

Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa
Mestrado em Som e Imagem



**O Impacto da Internet e das Novas Tecnologias na Criação e
Produção Musical Portuguesa**

Design de Som 2013/2014

Céline Alexandra Tavares de Pina Valente

Professor Orientador: Luís Gustavo Martins

Professor Co-Orientador: Vítor Joaquim

Novembro de 2014

Quero dedicar este trabalho à minha família, ao meus amigos, em especial ao Ivo Aguiar Carvalho por toda a motivação e ajuda. Aos meus pais, e à minha irmã que sempre acreditaram em mim.

Agradecimentos

Quero agradecer

Luís Gustavo Martins

Pela supervisão, conhecimento e inspiração ao longo deste ano

Vítor Joaquim

Pelo o seu contributo essencial na pesquisa e investigação teórica

António Costa, Marco Castro, Manuel Palha, John Almeida, Teixeira Mota, Hélio Morais, José Gomes, João Pimenta, Carlos Dias, João Correia, Ben Monteiro, Pedro Sousa, Ianina Khmelik, Luís Jerónimo, Eduardo Lemos, Vasco Espinheira, Gil Costa, Francisco Rebelo, Helena Andrade, João Pires, Pedro Gonçalves, João Rui, Rui Carvalho, Giliano Boucinha, Leo, Alex Klimovitsky, António Mão de Ferro, Guillermo Llera, Jorge Queijo, João Vieira, Shela, Zé Pedro, João Cabrita, Miguel Ribeiro e Alexandre Almeida

Aos músicos pela grande amizade e carinho e pelo enorme contributo que deram à investigação deste trabalho

Resumo

O tema da dissertação pretende estudar o impacto na criação artística das relações na actual era da internet e das tecnologias digitais entre a Produção Musical, a Indústria Discográfica, e os Modelos de Distribuição .

O impacto da Internet e das novas tecnologias digitais aparentam facilitar, numa primeira análise, o processo criativo dos artistas, mas é importante perceber-se de que forma essas tecnologias tornam o processo criativo (em particular o musical) mais autónoma e independente dos players tradicionais da Indústria da Arte. Pretende-se portanto perceber o impacto das mudanças de paradigma a que se assiste na Edição e Distribuição de Música na era da Internet, na forma como os artistas criam e como se adaptam a estas novas realidades.

Nos últimos anos, Portugal tem assistido a uma vaga de nova música que não encontra paralelo em nenhuma outra época da nossa história. A qualidade e a estética, assemelham-se ao que se faz no resto da Europa. De facto, muitas bandas portuguesas apresentam já competências que as colocam ao nível (e por vezes acima) de um sem número de grupos estrangeiros, que anualmente nos visitam para concertos em nome próprio, ou actuações em festivais.

Certo é que, e no que concerne à grande maioria das bandas nacionais surgidas já neste milénio, atingido um determinado patamar (frequentemente a uma cadência acelerada), que poderemos situar temporalmente no momento da edição do segundo disco de originais, a evolução passa a processar-se a um ritmo visivelmente mais lento.

Com a clara evolução das tecnologias e com a sua aplicação ao universo quotidiano da musica, assiste-se a uma profunda alteração nos comportamentos. Começando nos músicos, que se tornam mais autónomos e mais participativos em todas as fases de concepção do seu próprio trabalho

Apesar de toda a autonomia o artista ainda não tem o domínio total dos canais de promoção e distribuição e nesse sentido, mediante as escolhas que assumir, poderá estar a deixar escapar a possibilidade explorar convenientemente todo o potencial do seu produto.

Esta dissertação contribuiu para perceber o estado actual da música portuguesa e como é que o impacto da Internet e das novas tecnologias influenciam esta nova vaga de artistas portugueses bem como, a adaptação dos artistas mais consagrados desta era atual.

Palavras Chave: Internet, Novas Tecnologias, Música Portuguesa, Processo Criativo

Índice de Conteúdos

Lista de Figuras.....	1
Lista de Tabelas.....	4
Glossário.....	5
1 <Introdução	6
1.1 O Valor da Música na Era Digital.....	4
1.2 Apresentação do tema.....	7
1.3 Metodologia utilizada para a Investigação.....	6
1.4 Descrição da estrutura da dissertação.....	6
2 Sentido da Música	7
2.1 A evolução tecnológica da música.....	7
2.2 A música a Internet e as novas tecnologias.....	9
2.3 O boom dos serviços Streaming.....	10
2.4 A actual situação dos novos valores da música portuguesa.....	15
2.5 As novas tecnologias, a Internet, a música e a criatividade.....	18
3 Estudo da problemática	22
3.1 Metodologia.....	22
3.2 Caracterização do universo dos inquiridos.....	22
3.2 Caracterização do universo dos inquiridos.....	22
3.2.1 Formatos e venda de discos.....	24
3.2.2 Número de concertos dados nos últimos 5 anos.....	29
3.2.3 Serviços e redes sociais para a promoção do trabalho.....	31
3.2.4 As novas tecnologias e a Internet no processo total de produção, promoção, distribuição e venda.....	36
3.3 Discussão.....	39
3.3.1 Discos.....	39
3.3.2 Concertos.....	41
3.3.3 A Internet e as novas tecnologias no processo criativo.....	41
4 < Conclusões	43
Bibliografia e outras referências.....	46
APÊNDICE A - Questionário.....	48
APÊNDICE B - Respostas.....	49

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Caracterização da actividade dos inquiridos</i>	23
Figura 2. <i>Anos de actividade exercidos pelo artista</i>	23
Figura 3. <i>Representação dos ganhos mensais</i>	24
Figura 4. <i>Utilização de serviços de promoção/assessoria de imprensa</i>	25
Figura 5. <i>Tipos de utilização de software musical</i>	24
Figura 6. <i>Venda de edições físicas (CD, Vinil)</i>	25
Figura 7. <i>Venda de edições digitais/online</i>	26
Figura 8. <i>Discos vendidos em 2010</i>	26
Figura 9. <i>Discos vendidos em 2011</i>	27
Figura 10. <i>Discos vendidos em 2012</i>	27
Figura 11. <i>Discos Vendidos em 2013</i>	28
Figura 12. <i>Discos vendidos em 2014</i>	28
Figura 13. <i>Concertos dados em 2010</i>	29
Figura 14. <i>Concertos dados em 2011</i>	29
Figura 15. <i>Concertos dados em 2012</i>	30
Figura 16. <i>Concertos dados em 2013</i>	30
Figura 17. <i>Concertos dados em 2014</i>	31
Figura 18. <i>Plataforma online: Youtube</i>	31
Figura 19. <i>Plataforma online: Soundcloud</i>	32
Figura 20. <i>Plataforma online: Facebook</i>	32
Figura 21. <i>Plataforma online: Myspace</i>	32
Figura 22. <i>Plataforma online: Twitter</i>	33
Figura 23. <i>Plataforma online: iTunes</i>	33
Figura 24. <i>Plataforma online: Spotify</i>	33
Figura 25. <i>Plataforma Bandcamp</i>	34
Figura 26. <i>Plataforma online: Meo Music</i>	34
Figura 27. <i>Plataforma online: Tradiio</i>	34
Figura 28. <i>Plataforma online: Last.Fm</i>	35
Figura 29. <i>Plataformas online: Outras</i>	35
Figura 30. <i>As novas tecnologias e Internet na Criação/Composição</i>	36
Figura 31. <i>As novas tecnologias e a Internet na Captação e Gravação</i>	36
Figura 32. <i>As novas tecnologias e a Internet nas Misturas e Processamento</i>	37
Figura 33. <i>As novas tecnologias e a Internet na Masterização</i>	37

Figura 34. *As novas tecnologias e a Internet na Comunicação, Divulgação e Promoção* 38

Figura 35. *As novas tecnologias e a Internet na distribuição e venda* 38

Lista de Tabelas

Glossário

MP3 – Formato de compressão de áudio, que permite ficheiros de pequena dimensão, mas com preservação da qualidade do som.

NOS - é um grupo empresarial criado em Maio de 2014, fruto da fusão das empresas ZON Multimédia e Optimus Comunicações

AFP – Associação Fonográfica Portuguesa

UFH – Banda de rock portuguesa

1 Introdução

Vivemos numa constante imersão sonora.

A música é uma paleta de sons que paira em todo lugar. Nas nossas vidas, nas vidas dos outros, na publicidade, nos filmes, em qualquer momento podemos ouvir música.

Quando as editoras reinavam na Indústria Musical, criaram-se artistas que fizeram ou fazem parte da história mundial. Mistificaram-se os artistas, criou-se um culto à volta dos músicos como que se fossem seres perfeitos. Compravam-se discos e ouviam-se repetidamente. O tempo não urgia, aliás, havia tempo para tudo.

A evolução apressou-nos e com ela, a música tornou-se também mais consumida mas menos fruída.

1.1 O Valor da Música na Era Digital

A revolução da Internet mudou o mundo, nomeadamente o mundo da criação, facilitando a produção de conteúdos por qualquer pessoa.

Nos últimos anos temos assistido a transformações na Indústria da Música. Serviços como o Spotify, Groovershark, Last. Fm, Google Play, iTunes, etc., contribuem para a dinamização da música, em particular nos artistas de menor dimensão. Estes músicos consideram que as plataformas de Streaming¹ podem ajudá-los no reconhecimento do seu trabalho, pois este tipo de serviços são utilizados por um vasto público e reconhecidos mundialmente.

Todavia, alguns artistas, como o caso do David Bowie e Thom Yorke consideram que estas novas ferramentas são uma ilusão para estes novos artistas que se pretendem lançar no mundo da música, pois a sua criação não é devidamente paga por estes serviços. O que é produzido fica ao desfrute do modelo de negócio implementado pelos serviços de streaming de música.

As ferramentas que atualmente estão disponíveis associadas à criação de som e música, permitem aos artistas criarem obras a um baixo custo e com relativa qualidade. Já não é necessário a ida a um grande estúdio musical para produzir um disco, ou estar associado a uma grande editora para a sua distribuição. Esta facilidade de recursos contribui para que a criatividade seja mais emergente que outrora.

A Internet pode gerar visibilidade e popularidade sem necessariamente gerar dinheiro. Segundo Andrew Kee, (Keen, 2008) “Em qualquer profissão, quando não há incentivos nem recompensas monetárias, o trabalho atrofia.” Com tantas músicas disponíveis gratuitamente ou a baixo custo no iTunes a receita de vendas diminuiu, por conseguinte a subsistência dos artistas torna-se mais complicada.

Os avanços tecnológicos trouxeram aos artistas uma infinidade de recursos para se exprimirem, mas tornar-se-á mais complicado para quem realmente quer viver do que cria,

¹ Streaming: é uma tecnologia que envia informações através de pacote de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a Internet. Um dos exemplos mais conhecidos é o Youtube, que utiliza esse serviço para transmitir vídeos em tempo real.

pois, no meio de tanta música partilhada diariamente, não é possível absorver com tanta informação, tudo o que gostaríamos de ouvir.

A revolução digital da última década desencadeou oportunidades ilimitadas de nos expressarmos criativamente e revelar talentos que dantes não eram possíveis. Mas sendo esta cultura mais democratizada, significa melhor arte? Para distinguimos uma melhor ou pior arte há que refletir acerca da consolidação, continuidade, sustentação e afirmação da mesma.

Lee Ranaldo fundador dos Sonic Youth afirmou numa entrevista (Igloofilms, 2013) que a música hoje em dia desempenha um papel menos importante na vida das pessoas. Qualquer um pode ouvir música pelo Youtube, ou Streaming sem haver a necessidade de se adquirir discos, tornado assim tudo mais efêmero, conferindo novos valores à música.

1.2 Apresentação do tema de investigação e do projeto final que lhe diz respeito

No âmbito desta dissertação pretende-se estudar o impacto na criação artística das relações na actual era da internet e das tecnologias digitais entre a Produção Musical, a Indústria Discográfica, e os Modelos de Distribuição .

O impacto da Internet e das novas tecnologias digitais aparentam facilitar, numa primeira análise, o processo criativo dos artistas, mas é importante perceber-se de que forma essas tecnologias tornam o processo criativo (em particular o musical) mais autónoma e independente dos players tradicionais da Indústria da Arte. Pretende-se portanto perceber o impacto das mudanças de paradigma a que se assiste na Edição e Distribuição de Música na era da Internet, na forma como os artistas criam e como se adaptam a estas novas realidades. Focando em especial a realidade da música portuguesa abrangendo diversos espectros musicais e diferentes gerações de artistas.

A estrutura da dissertação vai assentar nos seguintes objetivos:

- Compreender de que forma a evolução dos sistemas de reprodução e difusão musical implicaram nos modelos de consumo e fruição da música em Portugal.
- Conhecer quais são os meios que singram atualmente: analógico ou digital;
- Entender de que forma a indústria musical evoluiu com a internet;
- Compreender de que forma é que a tecnologia digital tornou a produção musical mais autónoma;
- Identificar novos projetos singraram com a evolução da tecnologia digital;

Compreender as relações na atual era da internet e das tecnologias digitais entre a Produção Musical, a Indústria Discográfica, e os Modelos de Distribuição

1.3 Metodologia utilizada para a Investigação

Para a investigação foi realizado um questionário aos músicos portugueses desde os mais consagrados aos que pertencem à nova vaga da música portuguesa. A proximidade da autora com os artistas portugueses advém do facto de conhecer bem a realidade da música portuguesa, pois esta encontra-se talvez como uma das pessoas mais conhecedoras do meio da música portuguesa actual, conhecendo os músicos mais relevantes da nova cena aos nomes mais importantes e que fazem parte da história da nossa música, através do seu site de música a Imagem do Som.² É frequentadora assídua de concertos, este último ano esteve em 10 festivais de Verão e têm acesso exclusivo ao backstage e contacto pessoal com os artistas. Num período de 2 anos já realizou mais de 300 entrevistas, contando nomes como Xutos & Pontapés, GNR, UHF, Dead Combo, entre muitos outros. De referir que está mantém contactos com toda a indústria, desde artistas, agentes, managers, promotores, etc., sendo reconhecida e conhecida por todos eles. No âmbito da música internacional também já entrevistou artistas como os MGMT, dEUS, Anna Calvi, Thirty Seconds to Mars e nomes emergentes da cena actual.

1.4 Descrição da estrutura da dissertação

O primeiro capítulo desta dissertação introduz o tópico, descreve e contextualiza a investigação do projeto entre a Internet e as novas tecnologias na criação e produção musical portuguesa.

O capítulo dois contextualiza as correntes histórico-tecnológicas, teóricas e artísticas em que se insere o tema da dissertação. Desde a evolução tecnológica da música, à relação da música com a Internet e as novas tecnologias, o boom dos serviços streaming e a atual situação da música portuguesa.

O capítulo três descreve a abordagem metodológica que foi feita através de um inquérito a 36 músicos portugueses, dos quais foram questionados acerca da sua atividade profissional, a venda de discos, o número de concertos dados e a sua relação com a Internet e as novas tecnologias no seu processo criativo, através de recolha e análise de dados dos inquiridos.

O capítulo quatro conclui a dissertação em como é que o impacto da Internet e das novas tecnologias influencia a criação e produção musical portuguesa através da investigação que foi realizada para este trabalho.

² Imagem do Som: www.imagemdosom.pt

2 O Sentido da Música

“Porque a música é uma arte maravilhosa onde até os profissionais mais endurecidos encontram, em qualquer idade, novas emoções, motivos de admiração e razões para aprender.” – (Candé, 1997, p.10)

Desde Platão, o belo é um dos atributos da perfeição divina, a qual é, necessariamente, única e universal. Assim a música passa ser desejável, permitindo diversas manifestações artísticas, que nos conduz a uma só essência, o prazer de alimentar a audição.

A música é então a mais subjetiva das artes, devendo ser julgada somente pelo ouvido humano; mas hoje em dia, a música também é comestível, podendo ser um aperitivo para uma marca.

A música não é apenas uma linguagem, é provida de pensamentos e substância, capta a nossa atenção e eventualmente a nossa admiração.

Intimamente ligada ao seu criador, a música revela a personalidade do mesmo e também dos seus ouvintes - será que podemos dizer: diz-me o que ouves que eu dir-te-ei quem és?

A sensação musical é muitas vezes indiscernível, inconscientemente provoca-nos sensações que nós mesmos não conseguimos compreender. Talvez seja esta a razão que a torna tão popular, pois não é necessário um estudo prévio para a compreender, basta senti-la.

Esta emoção aliada às novas tecnologias e com a aquisição de alguns conhecimentos técnicos, proporcionou aos novos criadores que se dessem a descobrir. Com pretensões, ou não, de viver às custas da sua arte, nada os impede de serem conhecidos.

Por todos os lados, a toda hora, a música rodeia-nos. Seja em que molde for, ela adapta-se a qualquer circunstância. Nesta dissertação, será abordada a sua evolução perante a internet e novas tecnologias.

2.1 A Evolução Tecnológica na Música

Neste capítulo será apresentada uma “timeline” de acontecimentos do passado e do presente que posicionaram a música face ao mercado e novas tendências relativamente às exigências dos artistas e consumidores e da própria indústria.

Em 1877 Thomas Edison desenvolve o Fonógrafo, um invento capaz de reproduzir som gravado.

O Fonógrafo era constituído por um cilindro giratório em torno do seu eixo, este cilindro era acionado manualmente por uma manivela de progressão axial por sistema de parafuso.

O passo seguinte foi dado por Emile Berliner que inventou o Gramophone em 1888, um aparelho ainda mais sofisticado que o Fonógrafo. Nestes primeiros tempos as gravações eram demoradas, pois cada disco/cilindro era gravado individualmente. Com o Gramofone de Berliner, o disco original servia para fazer os outros.

Em 1934, a BASF produzia a primeira fita de gravação, este invento foi fundamental na gravação sonora, pois, a partir desse momento as estações de rádio já podiam gravar e editar os seus programas.

Nos inícios do século XX com a invenção da amplificação e da radiofonia, surge a rádio, onde as pessoas podiam ouvir música a qualquer momento.

Na década de 1950 o Long Playing ou simplesmente LP veio revolucionar a forma como a música era ouvida. Um disco que permitia o conceito de audição musical as vezes que se desejasse. O LP também conhecido como Vinil, transformou-se num produto comercializável, dirigindo-se a uma classe de consumidores que assim estabeleceu as bases do mercado discográfico e do negócio que o rodeia.

A gravação profissional avança e nos anos 60, a empresa Philips, introduziu no mercado a cassete, uma pequena caixa que continha carretos e fita magnética. Esta inovação permitiu a gravação doméstica.

Com a cassete também emergiu o conceito de música portátil, com os Walkmans da Sony, o papel da música passou a ser deambulatório e a ser ouvido em qualquer lugar desejado.

Na década de 70, assiste-se ao aparecimento da gravação digital. Nos finais da mesma, a Sony e a Philips aliam-se para desenvolver um disco digital de apenas 11,5 cm de diâmetro e com a duração de uma hora de um lado só. Em 1983, iniciou-se a venda deste suporte digital, com o nome de Compact Disc, mais conhecido por CD, sendo comercializados com o slogan: “som perfeito para sempre”.

A televisão também veio alterar o panorama musical, em especial com o canal MTV, lançado em 1981, o propósito do canal era a exibição de videoclipes.

A televisão destacou-se como um meio comunicativo que abrange e move massas, trazendo à indústria musical um meio de promoção dos artistas.

A tecnologia continua a evoluir e surge nos mercados o computador pessoal (PC). Com o computador, com o MP3³ e com a Internet, dá-se o início da revolução digital.

Com o MP3 foi possível a compressão áudio, facilitando a cópia de um ficheiro de música. Através da Internet, a partilha de ficheiros começou com o Napster⁴.

Um novo paradigma assola toda a indústria musical, a pirataria, a facilidade de obter música sem ter que se pagar pela mesma, começando a partir daqui, a falência da indústria discográfica.

Atualmente com os serviços de Streaming como o Spotify, o Youtube, iTunes, rádios online, já não existe a necessidade de piratear música, mas assiste-se a um novo modelo de negócio ao qual o artista/indústria tem vindo a adaptar-se.

Com computadores, para a criação sonora e musical, os sintetizadores, que foram ficando cada vez mais baratos, os equipamentos de gravação digital, os computadores e as ferramentas

³Formato de compressão de áudio, que permite ficheiros de pequena dimensão, mas com preservação da qualidade do som.

⁴ Napster, criado por Shawn Fanning, foi o programa de partilha de ficheiros em rede P2P. Partilhando, principalmente, ficheiros de música no formato MP3, o Napster permitia que os utilizadores fizessem o *download* de um determinado ficheiro directamente do computador de um ou mais utilizadores.

DAW, os sintetizadores virtuais – plugins, etc, permitiram a criação e explosão dos “home studios”.

2.2 A música, a Internet e as novas tecnologias

No passado, ainda antes do século XX a música era uma experiência meramente social. Não se podia leva-la para casa, copia-la ou vende-la. A música estava vinculada a um contexto social que servia para fins sociais como cerimónias, entretenimento, música de igreja, etc. Desfrutava-se no momento, mas depois passava a ser uma simples memória.

No século XX tudo mudou, com o avanço da tecnologia, a música passou a ser gravada e reproduzida e conseqüentemente, comercializada e consumida.

Todo um império se edificou. Surgiram bandas de culto, artistas que ficaram na história da humanidade e um modelo de negócio regido pelas grandes editoras discográficas que singrou.

Com o aparecimento da Internet e posteriormente do Napster (plataforma de partilha ilegal de conteúdos) nos inícios dos anos 2000 tudo se alterou. A partir desse momento, todos os conteúdos criados eram passíveis de serem partilhados pelos utilizadores que usavam essa plataforma. A música e outro qualquer conteúdo passou a ser um objeto a que qualquer um poderia ter acesso sem ter que pagar por ele.

O Napster e o MP3 estão associados à revolução da música digital; este formato, permitiu à distância de um clique, após um download, ouvir música num computador ou num leitor de mp3 sem a necessidade de um modelo físico. Conseqüentemente, a venda de discos diminuiu, levando a crise à Indústria Discográfica.

Com a evolução da tecnologia, do hardware e software, os criadores tornaram-se mais independentes. É possível criar através de um computador e um software, que até pode ser obtido ilegalmente; no final, o produto será semelhante ao que é produzido num grande estúdio de música.

