

Aurkibidea

Sarrera	15
Kolaboratzaileen zerrenda	19

I. BLOKEA: MUSIKA

1. Musika: artea eta industria. Kultura- eta sormen-industriak

(Jon Icazuriaga)	27
1. Musika: artea eta industria	27
2. Musika-motak: herri-musika versus musika kultua	29
3. Musikaren balioa	33
Balio indibiduala	33
Balio soziala	34
4. Kultura- eta sormen-industriak: hurbilketa bat	35
Ibilbide historiko laburra	35
Saillkapen bat	37
Eragin ekonomikoa	38
5. Ondorioak	43

2. Musika-industriaren historia eta garapen teknologikoa

(Gaizka Insunza)	47
1. Berrikuntza estetiko-musikalaren eta berrikuntza teknologikoaren arteko erlazio sinbiotikoa	47
2. Ibilbide historiko laburra	48
Industriaurreko aroa	48
Argitaletxeen aroa	49
Irrati-difusioaren aroa	50
Musika grabatuaren aroa	51
Musika digitalaren aroa	51
3. Musika eta garapen teknologikoa	52
4. Audioa grabatzeko teknologien garapena	54
Teknologia digitalen egunsentia	56
Grabazio digitalaren ezaugarriak	57
Euskarri eta formatuen bilakaera	58
5. Ondorioak	61

3. Musikaren eragina ekonomian

(Juliana Barrero Castellanos)	65
1. Musika-industria globalaren ekonomia: hastapenak	66
2. Zer-nolako ekarpena egiten dio musikak ekonomiari?	67
3. Grabatutako musika	71

4. Industria editoriala.....	74
5. Zuzeneko musika: ekonomia-hazkundeko eragilea.....	76
6. Musikaren eragin ekonomikoa neurtzeko ereduak.....	77
7. Ondorioak.....	83

4. Nor da nor, musikaren industrian? Agenteen eta rolen mapa

(Jon Icazuriaga).....	87
-----------------------	----

1. Nor da nor, argitalpen-industriaren balio-katean?.....	88
Konposizioa/Egiletza.....	88
Egokitzapena eta moldaketak.....	88
Edizioa eta argitalpena.....	89
Koedizioa.....	90
Azpiedizioa.....	90
Katalogoen administrazioa.....	90
Kudeaketa kolektiboko erakundeak eta kudeaketa independenteko operazioa.....	90
<i>Music Supervisor</i>	91
2. Nor da nor, grabatutako musikaren industrian.....	92
Artista. Interpretea edo jotzailea.....	92
Entsegu-lokalak.....	92
Musika-tresnen fabrikak eta dendak. <i>Luthierrak</i>	92
Diskoetxeak.....	93
Grabazio-estudioak.....	94
Produkzioa.....	94
Soinu-, grabazio- eta nahaste-ingeniaritza.....	95
Masterizazio-ingeniaritza.....	95
Managerra eta artistaren taldea.....	95
Disko-fabrikak.....	96
Musikaren banaketa.....	96
<i>Streaming</i> plataformak.....	97
Ohiko marketin-agentziak eta agentzia digitalak.....	97
Hedabideen edo harreman publikoen agentziak.....	98
<i>Music curatorra</i>	98
Irratiko <i>pluggerrak</i>	98
Sare sozialak.....	99
Komunikabideak.....	99
Entzuleak. Grabatutako musikaren azken bezeroak.....	99
Eskubideen kudeaketa kolektiboko erakundeak.....	100
3. Nor da nor, zuzeneko musikaren industrian?.....	101
Managerra.....	101
<i>Tour managerra</i>	101
<i>Road managerra</i>	102
Agentea edo <i>bookerra</i>	102
Sustapena.....	103
Artista/interpreteak/musika-zuzendaritza/ <i>backlinerrak</i>	104
Zuzenekoaren teknika (soinu-ingeniaritza, monitorizazioa, argiak, ikus-entzunezkoak).....	104
Zuzeneko musikarako espazioak.....	105
Ekitaldien plangintza eta ekoizpena.....	106
<i>Ticketingerako</i> edo sarrerak saltzeko enpresak.....	107
Marketin-agentzia ohikoak eta digitalak.....	107
Hedabideen edo harreman publikoen agentziak.....	107
Sare sozialak.....	107
Komunikabideak.....	107
Entzuleak. Zuzeneko musikaren azken bezeroak.....	108

