Aquesta decisió m'ha portat reptes, però també m'ha donat una llibertat creativa total. He pogut seguir la meva intuïció i explorar la música que m'apassiona sense pressions externes. Ara bé, com que no tinc el suport d'un segell ni finançament de la indústria, depenc molt del fet que el meu contingut connecti de manera orgànica amb la gent. Hi ha artistes que poden llançar un sol vídeo amb milers de dòlars invertits en producció o màrqueting. En el meu cas, cada llançament surt directament del meu pressupost personal, i per tant, m'hi jugo molt.

Per això intento no deixar que la pressió d’“anar viral” afecti el que escric. Em centro a ser fidel a mi mateixa, perquè crec que l’autenticitat és el que realment construeix un vincle durador amb qui escolta. Òbviament vull que cada cançó que publico funcioni—seria molt més fàcil créixer com a artista i com a persona—però sé que el que faig té sentit perquè és honest. Aquesta sinceritat és el que m’ha permès dedicar-m’hi a temps complet i crear una comunitat que reflecteix els meus valors i vivències.

Pel que fa a com han canviat les plataformes com TikTok o YouTube la manera en què llanço música—sí, sens dubte han tingut un gran impacte, especialment en el sentit del relat visual. Llançar música m’ha permès veure que hi ha persones de totes les edats i perfils que connecten profundament amb experiències molt concretes, a vegades fins i tot de nínxol, que explico a les meves cançons. Per exemple, parlar de ser una “nena de teatre” o de moments de descobriment personal potser no són temes de ràdio convencional, però parlen directament a gent com jo—i això té molta força.

Com més específica soc en el que explico, més connexions significatives trobo amb el públic. Veure aquesta resposta m’ha donat més confiança no només en les cançons, sinó també en la manera de crear contingut visual i moments al seu voltant—sigui un videoclip o un fragment d’una actuació. El meu públic em sembla un reflex de qui soc: divers en identitat i orígens, però unit per experiències emocionals compartides. Aquesta mena de connexió és el que em motiva a seguir compartint música, d’una manera que sigui fidel a qui soc.

Com interactues amb els teus fans a les xarxes socials i quina és la part més gratificant d’aquesta connexió?

Intercambio amb els meus fans de moltes maneres, i he trobat diferents vies per connectar-hi. Una de les coses que he començat a fer recentment i que ha estat molt gratificant són les trucades amb fans. Un dia em va venir la idea de fer-ho i vaig pensar: "Per què no fer trucades amb els fans?" Per Power Hungry, vaig demanar que la gent enviés un formulari, i als primers 15 que ho fessin, els trucaria. El que va començar com a converses de 15 minuts va acabar sent de 30 a 45 minuts, perquè ens ho estàvem passant tan bé! Durant aquestes trucades, vaig poder respondre preguntes, compartir les històries darrere de les cançons i, el més important, conèixer la gent que escolta la meva música. Va ser una experiència tan surrealista perquè, tot i que he fet alguns concerts en llocs com Nashville o Boston, no és sempre fàcil connectar amb la gent a un nivell tan personal. Aquestes trucades amb fans van ser una manera de sentir realment com la meva música impacta les seves vides.

La part més gratificant de totes aquestes interaccions és quan els fans em diuen com les meves cançons els han ajudat. Em recorda per què faig el que faig—el meu objectiu principal és crear música que hagués ajudat la meva versió més jove. Tant si és una cançó que fa que algú se senti vist, com alguna cosa que els ajudi a plorar, o simplement una pista per animar-los al mig del dia, vull crear una banda

sonora que expressi tota la gamma d'emocions que he viscut. És increïble sentir com la meva música ressona amb altres persones de maneres que no m'imaginava.

També m'ha encantat fer esdeveniments en persona amb els fans. Per exemple, vam fer una trobada en una cafeteria anomenada Photo, on van crear una beguda especial per a l'esdeveniment. Va ser tan genial conèixer la gent en persona, i l'energia va ser increïble. Els pocs concerts que he fet, com el de Boston, també han estat molt especials. Després del meu concert, vaig tenir l'oportunitat de conèixer els fans, i veure com d'emocionats estaven em va fer sentir encara més emocionada.

M'agrada ser el més accessible possible, fins i tot a través de plataformes online com la meva plataforma de missatgeria, Lelo, i els DMs d'Instagram. El meu canal de difusió a Instagram també ha estat molt divertit perquè puc enviar actualitzacions i xatejar amb el meu públic. Vull seguir creant maneres de connectar amb els meus fans, sobretot perquè sé que no tothom pot assistir a un concert quan finalment faci gira.

Una altra cosa que m'encanta és interactuar a les seccions de comentaris de les meves publicacions. Sóc molt activa allí i intento respondre el màxim de comentaris possible. Totes aquestes interaccions—ja siguin trucades individuals, esdeveniments amb fans, missatges o només xerrar als comentaris—fan que aquest camí sigui molt més significatiu. Em recorden per què faig això: es tracta de connectar, compartir i crear alguna cosa que sigui real i personal.

Creus que les xarxes socials han canviat la manera en què la gent viu la música?

Totalment, 110%. Crec que les xarxes socials han revolucionat la manera com vivim la música, especialment per als artistes independents. Abans de les xarxes socials, existia un camí més tradicional i clar cap a l'èxit per als músics: gires, cobertura de premsa i el boca a boca, ja fos a través de diaris, revistes o simplement compartint música amb amics. Hi havia un component comunitari, però les xarxes socials han portat tot això a un altre nivell. Permeten als músics connectar amb un públic global i superar les barreres geogràfiques. Persones de tot el món poden descobrir i interactuar amb la teva música d'una manera que mai havia estat possible abans.

Un altre gran avantatge és que les xarxes socials també redueixen les barreres econòmiques que sovint venen amb la distribució musical. Plataformes com YouTube i SoundCloud són gratuïtes, cosa que vol dir que qualsevol pot escoltar la meva música, independentment de la seva situació econòmica. És clar que, amb els productes de marxandatge i altres aspectes del meu negoci, he de cobrar per mantenir la meva art, però l'accessibilitat que ofereixen les xarxes socials és inavaluable.

Amb les xarxes socials, la gent pot trobar música de maneres que abans no era possible. Per exemple, YouTube Shorts, Instagram Reels i els hashtags han fet que descobrir música sigui més fàcil que mai.

Tot i que pot ser difícil fer-se notar i arribar al públic adequat, quan ho aconsegueixes, és increïble. Algú pot descobrir la meva música perquè li agrada donar suport als artistes independents emergents o perquè està apassionat pel feminisme, l'empoderament de les dones o la representació queer. Cançons com *Leftovers*, *Silver Spoon* o *Lady Justice* potser ressonaran amb ells perquè tracten temes que parlen de les seves pròpies experiències.