O que há 20 anos atrás demoraria meses ou anos a ser concebido, atualmente pode-se fazer em dias, o que possibilita a constante renovação de conteúdo.

Com o surgimento do Youtube e plataformas de streaming, a música assiste a um conceito “Ready To Made”, é fácil de criar e de distribuir. As ferramentas disponíveis, facultam a criação, todavia, não são estas comodidades que alimentam o intelecto

Para Andrew Keen, a inspiração para o seu livro “O Culto do Amadorismo” advém da teoria evolucionista “teorema do macaco infinito” do biólogo T.H. Huxley do século XIX, segundo a qual, se dermos máquinas de escrever infinitas a macacos infinitos, algum macaco, em qualquer lugar, um dia acabará por criar uma obra prima.

Ou seja, metaforicamente, os macacos somos nós, que temos ao nosso dispor uma disponibilidade de tecnologia que nos permite ser independentes, mas o lado intelectual será sempre o que nos irá distinguir.

A música reinventou-se. Já não se fruem álbuns, mas sim singles. Não há tempo para consumir e ouvir música como há 20 anos atrás, em que se ouviam os discos repetidamente, pois, um próximo trabalho demoraria algum tempo para sair.

Já não se produzem bandas de culto e o significado de fã tornou-se diferente de outrora. Agora existem os fãs das redes sociais que não compram obrigatoriamente discos ou merchandising, mas são fãs, porque fizeram like na página do artista, ou seguem-no no twitter.

Assiste-se a uma produção musical quase frenética em que diariamente somos catapultados para a distribuição quase infinita de música. Todos os dias são um conceito de degustação musical.

A forma como se encara a música tem-se vindo a alterar ao longo dos tempos. Agora é possível assistir-se a um concerto via online, pelo Youtube ou canais Streaming. A tecnologia permite-nos aceder a concertos em qualquer parte de mundo, o que de outra maneira estaríamos impedidos de fazer.

Nos últimos anos o número de festivais em Portugal tem vindo a aumentar, bem como os seus espectadores, sejam eles portugueses ou estrangeiros. Aqui apercebemo-nos de outra realidade da música, não tão ligada à internet, ou à evolução da tecnologia, mas de uma outra forma de a encarar. Relacionado também com a crise, vários estudos apontam que os consumidores preferem assistir a vários concertos num só dia, do que ir a vários durante o ano.

2.3 O Boom dos Serviços Streaming

Steve Albini, o conhecido produtor do famoso álbum *In Utero* dos Nirvana, a propósito de um ensaio para a revista literária, *The Baffer*, titulado “The Problem with Music, descreveu como é que a indústria discográfica obtêm os lucros da obra do músico, sendo que o mesmo que a produz e a concebe, não recebe na mesma proporção.(McDuling, 2014)

Ele deu um exemplo de uma banda com relativo sucesso e com qualidade, que assinou por uma label independente de média dimensão. Venderam 250 000 cópias de um álbum – considerando-se ser um sucesso de vendas. A indústria discográfica teve um lucro de mais de 3 milhões de dólares e os elementos das bandas, ganharam cada, apenas o correspondente a 1/3 dessas vendas.

Ao longo destas duas últimas décadas a forma de consumir música mudou irrevogavelmente. O Naspter e os diferentes serviços de partilha de ficheiros proporcionaram a uma geração de aspirantes de compradores de CD a possibilidade de ouvir a sua música favorita de forma gratuita. Não muito tempo depois, o iTunes da Apples, tornou tudo mais atraente, criando a opção de compra de canções individuais, em vez de álbuns completos.

A adaptação a esta realidade tem sido dolorosa, e nem todos a têm abraçado (p. ex. Jon Bon Jovi, culpa Steve Jobs pela morte do negócio da música). Mas, a visão de Albini, vai muito para além disso; considera que o que existe agora, é muito melhor do que existia antes.

Mas nem todos estão de acordo com tal teoria, Segundo David Byrne, fundador e frontman dos Talking Heads, a Internet vai “sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Um sentimento que é partilhado por vários na indústria musical, que acham que a sua situação económica ainda se encontra pior.

Para Albini, a melhor coisa que aconteceu na sua vida de músico, depois do punk rock, foi a possibilidade de partilhar música, globalmente e de forma gratuita.

A Indústria musical que costumava ter o controlo completo, é agora, essencialmente irrelevante. O processo de uma banda de se expor ao mundo, é extremamente democrático e sem barreiras. A música deixa de ser uma mercadoria, os consumidores têm uma escolha variada e entregam-se aos seus gostos. As pessoas só tem que se preocupar com a música que gostam.

Na era da música física em formato de CD eram os empresários e os críticos musicais que ditavam as tendências – uma banda precisava de convencer uma label para assinar um contracto e muitas vezes, aliciar os críticos a gostarem dela para ter uma possibilidade realista de sucesso. Hoje em dia, este processo é muito mais democrático. As pessoas podem criar a sua própria música em casa e atingir o seu público através do Youtube, Bandcamp, Spotify, entre outros serviços na Internet. Pode-se atingir literalmente uma audiência mundial para a sua música sem se estar associado a uma grande label.

Outra mudança sísmica provocada pela Internet no consumo da música, reside no facto os serviços streaming como o Spotify (avaliada nos US em \$ 4 bilhões), tornando-se cada vez mais popular, e possivelmente, responsável por novas quedas nas vendas de música.

Não foram apenas as grandes companhias de discos que perderam lucros com a orientação da indústria da música para a Internet. Um ecossistema inteiro, que apoia músicos, tal como pequenos estúdios de gravação e lojas de discos estão a sofrer com toda esta demanda online.

No entanto, no meio deste colapso do antigo modelo de negócio da música que se reflete obrigatoriamente numa transformação significativa nos rendimentos dos músicos, as performances ao vivo, tornaram-se provavelmente a principal fonte de rendimento e de sucesso dos artistas.

Albini, concluí que as coisas que aconteceram por causa da Internet, têm sido muito boas para as bandas e público, mas muito mau para as empresas que não fazem parte dessa networking. (McDuling, 2014)

Para David Byrne o boom do streaming digital pode gerar rendimentos para as labels e conteúdos gratuitos para os consumidores, mas os artistas que partilham o seu conteúdo por essa via, pouco ou nada obtêm em termos monetários.

Há algum tempo atrás, Thom Yorke foi notícia por retirar todos os seus conteúdos do Spotify. Uma série de outros artistas, como os The Black Keys, Aimee Mann, Metallica, Bob Dylan entre outros, queixaram-se publicamente sobre os serviços de streaming de música, devido ao fato de estes gerarem grandes receitas, mas para os músicos apenas sobrar uma ínfima parte. O que há nestes serviços que fazem os músicos reclamar e gerar polémica?

Existe uma variedade de serviços de streaming online: a Pandora é como uma estação de rádio que toca as músicas que nós gostamos, mas não aceita pedidos; o Youtube disponibiliza as músicas individualmente em que pessoas, empresas, bandas tenham feito upload, e o Spotify, é uma biblioteca de música que toca o que quisermos, sempre que quisermos. Alguns destes

serviços só funcionam se estivermos online, mas alguns como o Spotify, permite o download das suas músicas da lista de reprodução e podemos ouvi-las em qualquer lugar. Para muitos ouvintes de música, a escolha é óbvia – para quem comprar um CD ou pagar por um download, quando se pode ouvir os álbuns e os nossos artistas favoritos em streaming?

Mas, surpreendentemente, o streaming parece ser o futuro do consumo de música. O Spotify é a segunda maior fonte de receitas de música digital na Europa, de acordo com a Federação Internacional da Indústria Fonográfica. (Byrne, David Byrne: 'The internet will suck all creative content out of the world', 2013). Existem outros serviços de stream na Web, como o Deezer, o Google Play, Apple, etc. – mas talvez, só um é que irá singrar no final. Não existem dois Facebooks, nem dois Amazons. Dominar e monopolizar são as palavras de ordem no mundo do mercado da Internet.

Os valores pagos por estes serviços, são mínimos – o seu propósito é que muita gente utilize este serviço. Por exemplo, a música “Get Lucky” dos Daft Punk que foi um hit no Verão passado, alcançou 104.760.000 de streams, o que deu em média, 13000 dólares a cada um. Não é mau, mas tendo em conta o tempo e o dinheiro gasto a desenvolver um álbum, isto não vai pagar as contas quando a música é principal fonte de rendimento. (Byrne, David Byrne: 'The internet will suck all creative content out of the world', 2013) As bandas que não têm tanto sucesso e nem fazem hits de Verão, com certeza que não terão melhor sorte.

Se no futuro alguns artistas tiverem que depender quase exclusivamente dos rendimentos destes serviços, a sua situação económica será complicada. Alguns, têm outras formas de receita, tais como concertos ao vivo, para um número considerável de pessoas, porque em algum momento no passado, uma label acreditou nesses artistas e os ajudou a alcançar o sucesso. Mas os novos artistas, não tem essa vantagem, alguns não chegam ao ponto de ganhar a vida com concertos ao vivo.

Alguns artistas e músicos independentes, olham para o Spotify de uma forma bastante positiva – como uma maneira de promover a sua música lá fora, onde as pessoas a podem ouvir livremente.

Para alguns artistas o Spotify deveria ser visto apenas como uma montra musical, como um serviço de descoberta, invés de uma fonte de rendimento.

É compreensível que as pessoas se sintam deslumbradas com este tipo de serviços, pois o que é dito, e lido acerca destes, é visto com grande utilidade e é difícil de refutar a sua eficiência, sendo argumentos que facilmente nos deixam seduzidos.

Patrick Carney do Black Keys, disse em 2011, que para bandas desconhecidas ou de menor dimensão, que é algo muito bom, mas que para uma banda que ganha a vida a fazer música, os *royalties* provenientes dos streamings não são viáveis. A questão central é a sustentabilidade; como é que os artistas podem sobreviver a longo prazo após o surto inicial de interesse?

Serão estes serviços maus? Ou apenas uma versão legalizada de sites de partilha de ficheiros como o Napster ou o Pirate Bay – com a diferença de que, com os serviços streaming as grandes labels podem lucrar com isso.

Não se sabe ao certo qual a percentagem de negócio que figura entre as labels e o Spotify, mas sabe-se que está avaliado em cerca de 3 biliões de dólares (US). Haverá, provavelmente, muita gente envolvida a ganhar muito dinheiro, e para os músicos, resta apenas uma percentagem menor de lucro.

Todos se sentem felizes: as grandes labels, o consumidor, os fundadores destes serviços, exceto aqueles criam o conteúdo para este negócio.

Existe uma solução justa? Historicamente, os músicos que não estavam entre as estrelas da música, nunca foram bem pagos – a maioria dos artistas nunca vai ganhar a vida a fazer exclusivamente aquilo que realmente gosta.

O que está em jogo, não é a sobrevivência das grandes estrelas da música, mas sim dos artistas emergentes, que de uma forma ou de outra terão que encontrar outro trabalho, ou mudar algo para fazer mais dinheiro. Muitos fãs (inclusive eu) disse que a “música salvou a minha vida”, então tem que haver algum incentivo para manter esses salva-vidas disponíveis para as gerações futuras, refere Byrne.

Muitos são os factos que referem para a morte da indústria da música, o antigo modelo, não funciona mais. Mesmo em artistas com milhões de seguidores no Facebook e Youtube, não são salvos das enormes quedas de vendas de discos.

A indústria da música é como outro negócio qualquer, baseia-se em dinheiro. Ao longo das últimas duas décadas, a música tem sofrido várias quedas devido aos torrents, Napster, iTunes e agora com os serviços streaming, o que reduz nível de vendas.

Como a música se torna cada vez mais enraizada no mundo digital, o consumidor tem uma enorme importância, dominando o mercado mais emergente e promissor da música.

Já alguns anos que as vendas de álbuns têm vindo a diminuir e o crescimento dos singles e dos serviços streaming aceleram a tendência. Com uma economia transferida para o meio digital, uma nova geração de artistas prospera e novas medidas de sucesso têm surgido, o que, no entanto, não se revela na compra de música.

As marcas também estão atentas à evolução do mercado da música. O que as marcas entendem é que a música é uma parte importante da nossa identidade, o que ouvimos pode ser tão importante como a forma como nos vestimos ou que grupo social que pertencemos.

Ir a festivais/concertos é uma forma de expressarmos a nossa identidade. As marcas facilmente podem identificar-se com um DJ como o Skrillex, pois os seus fãs são muito dedicados, e facilmente captam a atenção do consumidor. A marca passará a fazer parte do estilo de vida dos fãs.

As marcas e a indústria da música andam de mãos dadas, afim de promover uma nova geração de artistas que consigam captar, reter e rentabilizar a atenção para a marca, em vez da venda de álbuns.

Para se fazer música hoje em dia, não é necessário muito equipamento, apenas um computador e um software que permita gravar, como por exemplo o Logic Pro da Apple, que tem um custo acessível que permite criar uma estação de trabalho de áudio digital para produzir música. Já incluem instrumentos virtuais como piano, sintetizadores, bateria, etc., bem como todas as ferramentas necessárias para editar e produzir áudio. O resultado final é que os artistas podem criar música de forma mais rápida, mais eficiente e barata do que em qualquer outro momento da história.

Gotye criou a canção “Somebody That I Used to Know” em casa dos seus pais em Melbourne, Austrália. Alcançou o top 10 em mais de 30 países por todo o mundo. Até ao final de 2012, tornou-se o tema mais vendido do ano, com 11,8 milhões de cópias vendidas, classificando-se entre os singles digitais mais vendidos de todos os tempos.

A maioria dos artistas está familiarizada com esta tecnologia. Basta fazer uma busca no Youtube “How to use Logic Pro”, que aparecem milhares de tutoriais. A tecnologia é barata e os recursos de aprendizagem são gratuitos. Em suma, os artistas podem criar um grande êxito, sem nunca ter colocado os pés num estúdio.

A tecnologia permite a facilidade na produção para jovens artistas emergentes bem como, uma maneira de alcançar os fãs por todo o mundo,

Claro que existem histórias clássicas de sucesso, como Lana Del Rey, One Direction, Justin Bieber, mas abaixo do Youtube encontra-se uma nova geração de descobridores de música online.

Plataformas como o Soundcloud, tem mais de 250 milhões de utilizadores ativos por mês, é muito comum descobrir-se música nova neste tipo de serviço digital. Aliás, quando os artistas produzem músicas novas, lançam-na em primeira mão em plataformas digitais.

Nunca se assistiu a tanta música a ser criada e lançada ao mesmo tempo, permitindo uma fácil descoberta de novos artistas.

Existe cada vez menos o intermediário entre o artista e a indústria da música. É claro que grandes estrelas como a Katy Perry, Beyoncé e afins ainda dominam as vendas, mas este novo modelo de negócio começa a minar o existente.

Existem equipas que apoiam as grandes estrelas da pop a nível de composição e produção que as permite manterem-se no topo. Mas agora, os artistas emergentes, estão a quebrar essa barreira. Serviços como **FindMySong** permitem conectar músicos independentes para que possam formar as suas próprias composições e produções. O modelo deste serviço tira o proveito do facto de existirem milhares de músicos independentes que querem atingir o seu lugar ao sol, sem as grandes labels.

Com uma tecnologia barata e uma maneira eficaz de distribuir música, os artistas independentes podem juntar-se online para rivalizar com as grandes labels.

A música está diretamente conectada com o artista e o consumidor sem intermediários, onde quer que se esteja, pode-se ter a capacidade de liderar a indústria.

Quando em 2006, Bob Ostertag⁵ decide disponibilizar a sua música de forma gratuita, não pensou que sete anos depois, o processo fosse tão complicado. Sobre a tutela da Creative Commons “Attribution-Non Commercial 2.5 License”, que permite qualquer pessoa realizar o download, copiar, remixar, e por ai adiante. Só não pode vender ou lucrar com isso.

Não é surpresa nenhuma que a indústria discográfica não funciona para a maioria dos músicos. O que é surpreendente é a forma como muitos músicos parecem ou não sabem disso ou tê-lo-ão esquecido, refere Ostertag.

Toda a estrutura da indústria é colocar os seus interesses em primeiro lugar, o músico em segundo lugar. Mas nem para todos os artistas isso representa a verdade. Estrelas como Lady

⁵ Compositor, performer, historiador, criador de instrumentos, jornalista e ativista, já publicou 21 álbuns, dois DVDs e três livros. Os seus artigos acerca da política contemporânea já foram publicados em todos os continentes e em diversas línguas. Os seus instrumentos eletrónicos concebidos com design próprio, estão na vanguarda tecnológica na música e no vídeo performativo. Já atuou em festivais de música, vídeo e multimédia por todo o mundo.

Gaga, não se podem queixar, a estrutura é tão bem montada, que estes artistas tornam-se verdadeiros campeões de bilheteiras de vendas de espetáculos, discos, merchandising, etc.

Não é preciso ser exímio na voz. Uma das ferramentas que tornou possível alterar a voz de um cantor para que este aparentasse a perfeição foi o auto tunes. Com este tipo de tecnologia que modela os sons, que transforma a nossa voz e até nos “faz soar melhor”, não se considera muito o aspecto criativo. É possível que qualquer um possa cantar, desde que a sua imagem seja apelativa em termos comerciais; assim, provavelmente, não se fala de música, mas sim de um produto formatado para que seja rentável.

2.4 A actual situação dos novos valores da música portuguesa

Nos últimos 5 anos, Portugal tem assistido a uma vaga de nova música que não encontra paralelo em nenhuma outra época da nossa história. A qualidade e a estética, assemelham-se ao que se faz no resto da Europa, designadamente na Grã Bretanha, por definição, capital europeia da música popular moderna. De facto, muitas bandas portuguesas apresentam já competências que as colocam ao nível (e por vezes acima) de um sem número de grupos estrangeiros, que anualmente nos visitam para concertos em nome próprio, ou atuações em festivais.

Certo é que, e no que concerne à grande maioria das bandas nacionais surgidas já neste milénio, atingido um determinado patamar (frequentemente a uma cadência acelerada), que poderemos situar temporalmente no momento da edição do segundo disco de originais, a evolução passa a processar-se a um ritmo visivelmente mais lento.

Ao invés do que sucede noutros países europeus, aos novos artistas nacionais falta uma gestão de carreira, devidamente estruturada, conduzida por profissionais, que lhes permita uma total concentração naquilo que à produção criativa diz respeito, libertando-os de tarefas para as quais raramente estão vocacionados.

Atingir essa etapa, em que o artista põe de lado todas as funções que até aí também desempenhava, pessoalmente, ou através de terceiros, frequentemente meros “curiosos da indústria musical”, é uma empreitada de monta, tão só alcançável por uma minoria.

Atente-se em exemplos de bandas como os Linda Martini, Paus, Best Youth, We Trust, Capicua, Capitão Fausto, entre algumas outras, que se lançaram de forma independente. Hoje, além de reconhecidas por um público mais abrangente, são representadas por labels de maior dimensão.

Até ao momento da viragem, todo seu processo criativo destes grupos, foi desenvolvido em estúdios menores ou mesmo estúdios caseiros, com ajuda de amigos, mais ou menos conhecedores da matéria, e sem qualquer tipo de apoios.

Os Linda Martini, que já são considerados uma banda de culto, dentro do rock com alguns EP's e 3 álbuns de estúdio. No ano em que a banda comemorou 10 anos, editou o seu terceiro longa duração o – *Turbo Lento* (2013) -, pela Universal Music Portugal, o disco entrou diretamente para número 2 da tabela de discos mais vendidos da AFP e chegou a número 1 no iTunes e no Spotify, em Portugal. Note-se que o anterior a este *Casa Ocupada* (2012), foi edição de autor, considerados como um dos melhores discos do ano.

Aquando o lançamento deste último álbum, os fãs e o media, não deixaram de se questionar se o facto de serem editados por uma major, não iria influenciar no seu processo criativo. Em Outubro de 2013, em entrevista à banda pelo lançamento deste disco à qual questionei se o facto de serem editados pela Universal iria afetar de algum modo o seu processo/liberdade criativa, a banda responde entre o minuto 2'12 e 2'56: “não houve cedências de partes algumas e sempre fizemos a música que sempre quisemos fazer e a Universal não acompanhou sequer a composição do disco.”(Martini, 2013)

Um dos casos mais evidentes de sucesso, são os Sensible Soccers. Os inícios da banda remontam a 2010, com as primeiras demos e a estreia nos palcos e em disco faz-se em 2011 com um EP homónimo e muitos concertos, com passagens por alguns palcos de destaque ao longo dos últimos dois anos (Vodafone Paredes de Coura, Primavera Club, Novos Talentos Fnac, Milhões de Festa, entre muitos outros). Lançaram este último ano o seu álbum de estreia “8” gravado num home studio. Por aqui vemos a facilidade que as novas tecnologias proporcionam; o DIY está muito patente em bandas que estão no início das suas carreiras. Embora seja considerada um banda nicho e o público em geral não a conhecer, pois a sua música não se enquadra no formato radiofónico, assiste-se um fenómeno curioso, que são as pequenas massas, que são conhecedoras e bem entendidas no aspeto musical, mas que não são as mais endinheiradas. Assim, vão-se formando algumas pequenas bandas de culto, que tocam em grandes festivais portugueses, que vão fazendo pequenas tours em Portugal, muitas das vezes com entrada à bilheteira. A estas bandas é muito difícil subsistirem apenas com o seu esforço criativo, embora que, por conhecimento próprio, esta banda tenta subsistir pelos concertos que têm vindo a dar. O seu disco de estreia foi realizado por uma editora independente a PAD⁶, e desta forma os artistas reúnem esforços para que a sua música vá mais além.

Muitas bandas criam a sua música e posteriormente contratam alguém que lhes faça a promoção do disco, ou podem ser editados pela NOS DISCOS⁷, uma editora online com direção do Henrique Amaro da Antena 3, que faz apenas promoção dos discos, disponibilizam aos artistas alguns CDS e a sua obra é depois difundida via online e gratuita. Os artistas nesta plataforma têm que estar vinculados durante dois anos. A NOS DISCOS representa uma boa fatia dos novos talentos da música portuguesa, mas também revela a precariedade da música em Portugal. Os artistas não têm meios para a promoção e edição do seu trabalho. Os cachets destes artistas por norma são baixos e muitos tocam gratuitamente em eventos que são promovidos pela própria marca como por exemplo a Nos D'Bandada.