II. BLOKEA: ARTISTA

1. Artista eta lantaldea

(Jagoba Ormaetxea, Alejandra Gómez).....	113
1. Nor da artista?.....	113
2. Musika-artistak.....	115
3. Egiletza / konposizioa.....	116
Konposizioa jazzean.....	117
Soinu-banden konposizioa.....	117
4. Interpretea.....	118
Estiloa.....	118
Interpreteak herri-musikan.....	118
5. Artista bakoitzaren lantaldea. Gogoeta orokorrak.....	119
6. Managerraren postua eta eginkizunak.....	121
Zer esan nahi du managerra izateak?.....	122
Management-motak.....	123
Plangintza estrategikoa eta garapen artistikoa.....	124
Artistaren eta managerraren arteko akordioak.....	124
Personal managerra.....	124
Business managerra.....	125
Tour managerra.....	125
7. Bulegoaren ezaugarriak eta funtzioak.....	126
Kontabilitatea eta administrazioa.....	126
Prentsa eta komunikazioak.....	126
Irudia.....	126
Lege-esparrua.....	126
8. Rol berriak artistaren eginkizunaren inguruan.....	127

2. Abestiak egitea

(Pepo Márquez).....	131
1. Zer da abesti bat?.....	131
Definizio berri baterako hurbilketa.....	131
Aldez aurreko kontsiderazioak.....	132
Abestiaren definizio ofizialak.....	132
Hau ez al da abesti bat?.....	133
2. Zatika: abesti baten oinarritzko elementuak.....	134
Musika-elementuak.....	134
Testu-elementuak.....	135
Elementu orokorrak edo moldaketak.....	135
3. Senez abestetik <i>playlist</i> era: abestiaren bilakaeraren historia azeleratua.....	136
Abestiari forma ematen lagundu zuten hiru erakundeak.....	136
Abesti-mota desberdinak garai desberdinetan.....	136
Abestia: bi arteren artean.....	140
4. Zertarako balio du abesti batek?.....	141
Abestien erabilerak eta funtzioak.....	141
Funtzio komertziala.....	142
Ereduaren galbidea: <i>fake artist</i> ak eta dirua egiteko soilik balio duten abestiak.....	142
5. Nork idazten ditu abestiak?.....	143
6. Abestiaren lege-esparrua: Espainiako egile-eskubideei buruzko sarrera laburra.....	144
7. Bakarrik ez: <i>co-writing</i> a eta haren garrantzia egungo arrakasta-zerrendetan.....	145
8. Abestien konposizioari aplikatutako teknologia: konposatzen duena gizakia ez denean.....	146

3. Artista ororen lege-esparrua

(Belén Álvarez, [Gabeiras & Asociados])	151
1. Egileen eta artisten jabetza intelektualaren eskubideak	151
2. Lankidetzatza-obra eta musika-moldaketak	155
3. Kontratu-harremanak egileen eta artisten eta musikaren sektoreko gainerako eragileen artean	156
Edizioari buruz	156
Fonogramen edo diskoetxeen ekoizpenari buruz	158
Managerraren edo ordezkariaren zereginari buruz	159
Jabetza intelektual kolektiboki kudeatzeko erakundeak	160
Kudeaketa-operadore independenteak	161
Eskubideak aldi berean agertzen direnean	162
4. Musikaren sektoreko erabiltzaileekin ezarritako kontratu-harremanak	163
5. Creative Commons	163
6. Artista edo musika-talde baten izena eta hura marka gisa babestea	164
7. Artista, musika-talde edo egile ororen irudia	165
8. Musika-taldearen kontratua	165
9. Irudiak edo argazkiak erabiltzea albumen azalean edo sustapen-kanpainetan	166

4. Musikaren lege-esparrua Latinoamerikan: hurbilketa bat

(Belén Álvarez, [Gabeiras & Asociados])	169
1. Jabetza intelektualaren lege-esparrua Latinoamerikako musikaren sektorean	169
2. Jabetza intelektualaren lege-esparrua Andeetako komunitateko estatuetako musikaren sektorean	170
Egileen, artisten eta fonogramak ekoizteaz arduratzen diren pertsonen jabetza intelektualaren eskubideak Andeetako komunitatean	170
Jabetza intelektualaren eskubideak kudeatzeko erakundeak	171
Jabetza intelektualaren eskubideen berezitasunak, Kolonbian	172
3. Jabetza intelektualaren lege-esparrua Mexikoko musikaren sektorean	174
Egileen, artisten eta fonogramak ekoizteaz arduratzen diren pertsonen jabetza intelektualaren eskubideak	174
Jabetza intelektualaren eskubideak kudeatzeko erakundea	176

5. Musika-proiektuak finantzatzearen artea

(Cristian Larrosa)	179
1. Finantzaketa: funtsezko alderdiak	179
2. Finantzaketa publikoaren eta pribatuaren arteko desberdintasuna	180
3. Musika-industriaren erronkak finantzaketa lortzeko	181
4. Finantzaketa alternatiboa	182
Business angels	182
Seed capital eta venture capital	182
Crowdfundinga	182
Equity crowdfundinga	183
Aktiboetan oinarritua: asset-based funding (ABF). Royalty funding	183
5. Estatuaren partaidetza duen finantzaketa	185
Elkar bermatzeko sozietateak	185
Estatuaren funtsak jasotzeko erakundeak	185
6. Proiektu-motak vs finantzatzeko moduak	186
7. Finantzaketa nola eskatu	188
8. Ondorioak	189