Per a mi personalment, les xarxes socials han creat un camí per seguir la meva passió per la música tot mantenint altres aspectes de la meva vida. Em van permetre equilibrar els estudis, la feina i les meves ambicions creatives. Vaig poder fer pràctiques en un segell discogràfic, treballar a mitja jornada i, alhora, viatjar per veure la meva família—tot mentre escrivia cançons. Les xarxes socials van fer possible que construís una audiència i seguís el meu art en els meus propis termes.

Mai he fet una gran gira, però actualment tinc uns 450.000 oients mensuals a Spotify, i molts més a plataformes com Apple Music i YouTube Music. Això em sembla increïble, i tot és possible gràcies a l'abast i la visibilitat que les xarxes socials proporcionen. Ara estic en una posició per planificar una gira que representi plenament la meva visió teatral i les meves aspiracions creatives.

És clar que les xarxes socials també tenen els seus reptes. És difícil quan l'algoritme no sembla funcionar al teu favor, o quan sents que estàs lluitant per fer-te un lloc. Però, malgrat aquests obstacles, no estaria on sóc avui sense elles. No hauria pogut convertir la música en una carrera a temps complet sense les xarxes socials, i això és alguna cosa en què crec profundament. Per als artistes independents, és una plataforma essencial que ofereix un espai per créixer, crear i connectar amb les persones que realment importen.

La teva cançó "I've Had Enough" va generar un gran moviment a les xarxes socials i va recaptar més de 1.3K dòlars per a la Tennessee Coalition to End Domestic and Sexual Violence. Pots parlar sobre què significa aquesta cançó per a tu personalment i com et fa sentir veure com empodera tanta gent?

"I've Had Enough" va canviar completament la meva vida. Quan vaig escriure la cançó per primera vegada, estava aterrida de publicar-la. Tenia part de la lletra escrita, però no havia acabat el pont, que va ser la part que realment va connectar amb tanta gent i va fer que la cançó es fes viral. El meu productor de tota la vida, amb qui treballo en tot, ja havia escoltat la cançó abans i no parava de dir-me com li havia quedat gravada. Em va animar a tornar-hi, i després de pensar-hi una estona, vaig decidir provar-ho i acabar d'escriure el pont. Ell va ser molt de suport, tranquil·litzant-me que no hi havia pressió, però que la cançó tenia el potencial de ser realment empoderadora.

La cançó va sorgir d'un lloc de processament de les meves pròpies experiències a l'institut i els primers anys de la universitat, i em va semblar molt fresca emocionalment. Tenia por de publicar-la,

però en el fons sabia que era important. Una cosa que és molt important per a mi com a artista és no retenir-me per por. Crec que si puc ser valenta, potser això ajudarà algú altre a ser-ho també. Estic en una posició en què tinc el privilegi de crear i compartir música amb el món, i si puc fer alguna cosa que ajudi fins i tot una sola persona, val la pena superar la por i el dolor.

Quan "I've Had Enough" va començar a tenir èxit, va ser una sorpresa total. Es va fer viral d'una manera que no m'havia pogut imaginar, i veure que tanta gent es va identificar amb la cançó d'una manera tan significativa va ser emocionant. La cançó tracta sobre ser una supervivent d'abús sexual, tot i que no ho explico exactament en la lletra. El pont és una mica més empoderador, però la gent va connectar igualment amb el missatge subjacent, i això va ser tot per a mi. Va ser molt emocionant veure com la gent escoltava la meua història i feia les seves pròpies connexions. Com algú que sempre està curant-se i en el meu propi camí, va ser una experiència intensa.

Estic immensament agraïda que "I've Had Enough" sigui la cançó a través de la qual la gent em va conèixer. És l'obra que m'ha fet accessible a tantes persones, i mai no ho donaré per fet. El fet que hagi ajudat a més de 45 milions de persones supera qualsevol cosa que mai havia imaginat. Veure la gent cantar-la quan la toco en directe és increïblement emocionant, i escoltar com la cançó ha ajudat altres persones en els seus propis camins de sanació és una cosa que mai oblidaré. Va canviar completament la meua vida, i estic molt agraïda per això.

Recentment vas col·laborar amb Dan Povenmire en una cançó per a la sèrie *Hamster & Gretel* de Disney+. Com va sorgir aquesta oportunitat i com va ser l'experiència de compondre per a una sèrie en lloc del teu estil musical habitual?

Compondre per a *Hamster & Gretel* va ser una experiència molt diferent i única per a mi, i estic molt agraïda que Dan Povenmire m'hagi contactat. Va ser una autèntica honra, especialment perquè havíem estat interactuant en línia durant un temps abans d'això. La seva filla era fan de la meua música, i connectàvem a través de les directes de TikTok, escoltant les meves cançons plegats. És una persona tan amable, i em va tocar molt quan em va escriure per proposar-me escriure per al programa.

Fa molt de temps que sóc fan del programa—de fet, l'he vist diverses vegades amb els meus germans petits, així que va ser un moment de cercle tancat per a mi. Abans que comencés a seguir-me, tenia la imatge de perfil d'Isabella de *Phineas and Ferb* a TikTok, perquè em sentia totalment identificada amb ella com a romàntica empedreïda (que definitivament és la meua vibra). Així que, quan va sorgir l'oportunitat d'escriure per a *Hamster & Gretel*, estava emocionadíssima.

El procés d'escriptura va ser molt diferent de l'habitual. Ho vam fer a través de Zoom, i encara que ara faig molta coescriptura en línia amb la meua amiga Algra Jordan, aquesta va ser una de les primeres vegades que vaig escriure per a una altra persona i per a una història concreta. Dan tenia una visió

molt clara per a l'episodi, i la meva feina era donar vida a aquesta visió amb la cançó. Va ser una experiència molt empoderadora perquè em va fer adonar-me que escriure per a un projecte, un personatge o la història d'altres és una cosa que realment vull seguir fent.

Quan escric per a mi mateixa, sempre sé què vull llançar, i puc ser molt particular amb les lletres. Sé què em sembla veritable, i és molt personal quan la gent escolta les meves cançons perquè són les meves paraules, la meva veu. Però quan escric per a algú altre, no es tracta dels meus sentiments personals, sinó d'entendre la història i el personatge. Es tracta de ser exigent per a ells, assegurant-me que la lletra i la cançó encaixin dins la narrativa més àmplia que estan creant.

És un procés creatiu completament diferent, i em va semblar molt gratificant posar-me a la pell d'una altra persona i crear alguna cosa que encaixés dins el seu món. Ara escric per a altres artistes i projectes tot el temps, i aquesta experiència definitivament m'ha inspirat a seguir fent-ho. Estic agraïda per aquesta oportunitat i sempre guardo amb molt de carinyo aquesta experiència.

Mirant enrere, què li diries al teu jo més jove quan vas començar amb la música?