Capicua, uma rapper portuense, em 2012, edita o seu primeiro álbum em nome próprio, com selo NOS DISCOS e consegue atingir novos públicos, surpreender a crítica e ganhar destaque nas mais prestigiadas listas de melhores discos do ano que de forma independente não tinha atingido. Em Março de 2014, o seu segundo LP *Sereia Louca* saiu pela Norte Sul, uma das mais prestigiadas labels em Portugal. Por decisão própria, Capicua decide apostar numa label e num agenciamento, que antes era realizado pela mesma, tendo a noção que o sucesso do seu trabalho dependeria destes dois fatores: label e agenciamento até desde então, nunca a tínhamos visto a tocar em grandes festivais portugueses, como este ano e com tanto público a

⁶ A PAD é uma editora e colectivo de Artistas fundado pelos membros da banda peixe : avião em Janeiro de 2011. A missão da PAD é simples: criar uma comunidade de artistas pautada por coerência estética e qualidade, cujas carreiras possam ser potenciadas de forma profissional.

⁷ <http://nosdiscos.pt/>

reconhecer o seu trabalho. Entrei em contacto com a artista para realizar um pedido de entrevista à rapper em 2013 e o mesmo foi feito pessoalmente, hoje em dia Capicua já tem uma pessoa que trata da sua assessoria de imprensa, pois o aspeto criativo ficava assim lesado com tantas variáveis que tinha que tratar para a gestão da sua carreira.

Os Capitão Fausto, uma das promessas actuais do rock português, enveredam uma estética psicadélica que não deixa ninguém indiferente, o seu primeiro disco *Gazela* foi editado por uma pequena label, a Chifre, em 2012. Nesse mesmo ano tiveram lugar em vários destaques na imprensa. Rapidamente conquistaram um público de nicho, e hoje em dia são representados pela Sony e agenciados pela Metronomo, uma das maiores agências que representa artistas como o Legendary Tigerman. O facto curioso desta realidade é que há 20, 30 anos atrás as labels apostavam e financiavam os artistas, hoje em dia, os artistas são mais independentes, mas se quiserem subsistir no mercado têm que aliar esforços com os meios que conhecem bem a indústria musical.

No questionário realizado no âmbito da dissertação aos músicos portugueses, a resposta de Zé Pedro dos Xutos & Pontapés à questão do impacto da Internet e das novas tecnologias no processo criativo sumariza a situação atual: “A tecnologia nunca pode substituir a alma de um artista/compositor. As novas formas tecnológicas de gravação são muito mais simples e ajudam muito até na composição, mas as músicas têm de ter alma e atitude, e isso vem de dentro de quem as faz.”

Uma das bandas de destaque deste Verão, os D’Alva, com uma pop fresca e eletrónica, a produção e gravação foi levada a cabo por um dos elementos o Ben Monteiro, que relativamente ao aspeto criativo aliado com as novas tecnologias refere no mesmo questionário que: Os músicos do século XXI tiveram de se tornar "engineers", e de ganhar aptidões técnicas no que a gravar diz respeito, no início por uma questão de facilidade na composição (garageband) depois por uma questão de ganhar tempo. O ponto de viragem passou a ser quando as maquetas iniciais ou parte das mesmas passaram a fazer parte final nos discos, porque o que foi captado num quarto de hotel algures quando a inspiração veio, foi impossível de capturar com a mesma "magia" em estúdio, e tornou-se conveniente usar grande parte desse material, daí a perceber que tudo pode ser feito logo "em casa" foi um instante. Isto em certa medida rouba o artista de alguma atenção necessária na escrita da canção em certa medida, mas faz com que se ganhe tempo e dinheiro que em estúdio já não compensa. Há alguns anos um disco custava dezenas de milhar em Portugal, e milhões nos EUA, agora com um par de milhar de euros se tem um disco que pode soar tão bem, e cá fora muito mais rápido.”

Gostos e lobbies à parte, de facto, as novas tecnologias permitem esta facilidade de entrar no mercado da música, reconhecimento na crítica musical e a atuação em grandes festivais portugueses.

Este ano, no mesmo mês, em Agosto, foram realizados cinco festivais apenas com música portuguesa – Bons Sons, Sol da Caparica, Fusing Culture Experience, Cervicais Rock e o Rock no Sado. Alguns apostando em estéticas diferentes, o rock, a música tradicional, os novos valores da música portuguesa e bandas consagradas é possível com a quantidade enorme de bandas que existe em Portugal fazer-se cinco festivais no mesmo fim de semana.

Actualmente existe uma quantidade enormes de bandas em Portugal, tendência que se assiste também no resto do mundo, as novas tecnologias permitiram um avanço tão feroz no meio da música, algumas têm qualidade, outras não, fazendo emergir muito ruído musical à nossa

volta, há que fazer uma boa triagem. Mas também desconheceríamos verdadeiras pérolas na música se toda esta evolução tecnológica não existisse.

Em Portugal fazem-se eventos associados a grandes marcas como a NOS D'Bandada e NOS Em Palco, apenas com música portuguesa mais recente, apostando nos novos valores dos nossos artistas.

É fácil de perceber que há um fluxo de música a acontecer, em pequenas cidades como Leiria, Braga, Barcelos, a música não acontece apenas nos grandes centros urbanos. Novos empreendedores ligados à música, como o caso da Lovers & Lollypops, uma editora que aposta muito nos novos valores da música portuguesa mais alternativa.

2.5 As novas tecnologias, a Internet, a música e a criatividade

Além da internet mudar não só o modo de fazer música, como de a experimentar (não só a música, que aqui é o foco essencial, como qualquer género de cultura ou arte), a 'cibercultura' tem o poder de reconfigurar o universo da música partindo das tecnologias da compressão de arquivos. A Internet cria uma espécie de 'globalização sonora', o download e a disseminação rápida poderão ser uma troca eficaz entre comércio electrónico e indivíduos com os mesmos padrões de interesse, mas impreterivelmente incitarão de igual modo a um fosso entre o músico e o seu público.

Tanto os produtores como os consumidores da música mudam efetivamente as suas relações com esse objeto de interesse. Se por um lado, os produtores podem veicular com extrema facilidade as suas músicas, colocando-as à disposição de milhões de pessoas a custos mais reduzidos, os consumidores passaram a beneficiar da recuperação e uso dos arquivos musicais sem qualquer mediação da indústria fonográfica.

Com a clara evolução das tecnologias e com a sua aplicação ao universo quotidiano da música, assiste-se a uma profunda alteração nos comportamentos. Começando nos músicos, que se tornam mais autónomos e mais participativos em todas as fases de conceção do seu próprio trabalho, passando pelos editores, que vêm não só o seu longo "reinado" de supremacia chegar ao fim obrigando à adaptação a este novo contexto, e por fim os consumidores que nestes novos tempos reforçam uma perspetiva de consumo em retalho.

Em 2007 os Radiohead decidiram lançar o álbum *In Rainbows* numa versão digital em que os consumidores poderiam pagar o quanto achavam que valia. Este foi o primeiro disco dos Radiohead lançado após o final do seu contrato com a editora EMI e um dos álbuns mais vendidos da banda, rompendo com o formato de venda de discos até então.

Em 2014 Tom Yorke, decide lançar o seu disco a solo *Tomorrow's Modern Boxes* pelo site Bit Torrent ⁸. Um método completamente inovador e alternativo de distribuição de um

⁸ BitTorrent é um protocolo de rede que permite ao utilizador realizar download de arquivos. Esse protocolo introduziu o conceito de partilhar o que já foi descarregado, maximizando o desempenho e possibilitando altas

trabalho que acaba por ser um confronto com o modelo da indústria discográfica que atribui como uma das principais causadores da sua falência a pirataria.

Este ano, também se assistiu ao lançamento do novo disco dos U2 *Songs of Innocence* (2014) que gerou muita polémica pelo facto de ter sido disponibilizado via iTunes sem a permissão do consumidor. Uma estratégia de marketing muito criticada que no fim acabou por levar o Bono e a banda a desculpar-se pelo sucedido.

São muitas as estratégias que hoje em dia se podem fazer para o lançamento de um disco que rompem com a distribuição tradicional – o formato físico. Seja pelo Spotify, iTunes, Amazon, etc., a música é muito mais acessível ao consumidor. Mas quem a produz, de que forma é que encara as novas tecnologias no seu processo criativo?

John Grant, antigo vocalista dos Czar e atualmente numa carreira a solo, refere numa entrevista concedida no NOS Primavera Sound realizada pela autora da tese, entre o minuto 1'08-2'45 (Grant, 2014), “fazer música é sempre difícil, é sempre um desafio, mas é a melhor forma de expressar algo que gostas, é a tua paixão. Podes falar com honestidade sobre o que tu sabes, invés de tentar ser aquilo que não és (...) eu acho que não podes fazer música com a expectativa de dar aquilo que as pessoas esperam que faças, porque acabas por não fazer boa música, tens que ser fiel e verdadeiro, e procurar a tua verdade como artista. Toda a gente quer ter um público, ter pessoas que gostem da tua música, mas quando vais para um estúdio e fechas a porta, tens que esquecer de tudo o que te envolve.”

Corria o ano de 1998 e os UHF, banda de referência nacional do rock português - foram dos primeiros nomes do chamado *Boom do Rock Português* do início da década de 1980 - decidiu tornar-se independente da edição discográfica. Em entrevista (Ribeiro, 2013) que fiz ao António Manuel Ribeiro, pelo lançamento do disco *A Minha Geração* (2013), o mesmo diz que “após muitos anos de negociações de contratos, promoção, gravações, capas fotografias, posters, etc., perdi muito tempo, mas aprendi, havia negociações completamente inócuas. Passados 20 anos sentia-me cansado. Estava farto de reuniões adiadas, de reuniões marcadas para quinze dias depois, e esse cansaço e como já tínhamos a capacidade organizativa e financeira viemos embora e criamos o nosso selo. Mas isto estava acontecer em todo o mundo, não sou nenhum inventor. Em 1994, estive num festival em França em Cannes, em representação da SPA (Sociedade Portuguesa de Autores), na altura eu era diretor da música ligeira, e assisti a uma conferência técnica de trabalho com alguns mais importantes editores europeus, e na altura foi colocado em cima da mesa o mundo digital em 94. Em 94 já se sabia que passados uns anos seria incontável impedir que as pessoas fizessem o download free. Em Portugal a orquestra continua a tocar até meados dos anos desta primeira década do século XXI. Em Portugal ainda se pensava que se ia dar volta à situação ou que estas crises apenas se passavam lá fora. E eu já estava a ver que as grandes bandas internacionais estavam a criar os

taxas de transferência, mesmo com um enorme número de utilizadores realizando downloads de um mesmo arquivo simultaneamente. Foi criado por Bram Cohen em Abril de 2001, desde de então tem sido alvo de empresas que lutam em defesa da propriedade intelectual, devido a alegações de violação de copyright.

seus próprios selos e entregar a distribuição às multinacionais e fazerem contrato disco a disco e basicamente foi isso. Também por outra razão, os UHF querem fazer edições de acordo com as suas digressões e muitas vezes os interesses das editoras não coincidem com os nossos interesses, basicamente era isto, o que acontece lá fora. O artista faz um disco e ele vai promover uma digressão, e este ano fizemos uma digressão a promover este disco. Nós nunca tínhamos feito isto antes. Temos a liberdade de finalmente de estarmos a fazer aquilo que queremos a forma como queremos que não é inventada por nós, vêm de fora e que é correta.” (Ribeiro, 2013)

A Internet apresentou uma nova realidade à qual os músicos e indústria discográfica percebem que é essencial saber adaptar-se. Pedro Abrunhosa, pelo o seu último disco *Contramão* (2013), menciona que: “é uma realidade com a qual temos que aprender a viver, saber gerir a carreira: Ok, existe este instrumento, e a Internet tem muitas vantagens – a difusão, a democratização. Dou um exemplo, o disco saiu há dois dias, e já está nas iStores de todo o mundo, desde a Malásia à Polinésia, é uma das grandes vantagens. Mas há uma coisa, a remuneração de um autor e das pessoas, de uma indústria que se alimenta a si própria se houver sucesso. Senão houver sucesso, senão houver impacto, se eu não tiver o palco para poder pagar os meus discos e há muitos artistas que não têm, como é que eles vão financiar os músicos, os técnicos, os tais que se habituaram a comer.”

No que diz respeito à relação com a Internet e o processo criativo, Pedro Abrunhosa defende que: “a Internet é meramente técnica, permite uma coisa – permite o acesso mais rápido às coisas, permite que eu tenha o acesso a tudo. Ora, permite que eu oiça muita música. Estou constantemente a atualizar-me, oiço muita música gratuita no Youtube, embora o Youtube tenha uma espiral que possa ser compensatória para o autor e oiço muita música em streaming. O que quer dizer, que permitir este acesso, permite ao criador ter mais fontes e mais rápido. Porque antigamente era preciso ir à loja, comprar o disco, agora, se melhorou a criatividade, não. Tens agora mais instrumentos, mas a criatividade não melhora assim. A criatividade é fruto do teu mundo interior, não é fruto da tecnologia, os computadores não fazem música, tens que dizer aos computadores para fazer. O teu mundo interior é o somatório de todas as tuas vivências. Das coisas mais importantes para um criador, para quem está a seguir a Internet e obcecado pela Internet, e acha que na Internet está a vida, cuidado para não confundir a realidade com o virtual. No caso do criador, os livros, a literatura, continuam a ser o grande motor. As coisas técnicas em si, são meros aparelhos que o ser humano coloca à sua disposição. A técnica por si, não ajuda à criatividade. A criatividade é humana, é analógica. A técnica e os instrumentos dependem da forma como os utiliza, se usares para enriquecimento interior, aí podes crer que vai melhorar a criatividade.”(Abrunhosa, 2013)

Um dos aspetos mais curiosos da junção da tecnologia e Internet, é o facto de começarem a surgir bandas que se conheceram num determinado momento e decidem fazer outra banda misturando elementos em diferentes partes do mundo, como o caso dos *Might Terns*. É um colectivo formado por Luís, Pedro, Canina e Pauline que se conheceram quando por acidente, partilharam um palco em Lisboa, na segunda edição do projecto cultural *T(h)ree* em Março de 2012. Com vontade de continuar a fazer música juntos Pauline, em Manila, Pedro e Canina em Lisboa e Luís em Glasgow, começaram a trocar faixas de música através da internet.

Através de videoconferência reúnem-se virtualmente quase todas as sextas-feiras para trocarem impressões sobre o resultado das misturas, sentido lato, das canções. The Mighty Terns reuniram-se em Outubro de 2014 pela primeira vez e escolheram Portugal para o lançamento do seu álbum homónimo.

O Happy Mess, de Miguel Ribeiro, pivôt da Sic Notícias, lançou em finais 2013 o seu álbum de estreia *Songs from the Backyard*, é uma banda também com cunho independente que com ajuda dos amigos e algum dinheiro posto de parte procura um lugar na música portuguesa. Miguel referiu num dado momento da entrevista que realizei em Novembro 2013 que “a criatividade não depende de ter uma máquina melhor ou ter um microfone melhor, criatividade está cá dentro, está em nós, nesta energia que nós conseguimos acumular e passar. Por isso, é que dá tanto gozo tocar ao vivo, porque é aí que se sente a alma da banda. Porque independentemente de ter grandes amplificadores, grandes guitarras, grande aparato cénico, o que se nota é que nós nos divertimos em palco.”

(Mess, 2013)

Criatividade e inovação são dois fatores indissociáveis na criação e produção da música portuguesa. A técnica faculta a facilidade de se obter os resultados que se pretende, mas não é o factor preponderante da criação, ela encontra-se em nós mesmos, fruto das nossas vivências e aprendizagens.

3 Estudo da Problemática

No âmbito desta dissertação foi realizado um inquérito que respondesse à problemática lançada no tema “O Impacto da Internet e das Novas Tecnologias na Criação e Produção Musical Portuguesa”. Para responder a este inquérito foram contactados diversos músicos de diferentes espectros que fazem parte dos novos valores da música portuguesa bem como aqueles que já são referência nacional.

Em destaque neste questionário responderam ao mesmo, alguns ilustres da música portuguesa, como Zé Pedro dos Xutos & Pontapés, Pedro Gonçalves dos Dead Combo e Francisco Rebelo dos Orelha Negra. Não faltaram também os mais reconhecidos dos novos valores da música nacional: Hélio Morais dos Linda Martini e Manuel Palha dos Capitão Fausto, entre outros.

Neste capítulo será desenvolvido a caracterização do universo dos inquiridos e também as conclusões que serão realizadas a partir do inquérito.

3.1 Metodologia

Para o desenvolvimento do projeto foi realizado um inquérito que obteve 36 respostas de diferentes músicos portugueses. O inquérito teve como base uma série de questões que podem ser consultadas no Apêndice A, e que procuraram responder à problemática da dissertação.

Após ter sido lançado o questionário via Google Docs, dada a minha proximidade com os músicos, solicitei um a um que respondesse ao mesmo. Teve-se em consideração uma escolha de artistas variada que compreendessem diferentes estilos, início e longa carreira, dos novos valores aos já consumados na música portuguesa.

O inquérito foi respondido durante o período de 22 de Outubro de 2014 a 5 de Novembro do mesmo ano.

3.2 Caracterização do Universo dos Inquiridos

No questionário que foi realizado, foram inquiridos 36 músicos com idades compreendidas entre 19 e os 58 anos, dos quais 34 são do sexo masculino e 2 do sexo feminino. A primeira pergunta do questionário relacionada com a sua atividade profissional quis-se compreender se o artista se define como músico amador ou profissional e obteve-se as seguintes respostas que pela análise deste gráfico abaixo verificou-se que a maioria, 54% respondeu que sim, que se considera “profissional”, 26% “amador” e 15% não souberem definir.

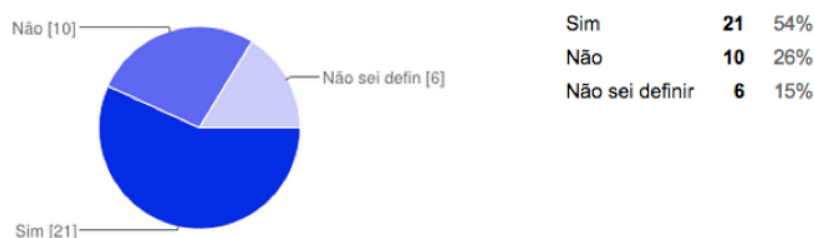


Figura 1. Caracterização da actividade dos inquiridos

Relativamente ao número de anos que o artista exerce a sua actividade, a maior percentagem vai para os 11 a 20 anos que representa 41% dos entrevistados, mais de 20 - 31%, 6 a 10 -13% e de 0 a 5 - 10%. A menor percentagem recai para os artistas que estão no início da sua carreira.

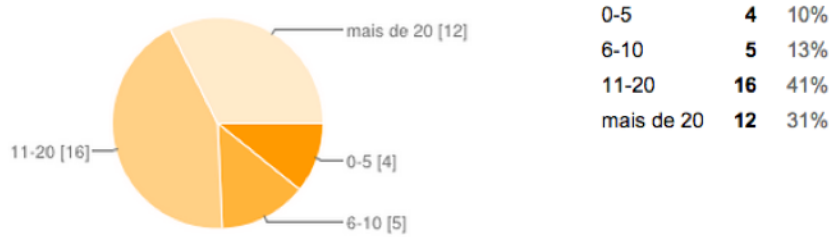


Figura 2. Anos de actividade exercidos pelo artista

Pensando na música como atividade preferencial verifica-se que 31% dos inquiridos tem como base total dos seus ganhos mensais na sua atividade musical, aos quais se somam os 8%, que indicam ter 80-100% dos seu vencimento mensal resultante da música. Ou seja, depende-se que 39% dos inquiridos subsistem apenas da atividade musical. Por outro lado, 28% dos inquiridos baseiam apenas 20% dos seus ganhos mensais na atividade musical, juntamente com os 18% que representam 20-50%. Aqui pode-se constatar aproximadamente que parte dos inquiridos consegue sobreviver da música, mas a outra unindo as percentagens de 0-20% e 20-50%, não.

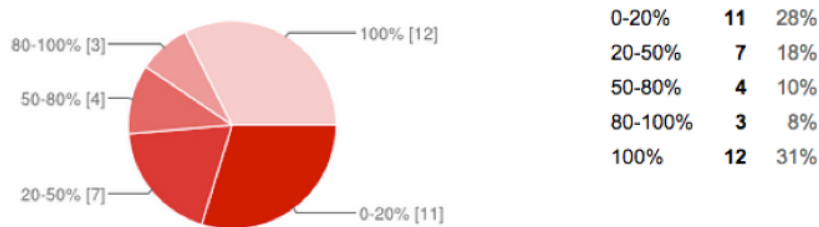


Figura 3. Representação dos ganhos mensais

Questionados acerca do seu chachet oficial, à qual a resposta era opcional, obteve-se apenas 12 respostas em 36 inquiridos, dos quais, 4 não responderam em valores concretos. Os restantes referiram um valor que pode variar entre 150 a 7500 euros.

De forma a relacionar a sua atividade profissional ou de amador, procurou-se aferir se os artistas recorriam a serviços de promoção/assessoria de imprensa para promoção dos seus discos. A maioria dos músicos sim, recorre a este tipo de serviços, que representa 74%, os restantes 18% não faz uso destes serviços. Em grande parte, quem recorre mais a estes serviços são os músicos que se consideram “profissionais” A grande parte dos inquiridos contrata uma promotora/assessora de imprensa, outros, fazem através da editora, e em minoria, fazem eles próprios através das redes sociais.

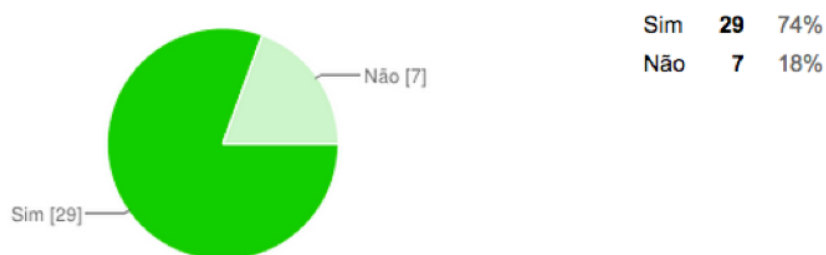


Figura 4. *Utilização de serviços de promoção/assessoria de imprensa*

No seu processo criativo, pretendeu-se saber se artistas utilizam software musical afim de facilitar a sua criação. A maioria dos músicos (56%) utilizam o Pro Tools, de seguida, o Logic Pro (41%) e Ableton Live com (28%). Apenas 5% não faz uso de nenhum software.