6. Artistaren eta bere musika-proiektuaren marketina

(María Isabel de los Ríos)	193
1. Zergatik da garrantzitsua marketina musika-proiektuetan?	193
2. Marketin-estrategia	194
SMART helburuak	194
Ekintza-plana	195
3. Segmentuak eta <i>targetak</i>	196
<i>Mainstreama</i>	197
Nitxoak eta mikronitxoak	197
4. Marketin-plana	198
Edukien marketina	199
Faseak	200
Kanalak	200
Erremintak: argazkiak eta bideoak	201
Argazkiak	201
Bideoklipak	202
Hitzen bideoklipak	202
5. Aliantzak	203
6. Babesletzak	204
Babesteko moduak	204
Artistak babesteko moduak	205
Non daude eta nola identifika daitezke balizko aliantzak eta babesletzak?	206
Nola hurbildu?	206
Zer proposa dakieke?	206
Zer egin daiteke aliantza hitzartu ostean?	206
Nola hazi?	206
7. Artista-markaren garapena	207
<i>Branding</i> pertsonala	207
Norberaren <i>brandinga</i> sortzeko aholkuak	207
Izena	208
Nortasun musikala	208
Irudiari loturiko kontzeptuak	208
8. <i>Elevator pitch</i> edo igogailuko aurkezpena	210

7. Artistaren eta bere musika-proiektuaren komunikazioa

(Ibai Cereijo)	213
1. Komunikazio-tresnak	217
Webgune ofiziala	217
Sare sozialetako profilak	218
Musika-plataformetako profilak	218
Promoziorako orria	218
Dosierra	219
Prentsa-oharra	219
Biografia ofiziala	219
<i>Press kita</i>	219
2. Nola erabili sare sozialak. Jarraitzaileen multzo on bat lortzeko gakoak	220
3. Estilismoa	224
4. Nola lortu aipamenak prentsan	225
Komunikabideekin lankidetzan aritzeko formatuak	225
Istorioen bidez informatzea	227
Komunikabide-motak	227
Informazioa emateko ekintza-motak	229

5. Nola lortu irratian jar gaitzaten	230
Zer elementu izan behar lituzke irratira bidaliko dugun promo batek?	232
6. <i>Merchandisinga</i>	233
7. Kolaborazioak	235
8. Artistak nazioartekotzeko gakoak	237

III. BLOKEA. MUSIKA GAUR EGUN ETA ETORKIZUNEAN

1. Musikaren eta garunaren arteko elkarrenergina eta horrek dituen aplikazioak

(<i>Jordi Jauset</i>)	243
1. Sarrera	243
2. Musika termino zientifikotan	245
3. Musikaren pertzepzioa	246
4. Nola erantzuten du garunak musikaren aurrean?	249
Aldaketa fisiologikoen aktibazioa	249
Aldaketa emozionalen aktibazioa: garuneko saritze-sistema	249
5. Musika eta osasuna	251
6. Musika eta hezkuntza	254
7. Musika eta kontsumoa	255
8. Musika eta kirola	257
9. Ondorioak	258

2. Osasuna eta ongizatea musikaren industrian

(<i>Eva Gonzalo</i>)	263
1. Zergatik heldu gai honi	263
2. Osasunaren eta ongizatearen kontzeptua	265
3. Elikadura osasungarriaren oinarriak	267
4. Mugimendua	272
5. Atsedena	273
6. Emozioen kudeaketa	274
7. Ondorioak	275

3. Musika-kazetaritza

(<i>Fernando Navarro</i>)	279
1. Zergatik den beharrezkoa musika-kazetaritza	279
2. Musika-kazetaritzaren goraldia eta sendotzea	282
3. Musika-kazetaritza Espainian	285
4. Musika-kritikaren rola XXI. mendean	290

3 Bis. Begirada bat Latinoamerikako musika-kazetaritzari

(<i>Simona Sánchez</i>)	295
1. Sarrera	295
2. Hastapenak. Zutabeak eta bideko harriak	296
3. Kablearen iritsiera	299
4. Irratia	302
5. Pasioa eta profesionalizazioa. Ondorioak eta etorkizuna	304

4. Musikaren industriako elkarteak

(<i>Belén Álvarez [Gabeiras & Asociados] Vera Wrana [Grupo Last Tour]</i>)	307
1. Hirugarren sektorea	307
2. Elkarteak	309
Elkarteen lege-esparrua	309
Elkarteen eginkizunak	309
Elkarteen jarduera-eremua musikaren sektorean	311
Elkarte-motak musikaren sektorean	312