Mirant enrere, hi ha dues coses principals que li diria al meu jo més jove. La primera és que tot el dolor i les dificultats que vaig passar, tot i que no els desitjaria a ningú, es convertiran en una part poderosa del meu camí. Li diria que anirà creixent i transformarà aquest dolor en art—en música que no només expressa el que ha viscut, sinó que també connecta amb altres que senten el mateix. És una manera de donar sentit al caos i convertir-lo en alguna cosa bonica. Crec que el meu jo més jove mai no hauria pogut imaginar que tots aquells moments difícils es canalitzarien en alguna cosa tan sanadora com la música, i que la gent ho escoltaria, ho sentiria i se'n sentiria commoguda.

Però, més important encara, li diria que està fent bé. Li diria que confii més en si mateixa, que sigui més amable amb ella mateixa, que continuï endavant fins i tot quan les coses siguin difícils. Ella és preciosa, forta i capaç de fer coses increïbles, fins i tot quan no ho senti així en aquell moment.

La segona cosa que li diria és que la sanació no passa en el temps de ningú més. Em vaig posar tanta pressió per "superar" les coses o per estar "curada", especialment quan vaig entendre el que estava passant. Pensava: "Per què no estic curada? Per què em sento encara trencada?" M'agradaria poder dir-li que està bé sanar al seu propi ritme. No hi ha cap data límit per a la recuperació emocional, ni per a explicar les teves històries. La sanació és un procés desordenat, i tots estem en camins diferents, així que no hi ha una "manera correcta" de fer-ho.

Està bé prendre's el seu temps. Encara estic explicant aquestes històries ara, perquè finalment estic preparada per fer-ho. Així que, al meu jo més jove: T'ho pots prendre amb calma. Està bé no tenir-ho tot resolt, i no cal que siguis perfecta. Ho estàs fent molt bé. Tens permís per sanar al teu propi ritme.

ens algun objectiu específic que vulguis aconseguir com a artista que no estigui necessàriament relacionat amb la fama o l'èxit, sinó més aviat amb la satisfacció personal o el llegat?

Un dels meus grans objectius personals ara mateix és aprendre a parlar grec i coreà. Les dues meves famílies provenen d'aquests països, i crec que és molt important aprendre les llengües de les meves cultures. He crescut envoltada per les tradicions gregues i coreanes, i sempre he sentit que és una part molt important de qui sóc. No espero ser fluïda ni res, només poder comunicar-me a un nivell bàsic ja seria un gran èxit per a mi.

Vaig créixer menjant molta menjar grega i coreana, i vull poder portar-ho endavant aprenent les receptes de la meva família i aquelles que formen part de les tradicions culturals més àmplies. El menjar és una part tan important de la cultura, i vull ser capaç de portar aquest coneixement i transmetre'l.

Aquests objectius són molt personals per a mi. No estan relacionats amb la meva carrera o la fama, sinó que es tracta de respectar qui sóc i d'on vinc. Crec que és molt important reconèixer que no tot a la vida ha de ser conduït per l'èxit o el reconeixement—està bé tenir passions i objectius que siguin només per a tu.

I, sincerament, en un món que sovint prioritza l'anglès, també és una mica una protesta per a mi. Crec que és molt egocèntric que als Estats Units s'espera que tothom parli anglès. Vull aprendre aquestes llengües no només per a mi, sinó per poder connectar millor amb les meves arrels i entendre la meva cultura a un nivell més profund.

Si poguessis sopar amb qualsevol artista, mort o viu, qui seria i per què?

Honestament, aquesta és una pregunta molt difícil, però crec que ara mateix, la meva resposta immediata seria Taylor Swift. És una força increïble a la indústria musical per moltes raons. No només és una escriptora, músic i intèrpret molt talentosa, sinó que també és una dona de negocis i una gran màrqueting. El que realment admiro d'ella és com ha estat capaç d'evolucionar i connectar amb tants públics diferents al llarg dels anys. És una inspiració per a les joves, i ha utilitzat la seva plataforma per defensar les causes en què creu. Crec que hi ha molt a aprendre d'ella tant artísticament com professionalment.

Però també hi ha Lin-Manuel Miranda, i crec que ell seria potser la meva segona persona ideal per sopar. És una gran font d'inspiració per a mi, especialment en l'àmbit del teatre musical. Admiro el seu procés creatiu, el seu recorregut en escriure *Hamilton* i *In the Heights*, i la seva capacitat per portar tanta passió i diversitat a Broadway. Tindria tantes preguntes sobre el seu procés d'escriptura, la seva inspiració i com ha aconseguit fusionar la narrativa, la música i la cultura de manera tan única.

ANNEX 3: ENTREVISTA COMPLETA AMBER AIS

Quan vas decidir que volies dedicar-te professionalment a la música? Quin va ser el moment clau?

La veritat és que ho he volgut fer des que tinc ús de raó! Quan era petita, ja escrivia cançons a l'hora del pati —portava una llibreta amb mi! Pot sonar una mica friqui, però mai se'm van donar bé els esports ni res que no fos música. Sempre m'ha encantat cantar i actuar, i crec que veure *Hannah Montana* de petita va ser el que em va fer voler ser una estrella del pop.

Ens pots parlar de *I Think I'll Always Love You (Side A)*? Quin és el concepte o tema principal?

Sí! Aquest EP és, sincerament, dels treballs que més m'agraden a nivell d'escriptura. Jo sóc una romàntica empedreïda, ho he estat sempre. Durant molt de temps vaig intentar fer veure que no era així, que no tenia sentiments... però no enganyava ningú, ni tan sols a mi mateixa. Vaig haver d'admetre que estimava algú, i encara que aquest amor no fos correspost o mal dirigit, no vol dir que estigués equivocat ni que fos en va. Cal molta valentia per ser honest amb un mateix i amb les persones que estimes. Aquestes cançons són com cartes d'amor, però també com un mirall que reflecteix com estimo i com visc l'amor.

Com és el teu procés creatiu? Hi ha alguna cosa que sorprendria la gent?

Sóc d'aquelles que comença pel text, per les lletres! I això crec que no és gaire comú. Quan escric, tinc molt clar què vull dir perquè sé exactament com em sento. Així que, d'alguna manera, vaig construint la cançó a partir d'aquí, com si anés cap enrere.

Una cosa que m'inspira molt són les meves amigues —sempre em fan broma perquè agafo frases que diuen de passada i les poso en cançons. Em diuen: “AMBER, DEIXA D'ESCRIURE CANÇONS SOBRE NOSALTRES!” Però no ho puc evitar, de vegades diuen coses tan bones que és impossible no escriure-les.

Quin paper juga l'art de contar històries a la teva música? Quina és la cançó més personal que has escrit, i per què?

Explicar històries és el nucli de la meva escriptura. Crec que una bona cançó t'explica una història i et fa sentir dins d'ella. Totes vivim coses similars, però el que marca la diferència és com expliques aquesta història.

La cançó més personal que he escrit és una de molt recent, que encara no ha sortit.

Com superes els bloquejos creatius?