Pode-se concluir que num total de 36 artistas entrevistados apenas 2 é que responderam que não usam software, logo, na sua grande maioria os inquiridos fazem uso de software musical para facilitar a sua criação. Os dois entrevistados que responderam que não usam software, curiosamente são o músicos mais jovens deste inquérito, com 19 e 20 anos, as suas bandas são recentes e um deles considera-se músico profissional, o outro não. Ambas as bandas que cada um representa são conhecidas por um público de nicho.

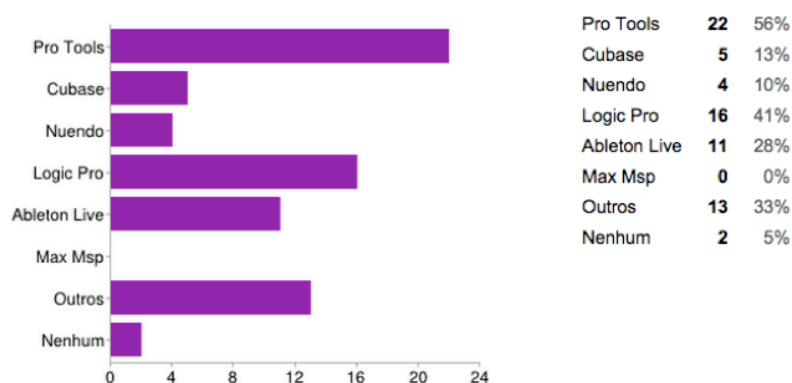


Figura 5. *Tipos de utilização de software musical*

3.2.1 Formatos e venda de discos

Os artistas foram questionados quanto ao formato que editaram os seus discos – físico (CD e Vinil), online e também físico, apenas online e edição de autor.

Relativamente às edições físicas (CD e Vinil) editadas pelos artistas, destacam-se mais de 11 edições e de 3-5 com a mesma percentagem de 28%, logo a seguir, 23% entre a 0-2 edições e com menor percentagem de 9-11 com apenas 3%. Doze pessoas responderam que editaram de

nove a mais de 11 discos enquanto que 20 pessoas referiram que lançaram de 0 a 5 discos. O que se conclui que até 5 discos é o número mais frequente de lançamentos.

Nos entrevistados que responderam de 0-2 edições físicas, são artistas em início de carreira, com idades compreendidas entre os 20 e 41. Dois deles não se consideram músicos profissionais, como o caso do Miguel Ribeiro dos Happy Mess e a Synthetique das Anarchicks. O Miguel é pivot na Sic Notícias e a Synthetique é médica veterinária. Mas ambos apostam em versão física e digital. Os restantes que responderam entre 0 a 2 editam no mesmo número em relação a edições digital/online.

No geral, todos os artistas editaram em formato físico, apesar de globalmente se referir que a há uma queda de vendas em termos de discos, os artistas ainda continuam a preferir ter a sua obra em formato físico conciliando com a edição online. Mas quem aposta mais em edição online são os músicos mais novos e em início de carreira. Alguns editam de número igual tanto na edição física como online e a maioria considera-se músico profissional.

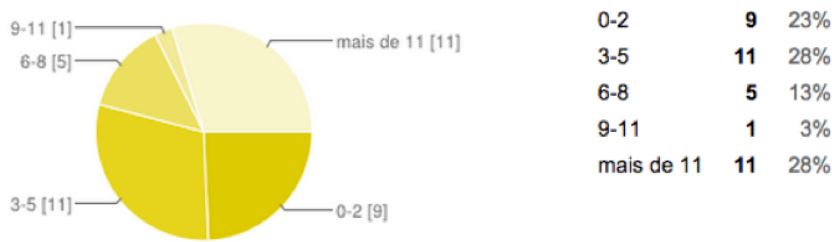


Figura 6. Venda de edições físicas (CD e Vinil)

A fim de entender se o artista também aposta nas plataformas digitais para facilitar a venda das suas edições, procurou-se saber quantas edições para além das físicas também foram online. O resultado aponta para 33%, que se refere ao lançamento de 0-2 edições digitais, em menor número, 13% diz respeito a mais de 11 edições. Em primeira análise conclui-se que aposta em plataformas digitais é inferior à edição física.

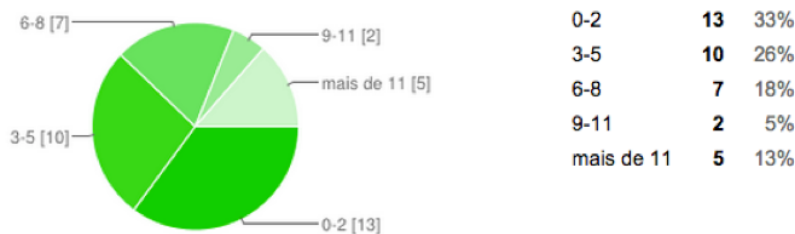


Figura 7. Venda de edições digitais em simultâneo com as físicas

Numa altura em que cada vez mais assistimos à diminuição de venda de discos e a música online ganha cada vez mais adeptos, procurou-se perceber dentro deste universo de entrevistados em que medida estes apostavam apenas em edições online. Verificou-se então que a maioria dos artistas, 64%, mais de metade da amostra, apenas editou de 0-2 edições digitais/online. Com 18% entre 3-5 discos, e os restantes, com valores residuais editaram de 6 a mais de 11 discos. Constata-se que apenas uma minoria aposta somente na edição online.

A minoria que aposta apenas na edição online, por norma, usa mais o Bandcamp, que é uma plataforma online que serve para divulgar a sua música e comprá-la ao mesmo tempo. Por norma os artistas que o utilizam esta plataforma, são artistas mais “indie” para público mais alternativo e mais consumidor de música via online.

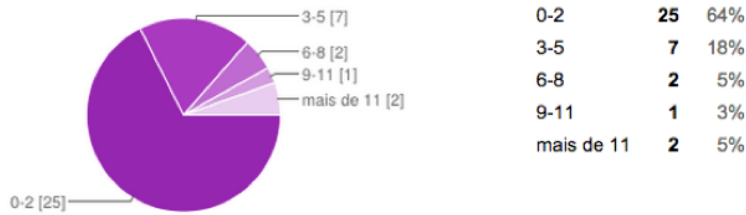


Figura 8. *Vendas de edições digitais/online*

Fruto do desenvolvimento tecnológico e da Internet, é mais fácil e acessível de produzir um disco com menos recursos, o artista foi questionado de todas as edições lançadas qual dessas foram de autor, afim de perceber se o músico edita com ajudas externas ou se fazem parte do seu esforço. Apenas uma edição, foi a resposta dada pela maioria dos artistas que lançaram de forma independente. A seguir, o número com maior edições, situa-se nos valores de 0 e 2. Entre nenhum, uma, ou duas edições, foram os valores mais constantes apontes pelos artistas.

Em 2011 o presidente da Federação Fonográfica Portuguesa Eduardo Simões referiu: a venda de música em Portugal caiu 38% face ao período homólogo de 2010 e que no primeiro semestre de 2011, as vendas de CD's caíram para 15%, que foi considerada a maior quebra de venda de discos do mundo na altura.(Pereira, 2012)

É sabido que a venda de discos tem vindo a diminuir, e como tal, junto aos artistas entrevistados, tentou-se perceber se de 2010 até 2014 houve aumento ou diminuição de vendas, ou se o artista não tem informação suficiente.

De acordo com o ano de 2010 a maior percentagem 46% destina-se a valores “sem dados”. Logo a seguir 10 %, aplica-se à venda de 500-1000 discos. Numa venda inferior a 500 discos, rondam valores residuais dos 3 aos 8%. Perante estes valores, mais de metade dos músicos não sabem quantos discos foram vendidos em 2010, enquanto que apenas 29% sabe quantos discos foram vendidos.

2010

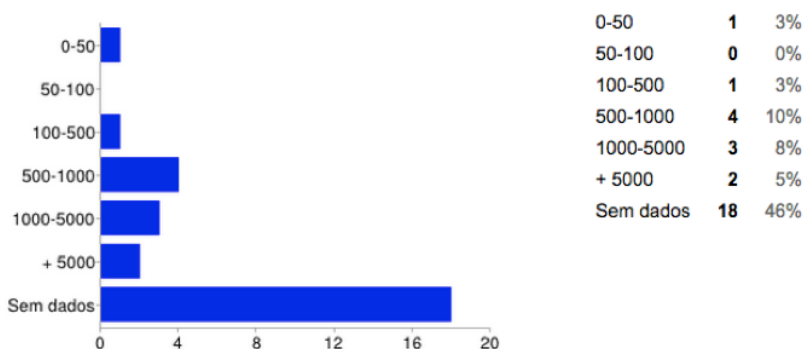


Figura 9. *Discos vendidos em 2010*

Relativamente ao ano de 2011, 42% dos artistas, sabem aproximadamente o número de discos vendidos. Onde se destaca, o valor 18% como valor mais alto para a venda de 1000-5000 discos vendidos. O valor “sem dados” diminui relativamente a 2010 que corresponde a 33%

2011

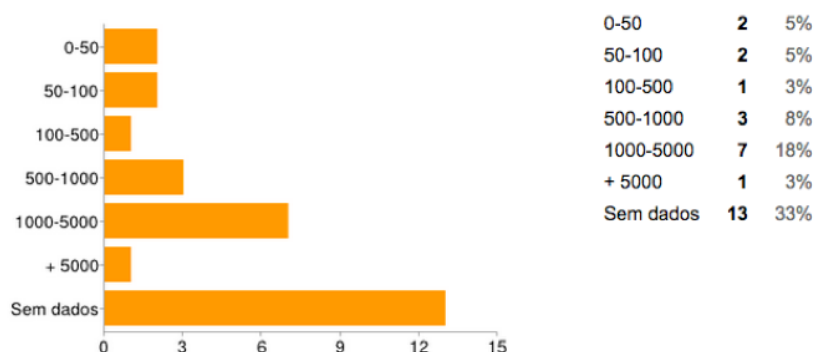


Figura 10. Discos vendidos em 2011

O valor “sem dados” relativamente a 2011(33%), aumenta para 36% para 2012, no entanto não é superior ao valor de 2010. 43% dos entrevistados sabem quantos discos foram vendidos em 2012. Para a venda de 100-500, 500-1000 e 1000-5000 apresentam a mesma percentagem de 10%.

2012

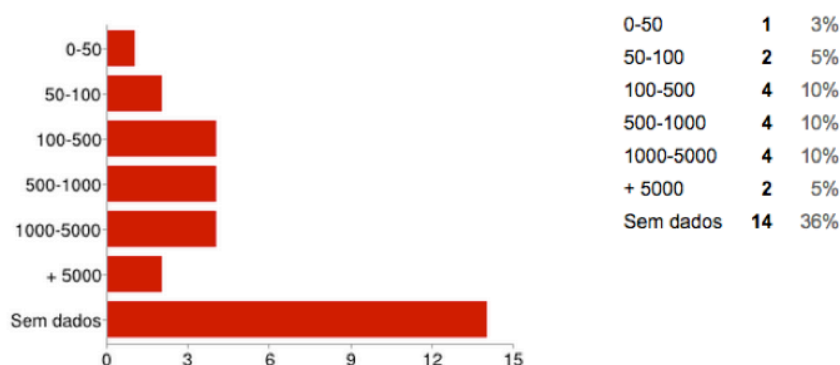


Figura 11. Discos vendidos em 2012

Em comparação com o ano anterior, o valor “sem dados” não sofre qualquer alteração, representando 36% dos inquiridos. 41% dos entrevistados sabem quantos discos foram vendidos em 2013. Estes dados são quase idênticos aos de 2012.

2013

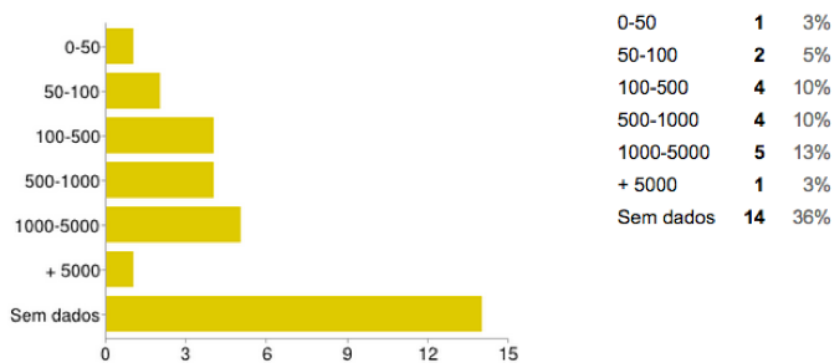


Figura 12. Discos vendidos em 2013

Em 2014 o valor “sem dados” volta a aumentar, 44% , relativamente aos anos de 2011 a 2013 que tiveram a tendência para diminuir. No entanto, não supera o valor de 2010. 42% dos artistas sabem quantos discos foram vendidos em 2014. O número superior de vendas, foram de 100-500 discos que se refere ao valor de 13%.

2014

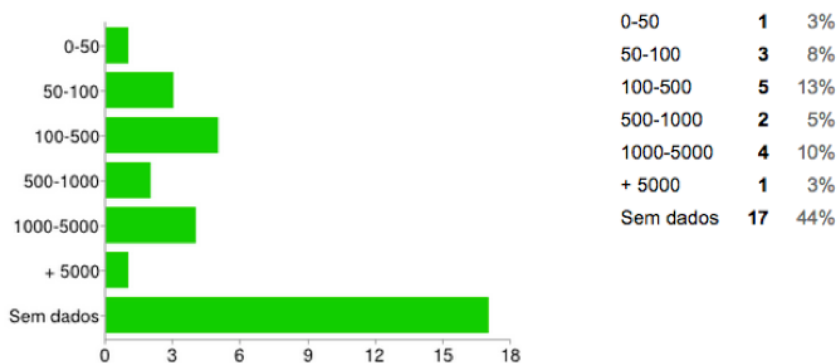


Figura 13. Discos vendidos em 2013

Dado que a maioria dos entrevistados respondeu “sem dados” relativamente às vendas de discos, é difícil de prever no geral se houve um aumento, diminuição ou um valor constante de vendas.

Na venda entre 500 a 1000 discos, as percentagens ao longo dos 4 anos, mantém-se constante, entre os 8 e os 13%, baixando para 5%, esta diminuição pode dever-se ao facto de o ano ainda não ter terminado. Na venda de 1000 a 5000 discos verifica-se que houve diminuição de venda de 2010 até a data. Os valores caíram de 18% para 10%. A única variável que aumentou, foi o valor “sem dados”, mas que isso não permite tirar conclusões objetivas.

3.2.3 Número de concertos dados nos últimos 5 anos

Uma forma de rentabilizar o que é criado, são os concertos, procurou-se apurar o número de concertos realizados ao longo dos 5 anos. Se ocorreu algum aumento ou diminuição.

No ano de 2010, de 50-100 a concertos corresponderam a 28%, de 20-30 a 23%, estes últimos dados equivalem a um maior número de respostas para esses valores. Em 2010 foram realizados de 50 a 100 concertos pelos artistas que foram inquiridos. Apenas 5% responderam de 0 a 20 concertos.

2010

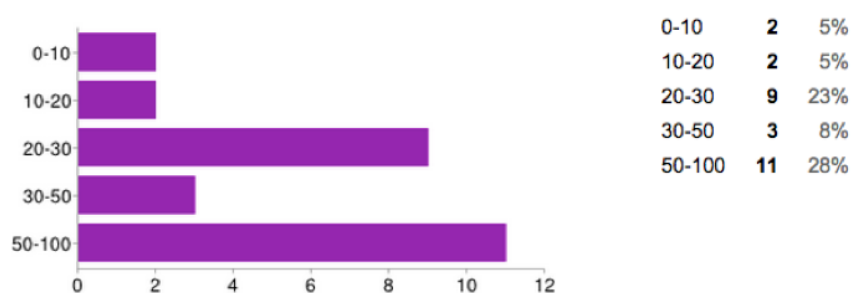


Figura 14. Concertos dados em 2010

No ano de 2011, 23% coube à maior percentagem de concertos dados: 50-100, seguidos pelos 10-20 e 20-30 com a mesma percentagem: 18%, e 15% para 10-20 concertos. Apenas 3% deram de 0 a 10 concertos.

2011

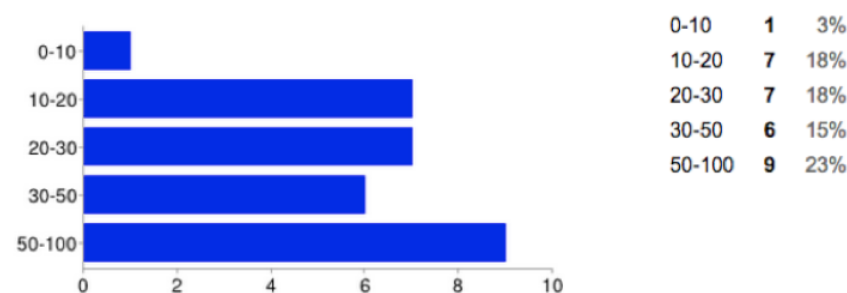


Figura 15. Concertos dados em 2011

Com a mesma percentagem 28% foram atribuídos para 30 a 50 e 20 a 100 concertos que representa o maior número de concertos dados em 2012. Relativamente ao ano anterior,

verifica-se houve um aumento de concertos entre estes valores. De seguida os restantes com menor percentagem 5, 8 e 13%.

2012

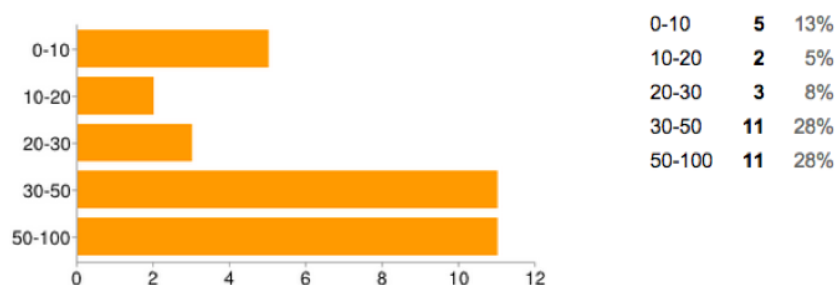


Figura 16. *Concertos dados em 2012*

Em 2013 o maior número de percentagem - 33% refere-se ao valor 20-30, que aumentou significativamente aos 3 anos últimos anos. 26% atribuído para 50-100 concertos, valor que diminuiu relativamente em comparação aos 3 anos anteriores.

2013

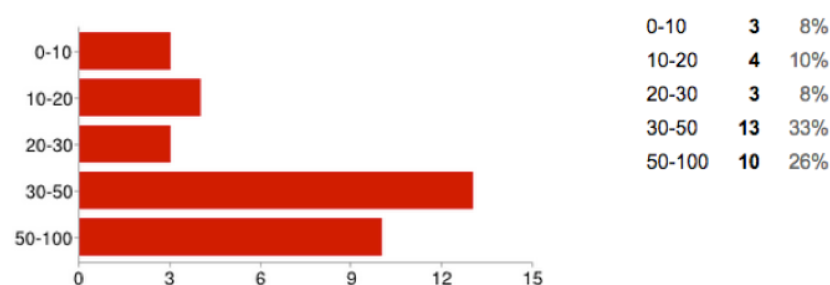


Figura 17. *Concertos dados em 2013*

Em 2014 a maior percentagem – 26% é atribuído a 50-100 concertos que se mantêm um valor idêntico a do ano passado, embora o ano ainda não tenha terminado, este valor pode ou não alterar-se. Em valores muito semelhantes: 13, 15 e 18% para os restantes número de concertos.

O maior número de concertos rondou na ordem dos 30 a 50 e a 50 a 100 ao longo dos cinco anos, não havendo uma alteração significativa para este valor, foi mais ou menos constante. Embora que nos anos de 2010 e 2011 o número de concertos entre 30 a 50 tenham sido menores, aumentando nos anos seguintes.

2014

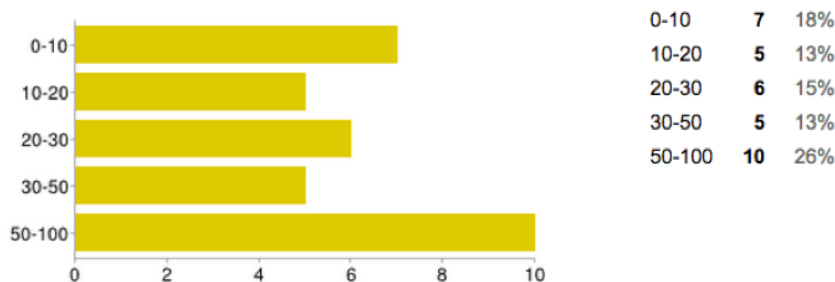


Figura 18. Concertos dados em 2014

Em questão aberta realizada neste questionário – “Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?”

Embora as respostas dos artistas sejam inconclusivas acima referidas, em maioria responderam “sem dados” respetivamente à sua própria venda de CD’S, em opinião geral, consideram que efetivamente há uma diminuição da venda. Consideram que este formato está ultrapassado e que atualmente a música é mais fácil de aceder através da Internet. Zé Pedro, dos Xutos & Pontapés avalia esta situação como inevitável, “a maneira de se ouvir e consumir música é bastante diferente do que era. Por isso mesmo os artistas e tudo o que está em volta têm de se ajustar. Não podemos obrigar as pessoas a comprarem discos que não querem para nada, ou que podem ter no seu computador etc...eu pessoalmente gosto de discos, mas também oiço muito de computador.”

3.2.4 Serviços e redes sociais para a promoção do trabalho

Cada vez mais são usadas as redes sociais, serviços streaming e plataformas online para promoção do trabalho dos artistas, neste sentido, foi aferido quais serviços/redes sociais são mais usados pelos músicos.

O Youtube é utilizado constantemente por 38% dos artistas, raramente apenas 3% e nunca 0%.