Elkarteek musikaren sektorean egiten duten ekarpena.....	313
3. Kudeaketa-erakundeak	318
Egile-eskubideen kudeaketa kolektiboko erakundeak Europan.....	318
Europako artisten eta fonogramen ekoizleen eskubide	
lotuen kudeaketa kolektiboko erakundeak	319
Egile-eskubideen kudeaketa kolektiboko erakundeak Latinoamerikan.....	319
Latinoamerikako artisten eta fonogramen ekoizleen	
eskubide lotuen kudeaketa kolektiboko erakundeak	319
Estatu Batuetako eta Kanadako kudeaketa kolektiboko erakundeak	319
5. Big data eta musika (Alex Rayón)	323
1. Gizartearen eraldaketa digitala.....	323
2. Datua ondorio gisa: zertan eragiten digu?	326
3. Esperientziak eta pertsonalizazioa teknologia digitalaren eta datuen aroan	327
Aukeren matrizea.....	327
Ekitaldi masiboak: <i>smart festivals</i> jaialdietarantz	328
Norberaren jarduerak: bat-batekotasuna galtzea	331
4. Nola artikulatu estrategia bat.....	333
5. <i>Big data</i> edo datu masiboak lotutako negozio-eredu berriak, musikaren industrian....	335
6. Ondorioak eta etorkizuna	336
6. Negozio-eredu berriak: etorkizuneko industria	
(Cristian Larrosa)	339
1. Eredu tradizionalaren arazoak eta erronkak: mende berriko krisia.....	339
2. Egileak fokupean: funtsezko aldaketa?	341
3. Musikaren gorakada inbertsio gisa	342
Katalogoak eskuratzea	343
Aurrerapenak.....	344
Bigarren mailako merkatuak	344
Inbertsio-funtsek artisten obra kudeatzea: <i>song managerrak</i> eta <i>sync agentak</i>	345
4. <i>Blockchain</i> teknologiaren bilakaera: erabilerak eta aplikazioak.....	346
Eskubideen kudeaketa.....	346
NFTak eta <i>tokenizazioa</i>	347
Finantza deszentralizatuak (DeFi)	347
<i>Streaming</i> -plataforma deszentralizatuak	348
5. Eragile berriak.....	349
<i>Playlisting</i> -plataformak edo erreproduzio-zerrendak.....	349
Dolby Atmos / 360 Reality Audio (audio murgiltzailea)	349
<i>Live streaminga</i>	350
Musika sustatzeko online-agentziak.....	350
6. Ondorioak.....	351
7. NFTak, <i>blockchaina</i> eta musikaren sektorea	
(Vanessa Jiménez Serranía).....	355
1. Sarrera: NFTek musikaren sektorean duten eragina.....	355
2. <i>Blockchaina</i> eta NFTak desmitifikatzen: zenbait nozio tekniko	356
<i>Blockchain</i> teknologiaren oinarriko alderdiak	356
NFTei buruzko kontuak	360
3. NFTak, egile-eskubideak eta horiei lotutako eskubideak	364
NFTak eta obraren kontzeptua	364
NFTak merkaturatzea: egile-eskubideen salmenta, lagapena edo lizentzia?	365
NTFak, egile-eskubideak eta horiei lotutako eskubideak	367
Arau-hausteak	368

4. NFTen, egile-eskubideen eta horiei lotutako eskubideen plataformak	369
<i>Marketplaceak</i>	369
<i>NFT streaming-a</i>	372
Metabertsoa(k) eta DAOak	373

8. Adimen artifiziala eta musika

(<i>Vanessa Jiménez Serranía</i>)	379
---	-----

1. Sarrera: AAren eragina musikaren sektorean (<i>Illiac Suitetik</i> figura artistiko sintetikoetara)	379
2. Oinarrizko nozio teknikoak eta erabilerak praktikan.	382
AAren definizioa	382
AA-motak eta AAren ikaskuntza-motak	383
3. AAren inplikazio juridiko eta ekonomikoak musikaren sektorean	385
4. AAK jabetza intelektualaren babespean dauden obrak erabiltzea	386
Alderdi orokorrak	386
Datuak eta obrak eskuratzeko aukera: meatzaritzaren salbuespena Europar Batasunean eta <i>fair use</i> delakoarena Estatu Batuetan.	386
Industriaren erreakzioak: Universalen eta RIAAren ekintzak	388
AAk interpreteen ahotsa erabiltzea	390
5. AAKo sistema bat izan al daiteke jabetza intelektualaren gaineko eskubideen titularra?	392
Funtsezko nozioak: originaltasuna eta egiletza	392
Arazo honen gaurkotasuna	394
6. Azken gogoeta: sorkuntzaren dimentsio etikoa adimen artifizialak sortutako musikan	395