Escotar altra música m'ajuda molt. Però també intento acceptar que hi haurà moments en què no

fluirà la creativitat. No sempre pots fer una obra mestra. Sóc una persona, no una màquina!

Què t'agradaria que la gent sentís quan escolta la teva música?

Crec que la meva música és un reflex honest del que penso i sento, i és això el que la fa connectar amb la gent. M'han dit que les meves cançons els ajuden a sentir coses que normalment eviten o que posen en paraules allò que no saben expressar. Això és el que més m'agradaria transmetre.

Quins artistes, gèneres o vivències t'han influït més?

John Mayer, Brandy, SZA, Tori Kelly, Ariana Grande i Donna Summer han estat grans influències per a mi.

Quins són els principals reptes com a artista emergent avui dia?

El més difícil és finançar-ho tot. Ho faig per mi mateixa i he de trobar la manera de pagar la música... i de viure. També costa que els segells apostin per tu si no t'has fet viral o ja tens molt recorregut. Estic lluitant per fer que passi, però alhora em sento limitada econòmicament.

Si poguessis donar un consell a altres artistes emergents, quin seria?

Tingues clar qui ets i no et comparis amb ningú. L'única competència és amb tu mateixa. Sigues humil. Ningú és millor que tu, i tu no ets millor que ningú.

Avui dia les xarxes socials són una eina fonamental. Com vius aquest aspecte com a artista?

A mi m'encanta. És una de les meves parts preferides: mostrar qui sóc, compartir la meva música i connectar amb la gent. M'agrada crear contingut i fer que tot sembli una pel·lícula. Si t'ho passes bé i publiques coses que t'agraden, no t'obsessiones amb els likes.

Com veus el panorama musical actual? És més fàcil o més difícil obrir-se pas ara que fa deu anys?

És difícil, però sempre ho ha estat. Tot i així, si no ets famós de família, ric o blanc, et costarà més. Això que en diuen èxits "d'un dia per l'altre" normalment són històries de deu anys. Jo ja en porto set... així que potser ja toca!

On t'agradaria veure la teva carrera d'aquí a cinc anys? Tens algun objectiu personal o professional?

M'agradaria estar fixada per un segell gran com artista i compositora, i poder viure de fer el que m'agrada: gravar, fer gires, produir i escriure. També voldria escriure per a altres artistes. I a nivell personal, voldria ser mare i tenir una família —potser ja tindré un fill abans dels 35!

Cançó preferida?

“Cherry Wine” – Hozier

Cançó que t’hauria agradat escriure?

“The Night We Met” – Lord Huron

Màxima inspiració musical?

Lizzy Mcalpine

Defineix el teu so en una paraula.

Autèntic

Quina cançó teva et representa més?

Easy to Stay

Xarxa social preferida?

TikTok

Moment més especial amb un fan?

Després d’un concert, una noia fan em va venir a abraçar i em va explicar que la meva música li havia donat força en un moment difícil de la seva vida.

Col·laboració somiada?

SZA o Ariana Grande!

Escenari on somies actuar?

The Ryman a Nashville o The Troubadour a LA.

Cançó preferida per fer karaoke?

Unwritten de Natasha Bedingfield

ANNEX 4: ENTREVISTA COMPLETA NICOLE HAN

Quan vas decidir que volies dedicar-te professionalment a la música? Quin va ser el moment clau?

Cap al 2021, durant el confinament per la pandèmia, escrivia música cada dia. Va ser llavors quan vaig començar a prendre'm la composició seriosament, i a força de practicar vaig agafar confiança. Em vaig animar a compartir cançons pròpies a TikTok, i això em va donar l'empenta per acabar publicant música a plataformes de streaming.

Ens pots parlar de *Sweet Timing*? Quin és el concepte o el fil conductor d'aquest projecte?

Sweet Timing és el meu segon EP, que vaig treure l'agost passat. Les cançons van sorgir en una etapa de canvi —canvis positius, en general—, i el to del projecte és molt més esperançador, empoderador i dolç que el del meu treball anterior (d'aquí ve el títol!).

Com és el teu procés creatiu? Hi ha alguna cosa que sorprendria la gent?

La majoria de cançons neixen a la meua habitació, només amb el meu teclat. A vegades, la inspiració arriba quan sóc fora de casa, així que apunto idees al mòbil. També em passa sovint al cotxe, gravo notes de veu amb melodies o idees perquè no se m'escapin.

Quin paper juga l'art de *l'storytelling* a la teua música? Quina és la cançó més personal que has escrit, i per què?

M'agrada escollir bé les paraules i cuidar cada síl·laba. Les meves cançons neixen de vivències reals, així que cada tema explica una història. Les més personals encara no han vist la llum (haha), però “people grow apart, people let me down” és una de les més íntimes que he publicat. Parla d'amistats trencades, i em va costar molt atrevir-me a compartir-la.

Com superes els bloquejos creatius?

A vegades, la millor solució és deixar d'intentar forçar la inspiració i simplement viure. He après que aquests bloquejos són temporals. Quan torno a connectar amb el món i a sentir, les idees acaben tornant.

Què t'agradaria que la gent sentís després d'escoltar la teua música?

Espero que la meua música faci sentir alguna cosa: sigui perquè es reconeixen en la lletra o perquè simplement gaudeixen del so i les harmonies. El que més m'agradaria és que algú s'hi sentís comprès.

Quins artistes, gèneres o vivències han influït més la teva música?

Les cantadores de pop han marcat molt el meu estil. Lorde, Holly Humberstone i Olivia Rodrigo són algunes de les meves referents. També admiro molt la producció de Troye Sivan. Durant una època escoltava molt EDM i pop, així que m'agrada que la producció de les meves cançons sigui potent i rica.

Quins són els reptes més grans com a artista emergent avui dia?

Cada vegada hi ha més gent intentant fer-se un lloc en aquest món, cosa que inspira però també pot aclaparar una mica.

Si poguessis donar un sol consell a altres artistes emergents, quin seria?

Encara que soni a tòpic: sigues fidel a la teva veu. No canviïs d'estil només perquè alguna cosa està de moda o algú t'ho diu. L'audiència que realment connectarà amb tu és la que et valorarà tal com ets.

Avui dia, les xarxes socials tenen un paper clau. Com d'important és per a tu mantenir una presència digital, i com impacta això en la teva carrera?

Les xarxes són essencials per construir una carrera musical ara mateix. Per sort, a mi m'agrada compartir contingut i no se'm fa pesat. Crec que, sobretot per artistes petits, tenir una bona presència online pot marcar la diferència.

Com veus el panorama musical actual? Creus que avui dia és més fàcil o més difícil que abans obrir-se camí com a artista independent?

Gràcies a xarxes com TikTok, qualsevol pot compartir la seva música i fer-la viral. És una mica paradoxal: ara és més fàcil arribar a públic sense dependre d'un segell, però també hi ha moltíssima més competència. El gran avantatge és que tothom pot tenir una veu i crear comunitat pel seu compte.