Youtube

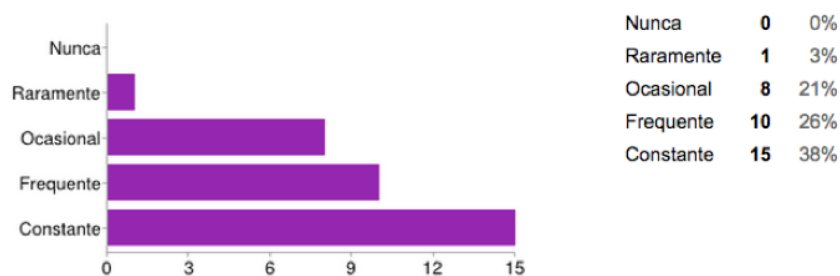


Figura 19. Plataformas online: Youtube

O Soundcloud é utilizado ocasionalmente por 23%, representando a maior fatia deste gráfico. 21% refere um uso constante e somando o “nunca” e “raramente” – 25% quase nada ou nada utilizam o soundcloud.

Soundcloud

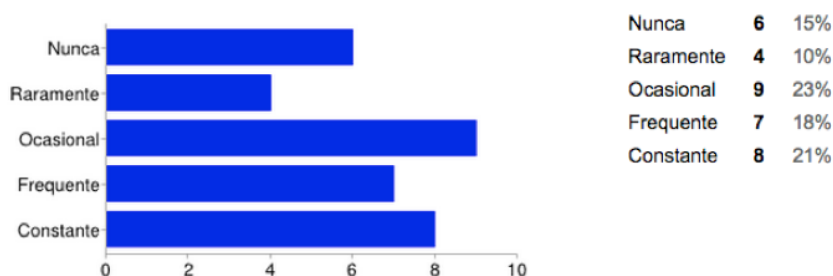


Figura 20. Plataformas online: Soundcloud

O Facebook é usado constantemente por 69% dos inquiridos, frequentemente 21%, ocasionalmente 3% e raramente e nunca 0%.

Facebook

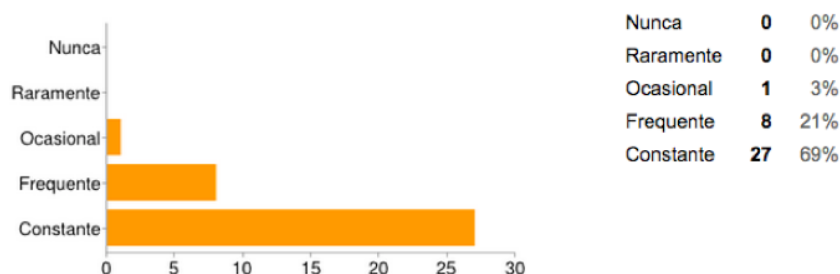


Figura 21. Plataformas online: Facebook

Entre o “nunca” e “raramente” somam 77% que não usam ou raramente utilizam o Myspace para promover o seu trabalho. 10% acede a esta rede social ocasionalmente e apenas 3% usa o de forma frequente.

Myspace

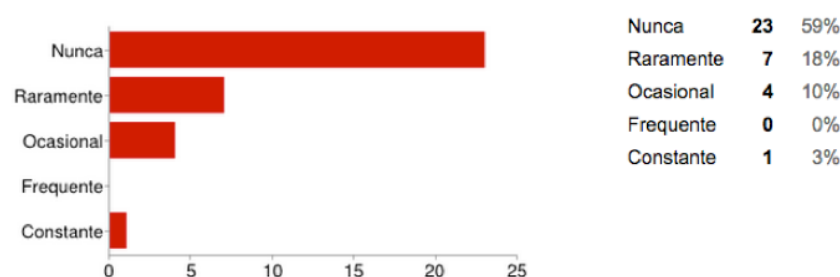


Figura 22. Plataformas online: Myspace

“Nunca” ou “raramente” utilizou o Twitter soma a percentagem – 36%, enquanto que 15% usam de forma “frequente” e “constante” – 13%.

Twitter

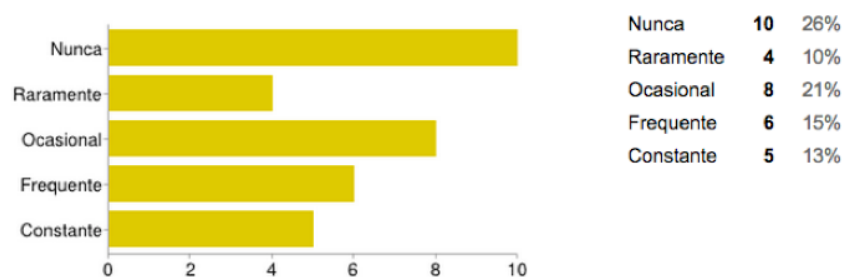


Figura 23. Plataformas online: Twitter

Entre 23% e 15% dos inquiridos servem-se do iTunes de forma constante e frequente respectivamente para promover o seu trabalho, e nunca – 18% nunca usou o iTunes.

iTunes

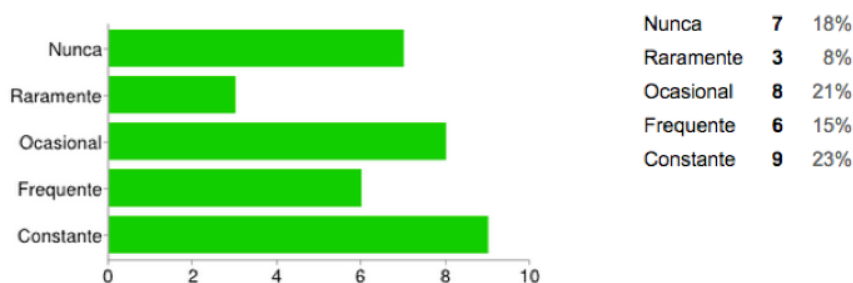


Figura 24. Plataformas online: iTunes

Dos entrevistados, 26% recorrem ao Spotify para promover a sua música, enquanto que 18% nunca utilizou esta plataforma

Spotify

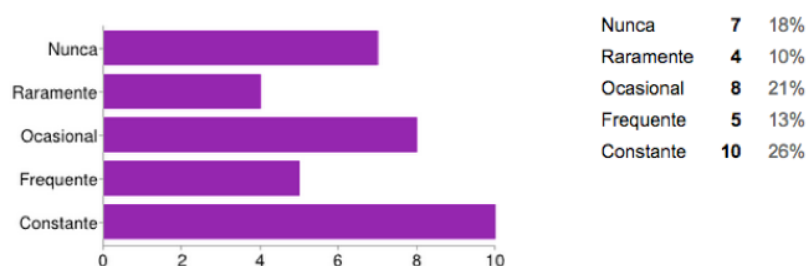


Figura 25. Plataformas online: Spotify

O Bandcamp é utilizado de forma ocasional por 23% dos artistas, enquanto que 10% usam constantemente e 15% nunca tirou proveito deste serviço.

Bandcamp

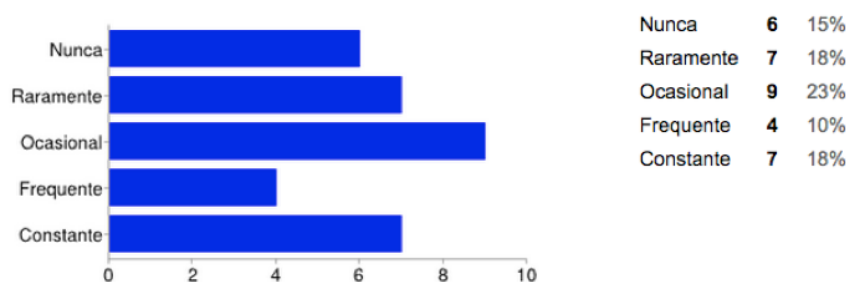


Figura 26. Plataformas online: Bandcamp

O Meo Music nunca foi usado por 54% dos inquiridos. Este elevado número pode dever-se ao facto de ser uma plataforma desenvolvida em Portugal e ainda ser pouco conhecida estar ou pelo facto de estar a competir com o Spotify que abrange uma escala global. Apenas 8% serve-se deste serviço de forma ocasional e frequente.

Meo Music

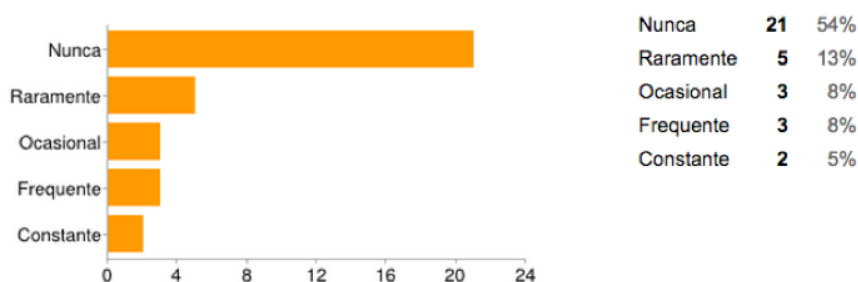


Figura 27. Plataformas online: Meo Music

Tal como a plataforma anterior, a Tradiio também é um serviço de divulgação de música online desenvolvida em Portugal e pode explicar a “nunca” utilização” por parte dos artistas entrevistados – 49%, por falta de divulgação, desconhecimento ou o facto destas plataformas competirem com outras a um nível global.

Tradiio

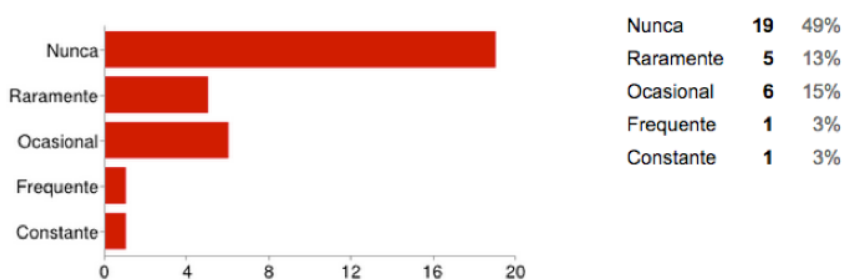


Figura 28. Plataformas online: Tradiio

O “nunca” e o “raramente” estão em claro destaque nas percentagens, 38% e 28% respectivamente, enquanto que apenas 8% utilizam este serviço de forma ocasional e constante.

Last.Fm

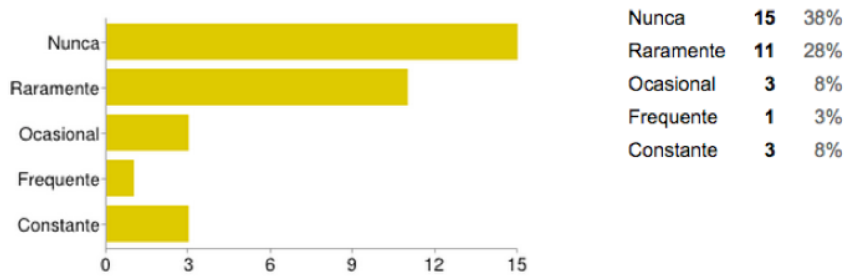


Figura 29. Plataformas online: Last.Fm

Outros serviços são utilizados ocasionalmente por 18% dos inquiridos enquanto que apenas 3% são usados de forma constante e 13% não tiram proveitos de outras plataformas.

Outros

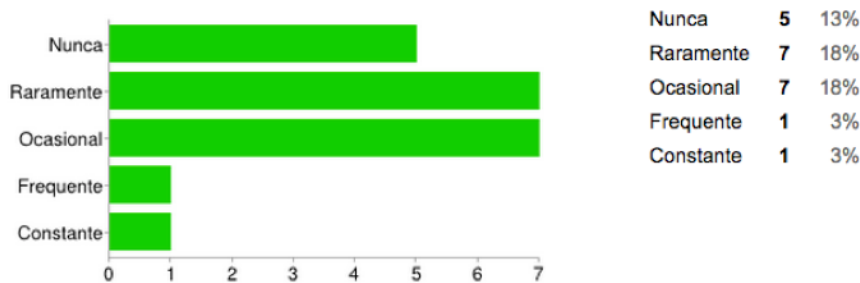


Figura 30. Plataformas online: Outros

Em resumo, as plataformas mais usadas pelos inquiridos, é o Facebook, de seguida o Youtube e o Soundcloud. O Facebook como é sabido é a rede social mais usada do mundo, e faz sentido que assim os artistas utilizem uma rede de massas para divulgação do seu trabalho, o Youtube, da mesma forma, é um cartão-de-visita para o trabalho, que para além de expor o trabalho, o facto de colocar um vídeo, dá imagem ao trabalho. Em Portugal muitos lançamentos de videoclips de bandas acontecem pelas contas do Youtube da Antena 3 e Vodafone FM. O Soundcloud, vêm substituir um pouco a maquete, ou seja, uma pré edição é lançada pelo Soundcloud que por norma é enviada aos meios de imprensa para se fazerem críticas aos discos. Muitos artistas também usam para lançar singles.

3.2.5 As Novas Tecnologias e Internet no processo total de Produção, Promoção, Distribuição e Venda

As novas tecnologias e a Internet podem facilitar os processos desde a criação à sua distribuição e venda. Pretendeu-se junto aos artistas averiguar de que forma as tecnologias se integram no processo total de produção, distribuição e venda e em que momento é que os artistas associam as mesmas como vantagem.

No processo de criação/composição, 41% dos artistas consideram que as novas tecnologias são sempre vantajosas no processo de criação/composição, enquanto 8% acha que as tecnologias nunca lhes traz vantagens nesse processo.

Dos 3 artistas que responderam nunca as tecnologias trazem vantagens, um deles, o Rui Carvalho – Filho da Mãe (ver Apêndice Bx) refere que “O processo criativo em si não depende das tecnologias, embora o possa facilitar. A divulgação e a rapidez da mesma são factores muito mais importantes nas plataformas digitais, já que facilita o contacto entre várias pessoas no mundo. Encaro o processo criativo como influenciado por questões mais abrangentes: Cultura, Política, contexto económico-social no seu geral, no qual as tecnologias também farão parte, mas não de um modo decisivo”.

Criação/Composição

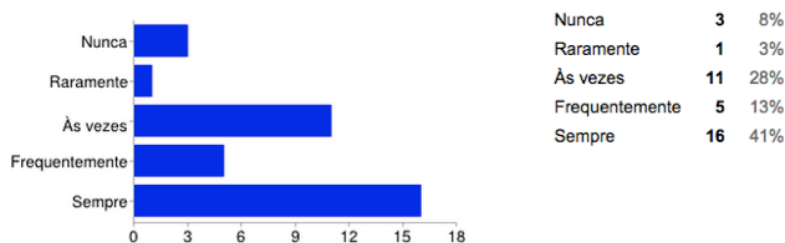


Figura 31. As novas tecnologias e Internet na Criação/Composição

No processo de captação e gravação 54% dos inquiridos referem que é sempre vantajoso o uso das tecnologias e apenas 5% considera que nunca é proveitoso. Os dois artistas que responderam que a tecnologia não é vantajosa na fase de captação/gravação também são os mesmos que acima referiram que a tecnologia não traz vantagem no momento de criação/composição. São dois artistas com idades compreendidas entre os 19 e os 33 e ambos não se consideram músicos profissionais.

Captação e Gravação

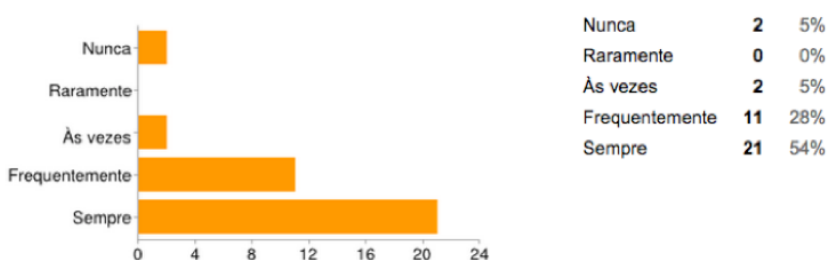


Figura 32. As novas tecnologias e Internet na Captação e Gravação

59% dos entrevistados mencionam que no processo de mistura e processamento as tecnologias são sempre proveitosas. De realçar que 0% considera que nunca ou raramente que a tecnologia é vantajosa.

Mistura e Processamento

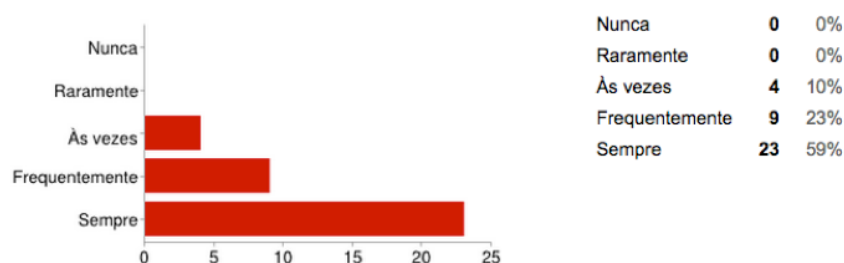


Figura 33. *As novas tecnologias e Internet na Mistura e Processamento*

Na masterização 56% dos artistas consideram a tecnologia é sempre vantajosa e apenas 3% nunca ou raramente traz vantagens.

Masterização

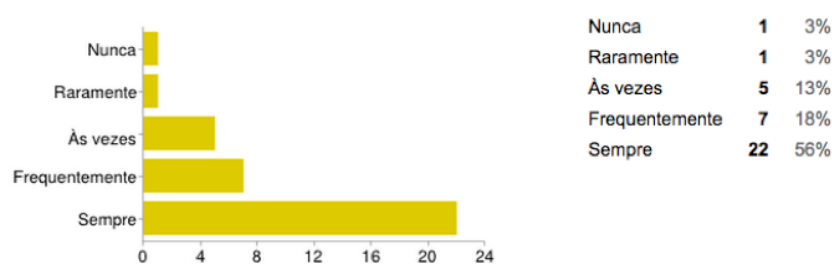


Figura 34. *As novas tecnologias e Internet na Masterização*

54% dos entrevistados referem que no plano de comunicação, divulgação e promoção as tecnologias são bem vindas. Nenhum considerou que as mesmas não trazem vantagens.

Comunicação/Divulgação/Promoção

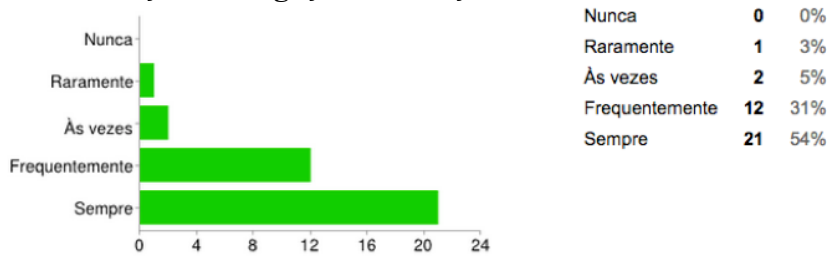


Figura 35. *As novas tecnologias e Internet na Comunicação/Divulgação/Promoção*

31% dos músicos consideram que as tecnologias são sempre benéficas no processo de distribuição e venda, sendo este o valor mais baixo em termos de percentagem para o “sempre” em comparação com os processos anteriores que se aplicam na produção. 41% refere que a tecnologia frequentemente é vantajosa e 0% diz que “nunca” a tecnológica é proveitosa.

Distribuição e Venda

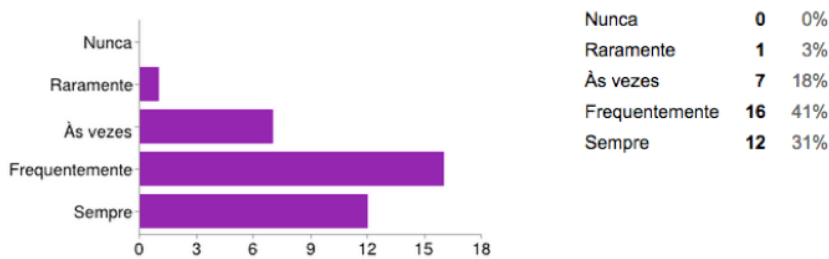


Figura 36. *As novas tecnologias e Internet na Distribuição e Venda*

74%, ou seja, quase toda a totalidade dos inquiridos refere que sim, que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica contra 23% que considera que não.

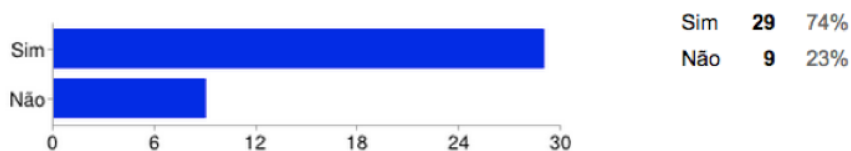


Figura 37. *Tecnologias e Internet versus Indústria Discográfica*

Com a clara evolução das tecnologias os artistas reconhecem que as tecnologias permitem à criação de um maior número de oportunidades, desde a facilidade de gravar tudo em casa, produzir, criar editora online, lançar e promover o trabalho, mas não é a tecnologia que faz boa música. A confirmar, Zé Pedro do Xutos & Pontapés refere que a” tecnologia nunca pode substituir a alma de um artista/compositor. As novas formas tecnológicas de gravação são

muito mais simples e ajudam muito até na composição, mas as musicas têm de ter alma e atitude, e isso vem de dentro de quem as faz.”

Os músicos sentem-se mais capazes de se tornarem autónomos, chegar a mais consumidores e possibilitou o lançamento de novas bandas que de outra forma não chegariam ao público e indústria

3.3 Discussão

Neste capítulo será realizado a discussão dos resultados provenientes do questionário bem como as suas relações entre as diferentes repostas dos artistas.

A primeira pergunta do questionário abordou os artistas relativamente à sua atividade profissional, se julgam “profissionais” ou “amadores”. Os artistas que se consideraram profissionais, na sua maioria, 54%, têm as suas carreiras compreendidas entre os 11-20 e mais de 20 anos de música, em que a sua atividade como músico representa a 80-100, a 100% dos seus ganhos mensais.

Relativamente à edição física de discos acontece em maior frequência aos artistas com carreiras mais longas, somando mais do que 11 lançamentos. Com menor número de lançamentos, de 0-2, não se pode definir aqui uma tendência, analisando as respostas dadas individualmente, quem respondeu esse valor, tem a sua carreira compreendida entre os 0-5 e 6-10, mais ou menos a início e meio de carreira.

