



**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO APLICADA
UNIVERSIDADE AUTÓNOMA DE LISBOA
“LUÍS DE CAMÕES”**

**A PERSPECTIVA DOS ARTISTAS INDEPENDENTES DE ROCK
ACERCA DA MÚSICA NA ERA DIGITAL: O ROCK NOS GRANDES
CENTROS DE PORTUGAL**

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação Aplicada

Autor: Eduardo Spínola Eça

Orientador: Professor Doutor Bruno Carriço dos Reis

Número do candidato: 30006015

Outubro de 2022

Lisboa



“Que adianta saber as marés
Os frutos e as sementeiras
Tratar por tu os ofícios
Entender o suão e os animais
Falar o dialecto da terra
Conhecer-lhe o corpo pelos sinais
E do resto entender mal
Soletrar assinar em cruz
Não ver os vultos furtivos
Que nos tramam por trás da luz”
(Carlos Tê e Rui Veloso)



AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que de alguma forma estiveram ao meu lado e me apoiaram ao longo desta caminhada para obtenção do grau de mestre em Comunicação Aplicada. Aos meus amados pais e irmão, que mesmo à distância serviram como um norte, e dos quais a saudade serviu como alimento para que eu me esforçasse para ter o melhor desempenho possível dentro deste curso. À minha amada esposa e ao meu amado filho, que estiveram ao meu lado a todo o tempo, apoiando, e por vezes, tendo que lidar com os meus momentos mais difíceis, sendo o meu porto seguro. Aos meus colegas de curso, que apesar da distância e da frieza das aulas online, que a pandemia de Covid-19 tornou condição obrigatória, ajudaram a fazer com que este percurso fosse mais leve. À Universidade Autónoma por me acolher e me permitir dar mais um passo na construção do meu conhecimento e da minha carreira académica. Aos professores pela simpatia, cuidado e partilha do seu imenso conhecimento. Aos artistas que, de forma muito generosa, aceitaram partilhar um pouco das suas histórias e que contribuíram para enriquecer este trabalho. Por fim, mas não menos importante, muito pelo contrário, ao meu orientador professor doutor Bruno Carriço Reis, por quem tenho profunda admiração, e que mesmo com a sua vida atribulada, foi imensamente atencioso e carinhoso comigo, e mostrou a cada passo que dávamos na construção deste trabalho, que fiz a escolha mais acertada ao tê-lo como orientador. Que esta seja mais uma etapa de um longo caminho na minha busca por conhecimento.



RESUMO

O surgimento da indústria musical e do rock estão cronologicamente próximos, e durante décadas ambos cresceram até atingir o seu ápice. O mercado musical passou a ser dominado por um conglomerado de grandes editoras, as chamadas *majors*, que durante décadas ditaram regras e moldaram conceitos artísticos, ao passo que o rock se tornou um dos maiores e mais relevantes estilos dentro da indústria. No final dos anos 1990, a popularização da internet e o surgimento de meios de partilha de ficheiros entre utilizadores engendraram o surgimento da pirataria. Tal acontecimento abalou profundamente o mercado da música, minou o poder das *majors*, e ajudou a criar um mercado dentro do mercado, o dos artistas independentes, ou *indie*, que por sua vez, mercado este que teve no rock a sua mola propulsora. Dentro deste contexto, estudaremos o mercado de música *indie*, dentro do rock, na região da capital portuguesa Lisboa. Nos debruçaremos sobre as histórias de vida de músicos desta esfera, através dos artistas a solo, que são apontados por parte dos media especializados como a nova tendência dentro do mercado musical.

Palavras chave: Indústria musical; rock; majors; indie.



ABSTRACT

The emergence of the music industry and rock are chronologically close, and during decades both grew until reaching their peak. The music market started being dominated by a conglomerate of huge record labels, also known as *majors*, which along decades dictated rules and shaped artistic concepts, while rock became one of the greatest and most influent music genres in the industry. In the late 90's, the popularization of internet and the emergence of means of file sharing between users, built the appearance of *piracy*. This event deeply undermined the music market, ruined the power of the majors, and helped to create a market inside the market, independent artists market, or *indie*, which had in the rock music its driving force. In this context, *indie* music market is going to be studied, inside of rock scene, in the portuguese capital area. Life stories of rock musicians are going to be investigated, through solo artists, who are pointed by part of specialized media as a new trend in the music market.

Key words: Music industry; rock; majors; indie.



Índice

1 – Introdução e contexto.....	7
2 – A evolução da indústria da música.....	9
2.1 – Os avanços tecnológicos impactam a indústria.....	13
2.2 – A música independente na virada do século XXI.....	18
2.3 – Sobre a arte e o ser artista.....	21
2.4 – A chegada do rock em Portugal.....	25
2.5 – O indie em Portugal.....	32
3 – A importância dos media digitais para o mercado musical.....	34
3.1 – O uso dos media digitais por parte de artistas.....	35
3.2 – Engajamento online entre artistas e audiência.....	36
3.3 – Marketing, utilizadores e streaming.....	37
4 – Protocolo metodológico.....	40
5 – Análise e discussão de dados – O rock português na contemporaneidade.....	46
Considerações Finais.....	57
Referências Bibliográficas.....	61
Anexo 1 – Guião das Entrevistas.....	67
Anexo 2 – Transcrição das Entrevistas.....	68
Anexo 3 – Imagens.....	100



1. Introdução e contexto

Pretendemos, através da presente dissertação de mestrado, perceber o fenómeno da música independente, gestado como consequência dos avanços tecnológicos e do surgimento da internet, e ademais, entender o que torna um artista independente, tendo como foco de estudo o cenário musical rock contemporâneo em Portugal.

A produção académica, dentro do contexto da música rock, que serviu também como base de estudo e para a construção dos argumentos teóricos do presente trabalho, enfatiza as questões históricas e sociológicas do cenário rock em Portugal. Portanto, a fim de não mimetizar outros trabalhos e oferecer novas reflexões ao campo do rock no país, interessamos, sobretudo, a figura dos artistas, as suas respetivas histórias de vida, o que esperam ao escolher o rock como forma de se expressar, uma vez que estes são os protagonistas de um importante fragmento da cultura musical portuguesa. Estes artistas estão a construir as suas respetivas trajetórias no presente momento, o nosso estudo terá foco no rock português contemporâneo.