On t'agradaria veure la teva carrera musical d'aquí a cinc anys?

M'encantaria fer una gira com a artista principal i seguir fent música. També vull continuar connectant amb els fans i construir alguna cosa especial :)

Cançó preferida?

"Somebody Else" de The 1975

Cançó que t'hauria agradat escriure?

"Liability" de Lorde

Màxima inspiració musical?

Lorde, Gracie Abrams, Maude Latour

Lletra preferida?

“Well summer slipped us underneath her tongue / Our days and nights are perfumed with obsession”
(de “The Louvre” – Lorde)

Defineix el teu so en una paraula.

Somiador

Quina cançó teva et representa més?

“I DON’T FEEL A THING ANYMORE”

Xarxa social preferida?

Instagram

Moment més especial amb un fan?

A un concert a LA, una fan va gravar vídeos per enviar-los a una altra fan que viu fora dels EUA. Em va tocar el cor.

Col·laboració somiada?

Troye Sivan.

Escenari on somies actuar?

Hollywood Palladium o The Greek

Cançó preferida per fer karaoke?

“You belong with me” de Taylor Swift

ANNEX 5: ENTREVISTA COMPLETA CARLOS RÍOS

Per començar, ens podries explicar una mica sobre la teva trajectòria i com vas arribar a ser especialista en màrqueting digital a Blanco y Negro?

Realment he seguit un camí poc convencional, ja que el meu bagatge ve de la sociologia, però sempre he estat lligat a projectes musicals. Fa uns tres anys vaig decidir fer un màster en gestió de la indústria musical, on se'm va oferir l'oportunitat de començar unes pràctiques al departament de publishing de Blanco y Negro Music, una de les discogràfiques més mítiques de Barcelona. Vaig començar amb tasques de gestió de drets d'autor, comunicació amb entitats de gestió, contractes editorials i sincronitzacions, etc. Al cap de poc temps, i per necessitats de la companyia, vaig començar a assumir petites tasques del departament de màrqueting, com gestionar alguns newsletters o fer dashboards per mesurar el rendiment de les campanyes. Això em va permetre anar aprenent i poc a poc anar desenvolupant coneixements de màrqueting digital. Finalment, quan la companyia decideix emprendre una línia de projectes relacionats amb experiències de realitat virtual, em proposen incorporar-me al departament de màrqueting, i és aleshores quan assumeixo el rol.

Parlant de la discogràfica Blanco y Negro, com ha canviat l'enfocament del màrqueting digital en la indústria musical en els últims anys?

Ha canviat de forma radical. Blanco y Negro és una discogràfica que porta més de 40 anys al mercat, cosa que implica que ha viscut de ple la transició digital. A més, el punt fort del segell sempre havia estat la distribució física, de CD's i vinils, sobretot de grans projectes internacionals. Amb el canvi cap a l'streaming, tota l'estructura productiva del sector canvia en pocs anys, la qual cosa va obligar moltes discogràfiques a adaptar-se en temps rècord i a haver de competir amb empreses noves i adaptar-se a un ecosistema totalment diferent.

En el cas de Blanco y Negro, sempre s'ha apostat pel canvi i la innovació, assumint el rol de promotora d'espectacles de música electrònica, realitzant diverses edicions del Unite With Tomorrowland a Barcelona o del Don't Let Daddy Know a Madrid, desenvolupant artistes emergents amb projectes 360 o introduint-se en el món de les noves tecnologies i realitat virtual amb projectes com l'experiència immersiva de Tomorrowland (Tomorrowland Immersive Experience).

Com veus el futur de les discogràfiques en aquest panorama digital tan canviant? Continuen sent rellevants o creus que les plataformes de streaming estan prenent més protagonisme?

És cert que la indústria musical no té res a veure amb la d'abans, ja que ara hi ha una dependència brutal de les plataformes digitals. D'una banda, això ha fet possible que el descobriment musical sigui una mica més "democràtic", cosa que ha permès que alguns artistes puguin desenvolupar els seus

projectes de forma bastant independent. Però d'altra banda, hi ha una massificació de l'oferta que fa que sigui molt difícil destacar.

Des d'aquesta perspectiva, es podria pensar que el paper de les discogràfiques ja no té sentit, però jo considero que sempre seran necessàries. El paper de plataformes com Spotify és crucial, però com a artista no et pots relacionar directament amb elles i pujar la teva música; necessites una discogràfica o una agregadora (distribuïdora digital). Si bé és cert que com a artista independent pots utilitzar una distribuïdora, per poder destacar entre els centenars de milers d'artistes que comparteixen la seva música a la plataforma, es necessita una estratègia potent i recursos, a més de molt coneixement sobre les diferents formes de monetitzar la música.

Pel que fa a les xarxes socials, com veus el paper de plataformes com Instagram o YouTube en la promoció de nous artistes? I, per descomptat, quina importància té TikTok en tot això?

Les xarxes socials s'han convertit en un dels canals principals per promocionar qualsevol projecte artístic. Primer, perquè la gran majoria del públic utilitza aquestes plataformes en el seu dia a dia, i segon, perquè permeten construir una identitat del projecte i el branding de la marca d'una manera molt accessible.

TikTok és una de les plataformes que millor s'ha posicionat al mercat en relativament poc temps, gràcies a diversos factors com la interfície, la capacitat d'exposició, el motor de cerca o l'algoritme de recomanació. Com que és una plataforma on la música té molt protagonisme, es converteix en una eina increïble per donar a conèixer noves propostes musicals. De fet, ja fa temps que s'estima que la gent més jove descobreix més música a través de TikTok que de DSPs com Spotify.

És impressionant com TikTok ha transformat el consum de música. Com creus que influirà TikTok en el futur de la indústria musical? Serà capaç de mantenir-se com la plataforma dominant o podrien canviar les tendències?

En general, la indústria musical és un dels sectors que més "pateix" qualsevol canvi o innovació tecnològica. D'una banda està bé perquè obliga a estar sempre a l'avantguarda, però també suposa un repte per aquells actors que no poden adaptar-se al canvi ràpidament.

En concret, el cas de TikTok planteja sobretot un repte de negociacions entre grans actors, com en el seu dia va passar amb Spotify i com està passant amb la irrupció de la IA. Com s'ha mencionat anteriorment, la música té un paper fonamental dins l'experiència de la plataforma, però encara no s'ha arribat a establir un acord transparent que afavoreixi totes les parts, sobretot els artistes i creadors musicals.