Dentro dos novos e já consumados músicos portugueses, para além da edição física, no geral, todos os inquiridos apostam também no formato digital/online. Os que estão no início de carreira têm de igual número a edição física e online e os que têm mais de 11 discos, editaram de 6 a 8 em formato digital/online, concluindo-se que mesmo a geração de artistas que fizeram parte da industria discográfica mais tradicional, abraçaram as novas plataforma de distribuição.

3.3.1 Discos

Bandas como os Capitão Fausto, tiveram como primeira edição, formato independente, mas que foi suficiente para captar o interesse da indústria, dado que foram bem sucedidos mesmo por via de autor. Depois disso, editaram via label, a Sony. Atualmente são reconhecidos como uma das melhores bandas de rock alternativo português. Em resposta a este questionário, o Manuel Palha (ver Apêndice B), guitarrista da banda, refere a música representa 80 a 90% dos seus ganhos mensais. Uma banda com os seus inícios de 2010/2011, o álbum *Gazela* fez furor por ser uma lufada na música rock portuguesa, com uma pitada de psicadelismo dos Pink Floyd, passando também pelo Quarteto 1111 do José Cid aos mais contemporâneos Tame Impala e Flaming Lips. Os músicos da banda são jovens, dos 20 aos 25 anos, e num espaço de 2 anos, em 2012 estavam a tocar no palco principal do Vodafone Paredes de Coura.

Atualmente, assinados pela Sony, com o mais recente álbum de originais *Pesar o Sol* entrou para a tabela dos discos mais vendidos em Portugal (Portuguese Charts) ficando na 5ª posição da primeira semana que entrou no top. O álbum *Gazela*, embora o sucesso que teve perante os media na música e no público não teve a força suficiente para entrar num top de vendas, como se assistiu com este último, através da Sony. Relativamente à venda de número de discos que Manuel Palha referiu no inquérito, desde 2010 a 2014, ronda entrem os 1000 a 5000 discos. O número de concertos aumentou a partir do ano de 2012 situando-se nos 30 a 50. Segundo a sua opinião, refere que a relação entre a Internet, componente económica e indústria discográfica “o futuro passa por um equilíbrio saudável entre legislação boa e eficaz que proteja o artista, e a capacidade do artista de se adaptar à realidade vigente nos dias que correm.”

Outro caso de sucesso atual, são os Linda Martini, a quem o seu penúltimo álbum *Casa Ocupada*, lançado de forma independente, rendeu o título dos melhores discos do ano em 2012. O actual, *Turbolento* (2013) com distribuição pela Universal também alcançou o rótulo de melhor disco do ano em várias publicações de música e chegou a atingir a segunda posição do top de vendas de discos em Portugal. Todavia, *Casa Ocupada*, embora tenha sido edição de autor em 2010, conseguiu atingir a posição 4 dos discos mais vendidos em Portugal (Portuguese Charts).

Em relação à venda de discos, a maior responde sem dados, mas o que respondem com precisão, referindo valores respetivos a cada ano de venda de discos de 2010 a 2014, foram os músicos, como o Hélio Morais dos Linda Martini, Zé Pedro dos Xutos e Pontapés, Francisco Rebelo dos Orelha Negra, Guillermo Llera dos Primitive Reason, Pedro Gonçalves dos Dead Combo e Manuel Palha dos Capitão Fausto que são nomes bem reconhecidos do panorama da música portuguesa em que a ordem de venda dos discos está entre os 1000-5000 discos por ano.

Com mais de 5000 discos vendidos e com a atingir a primeira posição durante duas semanas nos discos mais vendidos (Portuguese Charts), apenas um artista: o Zé Pedro dos Xutos & Pontapés. De referir que estes artistas subsistem na quase na sua totalidade dos ganhos provenientes da sua atividade. Todos eles se consideram músicos profissionais.

Para a venda de discos também é importante que haja promoção, os artistas que responderam que não recorriam a este tipo de serviço de promoção/assessoria de imprensa, não divulgaram o número de discos editados ao longo dos cinco anos, também se consideram não sendo profissionais da música. Mas no geral da pergunta se os artistas recorrem a serviços de promoção/assessoria de imprensa, responderam que sim, 74%, reconhecendo de facto que é conveniente haver promoção do seu trabalho, sendo que estes que responderam que “sim”, consideram-me músicos profissionais.

Algumas bandas iniciam a sua carreira na música começando pela edição de autor, que pode ser um álbum ou um EP. No caso da banda de Manuel Palha, os Capitão Fausto, lançaram o

primeiro álbum, *Gazela*; os Lazy Faithful de Gil Costa (ver Apêndice B), banda também com algum destaque nacional, que já tocou por duas vezes no Vodafone Mexefest, com o seu primeiro EP *Nothing Goes On* a band self release, despertaram algum interesse pelos media, de modo que o seu primeiro álbum *Easy Targuet* já foi lançado por uma editora, a Chifre.

Alguns artistas, como o caso de João Vieira dos X-Wife (ver Apêndice B), banda de rock muito reconhecida no inícios dos anos 2000, atualmente não se encontram no ativo e, enquanto banda, os seus discos foram lançados por uma editora. João Viera, no momento atual, tem um projecto a solo, The White Haus, em que o primeiro EP foi lançado de forma independente; já o segundo, *The White Haus Album* foi lançado via editora Norte Sul, chegando o mesmo ter ido tocar no palco secundário do Vodafone Paredes de Coura com este projeto. Grande parte dos entrevistados respondeu que pelo menos editou um disco via independente, em alguns casos, esses discos foram lançados a meio de carreira, como o João Vieira e o Rui Carvalho - Filho da Mãe (ver Apêndice B).

Outros, em início de carreira, como o caso do Manuel Palha, Gil Costa, António Costa são artistas que têm apenas dois discos e em que o primeiro foi de autor. Alguns artistas como o caso de Jonh Almeida – Little Friend (ver Apêndice B), optam por editar o seus discos, pela NOS Discos, como já foi referido anteriormente, o artista fica vinculado durante dois anos, têm oferta de alguns discos em formato físico, promoção, mas a sua obra é distribuída gratuitamente via online.

3.3.2 Concertos

Os músicos que ao longo dos 5 anos deram a 50 a 100 concertos destaque: João Cabrita, Zé Pedro, Guillermo de Llera, e Hélio Morais são artistas que se consideram profissionais, os seus discos vendem na ordem dos 1000-5000 e mais de 5000 e esta atividade rende-lhes 100% dos seus ganhos mensais. Todos eles são nomes reconhecidos do panorama musical português e são músicos com entre 11-20 ou mais de 20 anos de carreira. A percentagem para esse número de concertos manteve-se constante, entre 28% de 2011 para 26% para 2014. No entanto, verifica-se um aumento para o número de concertos de 30 a 50 (15%) em 2011 para 33% para 2013, os artistas que tocam esse dentro desses valores, são artistas de “meio” de tabela. Por norma o menor número de concertos dá-se em 2010, em relação aos artistas mais jovens e em início de carreira, mas que ao longo do tempo, o número vai aumentando.

3.3.3 A Internet e as Novas Tecnologias no Processo Criativo

Na sua maioria, os artistas entram em concordância com o facto das novas tecnologias serem importantes no processo criativo, as redes sociais como o Facebook e as plataformas como o Youtube e o Soundcloud são as mais populares entre os inquiridos e importantes na divulgação do seu trabalho.

As tecnologias permitem que as ferramentas de gravação não estejam apenas confinadas a grandes estúdios patrocinados por grandes editoras, permitindo esse tipo de independência. Ou seja, é mais fácil agora gravar um álbum sem recorrer a um estúdio profissional mas é mais difícil vender o mesmo e chegar aos canais de distribuição a um público mais alargado. Os músicos sentem-se mais autónomos e mais participativos em todas as fases de conceção do seu próprio trabalho.

4 <Conclusões

Esta dissertação contribuiu para perceber o estado atual da música portuguesa e como é que o impacto da Internet e das novas tecnologias influenciou esta nova vaga de artistas nacionais, bem como, a adaptação dos artistas á consagração..

O fundamental para este estudo foram os artistas entrevistados, como Zé Pedro do Xutos e Pontapés, Pedro Gonçalves dos Dead Combo, Francisco Rebelo dos Orelha Negra, que já andam há muito no panorama da música nacional, ao qual prestam um contributo inestimável.

Pela uma maior parte do público em geral, as novas tendências em Portugal ainda são um pouco desconhecidas; bandas como os Linda Martini, Capitão Fausto, Best Youth, Sensible Soccers, Paus, Samuel Úria, B Fachada, entre outros, não saltaram ainda para as grandes montras.

A maioria deles, a custo da sua vontade e com a ajuda das tecnologias e da Internet, conseguiram levantar-se do tapete, e sair da toca. Aquilo em que a indústria não apostava, surge agora como ponto de interesse para a mesma. As novas tendências passam a ser uma opção e bandas como os Linda Martini ou os Paus, considerados numa vertente mais alternativa, estão já sob o selo de uma editora major, no caso, a Universal.

Os novos valores da música portuguesa começam a fazer-se ouvir em outros países. É o caso dos Buraka Som Sistema, que recentemente viram publicado no New York Times, um artigo que o consagrado jornal dedica à banda. A publicação reflete como a banda criou uma tendência através de condimentos específicos de uma Lisboa diversificada. O jornal norte-americano focou sobre o sucesso do grupo português por todo o mundo, mencionando as digressões nos vários continentes, incluindo a mais recente digressão pela Europa (Bruxelas, Berlim, Copenhaga, Amsterdão, Paris e Londres), bem como parcerias diversas como a que aconteceu para o Campeonato do Mundo de Futebol de 2014, em que a banda apresentou uma música nova, intitulada “Bota”, numa campanha da Adidas.(Donadio, 2014)

São muitas as publicações acerca de novas bandas portuguesas num site reconhecido de media francês o *Les Inrocks*. Num dos artigos refere acerca da emergência da cena musical portuguesa, que a crise não a afecta e que a mesma está em pleno desenvolvimento. (Inrocks, 2014). Outros artigos, mencionado os Throes & The Shine, como um caso de sucesso internacional - já tocaram num dos maiores festivais da Europa o Roskilde – apesar de serem pouco conhecidos em Portugal. Marco Castro (ver Apêndice B) mentor da banda e também um dos inquiridos no questionário desta dissertação, referiu que as tecnologias permitem à “criação de um maior número de oportunidades de proliferação dos projetos musicais, assim como uma maior facilidade em atingir uma grande quantidade de ouvintes.”

Um fator curioso entre Throes + The Shine e Buraka Som Sistema, é que ambos, são influenciados pelo Kuduro, o em termos internacionais desperta bastante a curiosidade por parte dos players da indústria. Este *melting pot* de novas tendências aliado ao kuduro traz à sua música algo *kitsch*.

Outras publicações do Les Inrocks fala de uma riqueza na nova cena musical, destacando nomes como The Legendary Tigerman, Buraka Som Sistema, das grandes promessas os Throes + The Shine, Noiserv, We Trust, Best Youth, Moullinex, Sequin, Memória de Peixe, entre outros.(Abreu, 2014)

O público que conhece esta nova vaga de artistas é utilizador assíduo da Internet, de plataformas de divulgação de música online, como o Youtube, Soundcloud, Spotify, ouvintes da Antena 3, Vodafone Fm; é um público interessado e atento. Estes artistas também têm uma presença muito forte em termos de redes sociais, fazem posts regulares acerca dos seus concertos das atividades em que estão envolvidos e desta forma atualizam quase diariamente os seus ouvintes.

O impacto da Internet e das novas tecnologias digitais aparentam facilitar, numa primeira análise, o processo criativo do artista e este terá a natural tendência em ter total controle criativo da sua própria produção, o que poderá extinguir velhos "poderes" instituídos. Apesar de toda a autonomia, o artista ainda não tem o domínio total dos canais de promoção e distribuição e nesse sentido, mediante as escolhas que assumir, poderá estar a deixar escapar a possibilidade de explorar convenientemente todo o potencial do seu produto. Por seu lado, as editoras serão as maiores prejudicadas pois, já não é imperativo que se recorra à sua estrutura para lançar um novo trabalho e, numa sociedade que cada vez mais consome a música por *single*, coloca-se uma enorme questão quanto à sua capacidade de adaptação.

Em termos artísticos não falta nada às novas bandas portuguesas que as outras internacionais têm. Mas o que elas têm e não temos, é uma estrutura que possibilita que estas ascendam e possam fazer tours internacionais, e a sua música seja bem divulgada. Em Portugal temos festivais como o NOS Primavera Sound, que atrai muitos turistas, em que o cartaz é tão eclético que talvez um público geral desconheça muitas das bandas que ali se podem assistir, mas são estas novas tendências onde se incluem também a música feita em Portugal que move públicos interessantes e conhecedores de música.

De facto as novas tecnologias e a Internet são impactantes na criação, em Portugal nunca se assistiu a tanta diversidade de música e tão interessante como se ouve agora. Claro que a evolução também alterou o mercado e a indústria discográfica. Atualmente compram-se menos discos e as plataformas streaming ameaçam cada vez mais as vendas. Mas nunca se assistiu a tanta diversidade musical, a facilidade de fazer musica e ser reconhecido através desta. Os novos artistas não vivem necessariamente apenas da música, 28% a que se refere ao valor proveniente dos ganhos mensais 0-20% é na sua maioria músicos que fazem parte desta nova vaga da música portuguesa, como o Ronaldo Fonseca dos peixe-avião, ou o Miguel Ribeiro dos Happy Mess.

No estudo desta dissertação foi escolhida a realidade da música em Portugal, devido à proximidade com os artistas, e também por ser um assunto atual muito debatido não só pelos nossos músicos portugueses, mas também a nível mundial.

Claro está que a nossa realidade pode não ser a mesma numa escala global, mas a nova cena musical não nos passa ao lado, nem do lado de fora.

Tecnologia e Internet são indissociáveis; permitiram à música, dos dias de hoje, o lançamento de novas bandas, que de outra forma nunca chegariam ao público e à indústria.

O mais desafiante neste estudo foi perceber, juntamente com os músicos, o que é que os mesmos pensam acerca do impacto da Internet e das novas tecnologias, relacionando a sua criação artística com a era atual, entre a Produção Musical, Indústria Musical e os Modelos de Distribuição e de que forma é que os artistas se adaptaram a esta nova realidade.

Embora a tecnologia e Internet facilite todo o processo de criação e até de promoção do trabalho, o que é facto é que maioria dos artistas que se consideraram músicos profissionais,

sabem da importância de um serviço de assessoria/promoção e também de uma label que possibilite os mesmos atingirem outro patamar. Os casos de sucesso acima referidos, como Linda Martini e Capitão Fausto, deveram-se, também, ao facto de terem editado com o selo de uma label como a Sony e a Universal, fez toda a diferença na venda dos seus discos.

Concluo assim, que ambas as partes devem unir esforços. Os artistas não conseguem ser totalmente independentes da indústria musical, embora esta atualmente tenha menos poder sobre os músicos, passando estes a poder gerir de outra maneira a sua carreira.

Finalmente, algumas considerações acerca deste trabalho. Do mesmo resultam dados importantes, recolhidos através das entrevistas realizadas aos músicos, que contribuirão para um melhor entendimento da situação atual da música portuguesa. Poderá estabelecer-se um perfil do artista, saber quantos discos vendeu nestes últimos 5 anos, bem como o número de concertos dados no mesmo período, e a sua relação da Internet e das tecnologias no processo criativo. Este estudo tem potencial para ser desenvolvido ou ser base para outros estudos.

Referências e Bibliografia

- Byrne, D. (2013). *David Byrne's Survival Strategies for Emerging Artists — and Megastars*. Obtido de Wired Magazine: http://www.wired.com/entertainment/music/magazine/16--01/ff_byrne?currentPage=all
- Candé, R. d. *A Música, linguagem, estrutura, instrumentos*. Lisboa: Edições 70.
- Cutcher, R. (Novembro de 2013). *iROKING uncertainty worrying for African music streaming business*. Obtido de Humanipo: <http://www.humanipo.com/news/35906/opinion-iroking-uncertainty-worrying-for-african-music-streaming-business/>
- Halliday, J. (Dezembro de 2010). *BSkyB closes Sky Songs music subscription service*. Obtido de The Guardian: <http://www.theguardian.com/media/2010/dec/06/bskyb-closes-sky-songs-music-service>
- IglooFilms (Realizador). (2013). *Primavera Sound Touring Party* [Filme].
- Jones, S. F. (s.d.). *IF YOU CARE ABOUT MUSIC, SHOULD YOU DITCH SPOTIFY?* Obtido de The New Yorker: <http://www.newyorker.com/online/blogs/sashafrerejones/2013/07/spotify-boycott-new-artists-music-business-model.html>
- Jones, S. F. (2013 de Julho). *If You Care About Music, Should You Ditch Spotify?* Obtido de The New Yorker: <http://www.newyorker.com/online/blogs/sashafrerejones/2013/07/spotify-boycott-new-artists-music-business-model.html>
- Jones, S. F. (15 de Agosto de 2013). *The New Yorker*. Obtido de Cash on Pinhead: <http://www.newyorker.com/online/blogs/sashafrerejones/2013/08>
- Keen, A. (2008). *O Culto do Amadorismo*. Lisboa: Guerra & Paz.
- Lunden, I. (Novembro de 2013). *Music Streaming Startup Rdio Lays Off Staff To 'Improve Cost Structure And Ensure A Scalable Business'*. Obtido de TechCrunch: <http://techcrunch.com/2013/11/19/rdio-lays-off-staff-to-improve-cost-structure-and-improve-business-for-the-long-term/>
- Magazine, W. (2013). *David Byrne and Thom Yorke on the Real Value of Music*. Obtido de Wired Magazine: http://www.wired.com/entertainment/music/magazine/16--01/ff_yorke?currentPage=all
- Mathews, J. (Julho de 2012). *The Music Void*. Obtido de Are There Too Many Music Streaming Services?: <http://www.themusicvoid.com/2012/07/are-there-too-many-music-streaming-services/>
- Minsker, E. (Julho). *Pitchfork*. Obtido de Thom Yorke and Nigel Godrich Pull Music From Spotify, Speak Out Against Their Business Model: <http://pitchfork.com/news/51515-thom-yorke-and-nigel-godrich-pull-music-from-spotify-speak-out-against-their-business-model/>
- Music, F. o. (10 de Outubro de 2010). *Artist Revenue Streams*. Obtido de Future of Music: <http://futureofmusic.org/article/research/artist-revenue-streams>
- Ostertag, B. (Abril de 2007). *BobOstergag.com*. Obtido de The Professional Suicide of a Recording Musician: http://bobostertag.com/writings-articles-professional_suicide.htm

Ostertag, B. (Junho de 2013). *Why I No Longer Give Away My Music*. Obtido de On The Commons: <http://onthecommons.org/magazine/why-i-no-longer-give-away-my-music>

Stefani, G. (1987). *Compreender a Música*. Lisboa: Editorial Presença.

APÊNDICE A : Questionário

1- Nome do músico/banda/compositor:

2 - Idade:

3 - Considera-se profissional da música?

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Quais?

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

13 - Qual o seu cachet oficial?

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

De que forma?

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Quer explicitar?

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

APÊNDICE B : Respostas

B.1 António Costa – Ermo

1- Nome do músico/banda/compositor:

Ermo

2 - Idade:

21

3 - Considera-se profissional da música?

Não sei definir

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

0-5

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

0-2

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Uma

Quais?

A primeira. Um EP sem nome, disponível na internet

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: 0-50

2011: 0-50

2012: 100-500

2013:100-500

2014: 50-100

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 5-10

2011: 20-30

2012: 30-50

2013: 30-50

2014: 30-50

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Já o fiz, para um disco. Mas prefiro continuar a fazê-lo sozinho

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: raramente

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: nunca

iTunes: nunca

Spotify: frequente

Bandcamp: constante

Meo Music: nunca

Tradiio: ocasional

Last.Fm: ocasional

Outros: nunca

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Ableton Live

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: raramente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica?

(Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Não respondeu

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Acho que é uma afirmação medíocre e sem qualquer tipo de fundamentação possível.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Lógico. O mercado discográfico depende das editoras, não dos artistas. Mas as coisas estão a melhorar para os últimos. Que é o que, na verdade, interessa.

B.2 Marco Castro – Throes + The Shine

1- Nome do músico/banda/compositor:

Marco Castro

2 - Idade:

26

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

0-5

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

20-50%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

3-5

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

3-5

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Nove

Quais?

Todas

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: 0-50

2012: 100-500

2013:50-100

2014: 100-500

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 10-20

2011: 10-20

2012: 30-50

2013: 30-50

2014: 30-50

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: constante

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: constante

iTunes: constante

Spotify: constante

Bandcamp: constante

Meo Music: nunca

Tradiio: ocasional

Last.Fm: ocasional

Outros: ocasional

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Logic Pro, Ableton Live

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: frequentemente

Captação e Gravação: frequentemente

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: frequentemente

Comunicação/Divulgação/Promoção: frequentemente

Distribuição/Venda: frequentemente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Definitivamente. Há a criação de um maior número de oportunidades de proliferação dos projetos musicais, assim como uma maior facilidade em atingir uma grande quantidade de ouvintes (assumindo que há uma diferenciação que suscite interesse por parte dos mesmos).

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

É uma dualidade bastante interessante. Por um lado, há a redução dos ganhos referentes à propriedade intelectual dos artistas, mas por outro há uma maior probabilidade de se criar um publico e de se obterem os contatos necessários à evolução de uma carreira na área. As oportunidades de networking são muito mais alargadas devido à presença da internet.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

É algo natural. Todos os formatos físicos tem vindo a ser alvo de um crescimento, seguido de uma estagnação e queda. Isto prende-se um pouco com a evolução das tecnologias atuais. O futuro, por agora, parece estar focado no streaming, que é um modelo de negócio que compensará os artistas, mas de uma forma mais reduzida. Como consumidores, estamos recheados de oferta e isso é ótimo. Para os músicos creio que também o é. Há uma facilidade enorme em angariar ouvintes e conseguir demonstrar o trabalho executado. Claro que esta

queda de vendas terá um maior dano nas carreiras de músicos e bandas de maior calibre e é natural que existam opiniões muito diversas relativamente a este assunto.

B.3 Manuel Palha – Capitão Fausto

1- Nome do músico/banda/compositor:

Manuel Palha

2 - Idade:

23

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

6-10

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

80-100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Uma

Quais?