O presente trabalho pretende, ademais, trazer à tona as perspetivas dos atuais agentes da música rock em Portugal, ajudar a perceber o que é, e como forjou-se o conceito de artista independente, aprofundar a sua relação com o mundo digital e, de alguma forma, contribuir não só para o campo académico, mas para que aqueles que desejem, possam ter um norte ao tentarem perceber-se enquanto artistas, por que caminhos as suas trajetórias os podem levar e que possam constatar a importância da sua conexão com o universo do digital.

A pergunta de partida para o presente trabalho é: Ao ingressarem na música, em plena era digital, os artistas a solo e independentes de rock têm que ordem de expectativas acerca das próprias trajetórias? O rock é um dos estilos mais relevantes dentro da história da música, influenciou gerações, moldou estilos de vida, impactou a cultura como um todo, para além das fronteiras da música. Ainda hoje, embora tenha perdido protagonismo dentro da indústria, têm papel importante no mercado musical e desperta a atenção da juventude, uma vez que a sua mensagem ainda consegue conectar-se com estas gerações, e com isso causar identificação (Martins, 2021).

A presente dissertação pode servir como forma de orientação para que se perceba o fenómeno rock na era digital, e contribuir para que artistas possam perceber-se como peças significativas dentro da engrenagem da indústria. Os media especializados apontam o



crecente surgimento de artistas a solo como uma tendência na música contemporânea, a exemplo de artigos publicados nas secções de música em grandes periódicos como o *El País* (Bargueño, 2021), ou em portais como o brasileiro UOL (Neiva, 2021). Com isto, tal tendência também se mostrou relevante, enquanto objeto de estudo, para o presente trabalho.

O objetivo principal deste trabalho é debruçar-se sobre as histórias de vida de artistas a solo independentes, dentro do rock, e na região metropolitana de Lisboa, e perceber as suas perspetivas acerca da música na era digital e a sua relação com os media digitais, no âmbito da exposição dos seus trabalhos e na relação com o seu público. E como objetivos secundários pretendemos identificar as razões que levam um artista a escolher experienciar uma trajetória na música, e dentro do rock. Perceber como tais artistas se veem dentro do cenário musical e o que esperam das suas trajetórias. E observar o uso e a presença destes artistas nos media digitais.

Para tal, na parte empírica deste trabalho, recorreremos à técnica de entrevistas semiestruturadas, com guiões, e abordagem qualitativa, a fim de traçar histórias de vida e para que estas possam permear este estudo, e ajudar a corroborar com a sua parte teórica, na qual discutiremos a indústria da música, como o advento da tecnologia a impactou, como isto levou ao surgimento do fenómeno *indie*, o conceito de artistas independentes e a relação entre música, artistas e o digital.

Na era digital, um músico não precisa de um grande estúdio ou de um contrato com uma editora. É possível produzir e gravar músicas em casa, realizar o upload na internet através de um computador pessoal, sem intermédio de terceiros, comunicar-se com o seu público e ver a sua popularidade crescer através de sites de médias sociais (El Gamal, 2012).

Interessa-nos discutir o surgimento da música e de artistas independentes, fenómeno que é um dos resultados do contexto temporal acima discutido. Num primeiro momento, pretendemos examinar como a indústria evoluiu no sentido de ser impactada pelo surgimento de novas tecnologias, e como tais acontecimentos impactaram a carreira de artistas até a era digital, determinando como carreiras nascem, são geridas e como artistas relacionam-se com a sua arte e com o seu público.

Estabeleceremos como objeto do nosso estudo, enquanto artistas independentes, aqueles que não têm contrato com editoras, agências ou *bookers*, e que são, portanto, gestores das suas próprias carreiras. Interessam-nos os artistas a solo de rock que acumulam as funções criativas da música, dos segmentos gerencial, financeiro, comunicacional e dos



media digitais, e que veem na produção, lançamento e distribuição de temas originais, a forma de fazer a sua música chegar às pessoas.

Para Naves (2014), o modelo de mercado musical mediado por agentes limita o acesso de artistas aos grandes concertos e eventos, formando um sistema pouco claro e dependente. Importa-nos examinar como tais artistas lidam com as vicissitudes do meio artístico, que vias escolhem para fazer música, em meio ao rock.

Ainda nas palavras de Naves (2014, p. 22), “um artista é uma pessoa que faz arte”. Entretanto, não iremos nos deter ao espectro de artistas validados por agentes do mercado. Nosso foco de estudo irá incidir naqueles que são agentes e autores das suas criações e que interpretam as suas obras, ou emprestam o seu talento às obras inéditas compostas por terceiros. O nosso estudo irá, portanto, refletir acerca de artistas que tenham obra gravada, o que nos permite inseri-los no contexto da música digital.

Ulteriormente a este ponto, pretendemos discutir o conceito de música independente, por representar parte fundamental do entendimento do que vem a ser o nicho de artistas escolhidos como objeto de estudo deste trabalho. Pretendemos perceber com mais profundidade o que posiciona um artista dentro do espectro da música independente, sobretudo dentro do contexto da música rock.

Segundo Guerra (2010), o rock em Portugal está ligado à geração na faixa dos 30 anos, seguida de perto pela geração dos 20 e dos 40, está mais associada a um público masculino e com alto grau de escolaridade. É, ademais, um meio mais circunscrito às regiões de Lisboa e do Porto, e um universo eminentemente masculino. Com isso, o foco do nosso estudo irá incidir em artistas provenientes da região metropolitana de Lisboa, no que iremos buscar nomes inseridos no referido contexto, dentro do segmento rock, nas suas mais diversas vertentes, e no espectro da música independente.

A partir do tópico seguinte, começaremos a discutir e nos debruçar sobre a evolução da indústria musical, concomitantemente com os avanços tecnológicos que num dado momento abalaram a indústria musical de forma irreversível, o que posteriormente nos possibilitará perceber o surgimento do mercado *indie*.