Si parlem de projectes musicals, crec que cal traçar una línia entre artistes i creadors de contingut o influencers. Per molt que tots dos utilitzin estratègies similars per arribar al públic i comparteixin eines

i espai, crec que l'estratègia de comunicació de l'artista ha de ser clara i diferenciar-se de la d'un influencer. Al final, parlem d'objectius diferents: l'objectiu principal de l'influencer és retenir audiència, mentre que l'artista vol generar trànsit cap a la seva música, i és aquesta la que ha de guiar el relat (storytelling) que després generarà connexió amb el públic. Mentre això funcioni, crec que serà una eina molt útil. Ara bé, cal tenir en compte que no tots els projectes artístics tenen sentit dins la plataforma, ja que cada plataforma té la seva audiència, i per tant cal analitzar el públic objectiu i valorar si és rellevant ser-hi.

Amb tantes plataformes i eines disponibles, com decideixes en quins canals invertir temps i recursos per a una campanya? Quins factors consideres clau a l'hora d'escollir?

Com apuntava en la pregunta anterior, cada plataforma té un tipus d'audiència. A més, cada una és rellevant per a una fase concreta del funnel de conversió. Així que l'elecció dels canals depèn d'una anàlisi profunda del públic objectiu o nínxol al qual es vol interpel·lar amb el projecte musical, així com dels objectius que es tinguin, és a dir, si es vol generar impacte, engagement, fidelització, etc.

Pel que fa a campanyes de pagament a xarxes socials, quines plataformes consideres que estan oferint un millor retorn d'inversió en termes de màrqueting per als artistes?

Com dic, cada plataforma és diferent, i el retorn dependrà del tipus d'audiència a la qual vulguis interpel·lar, així com de la qualitat del contingut visual i el copy que s'utilitzi. Com tot, com més alineada estigui la campanya amb el teu públic objectiu i millor optimitzada estigui en termes de segmentació, més gran serà el retorn.

Segons la teva experiència, com influeix el tipus de música o el gènere en l'estratègia de màrqueting digital d'un artista? Hi ha diferències notables en l'enfocament segons l'estil musical?

Realment, considero que estem en un moment en què cada vegada importa menys el gènere i més la identitat de l'artista o projecte artístic. Més que de gèneres, a mi m'agrada parlar de nínxols, ja que trobes que en un mateix nínxol poden coexistir diversos gèneres, però totes les propostes artístiques d'aquest nínxol comparteixen un imaginari comú, cosa que permet crear comunitat. Una anàlisi de quina és la història, i de com elaborar un concepte que serveixi per generar una estratègia que permeti construir aquest storytelling, usant les eines que millor puguin interpel·lar aquest nínxol, considero que és el millor enfocament.

Les dades i les mètriques són fonamentals en el màrqueting digital. Quin tipus de mètriques consideres clau per mesurar l'èxit d'una campanya i com les utilitzes per ajustar les estratègies?

En general, el tipus de mètriques que utilitzis dependrà de l'objectiu que tinguis. Les mètriques ens serveixen per saber si ens estem apropant a un objectiu, i en cas que no sigui així, com corregir-ho.

Quin paper tenen els influencers i creadors de contingut en les campanyes de màrqueting digital dins la música? Creus que el seu rol seguirà sent rellevant a llarg termini?

El paper dels influencers com a partners en una campanya de màrqueting és un rol que cada vegada té més sentit, en general i sobretot dins la indústria musical. Com he indicat abans, la música ara es configura en nínxols més que en gèneres, i aquests nínxols generen comunitats. Dins aquestes comunitats hi ha curadors que, a través del seu contingut, es converteixen en veus rellevants. Per tant, si es vol vincular un projecte artístic a un nínxol concret, és molt important tenir en compte aquest tipus de màrqueting. Hi ha agències de representació d'influencers especialitzades per nínxols, i a través d'aquestes és més fàcil construir sinergies entre projectes.

Quina importància té la col·laboració entre artistes i marques dins les estratègies de màrqueting digital? És una cosa que veus en augment els pròxims anys?

A nivell d'impacte, veiem que és una manera molt efectiva de guanyar audiència i donar a conèixer projectes emergents, ja que vincules públic de tots dos projectes. Igual que amb els canals de promoció, és important analitzar el storytelling de l'artista i els objectius que es tenen amb el projecte perquè la col·laboració sigui satisfactòria.

Tanmateix, cal tenir en compte que si abusem d'això correm el risc de construir una audiència majoritàriament programada, és a dir, que no consumeix la música del catàleg per l'artista sinó per les col·laboracions, i això ens pot perjudicar si volem crear comunitat al voltant del projecte.

En el context de Blanco y Negro, ens podries explicar algun cas d'èxit recent en una campanya digital que hagi gestionat? Què creus que va fer que tingués tant d'impacte?

Justament hi ha dues campanyes específiques en què hem obtingut resultats globals satisfactoris. La primera és la campanya de la gira del grup català "Blaumut"; aquí va ser crucial la implementació de diversos copies i creativitats enfocades a mostrar com és un concert de "Blaumut" des d'una vessant emocional. L'altra és una campanya digital que buscava portar trànsit des d'Instagram a diverses playlists de música en català; aquí vam destacar la implementació de les noves eines d'IA de Meta.

Com veus l'impacte de la intel·ligència artificial en la producció musical i en les estratègies de màrqueting en un futur proper? Consideres que és una eina útil per als artistes?

L'impacte és radical. La IA és un avanç tecnològic brutal que genera un canvi de paradigma en tot el sector. Planteja una reconceptualització de tot, des de la creació fins a la propietat. Encara és aviat per saber cap a on ens porta i com serà la indústria del futur pel que fa a la IA, però el que sí està clar és que tot el sector s'haurà d'adaptar —i de fet ja ho està fent— a aquesta nova revolució.

Finalment, com veus la relació entre el digital i el físic en la indústria musical? Les experiències en directe, com concerts i festivals, continuaran sent un pilar important malgrat l'auge del contingut digital?

Definitivament, els concerts en directe continuen sent rellevants. De fet, en l'últim informe global de la IFPI (Federació Internacional de la Indústria Fonogràfica) es veu clarament que el sector de la música que genera més ingressos continua sent el directe, i des de la pandèmia aquesta ha estat la tendència.

Això sí, crec que el concepte de festival de música ha canviat: ara no és tant la música en si, sinó l'experiència el que atrau el públic. Alhora, crec que és més difícil portar gent a sales de concerts per conèixer artistes nous, a més que cada vegada hi ha menys sales i són més cares. La música en directe es centralitza en festivals, i és molt difícil per a projectes emergents o artistes independents tenir espais en aquests festivals, per això, en el cas dels artistes emergents, desenvolupar el projecte en l'entorn digital és una cosa crucial.

ANNEX 6: CORREU TAYLOR BICKETT



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Final thesis project

Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

4 de marzo de 2025, 18:35

Para: "taylor.bickett@gmail.com" <taylor.bickett@gmail.com>

Hi Taylor,

I hope you're doing well! My name is Marina Homs—I originally reached out to you on Instagram, and you suggested I follow up via email.