A primeira

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: 1000-5000

2012: 1000-5000

2013: 1000-5000

2014: 1000-5000

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 5-10

2011: 10-20

2012: 30-50

2013: 30-50

2014: 30-50

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: ocasional

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: nunca

iTunes: ocasional

Spotify: ocasional

Bandcamp: ocasional

Meo Music: raramente

Tradiio: nunca

Last.Fm: nunca

Outros: ocasional

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Logic Pro

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: sempre

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica?

(Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

A capacidade que temos de, com equipamento cada vez mais acessível, produzir sons com qualidade, tem vindo a rivalizar com vários pontos do modelo tradicional. Em quanto que há uns 15 anos muito poucas pessoas teriam disponíveis equipamentos capazes de gravar e manipular som com qualidade, hoje é bem possível e acessível chegar a um patamar aceitável de qualidade sonora que, combinado com alguma técnica de manipulação, pode rivalizar com alguns estúdios profissionais.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Na minha opinião o futuro passa por um equilíbrio saudável entre legislação boa e eficaz que proteja o artista, e a capacidade do artista de se adaptar à realidade vigente nos dias que correm. Como se pode ver, existem ainda, apesar de todas as questões ligadas à pirataria, milhares de artistas que conseguem vingar. Há que haver uma evolução da indústria análoga à evolução das plataformas de disseminação musical. Presumo que se falássemos com um compositor e uma orquestra do início do século XIX, e lhes explicássemos que, em vez de venderem pautas ou esgotar salas de concertos, iriam gravar para um disco e as pessoas ouviriam a sua música num pequeno aparelho, certamente ficariam chocados e revoltados com tal diminuição. Ainda assim, ao longo dos tempos houve uma adaptação ao panorama vigente. É continuar e descobrir como se chega a esse equilíbrio.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Avalio como algo normal. De certo que a venda de discos de vinil decresceu exponencialmente aquando da invasão do CD: mais portátil e com maior capacidade. É o que se passa com o formato digital: maior portabilidade (pesa literalmente 0 gramas) e acessibilidade.

B.3 John Almeida – Little Friend

1- Nome do músico/banda/compositor:

Jonh Almeida

2 - Idade:

41

3 - Considera-se profissional da música?

Não sei definir

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

0-20%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

0-2

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Uma

Quais?

Nenhuma

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 5-10

2011: 5-10

2012: 5-10

2013: 30-50

2014: 10-20

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Contrato uma promotora

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : ocasional

Soundcloud: nunca

Facebook: frequente

Myspace: nunca

Twitter: frequente

iTunes: nunca

Spotify: nunca

Bandcamp: ocasional

Meo Music: nunca

Tradiio: nunca

Last.Fm: nunca

Outros: ocasional

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Nuendo

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: sempre

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

A indústria está a mudar, ou já mudou, e os velhos modelos não servem para conter toda a música que está a ser feita.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Tenho muitas dúvidas. Acho que pode ser conduzido para o bem, mas o público tem de se convencer que os músicos não vivem de ar e vento. Um dia, vão querer ouvir música e todos os artistas estão a trabalhar em escritórios porque ninguém lhes pagava a música e deixaram de ter possibilidade de a fazer. O conceito de que toda a música tem de ser grátis e que temos o direito absoluto de roubar tudo o que é criado é absurdo. Mas a verdade é que o público sente um direito absolutista de ter tudo de graça, e que fica escandalizado se um músico pede que lhe paguem o seu trabalho, como qualquer outro profissional. Em Portugal, um país onde as pessoas nunca levaram a sério a música como ocupação, isso é muito mais complicado, é virulento, é endémico e revoltante.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

É esperado.

B.4 Hélio Morais – Linda Martini, Paus

1- Nome do músico/banda/compositor:

Hélio Morais

2 - Idade:

34

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

Mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

Mais de 11

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

Mais de 11

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Um

Quais?

EP If Lucy Fell

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: 1000-5000

2011: 1000-5000

2012: 500-1000

2013: 1000-5000

2014: 1000-5000

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 50-100

2012: 50-100

2013: 50-100

2014: 50-100

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Editora

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : frequente

Soundcloud: ocasional

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: constante

iTunes: frequente

Spotify: frequente

Bandcamp: nunca

Meo Music: nunca

Tradiio: nunca

Last.Fm: constante

Outros: ocasional

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Nuendo, Outros

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: frequentemente

Captação e Gravação: frequentemente

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: às vezes

Comunicação/Divulgação/Promoção: frequentemente

Distribuição/Venda: frequentemente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Não. É uma questão de resposta clara.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

O Mundo mudou. Não vale a pena chorar o tempo todo. Há que encontrar uma forma de continuar a ser possível haver músicos profissionais. Perceber de que forma estas mudanças podem ser utilizadas para isso mesmo.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Real. As bandas, já há algum tempo, vivem, essencialmente de espectáculos ao vivo - na sua maioria.

B.5 Teixeira Mota – Teixeira Mota

1- Nome do músico/banda/compositor:

Teixeira Mota

2 - Idade:

55

3 - Considera-se profissional da música?

Não sei definir

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

Mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

0-20%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

3-5

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

9-11

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Doze

Quais?

Não respondeu

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 5-10

2011: 5-10

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

13 - Qual o seu cachet oficial?

300 euros

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Não

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : frequente

Soundcloud: constante

Facebook: constante

Myspace: raramente

Twitter: ocasional

iTunes: nunca

Spotify: nunca

Bandcamp: nunca

Meo Music: nunca

Tradiio: nunca

Last.Fm: nunca

Outros: ocasional

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Nuendo

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: às vezes

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: frequentemente

Distribuição/Venda: às vezes

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Quando somos nós próprios a produzir e gravar, existe maior autonomia criativa.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação

económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

"As notícias da minha morte são um pouco exageradas" Mark Twain.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

A venda de CD's (como outros produtos) só muda quando as relações económicas e a Economia mudarem - não é um caso à parte.

B.6 José Gomes – Kilimanjaro

1- Nome do músico/banda/compositor:

José Gomes

2 - Idade:

19

3 - Considera-se profissional da música?

Não

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

0-5

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

0-20%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

0-2

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Uma

Quais?

EP

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: 50-100

2012: 50-100

2013: sem dados

2014: 50-100

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 5-10

2011: 10-20

2012: 50-100

2013: 30-50

2014: 50-100

13 - Qual o seu cachet oficial?

400 euros

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : frequente

Soundcloud: raramente

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: raramente

iTunes: raramente

Spotify: ocasional

Bandcamp: constante

Meo Music: nunca

Tradiio: ocasional

Last.Fm: nunca

Outros: nunca

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Nenhum

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: nunca

Captação e Gravação: nunca

Mistura e Processamento: às vezes

Masterização: raramente

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequentemente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

As bandas têm mais tempo para si.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Não creio.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Compreensível. Antigamente o CD era a forma de acesso à música. Actualmente é a internet.

B.7 João Pimenta – Alto, 10 000 Russos

1- Nome do músico/banda/compositor:

João Pimenta

2 - Idade:

33

3 - Considera-se profissional da música?

Não

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

0-20%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

Mais de 11

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

6-8

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Quatro

Quais?

Botswana, Green Machine e 10 000 Russos

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 20-30

2011: 30-50

2012: 30-50

2013: 20-30

2014: 10-20

13 - Qual o seu cachet oficial?

300/500 euros

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Não

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : ocasional

Soundcloud: nunca

Facebook: constante

Myspace: nunca

iTunes: nunca

Spotify: nunca

Bandcamp: nunca

Meo Music: constante

Tradiio: nunca

Last.Fm: nunca

Outros: nunca

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: nunca

Captação e Gravação: nunca

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequentemente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

A Internet levou a que as editoras fossem acessórias. Mais fácil chegar ao público.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Há 2 lados em tudo sempre. Facilita efectivamente o acesso dos músicos ao grande público. Os direitos de autor não são pagos

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

O CD está morto. Eu próprio não compro CDs há mais de 10 anos. Tudo vinil

B.8 Vasco Espinheira – Blind Zero

1- Nome do músico/banda/compositor:

Vasco Espinheira

2 - Idade:

40

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

Mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

20-50%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

Mais de 11

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

Mais 11

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Duas

Quais?

Os últimos discos

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 20-30

2011: 10-20

2012: 0-10

2013: 10-20

2014: 0-10

13 - Qual o seu cachet oficial?

7500 euros

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Assessoria externa

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : frequente

Soundcloud: ocasional

Facebook: constante

Myspace: raramente

iTunes: nunca

Spotify: ocasional

Bandcamp: ocasional

Meo Music: raramente

Tradiio: nunca

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequentemente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Facilitam o processo mas como músico instrumentista, componho sem recurso a computador.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Como ainda não estou numa posição que me permita viver totalmente da música, compreendo que quem venda discos para viver esteja a passar um mau bocado, mas neste momento, para mim, a partilha da música e fazer com que chegue ao maior número de pessoas é o mais importante nesta fase.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Hoje a forma como ouvimos música mudou. A nossa músicas é temporária e descartável, vive em função do nosso espaço de disco. A música não deixou simplesmente de dar dinheiro, apenas todo o dinheiro que era dividido por todos os "players" da indústria passou a entrar quase na sua totalidade nas contas dos ISP's (Internet Service Providers). Afinal, a razão máxima da escolha do seu plano de internet é a velocidade de download. Esta é a geração onde se tornou vulgar anunciar os melhores carros de fuga.

B.9 Carlos Dias – Subway Riders

1- Nome do músico/banda/compositor:

Carlos Dias

2 - Idade:

46

3 - Considera-se profissional da música?

Não

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

Mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

0-20%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

0-2

Quais?

Todas

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: 100-500

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 0-10

2011: 0-10

2012: 10-20

2013: 10-20

2014: 10-20

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Não

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: constante

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: nunca

iTunes: nunca

Spotify: nunca

Bandcamp: nunca

Meo Music: nunca

Tradiio: nunca

Last.Fm: nunca

Outros: nunca

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Outros

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: às vezes

Captação e Gravação: frequentemente

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: frequentemente

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequentemente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

A liberdade de produzir em casa ou noutra local que não o estúdio.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Ignoro.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Natural, o streaming ganha terreno. mas todos os formatos continuam a vender, em menor quantidade, mas não morreram.

B.10 João Correia – Vira Casaca

1- Nome do músico/banda/compositor:

João Correia

2 - Idade:

22

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

6-10

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

0-20%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

0-2

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Sem resposta

Quais?

Sem resposta

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 20-30

2011: 20-30

2012: 20-30

2013: 20-30

2014: 50-100

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Nunca	Constante	Nunca	Nunca	Constante	Constante	Constante	Nunca	Nunca	Nunca
-------	-----------	-------	-------	-----------	-----------	-----------	-------	-------	-------

Youtube : constante

Soundcloud: nunca

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: nunca

iTunes: constante

Spotify: constante

Bandcamp: constante

Meo Music: nunca

Tradiio: nunca

Last.Fm: nunca

Outros: nunca

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Nuendo

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: raramente

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: sempre

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica?

(Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Não

Quer explicitar?

De momento não utilizo a tecnologia como um estímulo ao meu processo criativo. No entanto, veremos o que o nos guarda o futuro.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

O importante é criar. Criar criar criar.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Natural, o streaming ganha terreno. mas todos os formatos continuam a vender, em menor quantidade, mas não morreram. O mais importante na música é que esta chegue até às pessoas. Uma peça que existe somente na partitura e nunca foi escutada por ninguém não é mais do que um amontoado de rabiscos. Graças "às Internet's" e afins é possível levar a música mais longe e mais depressa. - Dado Adquirido. A diminuição na venda CD's não me choca nem me transtorna. O que me asfixia e me tira noites de sono é a falta de cultura.

B.10 Ben Monteiro – D’Alva

1- Nome do músico/banda/compositor:

Ben Monteiro

2 - Idade:

33

3 - Considera-se profissional da música?

Não sei definir

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

6-10

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

20-50%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

3-5

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Sem resposta

Quais?

Sem resposta

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: 500-1000

2011: 50-100

2012: 0-50

2013: 0-50

2014: 50-100

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 20-30

2011: 10-20

2012: 0-10

2013: 0-10

2014: 10-20

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: ocasional

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: ocasional

iTunes: frequente

Spotify: constante

Bandcamp: raramente

Meo Music: nunca

Tradiio: ocasional

Last.Fm: nunca

Outros: ocasional

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Logic Pro, Ableton Live

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: às vezes

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Os músicos do sec XXI tiveram de se tornar "engineers", e de ganhar aptidões técnicas no que a gravar diz respeito, no início por uma questão de facilidade na composição (garageband) depois por uma questão de ganhar tempo. O ponto de viragem passou a ser quando as maquetas iniciais ou parte das mesmas passaram a fazer parte final nos discos, porque o que foi captado num quarto de hotel algures quando a inspiração veio, foi impossível de capturar com a mesma "magia" em estúdio, e tornou-se conveniente usar grande parte desse material, daí a perceber que tudo pode ser feito logo "em casa" foi um instante. Isto em certa medida rouba o artista de alguma atenção necessária na escrita da canção em certa medida, mas faz com que se ganhe tempo e dinheiro que em estúdio já não compensa. Há alguns anos um disco custava dezenas de milhar em Portugal, e milhões nos EUA, agora com um par de milhar de euros se tem um disco que pode soar tão bem, e cá fora muito mais rápido.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação

económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Eu não concordo necessariamente com o "modelo tradicional", mas há aspectos positivos. A internet possibilita a criação e disseminação de "entulho", ou ruído. Vivemos numa era em que existe a ideia de que toda a gente tem uma voz, e que essa voz é válida em qualquer meio, e na música há cada vez mais coisas "não boas" o que fica difícil para a percentagem mais reduzida, os chamados "génios" emergirem. Há quem diga que nos tempos em que vivemos alguns dos clássicos que todos reconhecemos como grandes, nunca veriam a luz do dia devido ao ruído enorme que existe. Por outro lado isto também cria uma capacidade de desdobraimento, e a música acaba por reflectir isso.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

É a verdade. O CD tornou-se obsoleto, nem é sequer a melhor forma de ouvir música. É grande, não leva muita informação, não resiste ao tempo, estraga-se com facilidade.As pessoas quase só ouvem CD's nos carros. São caros... são de outra era.

B.11 Pedro Sousa – Catacombe

1- Nome do músico/banda/compositor:

Pedro Sousa

2 - Idade:

40

3 - Considera-se profissional da música?

Não

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

0-20%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

3-5

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

1

Quais?

Looney Tones - Symmetry

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: sem resposta

2011: sem resposta

2012: sem resposta

2013: sem resposta

2014: sem resposta

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Não

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : ocasional

Soundcloud: nunca

Facebook: constante

Myspace: raramente

Twitter: nunca

iTunes: nunca

Spotify: nunca

Bandcamp: frequente

Meo Music: nunca

Tradiio: raramente

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Outros

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: às vezes

Captação e Gravação: frequentemente

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: frequentemente

Comunicação/Divulgação/Promoção: frequentemente

Distribuição/Venda: frequentemente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

O recurso às novas tecnologias permite ao musico trabalhar em casa ou homestudio sem estar tão dependente de outros como anteriormente acontecia!

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Sem resposta.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

A venda de Cd's diminuiu e aumentou a de vinis por exemplo. No que respeita a musica, o formato fisico é cada vez mais uma peça para colecionadores e melómanos, é por aí que se tem de explorar as novas edições!

B.12 Ianina Khmelik – Orquestra Sinfónica Portuguesa/ 3 Marias

1- Nome do músico/banda/compositor:

Ianina Khmelik

2 - Idade:

31

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

3-5

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

2

Quais?

A musa ao espelho , Dj Miguel Quitério "life"

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 20-30

2011: 20-30

2012: 30-50

2013: 30-50

2014: 20-30

13 - Qual o seu cachet oficial?

Varia entre 150 a 1000 euros

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Assessoria de Imprensa

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: nunca

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: nunca

iTunes: ocasional

Spotify: ocasional

Bandcamp: nunca

Meo Music: ocasional

Tradiio: nunca

Last.Fm: nunca

Outros: nunca

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Cubase e Logic Pro

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: frequentemente

Distribuição/Venda: às vezes

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Não respondeu

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Concordo com a citação, contudo também apoio o desenvolvimento tecnológico. O que é preciso de ser feito é tentar estar a par com as tecnologias ..

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Tenho pena disso, é como os eBooks, compra-se muito menos livros e perde-se o hábito maravilhoso do objeto em si.. O mesmo se passa com os discos. É lamentável.

B.13 Luís Jerónimo – Nice Weather For Ducks

1- Nome do músico/banda/compositor:

Luís Jerónimo

2 - Idade:

26

3 - Considera-se profissional da música?

Não

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

6-10

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

20-50%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

0

Quais?

Não respondeu

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: 500-1000

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 20-30

2011: 20-30

2012: 30-50

2013: 30-50

2014: 20-30

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Não

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : frequente

Soundcloud: nunca

Facebook: frequente

Myspace: nunca

Twitter: raramente

iTunes: raramente

Spotify: raramente

Bandcamp: ocasional

Meo Music: nunca

Tradiio: ocasional

Last.Fm: nunca

Outros: nunca

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Ableton Live

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: às vezes

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Hoje em dia é muito fácil/barato gravar um álbum em casa, disponibiliza-lo, e até promovê-lo online.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Não concordo.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

E suponho que continue a diminuir, é natural. É cada vez mais fácil ter acesso a musica grátis na Internet. Mas bem, o importante é que as pessoas continuem a ir a concertos.

B.14 Eduardo Lemos – Dear Sherlock

1- Nome do músico/banda/compositor:

Eduardo Lemos

2 - Idade:

31

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

20-50%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

0-2

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

1

Quais?

Dear Sherlock EP

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: 500-1000

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 30-50

2012: 20-30

2013: 0-10

2014: 0-10

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Editora discográfica

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: constante

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: constante

iTunes: constante

Spotify: constante

Bandcamp: constante

Meo Music: nunca

Tradiio: nunca

Last.Fm: ocasional

Outros: nunca

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Logic Pro

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: sempre

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Com a clara evolução das tecnologias e com a sua aplicação ao universo quotidiano da musica, assiste-se a uma profunda alteração nos comportamentos. Começando nos músicos, que se tornam mais autónomos e mais participativos em todas as fases de concepção do seu próprio trabalho, passando pelos editores, que vêm não só o seu longo "reinado" de

supremacia chegar ao fim obrigando à adaptação a este novo contexto, e por fim os consumidores que nestes novos tempos reforçam uma perspectiva de consumo em retalho.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Creio que esta questão se torna delicada na medida em que, com a internet e consequente autonomia, isso acabará por resultar num percurso um pouco mais isolado e alienado. O artista terá a natural tendência de ter total controle criativo da sua própria produção o que poderá extinguir velhos "poderes" instituídos.

Apesar de toda a autonomia o artista ainda não tem o domínio total dos canais de promoção e distribuição e nesse sentido, mediante as escolhas que assumir, poderá estar a deixar escapar a possibilidade explorar convenientemente todo o potencial do seu produto.

Por seu lado as editoras serão os maiores prejudicados pois, já não é imperativo que se recorra à sua estrutura para lançar um novo trabalho e, numa sociedade que cada vez mais consome a música por "faixa", coloca-se uma enorme questão quanto à sua capacidade de adaptação.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Com naturalidade. Sinal do tempo em que vivemos. Internet... o conceito do "single" subvertido e transformado no único produto comercializáveis do artista, e o declínio da cultura do disco que está já obsoleto.

B.15 Gil Costa – The Lazy Faithful

1- Nome do músico/banda/compositor:

Luís Jerónimo

2 - Idade:

19

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

6-10

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

20-50%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

1

Quais?

Easy Target - The Lazy Faithful

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: 50-100

2014: 50-100

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 20-30

2011: 20-30

2012: 20-30

2013: 20-30

2014: 30-50

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Não

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : ocasional

Soundcloud: ocasional

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: ocasional

iTunes: ocasional

Spotify: ocasional

Bandcamp: ocasional

Meo Music: nunca

Tradiio: ocasional

Last.Fm: ocasional

Outros: ocasional

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Nenhum

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: às vezes

Captação e Gravação: frequentemente

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: frequentemente

Comunicação/Divulgação/Promoção: frequentemente

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Não

Quer explicitar?

Não respondeu

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Como ainda não estou numa posição que me permita viver totalmente da música, compreendo que quem venda discos para viver esteja a passar um mau bocado, mas neste momento, para mim, a partilha da música e fazer com que chegue ao maior numero de pessoas é o mais importante nesta fase.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

É claramente mau, visto que as pessoas deixaram de comprar discos para "sacar" online. É bom do ponto de vista em que as pessoas querem ouvir e se não têm dinheiro, "sacam", mas se os discos são feitos, são para serem comprados...

B.16 Francisco Rebelo – Orelha Negra

1- Nome do músico/banda/compositor:

Francisco Rebelo

2 - Idade:

50

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

Mais de 11

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

Mais de 11

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

3-5

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

2

Quais?

cacique 97, cais sodre funk connection

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: +5000

2011: 1000-5000

2012: +5000

2013: 1000-5000

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 20-30

2012: 30-50

2013: 30-50

2014: 0-10

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: ocasional

Facebook: constante

Myspace: nunca

Twitter: frequente

iTunes: constante

Spotify: constante

Bandcamp: raramente

Meo Music: frequente

Tradiio: raramente

Last.Fm: frequente

Outros: ocasional

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools e Ableon Live

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: sempre

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Facilitam o processo mas como músico instrumentista, componho sem recurso a computador.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Serão os utilizadores os responsáveis... Mas Os hábitos de consumo podem ser manipulados, pois os detentores das grandes redes de servidores e distribuição de serviços online precisam desse consumo para se manterem, pelo que o apelo ao consumo online continuará a ser excitado e oferecido.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Normal. A tecnologia inventa diariamente novos gadgets que inviabilizam a utilização de suportes físicos. Todos querem aceder à tudo de uma forma digital, portátil, 24 sobre 24, sem custos e sem manutenção, mesmo com prejuízo da qualidade final da obra. Já quase nem há tempo para escolhas por isso as pessoas acabam por seguir quem escolha por elas é isso é muito facilitador para quem gere as redes.

B.17 Helena Andrade – Anarchicks

1- Nome do músico/banda/compositor:

Helena Andrade

2 - Idade:

32

3 - Considera-se profissional da música?