2. A evolução da Indústria da Música

O rock surgiu do blues, música oriunda dos cânticos de homens e mulheres escravizados nas lavouras de algodão, nos Estados Unidos, entre o fim do século XIX e início do século XX, e que foi levado posteriormente aos grandes centros urbanos. Tais cânticos eram



intitulados “*work songs*” e representavam um subterfúgio para as dores e sofrimentos causados pelas duras e longas jornadas de trabalho (Hora, 2014).

As gravações seminais de rock remontam à primeira metade da década de 50, com nomes como Bill Haley, Chuck Berry e Elvis Presley (Frith et al., 2001). No que viria a se tornar um dos estilos mais representativos na história da música de massas. Para Guerra (2010), o rock, na sua complexidade, deu origem à maioria do que se faz hoje em termos de música popular, e não ficou limitado às suas origens, desaguando em uma infinidade de subgêneros.

Em Portugal, o rock só chega em meados dos anos 60, trazido por estudantes correspondentes em outros países, e por funcionários de companhias aéreas (Clérigo e Ferreira, 2015). Manteve-se circunscrito a um circuito alternativo, mais à margem do que se fazia no cenário *mainstream* da época, até o chamado “boom” do rock português, no início da década de 80, tendo na figura de Rui Veloso o seu grande expoente.

O rock nasce em pleno desenvolvimento da indústria cultural, termo e conceito cunhados por Adorno e Horkheimer (França et al., 2018), na qual a chamada media de massa representou um instrumento de funcionalidade da sociedade, e da qual o rock não tardou fazer parte.

A indústria da música, na figura das *majors*¹, dominou o mercado durante décadas, determinando estilos, criando marcas, limitando a criatividade artística e detendo o monopólio sobre as vendas. Até o advento da internet e da troca de ficheiros P2P (*peer to peer*), através de plataformas como Napster e Kazaa causarem um impacto sem precedentes na indústria, mudando a partir dali a forma de se produzir e consumir música, como aponta El Gamal (2012), desta queda que a indústria sofreu, nasceria a cena e o mercado para artistas independentes.

A indústria da música passou por um longo processo de evolução ao longo de décadas, desde que se inseriu dentro do âmbito cultural, moldou-se aos avanços tecnológicos e cresceu de forma exponencial.

Os estudos pioneiros sobre indústria cultural, na qual a indústria musical está inserida, surgiram da área da comunicação, com o propósito de provar que os veículos de média eram capazes de moldar hábitos, com o apontam Frith et al. (2001). Com isso a cultura popular está presente nas vidas das pessoas desde cedo, a tentar construir formas de pensar, agir e ver o mundo.

¹ Termo usado para referir-se às grandes editoras, parte dos grandes conglomerados da indústria musical.



Nos Estados Unidos, desde o final do século XIX, a maior fonte de rendimentos na música era proveniente de apresentações ao vivo. Apenas na década de 1940, os registos discográficos passaram a representar a maior parte das receitas neste mercado (Nakano, 2010).

Até o advento da digitalização da música, a indústria seguia um modelo tradicional no qual tentava-se construir e prever qual seria o próximo grande sucesso. Hoje, com um catálogo imenso ofertado aos utilizadores é mais difícil estabelecer padrões como os do passado. O modelo de negócio e receitas geradas pelo *streaming* é diferente do anterior, quando havia venda de discos físicos. No modelo vigente, os *streaming* são contabilizados a cada audição de até 30 segundos, o que tem impactado a forma como canções são pensadas e compostas (Ribeiro, 2021).

Nunca houve como um artista independente concorrer com o poder de uma editora. Para artistas sempre foi difícil encontrar espaços dentro do sistema ou dentro dos veículos de comunicação, dominados pelas editoras, que por sua vez estiveram sempre pouco preocupadas com a qualidade dos artistas, vendo-os como meras possibilidades de negócio. Muitas editoras assinavam contratos com artistas comprometendo-se a cuidar dos seus 3 a 5 primeiros anos de carreira, e obtendo a maior parte dos lucros gerados por concertos ou venda de álbuns. Passado este período, e quando estes artistas vislumbravam a possibilidade de começar a lucrar com o seu trabalho, eram costumeiramente descartados pelas editoras que buscavam novos artistas e novas possibilidades de lucrar (Passos, 2022).

Engendrou-se uma fórmula de canções de sucesso, que foi o fio condutor para um empobrecimento lírico, com canções sempre na primeira ou segunda pessoas, e discursos sobre relacionamentos, em que o gênero não estava identificado. A retórica e os símbolos eram repetitivos e poderiam retratar amizades que evoluíam para o amor, relações amorosas e suas desventuras, casamento, fidelidade, lua de mel ou relações que chegavam ao fim, como aponta Frith et al.(2001). Em geral, a parte lírica caminhava em círculos a orbitar os mesmos temas. O que representava, portanto, um contributo para a diminuição das escolhas que poderiam ser feitas por parte da audiência.

Um dos principais modelos de indicativo de sucesso foi adotado por rádios americanas, a partir da década de 1950, os chamados “Top 40”, nos quais as quarenta músicas com melhor alcance de audiência eram tocadas de forma exaustiva durante um mês. Inicialmente, o modo de operação era misturar músicas de diversos estilos, para em seguida as rádios passarem a se especializar em determinados estilos (Hirsch, 1969).

Artistas viram-se cerceados criativamente, uma vez que havia pouco espaço para ousar,



já que havia um protocolo a ser seguido para que se lograsse aquele modelo de sucesso. As *majors* transformaram-se em verdadeiros oligopólios, com estrutura e movimento financeiro vultosos. Os artistas percebiam-se presos a este sedutor sistema, livres para preocupar-se com a parte musical, entretanto tolhidos criativamente, por um empreendimento cada vez mais predatório. A jovens artistas era dada a atrativa oportunidade de alcançar admiração e tornarem-se um sucesso, através de um modelo de fabricação de hits (Frith et al, 2001).

Para Hirsh (1969), gravar álbuns era a forma de artistas tentarem atingir a atenção do público e com isso obter sucesso. Artistas viviam a expectativa de despertar o interesse de um produtor e assinar um contrato com uma editora para a gravação de um álbum. A indústria por outro lado, alimentava a lógica do “top 40”, na qual a “expectativa de vida” de um hit era de 60 a 120 dias. Dito isto, produtores estavam sempre à procura de um novo artista, para produzir um novo hit, que os manteria sempre entre os mais tocados. Artistas eram não só produzidos em larga escala, mas também tratados como um produto descartável, em incontáveis situações com prazo de validade deveras curto.