I'm a communication student from Barcelona, and I'm currently in my final year at Universitat de Girona. For my final thesis, I'm creating a music magazine, covering everything from industry news and in-depth reports to opinion pieces from different voices. The magazine explores topics like how the pandemic has shaped the industry, the role of social media (especially TikTok), and where music is headed next. I've also spoken with a record label to gain additional insights.

I'd love to feature your perspective as an up-and-coming artist! I think your voice would add so much value to the project. If you're open to it, I'd be happy to make the process as easy as possible—I completely understand that scheduling a call might be tricky, so I'd be happy to send over written questions for you to answer whenever it works for you.

Let me know if this is something you'd be interested in—I'd truly appreciate it!

Looking forward to hearing from you.

Best,
Marina Homs



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Final thesis project

Taylor B. <taylor.bickett@gmail.com>
Para: Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

4 de marzo de 2025, 19:04

Hi Marina! Written questions would be awesome. Thank you so much for thinking of me, I'm happy to help!!

[El texto citado está oculto]



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Final thesis project

Marina Homs <marinahoms@gmail.com>
Para: "Taylor B." <taylor.bickett@gmail.com>

4 de abril de 2025, 21:42

Hi Taylor,

I hope you're doing well! Sorry for the delay in sending these over.

I've attached the document with all the questions for you. I know you're heading out on tour, and there are quite a few questions, so please feel free to answer as many as you'd like and only share what you're comfortable with. If you're short on time, no worries at all—just answer what you can!

Also, if it's not too much trouble, would you mind sending me a couple of pictures of yourself or your projects that I could use in the magazine? I want to make sure everything is exactly what you're comfortable with, so please only send what you approve of – I won't use anything unauthorized or that you wouldn't be happy with!

If possible, it would be great to have your answers back sometime this month, as I'll be starting the editing process in early May.

Thanks so much again for taking the time to do this – I really appreciate it!

Looking forward to hearing from you!

Warmly,
Marina Homs
[El texto citado está oculto]

 **TAYLOR BICKETT INTERVIEW QUESTIONS.docx**
9K



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Final thesis project

Taylor B. <taylor.bickett@gmail.com>
Para: Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

14 de mayo de 2025, 2:35

Hi Marina,
Here are my answers: <https://docs.google.com/document/d/1KXmPiPqzSJWUln11rDIlpvgVJ6rZcuiC/edit?usp=sharing&oid=108872809269245275143&rtpof=true&sd=true>

Thanks for following up about this and best of luck with your thesis!
[El texto citado está oculto]

ANNEX 7: CORREU MELINA KB



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Final thesis project

Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

4 de marzo de 2025, 18:35

Para: "melinakbmusic@gmail.com" <melinakbmusic@gmail.com>

Hi Melina,

I hope you're doing well! My name is Marina Homs—I originally reached out to you on Instagram, and you suggested I follow up via email.

I'm a communication student from Barcelona, and I'm currently in my final year at Universitat de Girona. For my final thesis, I'm creating a music magazine, covering everything from industry news and in-depth reports to opinion pieces from different voices. The magazine explores topics like how the pandemic has shaped the industry, the role of social media (especially TikTok), and where music is headed next. I've also spoken with a record label to gain additional insights.

I'd love to feature your perspective as an up-and-coming artist! I think your voice would add so much value to the project. If you're open to it, I'd be happy to make the process as easy as possible—I completely understand that scheduling a call might be tricky, so I'd be happy to send over written questions for you to answer whenever it works for you.

Let me know if this is something you'd be interested in—I'd truly appreciate it!

Looking forward to hearing from you.

Best,
Marina Homs



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Final thesis project

Melina KB <melinakbmusic@gmail.com>

6 de marzo de 2025, 15:26

Para: Marina Homs <marinahoms@gmail.com>, haileyyoungpress@gmail.com

Hi Marina!

I hope you're doing amazing. Your music magazine sounds incredible, I love the vision!

I am happy to chat with you about my journey as an up-and-coming artist and answer any questions you have. I actually prefer to do a phone call or Google Meet/Zoom call versus a written interview - let me know if that is okay with you! If so, I'll send over some availabilities. I've added to this email thread my assistant Hailey Young, to ensure that we get this scheduled. :)

Have a wonderful day!

Best,
Melina KB

ANNEX 8: CORREU AMBER AIS



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Interview Request for University Thesis

Marina Homs <marinahoms@gmail.com>
Para: amberaismusic@gmail.com

21 de marzo de 2025, 12:57

Dear Amber,

I hope you're doing well!

My name is Marina, and I'm a Communications student from Barcelona currently working on my final university thesis, which focuses on designing, writing, and creating a music-focused magazine.

I would love to have you involved in the project and interview you as part of it. It would be an honor to speak with you and gain your insights.

If this is something you'd be open to, I would be happy to accommodate her availability. Please let me know if this could be of interest.

Thank you in advance for your time—I truly appreciate it.

Best regards,
Marina



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Interview Request for University Thesis

Amber Ais <amberaismusic@gmail.com>
Para: Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

26 de marzo de 2025, 18:42

Hey Marina,
Yes, I would be interested! I did DM you back on instagram and am just following up here.

[El texto citado está oculto]

--

Best,
Amber Ais

Phone: 781-975-1108

Social Media:

https://www.instagram.com/amber_ais/

<https://www.tiktok.com/@amberais?lang=en>

https://twitter.com/Amber_Ais

<https://www.facebook.com/amberaismusic/>

Interview Request for University Thesis

Marina Homs <marinahoms@gmail.com>
Para: Amber Ais <ambersmusic@gmail.com>

4 de abril de 2025, 13:53

Hi Amber,

I hope you're doing well!

I've attached the document with all the questions for you. Feel free to answer as many as you'd like and only share what you're comfortable with. If there's anything you'd rather not talk about, just skip it – no problem at all!

At the end of the document, you'll see a second set of questions. I've already explained it in the doc, but think of this part as a quick-fire round, where short and simple answers are totally fine!

Also, if it's not too much trouble, would you mind sending me a couple of pictures of yourself or your projects that I could use in the magazine? I want to make sure everything is exactly what you're comfortable with, so please only send what you approve of – I won't use anything unauthorized or that you wouldn't be happy with!

It would be great to have the answers back sometime this month, as I need to start editing in the first week of May.

Thanks so much again for taking the time to do this – I really appreciate it!

Looking forward to hearing from you!

Warmly,
Marina Homs

[El texto citado está oculto]

 **AMBER AIS INTERVIEW QUESTIONS.docx**
9K

AMBER AIS INTERVIEW QUESTIONS

Amber Ais (amb Documents de Google) <ambersmusic@gmail.com>
Responder a: Marina Homs <marinahoms@gmail.com>
Para: marinahoms@gmail.com

15 de abril de 2025, 22:34

Amber Ais ha adjuntat 1 document

Amber Ais (ambersmusic@gmail.com) ha adjuntat el document següent:

Hey Marina!

Here are my responses! Thanks so much for reaching out. Excited to see what you do with it!