9. Gizarte-berrikuntza musikaren industrian.

Musikak eta gizarte-berrikuntzak eztanda egiten dutenean

(<i>María López Castaño eta Felipe Jaramillo Caro</i>)	401
--	-----

1. Ohar orokorrak	401
2. Zer da gizarte-berrikuntza eta zertarako balio du?	403
Gizarte-berrikuntza: ideia onak eta ekintza hobeak	403
Kapitalismo kontzientea	405
3. Aldaketarako musika	407
Live Aid, munduko arazoaren aurkako sareak	408
' <i>We are the World</i> '.	408
Izaera sozialeko jaialdiak	409
4. Musika gizarte-eraldaketarako tresna gisa komunitateetan.	410
Tambores de Siloé taldea	410
Crew Peligrosos taldea	411
Redbull Station	411
Playing for Change	411
El Sistema	411
5. Musika eta gatazka ostea	412
Musika eta haren rola bake-prozesuetan: Limerick, Irlanda	412
Musika eta adiskidetzeta	412
Musikaren ahalmen sendagarria	413
6. Ondorioak	414

10. 2030 Agenda eta kultura- eta sormen-industriak.

Musikaren ekarpena garapen jasangarrirako helburuetan

(<i>Marta Barahona, Paula Ráez [Gabeiras & Asociados]</i>)	419
--	-----

1. Sarrera	419
2. Gizarte-dimentsioa	421

4. GJHa. Kalitatezko hezkuntza	421
5. GJHa. Genero-berdintasuna	423
10. GJHa. Desberdintasunak murriztea	423
3. Dimentsio ekonomikoa	425
8. GJHa. Lan duina eta hazkunde ekonomikoa	425
11. GJHa. Komunitate eta hiri jasangarriak	426
4. Ingurumen-dimentsioa	428
12. GJHa. Ekoizpen eta kontsumo arduratsua	428
13. GJHa. Klimaren aldeko ekintza	430
17. GJHa. Helburuak lortzeko aliantzak	431
Glosarioa	435

LIBURUAK

Aurkibidea

Sarrera	13
Kolaboratzaileen zerrenda	17

IV. BLOKEA: GRABATUTAKO MUSIKA

1. Grabatutako musikaren industriaren historia, egitura eta merkatua

(Gaizka Insunza)	23
1. Disko-industriaren hastapenak	23
2. Irratitik diskora, swingetik rock-and-rollera	25
Rock-and-rollera	25
3. Industria fonografikoaren urrezko urteak	27
4. Konglomeratuen aroa	29
5. Aro digitala	31
6. Grabatutako musikaren industriaren egitura	33
Diskoetxeen tipologia	35
7. Grabatutako musikaren industriaren merkatua	36
8. Laburpena eta ondorioak	38

2. Nor da nor grabatutako musikaren industrian

(Rafa Puerta)	41
1. Ohar orokorrak	41
2. Artista. Interpretzea edo exekutatzailea	43
3. Entsegu-lokalak	43
4. Musika-tresnen fabrikak eta dendak. <i>Luthierrak</i>	44
5. Diskoetxeak	45
6. Grabazio-estudioak	50
7. Ekoizpena	50
8. Soinu-, grabaketa- eta nahasketa-ingeniaritza	51
9. Masterizazio-ingeniaritza	51
10. Managerraren lana eta artista bakoitzaren taldea	52
11. Disko-fabrikak	52
12. Musika-banaketa	53
Banaketa fisikoa (handizkakoa eta txikizkakoa)	53
Banaketa digitala	53
13. <i>Streaming</i> -plataformak	55
14. Marketin-agentziak eta marketin digitalekoak	56
15. Hedabide-agentziak edo harreman publikokoak	57
16. <i>Music curator</i> (musika-kuradorea)	57
17. Irrati-pluggerrak	58

18. Sare sozialak	58
19. Hedabideak	58
20. Publikoa. Grabatutako musikaren azken bezeroak	59
21. Eskubideen kudeaketa kolektiborako erakundeak	60