A&Rs² de grandes editoras e produtores costumavam acompanhar sessões de ensaio e gravações de artistas contratados para selecionar as canções a serem gravadas. Se o artista discordava criativamente do produtor, não tinha poder legal para fazer valer o seu ponto de vista, uma vez que a decisão de um produtor estava protegida por contrato, (Hirsch, 1969).

Para Frith (2001), os grupos minoritários têm importância no sentido de contrapor os padrões impostos pela indústria. Ao escolher grupos menos conhecidos, sem publicidade, ou ao identificarem-se com artistas internacionais menos populares, apontavam um ressentimento com os média comerciais e, por conseguinte, este era um sintoma de que os caminhos escolhidos pela indústria poderiam estar direcionados para a sua própria ruína.

As *majors* dominam a indústria desde os anos 1950, entretanto a presença de editoras médias ou pequenas no mercado, as chamadas *indie*, é considerada importante por serem elas responsáveis por contrabalançar o cenário, preocupando-se com diversidade e questões artísticas (Nakano, 2010).

Em certa medida, as figuras do produtor independente, não vinculado a editoras, e as editoras independentes, tiveram papel importante no que tange a trazer uma lufada de ar ao mercado. Se por um lado, estes acabavam por funcionar como braços das grandes editoras, e não faziam muito mais que alimentar o esquema de caça por um hit para entrar nas paradas de sucesso, por outro lado houve editoras independentes a dar espaço para artistas que realmente

² Sigla para Artists and Repertoire, divisão de uma editora responsável pela pesquisa e contratação de novos artistas.



destoavam criativamente da lógica repetitiva da busca incessante por uma canção de sucesso.

O choque de gerações, que para Frith et al.(2001) é difícil de mensurar, enquanto conflito natural que afasta as gerações de pais e filhos em múltiplos aspetos, incluindo gostos, crenças e cultura, é um ponto importante a se ter em conta, no que concerne o rumo pelo qual seguiu a indústria musical. Está, em geral, nas mãos da juventude determinar modas, tendências e caminhos que a cultura irá permear em cada geração.

Malm (1992), aponta a evolução tecnológica dos formatos de gravação e reprodução ao longo das décadas, desde os gramofones no início do século XX, o rádio na década de 20, a introdução das fitas de gravação na década de 50, os LPs, as fitas cassete entre os anos 70 e 80, e os CDs nos anos 90. As evoluções tecnológicas caminharam lado a lado com indústria. Representaram, de alguma forma, as passagens entre as gerações e foram a grande ferramenta que impactou a indústria de forma mais substancial.

Justamente, por parecer não perceber o tamanho do abismo que separava as gerações, as mudanças significativas que se avizinhavam e por parecer tomar por certos o seu poder e influência, no início dos anos 2000 a indústria da música foi arrebatada por uma sucessão de eventos que mudaram para sempre a forma como fazemos e consumimos música.

Os eventos descritos no presente tópico são o fio condutor que nos levam ao surgimento do mercado e de artistas independentes, que são o cerne do nosso estudo. Iremos discutir a sucessão de eventos pelos quais a indústria musical atravessou, até a era digital, no capítulo a seguir.

2.1 - Os avanços tecnológicos impactam a indústria.

A tecnologia associada à música começa no final da idade média, quando se começou a usar a notação musical, e tornou-se possível perpetuar esta tradição artística. A tecnologia musical, tal qual a conhecemos, na contemporaneidade, começa na metade do século XX, com a introdução da música feita de forma eletrónica (Moore, 1992).

O primeiro avanço significativo na dentro da indústria, no que concerne ao processo de gravação, foi a introdução da fita magnética, na década de 1950. E somente a partir da década de 1980, tal tecnologia passou a ser substituída pelo formato de gravação digital (Nakano, 2010).

As primeiras gravações em formato digital remontam à década de 1980, o que refletiu na quebra de uma estrutura rígida nos formatos de gravações analógicos (El Gamal, 2012). Já



na década de 1990, os custos com a produção de uma música seguiam por cair drasticamente, fruto dos avanços tecnológicos nesta área.

O computador também aparece, nesta altura, como uma importante ferramenta para se fazer música, embora as primeiras reproduções musicais feitas através de computadores tenham baixa qualidade, mais pela ignorância dos utilizadores que pela falta de capacidade dos aparelhos, uma vez que os mesmos já possuíam grande potencial para competir com instrumentos musicais (Moore, 1992).

Esta mudança representou o início de uma era na qual a música passava a existir em formato digital, sem a necessidade de um formato, como o CD. A baixa qualidade das primeiras versões digitais de músicas fazia com que a pirataria ainda fosse um mal pouco prejudicial. Até a invenção, nos anos 90, do formato MP3 que era resultado da compressão de um ficheiro musical digital para um tamanho que facilitava a sua transferência através da internet. No final da década de 90, foram introduzidos os primeiros aparelhos capazes de reproduzir ficheiros em MP3 (El Gamal, 2012).

O surgimento da tecnologia mp3 e do digital enfraqueceu o mercado de música física, tornando desnecessária a presença de lojas especializadas, uma vez que o consumo e venda são feitos em maior parte através da internet (Nakano, 2010).

O oligopólio que durava quase seis décadas, estava prestes a ser abalado profundamente por tais mudanças. O mercado da música não foi capaz de antever o impacto que a pirataria iria trazer, e seguiu a tentar manter o monopólio sobre as vendas, sobre as produções artísticas e sobre a criatividade dos músicos.

No final dos anos 90, surge o Napster, que introduziu o processo *P2P* (*peer-to-peer*) de troca de ficheiros (El Gamal, 2012). O facto de não ser necessário haver um servidor para hospedar os ficheiros musicais, uma vez que eles eram trocados entre utilizadores, tornava difícil traçar um caminho até possíveis culpados, e conseqüentemente, tomar medidas legais.