 **AMBER AIS INTERVIEW QUESTIONS.docx**

Google LLC, 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043, USA
T'hem enviat aquest correu electrònic perquè ambersmusic@gmail.com ha compartit amb tu un document des de Documents de Google.



 **AMBER AIS INTERVIEW QUESTIONS.docx.pdf**
143K

ANNEX 9: CORREU NICOLE HAN



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Thesis project interview

Marina Homs <marinahoms@gmail.com>
Para: nicoleashleyhan@gmail.com

4 de abril de 2025, 13:52

Hi Nicole,

I hope you're doing well!

I've attached the document with all the questions for you. Feel free to answer as many as you'd like and only share what you're comfortable with. If there's anything you'd rather not talk about, just skip it – no problem at all!

At the end of the document, you'll see a second set of questions. I've already explained it in the doc, but think of this part as a quick-fire round, where short and simple answers are totally fine!

Also, if it's not too much trouble, would you mind sending me a couple of pictures of yourself or your projects that I could use in the magazine? I want to make sure everything is exactly what you're comfortable with, so please only send what you approve of – I won't use anything unauthorized or that you wouldn't be happy with!

It would be great to have the answers back sometime this month, as I need to start editing in the first week of May.

Thanks so much again for taking the time to do this – I really appreciate it!

Looking forward to hearing from you!

Warmly,
Marina Homs

 **NICOLE HAN INTERVIEW QUESTIONS.docx**
9K



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Thesis project interview

Nicole Han <nicoleashleyhan@gmail.com>
Para: Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

12 de abril de 2025, 2:00

Hi Marina!

Thank you for your patience! Attached are the answered interview questions <3

And some photos attached as well!

Good luck with your project :) Let me know if that's all you need!

ANNEX 10: CORREU CARLOS RÍOS



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Petición Trabajo Fin de Grado

Marina Homs <marinahoms@gmail.com>
Para: carlos@blancoynegro.com

25 de marzo de 2025, 11:20

Hola Carlos!

Soy Marina, estudiante de último curso de Comunicación.

Actualmente estoy trabajando en mi Trabajo de Fin de Grado, que se centra en el diseño, redacción y creación de una revista musical.

Te escribo para preguntar si sería posible contar con tu participación en el proyecto y entrevistarte. Creo que tu perspectiva como parte de una discográfica sería muy valiosa, especialmente en relación con el estado actual de la industria musical y cómo las redes sociales están influyendo en ella.

Te agradezco mucho tu tiempo,

Saludos,
Marina Homs



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Petición Trabajo Fin de Grado

Carlos Ríos <carlos@blancoynegro.com>
Para: Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

26 de marzo de 2025, 11:08

Hola Marina,

Super! Me parece interesante, no tengo muchos años de experiencia dentro del sector, pero quizá puedo aportar una perspectiva interesante.

Cuando tengas más información concreta acerca de la entrevista y de la logística, indícame y lo gestionamos.

Un saludo!

[El texto citado está oculto]

--



Carlos Ríos

Blanco y Negro Music

<https://www.blancoynegro.com/>

Petición Trabajo Fin de Grado

Marina Homs <marinahoms@gmail.com>
Para: Carlos Ríos <carlos@blancoynegro.com>

28 de abril de 2025, 12:20

Te adjunto el documento con las preguntas que me gustaría hacerte para la revista. Siéntete libre de responder solo las preguntas que desees y compartir únicamente lo que te resulte cómodo. Soy consciente de que son muchas preguntas, así que no te preocupes en absoluto, simplemente responde lo que puedas.

Si es posible, necesitaría tus respuestas a principios de mayo, ya que tengo que comenzar la edición a mediados de mes.

Gracias de antemano por tu tiempo, ¡lo valoro mucho!

Quedo pendiente de tu respuesta.

Un saludo,
Marina Homs

[El texto citado está oculto]

 **CARLOS RÍOS PREGUNTAS.docx**
8K

Petición Trabajo Fin de Grado

Carlos Ríos <carlos@blancoynegro.com>
Para: Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

21 de mayo de 2025, 15:19

Hola Marina,

Lo primero, perdona por la demora, justo he estado muy liado estos días.

He intentado responder todo con la mayor asertividad posible. De todos modos si ves algo en lo que no me acabo de explicar bien, sin problema dime y lo resolvemos.

Espero que pueda ayudar a tu TFG :)

Un saludo y cualquier cosa estamos en contacto.

[El texto citado está oculto]

[El texto citado está oculto]

[El texto citado está oculto]



 **CARLOS RÍOS PREGUNTAS.docx**
14K

ANNEX 11: CORREU DIEGO ARESO



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Solicitud de guía de estilo - TFG

Marina Homs <marinahoms@gmail.com>
Para: "diego@diegoareso.com" <diego@diegoareso.com>

22 de mayo de 2025, 10:02

Hola,

Me llamo Marina Homs y estudio Comunicación Cultural en la Universitat de Girona. Actualmente estoy realizando mi Trabajo de Final de Grado, en el cual debo desarrollar una revista siguiendo el estilo editorial de una publicación existente. En mi caso, he elegido *El semanal*.

Quería saber si existe, y en ese caso si sería posible acceder, a alguna guía de estilo o a algún manual de marca corporativo donde se especifiquen aspectos como tipografías, tamaños, estructura de página, estilo gráfico, etc., para poder respetar el diseño de la revista de la forma más precisa posible.

Agradecería mucho cualquier información o material que me pudierais facilitar. No sé si podrías ayudarme directamente o indicarme con quién podría ponerme en contacto para resolver esta duda.

Muchas gracias de antemano por vuestra atención.

Un saludo,
Marina Homs



Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

Solicitud de guía de estilo - TFG

Diego Areso Nieva <dareso@elpais.es>
Para: Marina Homs <marinahoms@gmail.com>

22 de mayo de 2025, 11:25

Hola, Marina

¿Qué tal?

Lo primero: qué orgullo que elijas El País Semanal como modelo para realizar tu revista. Siempre nos hace ilusión servir como (modesto) modelo.

Lamento decirte que no tenemos un manual de marca corporativo, ni una guía de maquetas. Como el diseño se hizo dentro de la propia revista, no hemos tenido necesidad de crear el manual. Si te puedo dar algunos detalles:

- La cabecera está creada en Clarendon
- Las tipografías principales son Canela y Platform, de la función Commercial Type
- Las tipografías de texto son Majrit y Marcin Antique, de Feliciano Type
- El formato de la revista es 214 x 273 mm

Te adjunto una maqueta base en formato InDesign para que veas medidas y márgenes. Aunque me temo que no puedo pasarte las tipografías: son todas de pago, y no podemos traficar con ellas.

Espero que te ayude.

Un saludo,

d.

[El texto citado está oculto]

2 adjuntos

-  EPS2022_BASE_000_portadas.indt
1872K
-  EPS2022_BASE_CENTRAL_reportaje.indt
11236K