Não

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

0-20%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

0-2

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

3-5

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

2

Quais?

mediatic slaves ep; anarchicks ep

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 0-10

2011: 0-10

2012: 0-10

2013: 30-50

2014: 0-10

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : frequente

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: raramente

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: frequente

Bandcamp: frequente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Logic Pro e Outros

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: sempre

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Desde a facilidade de gravar tudo em casa, produzir, criar editora online, lançar e promover o trabalho.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Acho que (apesar de respeitar muito o senhor), a sua opinião está obsoleta. A internet é o futuro.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Acho que é normal e natural. As pessoas não compram CDs, fazem download das músicas..

B.18 João Pires – Kaspar

1- Nome do músico/banda/compositor:

João Pires

2 - Idade:

32

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

80-100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

Mais de 11

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

6-8

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

3-5

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

0

Quais?

Não respondeu

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: 500-1000

2011: 500-1000

2012: 100-500

2013: 100-500

2014: 100-500

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 50-100

2012: 50-100

2013: 50-100

2014: 50-100

13 - Qual o seu cachet oficial?

Depende da situação, mas cerca de 400€ em média.

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

A agência que me representa e as editoras mais profissionais providenciam serviços de promoção no seu próprio interesse além de no meu.

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : frequente

Soundcloud: frequente

Facebook: frequente

Myspace: nunca

Twitter: ocasional

iTunes: nunca

Spotify: nunca

Bandcamp: nunca

Meo Music: nunca

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Ableton Live

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: às vezes

Captação e Gravação: frequentemente

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: raramente

Distribuição/Venda: frequentemente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Não

Quer explicitar?

O processo criativo será sempre criador de bons resultados se o artista tiver esse ímpeto de si. Mas não é a tecnologia que faz boa música... só é realmente útil a um criador excepcional com muita experiência. Nas mãos de maçaricos ou de pessoas menos capazes apenas cria mais obras medíocres e baixa o nível médio de qualidade.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

A liberdade inerente na internet parece tornar demasiado fácil a expropriação dos conteúdos criativos por parte dos utilizadores. A melhor forma de devolver algum lucro ao mercado é educar melhor os utilizadores e ao mesmo tempo devolver alguma da qualidade que se perdeu (de forma avassaladora) na música mais mainstream ao longo dos últimos anos.

Os singles mais vendidos hoje em dia não são os melhores, mas os mais bem desenhados para serem o #1 - assim sendo, desaparecem da cognição social com a mesma rapidez com que surgem e deixam o mundo desinteressado e desligado da música. As majors que querem fazer música exclusivamente "pirosa" com grandes lucros em vista fazem mais mal a si mesmas do que imaginam.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Acho normal, o CD é um formato muito exposto à pirataria e fácil de reproduzir. O mesmo a respeito dos ficheiros, embora haja um pouco maior tendência para comprar no iTunes ou no Beatport do que roubar nos torrents o mesmo conteúdo (mas a maior parte das pessoas rouba dos torrents).

Daí a importância ainda hoje inquestionável (nem que seja a título simbólico) do vinil, não é possível piratear um disco de vinil e é, portanto, muito mais autêntico e genuíno.

B.19 Pedro Gonçalves – Dead Combo

1- Nome do músico/banda/compositor:

Pedro Gonçalves

2 - Idade:

44

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

Mais de 11

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

Mais de 11

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

3-5

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

80%

Quais?

Não respondeu

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: 500-1000

2011: 1000-5000

2012: 1000-5000

2013: 1000-5000

2014: 1000-5000

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 30-50

2011: 30-50

2012: 30-50

2013: 30-50

2014: 50-100

13 - Qual o seu cachet oficial?

400€

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: constante

Facebook: constante

Myspace: raramente

Twitter: constante

iTunes: ocasional

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Logic Pro, Outros

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: sempre

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Não respondeu

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

A utilização de qualquer tecnologia pode "sugar" a criação, na minha opinião está nas mãos dos criadores deixar ou não que isso aconteça.

A questão actual no que respeita a música em formato digital é a falta de regulamentação. Quando serviços como o Spotify pagam esmolas aos músicos pelo seu trabalho temos um problema. Os CD's irão desaparecer dentro de muito poucos anos. Terá de se encontrar uma solução equilibrada até essa altura.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

O CD está para os tempos actuais como a cassete esteve para a minha juventude. Irá em breve desaparecer e ser substituído por outro meio. Mais uma vez tem de repensar a parte do negócio de venda de música, muitas pessoas já o fazem de maneiras bastante inéditas. Cabe também a cada um descobrir a sua.

B.20 João Rui – aJigsaw

1- Nome do músico/banda/compositor:

João Rui

2 - Idade:

36

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

9-11

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

9-11

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

4

Quais?

Like the wolf, Drunken Sailors & Happy Pirates, Rooftop Joe, The Strangest Friend

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: 1000-5000

2011: 1000-5000

2012: 1000-5000

2013: 1000-5000

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 50-100

2012: 50-100

2013: 50-100

2014: 50-100

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

através da contratação de um agente de imprensa para organizar a promoção junto dos media.

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : frequente

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Outros

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: às vezes

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

A minha resposta é sim na medida em que estas permitem que as ferramentas de gravação não estejam apenas confinadas a grandes estúdios patrocinados por grandes editoras. Permite esse tipo de independência. Quanto à rivalização com o modelo tradicional, creio que não totalmente, porque o modelo tradicional implicava também um substancial investimento monetário por uma editora em todo o processo que rodeava a criação(entenda-se gravação)/venda/promoção de um álbum.

Ou seja é mais fácil agora gravar um álbum sem sair de um quarto (não quero com isto dizer que um quarto substitui um estúdio profissional. é apenas para enfatizar o exemplo), mas é mais difícil vender o mesmo e chegar aos canais de distribuição a um público mais alargado. Creio que deva haver uma retribuição justa para o autor na distribuição da sua arte. Não apenas músicos. Autores.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

A utilização de qualquer tecnologia pode "sugar" a criação, na minha opinião está nas mãos dos criadores deixar ou não que isso aconteça.

A questão actual no que respeita a música em formato digital é a falta de regulamentação. Quando serviços como o Spotify pagam esmolas aos músicos pelo seu trabalho temos um problema. Os CD's irão desaparecer dentro de muito poucos anos. Terá de se encontrar uma solução equilibrada até essa altura.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Sem comparar com os dados em relação à venda de música em formato digital e até em vinyl, não posso avaliar de forma correcta esta situação. O cd também é um formato que já tem alguns anos. Talvez que o digital seja o que o cd foi para o vinyl e para as cassetes. Eu continuo a gostar do formato e do facto de ele actuar como um livro; como um objecto de arte.

B.20 Rui Carvalho – Filho da Mãe

1- Nome do músico/banda/compositor:

Rui Carvalho

2 - Idade:

35

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

6-8

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

3-5

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

1

Quais?

Cabeça

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: 500-100

2012: 500-100

2013: 500-1000

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: não respondeu

2011: não respondeu

2012: não respondeu

2013: não respondeu

2014: não respondeu

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

através da contratação de um agente de imprensa para organizar a promoção junto dos media.

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : raramente

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Nuendo, Logic Pro, Outros

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: às vezes

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: sempre

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Não

Quer explicitar?

O processo criativo em si não depende das tecnologias, embora o possa facilitar. A divulgação e a rapidez da mesma são factores muito mais importantes nas plataformas digitais, já que facilita o contacto entre várias pessoas no mundo. Encaro o processo criativo como influenciado por questões mais abrangentes : Cultura, Política, Contexto económico-social no seu geral, no qual as tecnologias também farão parte, mas não de um modo decisivo. Quem, numa floresta sem internet ou pc, quiser, pode fazer uma música na mesma.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Não me posiciono de todo. Mas é necessário adaptarmo-nos aos tempos que correm.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Sem comparar com os dados em relação à venda de música em formato digital e até em vinyl, não posso avaliar de forma correcta esta situação. O cd também é um formato que já tem alguns anos. Talvez que o digital seja o que o cd foi para o vinyl e para as cassetes. Eu continuo a gostar do formato e do facto de ele actuar como um livro; como um objecto de arte.

B.21 Giliano Boucinha – Utter/Colibri/Paraguaii

1- Nome do músico/banda/compositor:

Giliano Boucinha

2 - Idade:

30

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

50-80%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

3-5

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

3-5

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

2

Quais?

Utter e Colibri

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: 100-500

2011: 100-500

2012: 100-500

2013: 100-500

2014: 100-500

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 0-50

2011: 10-20

2012: 20-30

2013: 30-50

2014: 30-50

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

eu mesmo ou alguém contratado para o efeito.

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools Logic Pro, Outros

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Sim de forma independente podes criar em casa tudo através das tecnologias, e pelo menos será um processo que é mais rápido e sem custos.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Não podemos ser clássicos para a toda eternidade, temos de nos adaptar sobretudo ao mercado, quanto a criatividade ele estará sempre presente. Mas os tempos mudam e as vontades também.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

O digital é o futuro, os discos ou vinyl serão vendidos nos concertos. A industria discográfica infelizmente está a porta do fim.

B.21 Leo – Octa Push

1- Nome do músico/banda/compositor:

Leo

2 - Idade:

38

3 - Considera-se profissional da música?

Não sei definir

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

1 mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

20-50%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

6-8

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

6-8

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

Mais de 11

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

0

Quais?

Não respondeu

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 20-30

2011: 20-30

2012: 10-20

2013: 30-50

2014: 30-50

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Manager trata

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : frequente

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Cubase, Ableton Live, Outros

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: frequente

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim e não

Quer explicitar?

Assinalei os 2 :) Acredito que também se chega lá de uma forma independente, mas ao mesmo tempo a industria (a maior) ainda tem algum poder no que toca a influência nos meios de comunicação, distribuição, etc..

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Tendo em conta que sempre tive um trabalho paralelo da qual também gosto e nunca dependi da música a 100%, não me custa tanto não aceitar que a internet também é inimiga do músico. Quem sente mais são os maiores, já que os mais pequenos nunca tiveram necessidade, ou privilegio de vender X discos. Vai-se vivendo dos concertos e cada vez tem que se dar mais, porque até aí o cachet já não é como era antes.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Mal, claro. E tendo em conta que tenho contacto com jovens músicos, basta ver que hoje muitos colocam as músicas no youtube e chamam-lhes "Releases". O vinil vai ganhando mais adeptos, pois só quem coleciona é que compra. Com os CD's será igual.

B.23 Alex Klimovitsky – Youthless

1- Nome do músico/banda/compositor:

Alex Klimovitsky

2 - Idade:

35

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

50-80%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

6-8

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

3-5

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

6-8

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

5

Quais?

Não respondeu

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 10-20

2012: 50-100

2013: 30-50

2014: 10-20

13 - Qual o seu cachet oficial?

Depende do projecto

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

internet promo/radio/newspaper mag

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : frequente

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Cubase e Logic Pro

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: às vezes

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Não

Quer explicitar?

Não respondeu

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Conteúdo já não tem valor monetário. só as plataformas e que vazem dinheiro. o livro "who owns the future" explica isto tudo de uma maneira muito brilhante.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Faz sentido. vynil nao é digital, igual k cassette. qual é a diferença entre um CD e uma .wav? uma caixa com art-work basicamente.

B.24 António Mão de Ferro – AMF

1- Nome do músico/banda/compositor:

António Mão de Ferro

2 - Idade:

38

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

50-80%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

Mais de qq

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

6-8

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

Mais de 11

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

2

Quais?

Não respondeu

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 50-100

2012: 50-100

2013: 50-100

2014: 50-100

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Não

De que forma?

Não respondeu

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, e Logic Pro

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Hoje em dia conseguimos ser independentes na musica que fazemos, e com ela promover como achamos melhor! As redes dão-nos essas possibilidades de alargar os nossos conhecimentos e espalhar a nossa musica!

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Não respondeu.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Não respondeu

B.24 Guillermo Llera – Primitive Reason

1- Nome do músico/banda/compositor:

Guillermo Llera

2 - Idade:

40

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

50-80%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

Mais de 11

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

6-8

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

Mais de 11

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

18

Quais?

Não respondeu

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: 500-1000

2011: 500-1000

2012: 500-1000

2013: 1000-5000

2014: 1000-5000

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 50-100

2012: 50-100

2013: 50-100

2014: 50-100

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Assessora de Imprensa ligada à Agência que vende os espetáculos

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : ocasional

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, e Ableton Live

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Com a gravação em formato digital de 'rascunhos' ou ideias soltas temos a possibilidade de facilmente interrelacionar ideias captadas em diferentes alturas que de outra forma, salvo a escrita (que demoraria muito mais e nunca seria realmente fiel à ideia original), se perderiam para sempre.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Discordo plenamente. Quem estantes ter uma nova liberdade de expressão e oportunidade sem censura de profissionais do mercado que nada percebem de música do que cingir-nos às leis das editoras multinacionais. O interesse dessas mesmas editoras era o de fazer dinheiro rapidamente e facilmente, não tinha nada que ver com a arte, daí a música popular ter sido sempre feita para a capacidade do mínimo comum denominador, ou seja para que o consumidor mais básico e restrito de capacidade de compreensão artística. Dessa forma se foi perdendo precisamente o que David Byrne se queixa que vai acontecer. Isso já aconteceu quando a música se tornou num negócio das multinacionais. á estável economicamente olha para as inovações e mudanças no mercado como uma ameaça à sua estabilidade.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Bem, não me aquece nem arrefece. Os CD's vão rapidamente fazer parte do passado. São infinitamente piores que o Vinyl nas sua representação fiel do som (O CD não consegue reproduzir todas as frequências que o ouvido consegue ouvir, o Vinyl por sua vez consegue). São também difíceis de transportar em comparação com o formato digital. Fazem parte de um mercado virado para as multinacionais e grandes empresas que podem investir no marketing e soterrar completamente as edições de autor no que se refere à sua visibilidade no mercado.

B.25 Jorge Queijo – Torto/Os Príncipes

1- Nome do músico/banda/compositor:

Jorge Queijo

2 - Idade:

40

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

6-8

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

6-8

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

1

Quais?

Os Príncipes

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 30-50

2011: 30-50

2012: 30-50

2013: 30-50

2014: 20-30

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Press Release

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : ocasional

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Ableton Live e Outros

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: às vezes

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Não consegue rivalizar com o modelo tradicional da indústria, mas torna o processo completamente autónomo e independente embora os dois meios estejam completamente diluídos.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

No caso da música o que se vê na Internet acaba muitas vezes por ser muito diferente do que se vê ao vivo como se tem visto nos festivais com bandas com muita fraca qualidade e que tiverem um boom mediático que não corresponde à realidade. Acho que hoje em dia a capacidade crítica é menor e o tempo para pensar sobre o que vemos na internet é muito reduzido e volátil.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

O CD vai desaparecer, os vinis estão a voltar.

B.25 João Vieira – X-Wife/The White Haus

1- Nome do músico/banda/compositor:

João Vieira

2 - Idade:

41

3 - Considera-se profissional da música?

Não sei definir

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

50-80%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

6-8

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

6-8

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

1

Quais?

White Haus EP

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 30-50

2011: 30-50

2012: 0-10

2013: 0-10

2014: 0-10

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não respondeu

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

contrato

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : ocasional

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Não

Quer explicitar?

Não existe modelo tradicional da industria discográfica de momento. Tudo mudou.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Acho que temos que nos adaptar. As ferramentas ajudam mas a criatividade de cada um é que conta no final.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Acho que vai haver sempre cds, vai haver sempre vinil e mp3 até as cassetes voltarem. Lá porque surgiu o kindle não quer dizer que os livros vão desaparecer.

B.26 Ronaldo Fonseca – peixe:avião

1- Nome do músico/banda/compositor:

Ronaldo Fonseca

2 - Idade:

41

3 - Considera-se profissional da música?

Não

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

11-20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

0-20%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

3-5

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

3-5

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

0

Quais?

0

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 30-50

2011: 30-50

2012: 50-100

2013: 50-100

2014: 0-10

13 - Qual o seu cachet oficial?

Não está definido

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Às vezes, através de uma amiga

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : ocasional

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools, Cubase e Logic Pro

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Qualquer auxílio ao processo criativo será de louvar. Caberá ao músico optar pelo processo, digital ou tradicional, consoante a sua arte o exija.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Não entendo essa resposta do David Byrne, e duvido que essa premonição seja acertiva. O conteúdo criativo existirá sempre, só se adaptará aos novos meios. Poderá piorar em qualidade, melhorar ou permanecer idêntico, mas irá existir sempre, ou então que sentido fará comunicar, seja porque canal for, analógico ou digital!?

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Normal e expectável.

B.27 Zé Pedro – Xutos & Pontapés

1- Nome do músico/banda/compositor:

Zé Pedro

2 - Idade:

58

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

80-100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

Mais de 11

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

9-11

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

Que me lembre nenhuma

Quais?

Sem resposta

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: +5000

2011: +5000

2012: +5000

2013: +5000

2014: +5000

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 50-100

2012: 50-100

2013: 50-100

2014: 50-100

13 - Qual o seu cachet oficial?

Depende, mas alto

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Pertenço a uma empresa

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

A tecnologia nunca pode substituir a alma de um artista/compositor. As novas formas tecnológicas de gravação são muito mais simples e ajudam muito até na composição, mas as músicas têm de ter alma e atitude, e isso vem de dentro de quem as faz.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

A indústria discográfica não soube acompanhar as novas tecnologias. Está a tentar agora, encontrar a sua posição de controlar o mercado. Acho que vivemos um ponto de viragem mas que mais tarde ou mais cedo, tudo se ajustará. Parece-me impossível e desajustado, pensarmos em voltar tudo para outro sítio, ou acharmos que lá atrás é que era bom. Vivemos com o que vivemos, e a isso não podemos fugir. Como membros activos nesta indústria temos de participar e contribuir como pudermos.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

É inevitável, que a maneira de se ouvir e consumir música é bastante diferente do que era...por isso mesmo os artistas e tudo o que está em volta têm de se ajustar. Não podemos obrigar as pessoas a comprarem discos que não querem para nada, ou que podem ter no seu computador etc...eu pessoalmente gosto de discos, mas também oiço muito de computador...

B.28 João Cabrita – Cais do Sodré Funk Connection

1- Nome do músico/banda/compositor:

João Cabrita

2 - Idade:

42

3 - Considera-se profissional da música?

Sim

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

mais de 20

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

100%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

Mais de 11

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

9-11

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

3 ou 4

Quais?

Minta, Cais sodré funk connection, Prince Wadada, Chaparro

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 50-100

2012: 50-100

2013: 50-100

2014: 50-100

13 - Qual o seu cachet oficial?

Variável

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Na minha banda (CSFC) Contratamos uma pessoa para o efeito

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools , Cubase e Logic Pro

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: frequentemente

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Através da tecnologia podemos "embaratecer " o processo de criação/produção/promoção das obras, para além de podermos eliminar alguns intermediários entre o artista e o público. Assim, embora o publico pague menos, uma maior percentagem sobre a venda de um disco pode ir directamente para o artista.

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser

um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

Por um lado é verdade. Por outro há que encontrar novas formas de manter o "negócio". A verdade é que já nem os PC's têm leitores de CD's. Os conteúdos são mais e mais variados que nunca antes. A questão é descobrir novas formas de os veicular para o público

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

Ver resposta acima.

B.29 Miguel Ribeiro – The Happy Mess

1- Nome do músico/banda/compositor:

Miguel Ribeiro

2 - Idade:

41

3 - Considera-se profissional da música?

Não

4 - Há quantos anos exerce a sua actividade (músico, compositor, etc.)?

0-5

5 - Pensando na música como a sua actividade preferencial, qual o valor que representa no seus ganhos mensais?

0-20%

6 - Quantas edições físicas (CD e Vinyl) já editou?

0-2

7 - Quantas dessas edições foram igualmente editadas em digital?

0-2

8 - Quantas edições digitais efectuou que não fossem também físicas?

0-2

9 - Quantas dessas edições foram de autor?

2

Quais?

EP - October Sessions e LP - Songs From the Backyard

10 - Em quantos exemplares estima a venda nos últimos 5 anos? (CD, Vinil e Formato Digital)

2010: sem dados

2011: sem dados

2012: sem dados

2013: sem dados

2014: sem dados

12 - Quantos concertos realizou nos últimos 5 anos?

2010: 50-100

2011: 50-100

2012: 30-50

2013: 30-50

2014: 30-50

13 - Qual o seu cachet oficial?

3000 euros

14 - Recorre a promoção/assessoria de imprensa para os seus discos?

Sim

De que forma?

Contratar agencia de promoção/comunicação

15 - Que serviços/redes sociais usa para promover o seu trabalho?

Youtube : constante

Soundcloud: frequente

Facebook: constante

Myspace: ocasional

Twitter: frequente

iTunes: frequente

Spotify: raramente

Bandcamp: raramente

Meo Music: raramente

Tradiio: ocasional

Last.Fm: raramente

Outros: raramente

16 – Indique os programas de utiliza para a criação e produção musical.

Pro Tools

17 - Em que circunstâncias considera que as tecnologias lhe trazem vantagens?

Composição/Criação: sempre

Captação e Gravação: sempre

Mistura e Processamento: frequentemente

Masterização: sempre

Comunicação/Divulgação/Promoção: sempre

Distribuição/Venda: frequente

18 – Considera que as tecnologias tornam o seu processo criativo mais autónomo e independente, capaz de rivalizar com o modelo tradicional da indústria discográfica? (Apurar se as novas tecnologias ajudam o artista a ser mais independente da Indústria Discográfica)

Sim

Quer explicitar?

Não respondeu

19 –David Byrne, fundador e frontman dos Talking Head, refere que “a internet vai sugar todo o conteúdo criativo existente no mundo até que nada reste”. Este parece ser um sentimento partilhado por vários autores que consideram que a sua situação económica se deteriorou com a degradação do modelo tradicional da indústria discográfica. Como se posiciona face a esta questão?

De acordo com David Byrne, a música tornou-se objecto de consumo imediato. Há excessiva produção e edição de discos. Os consumidores são bombardeados todos os dias com novos conteúdos. Já não há tempo para compreender as obras, na maioria das vezes os consumidores não conseguem sequer explorar mais do que um ou dois singles e vídeos.

20 –Segundo o Pitchfork (site de música online), os últimos dados sobre o mercado discográfico apontam para uma forte diminuição na venda de CDs. Como avalia esta situação?

É natural que com o mp3 e streaming o objecto físico do disco se torne residual ou se torne apenas numa peça de merchandising, como uma tshirt ou um pin