Em poucos meses, o Napster atinge o vultoso número de 80 milhões de utilizadores, o que chamou a atenção não só de jovens universitários, mas da indústria que já começava a ser impactada de forma significativa. A indústria travou uma guerra jurídica com o Napster, até o ano de 2002, quando a plataforma foi definitivamente encerrada. Entretanto, esta serviu apenas para apresentar a ferramenta *P2P* e para abrir as portas a esta tecnologia. A seguir, outras plataformas apareceram como Kazaa, Grokster e Gnutella, cada uma delas foi ficando mais difícil de ser derrubada, a busca e responsabilização judicial de utilizadores foi se tornando cada vez mais difícil, em conformidade com El Gamal (2012).

Os avanços tecnológicos, a digitalização dos processos e o impacto da pirataria fizeram



com que as grandes corporações reduzissem custos, dimensões e investimentos. Tais mudanças exigiram novas competências e conhecimentos, o que fez com que novas empresas surgissem ao redor das grandes *majors*, fazendo com que a cadeia de produção fosse desverticalizada (Nakano, 2010).

A indústria da música viu-se abalroada por uma ordem de acontecimentos que parecia repentina, mas que foi sendo engendrada ao longo de décadas. O mercado optou pelo caminho judicial para combater um fenómeno que parecia ser uma hidra de lerna, no qual para cada cabeça que era cortada, nascia outra no lugar ainda mais difícil de ser combatida.

Os problemas do Napster começaram após 6 meses, quando artistas como os Metallica e grandes editoras resolveram processar o site. Após o fechamento do Napster dá-se um boom de trocas de arquivos na internet (Vladi, 2011).

As tentativas de responsabilizar utilizadores além de se mostrarem ineficazes, já começavam a arranhar a imagem da indústria significativamente perante a opinião pública. O primeiro contragolpe eficaz do mercado da música só aconteceria em 2003, através da companhia *Apple*, e com a criação da *Apple Music* (ou *Itunes*). Uma loja virtual através da qual utilizadores teriam a possibilidade de comprar álbuns inteiros ou canções isoladas, por preços acessíveis e com ficheiros de boa qualidade, como aponta (El Gamal, 2012).

O produto musical como bem de consumo já havia perdido valor de compra com a democratização do *download*, sobretudo o ilegal. A chegada do Spotify e outras plataformas de streaming ajudou a consolidar este paradigma (Magos & Reis, 2022).

Em 2006, a companhia Sueca Spotify é fundada, a apresentar muito mais funções de cariz social, e em 2011 pela primeira vez, as vendas de música digital ultrapassam as vendas de CDs. A indústria passava a perceber que a venda legal de ficheiros digitais era o caminho. O impacto foi profundo, porém a venda de música digital através das chamadas plataformas de streaming, colocou o poder de volta nas mãos da indústria, neutralizou o problema da pirataria, ainda que este poder e o fluxo de caixa não sejam os mesmos de décadas passadas (Santos, 2013).

Os Arctic Monkeys, após comunidades de fãs partilharem um disco demo, através do site *Myspace*, tornam-se o primeiro fenómeno musical da internet, em 2003. No Brasil, a cantora Mallu Magalhães foi um fenómeno parecido ao não aceitar assinar com grandes editoras, e em 2007 lançar o seu primeiro álbum de forma independente, e alcançar grande sucesso na internet (Vladi, 2011).

Segundo El Gamal (2012), os artistas passaram a ter acesso a bom equipamento de gravação a preços acessíveis, a gravar e distribuir suas músicas das suas próprias casas,



tornaram padrão o formato de distribuição gratuito, através dos média sociais, como forma de aumentar a sua popularidade, e aumentar as receitas através da sua principal fonte de rendimentos, os concertos.

Estes artistas passaram a acumular funções, ganharam experiência e *know-how* em funções que antes ficavam a cargo das editoras. Eram agora capazes de cumprir atribuições que antes requeriam um contrato com uma companhia, e construíram a própria popularidade. Ao passo que as editoras tornavam-se obsoletas sob diversos pontos de vista, e precisaram renovar-se ao não mais buscar artistas para produzir do zero, e colocá-los sob a sua tutela, mas a partir daquela altura tomar de empréstimo o prestígio de um artista que pensava e agia de maneira independente (Herschmann, 2010).

Ademais, surge a necessidade para muitos artistas de criar novas fontes de rendas, que podem vir não só dos concertos, mas de acordos com plataformas digitais, contratos com patrocinadores ou participações em eventos (Naves, 2014).

Boa parte dos artistas decidiu distribuir a sua música apenas em formato digital, ao passo que todo um universo passava a se formar e orbitar a esfera da música feita e distribuída digitalmente. Websites, blogs, redes sociais, revistas especializadas, todos a formar um espectro que mostrava a solidez de um novo paradigma dentro da indústria da música, (Gamble et al., 2019).

Este cenário propiciou o fortalecimento dos artistas independentes, ou *indie*, que eram não só capazes de gravar e distribuir as próprias músicas, mas através da internet discutiam estratégias de divulgação em fóruns, comunicavam agenda aos seus fãs, e tornavam-se progressivamente mais capazes de gerir a própria carreira (Minuzzi e Novaes, 2015).

O mercado de música independente forçou as editoras a diversificarem o tipo de serviço prestado, e a prestar outros serviços a artistas. Gravação, reprodução, distribuição física e virtual, produção de artistas, venda de shows passaram a fazer parte do cabedal de serviços prestados por editoras a artistas (Nakano, 2010).

Segundo El Gamal (2012), as vendas de CDs que alcançaram números expressivos entre os anos 80 e 90, tiveram uma queda drástica, da ordem de 70% das vendas nos anos 2000, com o surgimento do formato digital. A possibilidade da venda legal de ficheiros digitais propiciou retomada nas vendas, entretanto os números não reproduzem as mesmas somas de décadas anteriores. Além disso, parte significativa destas vendas não chega aos artistas, que dependem financeiramente ainda mais dos concertos.

A música ao vivo como principal setor da indústria é um processo recente, que foi construído a partir dos anos 1990. O campo de produção intermediário de música ao vivo, que



pode ser visto como *midstream*, existe em muitos sítios ao redor do mundo e englobam uma grande rede, não só de artistas, mas de prestadores de serviço. É um mercado forte e potencial gerador de receitas (Benevides, 2019).