3. Grabatutako musikaren arau-esparrua

(Belén Álvarez y Jaime Leguina [Gabeiras & Asociados])	63
1. Fonograma eta haren ekoizpenean eta ustiapenean parte hartzen duten musika-industriako eragileak	63
2. Ekoizpenerako behar diren kontratuak	65
Kontratu diskografikoa	65
Lizentzia diskografikoa	69
Ekoizpen exekutiboko kontratua	70
Ekoizpen artistikoko kontratua	71
Edizio musikaleko kontratua	72
Material grafikoaz edo argazkiez arduratzen den pertsonarekiko edo taldearekiko kontratua	72
Musika-bideoklipa ekoizteko kontratua	73
3. Ustiapen fisikoa	75
Diskoetarako lizentzia, publikoari erabilera pribaturako saltzeko (SGAE)	75
Inprimatutako argitalpenekin banatutako diskoetarako lizentzia (SGAE)	76
Sustapen- eta publizitate-diskoetarako lizentzia (SGAE)	77
Ustiapen fisikoa webguneko salmentaren bidez	77
4. Ustiapen digitala	79
Ustiapen digitaleko modalitateak	79
Banaketa digitaleko kontratua	80
5. Ustiapen fisiko eta digitalerako erregistroak, gordailuak eta kodeak	82
Jabetza Intelektualaren Erregistroa	82
Lege-gordailua	82
Barra-kodea	83
ISRC kodea	83

4. Musika-ekoizpena

(Mario Cobo)	87
1. Musika-ekoizpena. Kontzeptua eta funtzioak	87
Qué es la producción musical	87
Musika-ekoizpenaren zereginak	88
Ekoizleen trebetasunak eta baliabideak	88
2. Musika-ekoizpenaren bilakaera teknologikoa	92
Argizarizko zilindrotik zinta-grabagailura arte	92
Les Paulen 'Lover' (1948) eta zinta magnetikoaren agerpena	92
Grabazio-sistema digitala, <i>samplerra</i> eta sintetizadore digitalak	95
3. Grabazio-estudioa	97
Grabazio-estudioa zer den	97
Grabazio-estudio motak	97
Grabazio-estudioa aukeratzea, ekoizpen-motaren arabera	98
Grabatzeko teknikak eta tresnak	98
4. Musika-ekoizpenaren prozesua	100
Konposizioa	100
Aurre-ekoizpena	101
Moldaketak	101
Grabazioa	101

Nahasketak.....	102
<i>Masteringa</i>	102
Gainerako taldekideekiko harremana.....	102
Kontratu-harremanak.....	102
5. Ondorioak.....	104

5. Grabatutako musikaren banaketa. Kontsumo-ereduak

(<i>Gaizka Insunza</i>).....	107
1. Grabatutako musikaren banaketaren eta harreraren ikuspegi ebolutiboa.....	108
2. Balio-katea fonogramak saltzeko eredu tradizionalan.....	109
3. Banaketa digitalaren paradigma berria.....	112
4. Balio-katea, online-merkatuan.....	114
5. Onlineko negozio-ereduak.....	116
Onlineko negozio-eredu alegala.....	116
Onlineko negozio-eredu legala.....	116
6. <i>Streaminga</i> , musikara iristeko bide nagusia.....	117
7. Musikaren kontsumoa aro digitalean.....	119
Tresna digitalak eta kontsumoan duten eragina.....	124
Aldaketa kualitatiboak kontsumoan.....	127
8. Laburpena eta ondorioak.....	127

V. BLOKEA: MUSIKAREN EDIZIOA

1. Musikaren edizioa

(<i>Josep Gómez Sancho</i>).....	133
1. Edizioaren egitekoa, musikaren balio-katean.....	133
2. Editorearen funtzioak.....	135
3. Kudeaketa kolektiboa.....	137
Kudeaketa kolektiboko erakundeak (CMO).....	139
Kudeaketa-operadore independenteak (OGI).....	139
4. Nazioarteko erakundeak: WIPO, CISAC, ICMP, IMPF.....	140
WIPO (Jabetza Intelektualaren Mundu Erakundea).....	140
CISAC (Egile eta Konpositoreen Elkarleen Nazioarteko Konfederazioa).....	140
BIEM (Bureau International de l'Edition Mécanique).....	140
ICMP (International Confederation of Music Publishers).....	140
IMPF (International Music Publishers Forum).....	141
5. Egiletza/Artista.....	142
6. Egile-eskubideen titulartasuna lanbide batean eta bestean.....	143
Konposizioa/Egiletza.....	143
Egokitzapena, moldaketa edo moldatzaila.....	143
Edizioa.....	143
Koedizioa.....	144
Azpiedizioa.....	144
7. Alderdi teknikoak.....	145
Kontratuak.....	145
Obren erregistroa.....	146
Kontzertuen jakinarazpenak.....	147
<i>Cue-sheets</i> dokumentuak.....	147
Erreklamazioak.....	148
Likidazioak.....	148
8. Argitalpen-gatazkak.....	149