Os média sociais e as redes sociais têm papel crucial neste contexto, uma vez que reúnem grupos de pessoas em torno de interesses comuns, e representam poderosas ferramentas de comunicação entre artistas e o seu público. O artista, na era da internet, passou a ser gestor da própria carreira, e precisou aprender a gravar, editar, fazer mistura e masterização, distribuir, divulgar, comunicar com o público, gerenciar tempo, finanças, agendar shows, entre outras tantas atribuições (Silva Junior et al., 2013).

Para Naves (2014), a eliminação de intermediários dentro do fluxo da indústria da música é o grande advento da era digital, neste mercado. Hoje, a venda direta a um fã é um exercício comum. Os produtos chegam aos apreciadores de forma mais personalizada, o que possibilitou a criação de vínculos mais consistentes entre artistas e fãs, que atualmente representam também um papel de divulgadores dos seus artistas preferidos, o que aponta para uma mudança relevante dentro da indústria musical.

Um importante fator externo a essa cadeia, é o envolvimento dos fãs na pesquisa e descoberta de novos artistas, além de ajudarem na divulgação, comprarem produtos e artigos musicais. E enquanto a indústria musical de massa é marcada por grandes investimentos, que visam alcançar o maior número possível de pessoas, o mercado *indie* é marcado pela sua autonomia (Benevides, 2019).

Para um número de artistas, o peso da independência pode ser demasiado grande, e as mudanças viabilizadas pela ascensão do digital não decretaram o fim das editoras. Entretanto, como consequência das perdas trazidas pela revolução digital, a relação e os contratos com artistas tiveram que ser revistos. As editoras também precisaram encontrar novas fontes de rendimentos, e agora passaram ter parte em qualquer tipo de retorno financeiro gerado pelos artistas. Tais contratos são mais vantajosos para as editoras, mas nem sempre para os artistas, (Suhr, 2011).

Segundo o estudo de Naves (2014), os rendimentos de músicos hoje podem ser oriundos de direitos de autor, do salário como funcionário de uma banda ou orquestra, de royalties de gravações em geral, do trabalho como músico de estúdio, da venda de *merchandising*, do ensino de música, entre outras fontes. Na era da música digital, é tarefa árdua viver exclusivamente da música, e neste caso, viver de apenas uma fonte de renda dentro do mercado musical

A realização de concertos ainda se configura como a principal fonte de renda de artistas.



E a figura dos fãs ganha ainda mais importância não só enquanto compradores em potencial dos bilhetes dos concertos, ou como divulgadores do trabalho de um artista, mas com ferramentas como *crowdfunding*, *sponsoring* ou *patreon*³, os fãs podem ter um contributo significativo para a saúde financeira dos seus artistas preferidos.

A crise económica que atingiu as majors a partir dos anos 90, e com qual a mesma se debateu por mais de uma década, só passou a ser superada a partir de 2006 com a ascensão do *streaming*. Esta mudança de paradigma dentro da indústria potencializou a importância dos concertos ao vivo, como geradores de receita, e os turnês mundiais de grandes artistas passaram a bater recordes em termos de gastos e lucros (Benevides, 2019).

Naves (2014), crê que há diferentes esferas a formar o universo de um artista, que tem que lidar com o negócio da música, os avanços tecnológicos e os seus direitos de autor. E que para ter uma carreira rentável o artista precisa saber lidar com a música na era da Internet 3.0, saber rentabilizar a sua carreira e gerir bem os seus direitos de autor.

No próximo ponto discutiremos os conceitos de música e artista independentes, fruto da relação entre os avanços tecnológicos e o seu impacto na indústria da música, e nos aprofundaremos nas suas atribuições, nas suas relações com a música, e com a estrutura que passou a contornar o mercado musical.

2.2 - A Música Independente na Virada do Século XXI

Estamos no início do século XXI, os avanços tecnológicos, o surgimento da internet e dos ficheiros, a partilha ilegal de música através da rede afetaram a indústria de forma aparentemente irreversível. A tecnologia *MP3* e a partilha de ficheiros via *P2P* permitiram com que a música de artistas desconhecidos alcançasse locais antes inimagináveis. A consequente mudança de paradigma da indústria permitiu que artistas ocupassem espaços que antes lhes eram vetados. No presente capítulo, discutiremos o conceito de música independente, e nos debruçaremos sobre o conceito de artistas independentes.

Novidades como baterias eletrónicas, sintetizadores, gravadores digitais, softwares começaram a se proliferar em estúdios a partir dos anos 1980 (Wainer, 2017).

Para Prior (2018), a música independente já não serve à esfera dos modernos estúdios de gravação, mas a qualquer lugar e momento onde a inspiração possa surgir. Com produções que podem envolver um laptop, telemóvel, softwares de estúdio e wi-fi. A tecnologia sempre esteve presente e sua evolução caminhou lado a lado com o mercado da música, ao longo do

³ Crowdfunding, sponsoring e patron são modalidades de apoio artístico, nas quais os fãs patrocinam os seus artistas preferidos, às vezes em troca de alguma recompensa, como álbuns ou produtos de merchandising.



século passado. Passamos pela invenção do gramofone, do rádio, da guitarra acústica para a elétrica, surgimento do computador, criação de softwares de gravação, entre outros inventos e avanços até chegarmos na música em formato digital.

Por outro lado, uma vez que as cenas independentes dispõem de menor capital, tanto cultural quanto social, estas são frequentemente associadas a má qualidade, uma vez que as produções demandam sempre maior esforço e condições menos favoráveis (Benevides, 2019).

Para o que Santana (2020, pg. 7) afirma, “ser um artista independente não indicava qualquer demérito de qualidade, assim como não alude atualmente, mas uma estratégia para dar vazão a estilos alternativos ou *indie*.”

A partir dos anos 80, os avanços tecnológicos tornaram-se mais proeminentes, com avanços materiais, sobretudo em áreas mais urbanas e modernas. A solidez destes novos materiais era como um complemento para a urgência das práticas artísticas, entretanto, é preciso estar atento para o facto de que o campo cultural não ser um mero espaço no qual a tecnologia encontrou o seu lugar. Cultura e tecnologia são, na verdade, inseparáveis (Prior, 2018). Entretanto, os modelos de independência dentro da música, começaram a surgir décadas antes.

Segundo Abreu (2010), as companhias independentes começaram a surgir nos anos 40, como uma forma de impor um novo modelo às grandes majors, e passaram a ganhar relevância a partir da década de 50. Tais companhias ajudaram a introduzir no mercado a figura do *Disc Jockey* (DJ), que por sua vez ajudavam a divulgar as músicas dos seus artistas, visto que as rádios estavam dominadas pelas grandes editoras.

A atuação das *majors* poderia ser enquadrada em quatro âmbitos, descobrir novos talentos, financiar a produção musical, adiantar verbas e distribuir o produto (Santana, 2020).

As pequenas editoras independentes foram fundamentais para a difusão de novas expressões musicais, na segunda metade da década de 50, a exemplo do gospel, do country e do R&B, ao introduzirem diversidade ao mercado, e preocuparem-se com as questões estéticas e de produção musical (Abreu, 2010).

Para (Benevides, 2019), houve também um aumento significativo do número de festivais de música, de tamanhos diversos, e pelos quais passam desde artistas eruditos a artistas populares.

E ainda segundo Abreu (2010), a estratégia adotada por algumas das grandes editoras, a exemplo da Warner Bros., a fim de mitigar o crescimento das independentes, foi comprar aquelas que haviam obtido resultados mais relevantes, e produzido artistas que impactaram a indústria de forma mais significativa. Entretanto, algumas delas mantiveram-se na periferia do



mercado, e escolheram explorar segmentos específicos e outras tendências de mercado.

As bandas e artistas independentes passam a assumir multitarefas, entre elas composição, produção, gravação, divulgação e distribuição. Tais artistas optam por distribuir a própria obra e produzir os próprios concertos, realizando o papel que caberia a uma editora (Benevides, 2019).

Outro elemento importante, que surgiu neste contexto, foi a figura do produtor independente, que ajudou a mudar a lógica imposta pelo modelo de produção industrial, tornando-se um personagem autônomo dentro do mercado, colaborando para o surgimento de estúdios independentes, e para a afirmação de artistas, compositores e músicos (Abreu, 2010).

A partir da década de 70, o mundo atravessa uma intensa crise econômica, que afeta o mercado da música, e conseqüentemente toda a cadeia de produção musical. Tal crise, fez com que muitas pequenas companhias independentes fechassem as portas, outras resistiram com muita dificuldade, enquanto as grandes majors reafirmaram ainda mais o seu poder dentro do mercado. Este contexto, levou as gravadoras independentes a estabelecerem uma relação de subordinação com as grandes editoras, ao passo que tinham menor poder de mercado (Herschmann e Albornoz, 2009).

Segundo Abreu (2010), o surgimento do *punk rock*, ainda nos anos 70, foi o que ajudou as companhias independentes a se manterem relevantes frente à indústria. Uma vez que o movimento punk era uma expressão de contestação a tendências dominantes. As editoras independentes foram a forma ideal para que artistas deste segmento gravassem e distribuíssem a sua música.

O cenário independente impulsionou uma extensa cadeia de produção, que envolve agentes, selos, distribuidores, empresas de marketing e estúdios. O artista independente é aquele que não faz parte da estrutura de uma *major*. Isso lhe dá mais autonomia criativa e em termos de carreira. Ser independente, entretanto, pressupõe saber escolher os parceiros certos, uma vez que é preciso fazer parte de uma longa teia de trabalho (Santana, 2020).

David Grohl, vocalista dos Foo Fighters, testemunha, no seu livro, o momento em que ainda na adolescência, teve o seu primeiro contacto com uma cena punk local e com produções discográficas destes grupos:

Após uma inspeção mais atenta, reparei numa diferença evidente em relação a todos os álbuns clássicos de rock que eu tinha em casa: nenhum disco era de editora discográfica que eu conhecesse. Pelo contrário, a maioria parecia de produção caseira. Tinham capas fotocopiadas com fotografias escuras e cheias



de pixels; créditos e letras escritos à mão; logótipos e gráficos em serigrafia, tudo enfiado em capas de plástico que se vendiam por uns meros três ou quatro dólares. Aquela rede alternativa existia e atuava completamente fora da estrutura convencional e corporativa. (Grohl, 2021, p. 50).

E embora, o circuito da música punk rock optasse por circuitos alternativos, à margem do sistema das majors, estas não tardaram a interessarem-se pelo segmento, e conseguiram cooptar artistas como os Clash e os Sex Pistols, que assinaram com CBS e EMI, respetivamente (Abreu, 2010).

No mercado da música, algumas décadas atrás, havia uma forte engrenagem para tornar um artista um grande sucesso, que envolvia não só qualidade musical, mas divulgação exaustiva em veículos mediáticos (Santana, 2020).

A indústria seguiu por décadas a engendrar a mesma estratégia de assimilar companhias menores, a fim de assegurar o seu monopólio. A japonesa Sony adquiriu a CBS, a Warner Music fundiu-se num grande conglomerado e adquiriu a RCA, a MCA adquiriu a Motow, tudo isso na década de 80. E no início dos 90, a indústria estava dominada por um grupo de editoras que havia assimilado outras tantas, tornando estes conglomerados em grupos internacionais e os dando um domínio esmagador (Abreu, 2010).

Enquanto as novas formas de se consumir música na era digital proporcionaram o crescimento do mercado independente de música ao vivo, os acordos pouco claros e desfavoráveis para os artistas, e o uso de verbas públicas na produção de eventos e festivais, continuam a acontecer, e ainda configuram um ponto controverso dentro da cena *indie* (Benevides, 2019).

Depois de perceber como o surgimento de tecnologias ligadas à música e a pirataria corroboraram para que a combalida indústria musical desse espaço para o aparecimento do mercado *indie*, discutiremos, no tópico subsequente, conceitos que podem vir a tornar claro o que é ser um artista.