2. Sinkronizazioak

(Belén Álvarez eta Rocío Mena)	153
1. Sinkronizazioa	153
2. Sinkronizazioan parte hartzen duten alderdiak	155
Egileak edo musika-editoreak	155
Fonogramen ekoizpena	155
Kudeaketa-erakundeak eta kudeaketa-operadore independenteak	157
Pertsona erabiltzaileak	158
Musika gainbegiratzea	158
3. Sinkronizazio-lizentzien oinarriko alderdiak	159
Musika-obra edo musika-grabazioaren deskribapena	159
Ikus-entzunezko edo multimedia formatuko obraren deskribapena	159
Lizentziaren ezaugarriak	159
Salneurria	160
Eskubide morala	162
Aitorpenak eta bermeak	163
Kredituetan agertzea	164
Aleak ematea	164
Lizentzia berria eskatzea, kontratuan sartuta ez dauden modalitateak ustiatzeko	164
4. Liburutegiko musika	165
5. Jabari publikoko musika	165
6. Film, telesail eta dokumentaletarako musika	167
Film, telesail edo dokumentaletarako berriaz sortutako musika	167
Aurretik argitaratutako musika	168
7. Telebista-programetarako musika	169
8. Spot iragarkietarako musika	170
9. Bideojokoetarako musika	171
10. Errealitate areagotua eta errealitate birtuala	172

VI. BLOKEA: ZUZENENKO MUSIKA

1. Zuzeneko musikaren historia eta bilakaera

(Javier Mantecón)	179
1. Zuzeneko musikaren hastapenak. Afrika	179
2. Antzinaroa	181
3. Erdi Aroa (Europa, Asia eta Afrika)	184
4. Errenazimentua eta Barrokoa Europan	186
5. Erromantizismoa eta musika eta jai herrikoiak. Banda militarak. Nazionalismoak eta musika-akademien sorrera	188
6. Herriko klubak eta orkestrak, eta goi gizartearen zirkuitua	189
7. Anplifikazioaren asmakuntza	190
8. Lehen jaialdiak	191
9. Musika elektronikoa eta rave fenomenoak	192
10. Zuzeneko musika estandarizatzea. Klubak, aretoak, pabiloiak, jaialdiak	193
11. Zuzeneko musika etxean. Audio- eta bideo-grabazioak, eta <i>streaminga</i>	194
12. Formula berriak, VR eta teknologia	195

2. Nor da nor zuzeneko musikan?

(Patricia Hermida)	197
1. Erabakiak hartzea. Managerra, agenteak eta sustatzaileak	198
Managerra	198
Agentea	203

Sustatzailea	204
2. Zuzenekoaren motorra: lantalde teknikoak.....	207
<i>Road managerra</i>	207
Artistak/musika-zuzendariak/ <i>backlinerrak</i>	207
Zuzenekoetarako lantalde teknikoak	208
Tokiko ekoizpena	209

3. Zuzeneko musikaren arau-esparrua

(<i>Belén Álvarez [Gabeiras & Asociados]</i>)	213
1. Sarrera	213
2. Artista eta sustatzailea: lan- edo merkataritza-harremanak	214
Produktzio edo ikuskizunaren edota joaldiaren konfigurazioa eta kontrol artistikoa. ...	214
Kontrol teknikoak	215
Artistek enpresa-antolaketarik ez izatea	215
Esklusibotasuna	216
Ordainketa-metodoak	216
Ordainketa-data	216
3. Emanaldi-kontratua	218
Kontratuaren objektua	218
Ordainsaria.....	218
Gastuak.....	220
Ordainketa-modua	221
Artista bakoitzaren betebeharrak.....	222
Esklusibotasuna	222
Jabetza industrialeko eskubideak	223
Grabazio- eta emanaldi-eskubideak.....	223
Emanaldia bertan behera uztea	224
Kontratua lagatzea.....	225
4. Zuzeneko musikan ohikoak diren beste kontratu batzuk.....	226
Sarrerak saltzeko baldintza orokorrak.....	226
<i>Ticketing</i> kontratuak	227
Babesletza-kontratua.....	227
Erantzukizun zibileko aseguru-kontratua	228
Hornitzaileekin egindako beste kontratu batzuk.....	228
5. Kontzertuak eta jaialdiak ikuskizun publiko gisa	229
Latinoamerikan kontzertu eta jaialdiak antolatzea: oharra	231

4. Ekitaldi-motak musikaren industrian. Publikoa eta audientzien garapena

(<i>Javier Mantecón, Íñigo Ayala Aizpuru</i>)	235
1. Ekitaldi-motak.....	235
2. Zuzeneko musikako espazioak	237
Kontzertuak	237
Herri-jaia	238
<i>Showcaseak</i> eta sustapen-ekitaldiak.....	238
<i>Clubbinga</i> eta saioak	239
Kalejirak, desfileak eta rondailak.....	240
Zeremoniak	241
Festa pribatuak.....	241
Ekitaldi birtualak.....	242
Jaialdiak.....	243

3. Publikoa, publiko-azterketak eta audientzien garapena	245
Publikoa eta haien berri izateko modua	245
Publikoaren eta marken arteko harremana	248
Gonbidatutako pertsonak eta <i>influencerrak</i>	248
Audientzien garapena	248

5. Planifikatzea, zuzeneko musika ekoizteko

(Borja Dopico, Eva Sarasola, Marc Ventosa, Alex Iturbe, Iñaki Berjón)..... 257

1. Zer den planifikatzea eta zer inplikazio dituen	257
2. Artistak. Hautaketa, negoziazioa eta kontratazioa	259
3. Prozesuaren, gauzatu beharreko zereginen identifikazioaren eta lantaldearen garrantzia	260
Zereginak eta prozesuak	260
Lantaldea	261
Prozesua	266
4. Faseak	269
Aukerak identifikatzea	269
Proiektuaren planteamendua	270
Garapena / aurreko lanak	271
Ekoizpena / muntatzea, ekitaldia egitea eta desmuntatzea	272
Proiektua ixtea	272
5. Planifikazio-prozesua	273
Ekitaldiaren/proiektuaren definizioa	273
Lanaren dokumentazioa / dokumentuen antolaketa	277
Ekitaldiaren definizio xehatua / memoria teknikoa	282
Areto/esparru batean kontzertu bat planifikatzea	283
Estadio batean eginiko ekitaldi baten edo musika-jaialdi baten plangintza	284
6. Aurrekontua	286
Datu-ereduak	286
Aginte-koadroa	289
Kontzeptu aldakorrak eta kontzeptu finkoak	289
<i>Break evena</i>	290
Aurrekontuen bilakaera, V1/V2/V3	290
7. Zuzeneko musikaren logistika	291
Oinarrizko kontzeptuak	291
Ikus-entzuleentzako logistika	291
Musika-ekitaldi baten ekoizpenerako eta logistikarako oinarrizko dokumentazioa	293

6. Zuzeneko musikaren finantziakzioa

(Manuel Ángel López Pérez)..... 297

1. Zuzeneko musikaren finantza-plana	297
Gastuak	298
Diru-sarrerak	299
2. Sarreraren salmenta	301
Zergak	301
Kudeaketa-gastuak	302
<i>Live streaminga</i>	302
3. Zerga-pizgarriak, inbertsioak eta mezenasgoa	303
Zuzeneko musika-ikuskitzunearako zerga-pizgarriak	303
Inbertitzaile fiskalak	304
Mezenasgoa	306
4. Maileguak eta bermeak	307

5. Babesletzak	308
Zergatik da interesgarria markentzat musika-ekitaldiekin lotzea?	309
Zuzeneko musikaren babesletzaren onurak	310
Babesleen abantailak musika-ekitaldien sustatzaileentzat	310
Ikusleen jarrerak musika-ekitaldietan marken presentziarekiko	311
Musika-ekitaldietan markak aktibatzekeko estrategiak	312
Inbertsioaren itzulera (ROI) musika-ekitaldien babesletzetan	313
6. Laguntzak eta diru-laguntzak	314
Onuradunak	314
Diru-laguntzen eta kontratu publikoen arteko aldeak	314
Diru-laguntza motak	315
Diru-laguntzen deialdia eta diru-laguntza ematea	316
Diru-laguntzen onuradunen betebeharrak	316
Kostuen justifikazioa	317
Next Generation funtsak	317
7. Ostalaritza eta diru-sarrera osagarriak	318
Ostalaritzako diru-sarrerak optimizatzea kontzertuetan eta jaialdietan	318
Cashless sistemak	318
Merchandisinga	319

7. Marketina eta komunikazioa zuzeneko musikan

(Ro Sánchez)	323
1. Gogoeta orokorra	323
2. Marketin-estrategiak	324
Marketin analitikoa: hasierako ikerketa. Honi erantzuten dio: Nori saldu?	324
Marketin estrategikoa. Honi erantzuten dio: zer saldu?	324
Marketin operatiboa. Honi erantzuten dio: Nola saldu?	325
Marketin digitaleko tresnak	326
3. Emaitzak neurtzeko teknikak eta metodoak	328
Metrika sozialak	328
Email-marketingaren metrikak	329
Web-metrikak: Google Analytics	330
ROIa	330
Prentsa-clippinga eta clipping-hornitzaileak	331
4. Komunikazio-bide berriak eta sare sozialak	332
Facebook	333
Instagram	333
X	334
Plataformetako beste tresna batzuk	334
5. Planak online eta offline	335
Marketing digitala: iragarkien plataformak eta sustapen-kanalak	335
Publizitatea ohiko kanaletan edo offline	335
6. Kanpaina fisikoak eta kanpaina digitalak	336
Kanpaina fisikoak	336
Kanpaina digitalak plataformetan	337
Kanpainaren iraupena eta aurrekontua	337
Helburua	337
Segmentazioa	337
Kanala eta formatua	338
Glosarioa	345