2.3 - Sobre a arte e o ser artista

O presente tópico pretende discorrer sobre os conceitos de arte e artista e refletir acerca da escolha pela trajetória artística e perceber os meandros do mercado independente, e o que faz com que artistas se tornem independentes.

Na filosofia antiga, a arte era vista não só no âmbito da beleza e da realidade natural, mas era associada à moral e à evolução espiritual, à medida que possibilitava ao indivíduo



transcender espiritualmente, (Bilbao e Cury, 2006)

Arte é uma palavra de difícil definição, por ser complexa e polissémica. O uso corriqueiro da palavra arte está circunscrito ao sentimento público do que é arte, entretanto, usamos uma palavra que não sabemos definir de forma satisfatória. Há o conceito de arte mais restrito, que está ligado a obras de arte em museus e galerias de arte, associadas a um meio mais filosófico de arte, e o conceito mais amplo de arte, associado a criação e criatividade, e não circunscrito a um ambiente artístico específico, mas a qualquer sector de atividade humana (Ferreira, 2014).

A música enquanto forma artística pode exprimir e captar emoções, o que torna importante o desenvolvimento da capacidade de apreciar ritmos e melodias, e de perceber ritmos, timbres e tons. Entretanto, é essencial ter em conta que a música não é só racionalidade, uma vez que o lado emocional é parte preponderante em todas as formas de arte (Lima, 2017)

Desde os primeiros registos de civilizações, não há uma cultura sequer que não tenha produzido arte. Não representando uma necessidade individual, mas coletiva. A arte não acontece como consequência das transformações culturais, mas é, por outro lado, um meio para que tais transformações aconteçam. E possui uma função muito além de representar o belo, mas expressa a forma de o artista pensar, viver e sentir o mundo (Biesdorf, 2012).

Antes do século 19, havia indicadores bem definidos acerca do que se podia definir como arte, a partir daí houve um alargamento neste conceito, o que torna a definição de arte mais abrangente. A arte contemporânea não é aceita de forma unânime, há muitos entusiastas na mesma medida em que há detratores, (Ferreira, 2014).

(Lima, 2017), defende a importância do ensino de artes nas escolas, dentre elas a música, e de lidar com estímulos não só visuais, mas musicais e verbais.

A arte ajuda a representar as características de um momento histórico, consistindo em uma forma de manifestação social. Varia conforme a época e conforme as necessidades socioculturais dos indivíduos. As transformações sociais podem também influenciar para que artistas tenham diferentes fases, (Biesdorf, 2012).

A música tem relação direta com o corpo, envolvendo não só a parte cognitiva e emocional, mas também a dimensão física. Enquanto expressão artística, é capaz tanto de aceder memórias afetivas através dos seus estímulos, quanto projetar imagens frutos de imagens que estão no subconsciente (Lima, 2017)

A discussão semântica sobre o termo artista precisa ser ampla, a palavra artista extrapola o campo das artes visuais. Tanto a identidade quanto a alteridade tem papel



relevante dentro da construção do artista, que pode tanto se reconhecer quanto negar sua própria obra, a partir de um certo distanciamento. Entretanto o termo artista vem sendo cada vez mais questionado a ponto de se tornar obscuro, (Andrade, 2013).

E fatores como idade, gênero e sensibilidade à música, tem papel fundamental em como os estímulos musicais vão influenciar cada pessoa na experiência com arte (Lima, 2015).

O artista não é um mero produtor de algo, mas um responsável por manter uma tradição, uma cultura e o sentimento de um tempo. A arte por si só compele o artista a transitar por diferentes campos do conhecimento, um artista pode navegar pelos campos da antropologia, sociologia e mesmo da política, e agregar novos elementos à sua arte, (Andrade, 2013).

Para Freud, a arte surge de um recalque na sexualidade, que não pode ser externada, e com isso, reprimida, encontra na forma de expressão artística formas de sublimação. O artista sintetiza os elementos da sua percepção, intuição e bagagem, portanto as suas escolhas não são aleatórias, e representam, portanto, um controle por parte do seu intelecto, (Bilbao & Cury, 2006).

O artista é aquele que está em busca do que não perdeu, e deve estar habituado a resultados não esperados e a lidar com atmosferas sem fórmulas. Ao mesmo tempo em que há espaço para o artista que segue conceitos e normas, na alteridade convivem o “*apolíneo e o dionisíaco*”⁴. A relação entre artista, sua arte e o público também tem importância, no sentido de que a experiência de um receptor nem sempre é a mesma que o artista tentou exprimir, uma vez que cada indivíduo carrega em si suas próprias experiências e sentidos. Sendo assim a arte não pertence e não tende mais a ficar restrita ao campo da arte, e transita por outros meios, (Andrade, 2013).

A música não pode ser definida de forma objetiva, ou por conta da interpretação de um indivíduo, uma vez que a percepção de cada uma varia em relação a ela. Entretanto, é um eficiente meio de comunicação não verbal, e pode estimular sensações e interferir na experiência de consumir obras de artes diversas (Lima, 2015).

Dentre os motivos que levam indivíduos a decidirem por uma trajetória artística estão: novas experiências, desejo pelo prazer estético, uso da arte como veículo de mudança social, meio de confrontar o medo ou ainda o alcance da imortalidade através da sua obra, (Bilbao & Cury, 2006).

Entretanto, acredita-se que o ser artista está atrelado a instabilidade, desregularização e escassez e falta de remuneração, que não tem cariz de um emprego formal, e tendem à

⁴ Apolo (deus do Sol e das artes), Dionísio (deus do vinho e dos impulsos), para Nietzsche um representa harmonia, beleza e racionalidade, enquanto o outro representa a força instintiva, a embriaguez criativa e a paixão sensual, (Paes, 2007).



irregularidade e pouca propensão a ascensão social. Muitos artistas, de facto, submetem-se a atividades sem horário definido, com pouca remuneração e muita carga de trabalho, embora sejam qualificados. Na melhor das hipóteses, precisam conciliar a cansativa vida de transitar entre empregos salarizados com a vida artística, (Ruido, 2004).

Há uma discussão acerca do conhecimento técnico e da habilidade necessários a qualquer artista, que podem ser debatidas quando se coloca o fator originalidade em primeiro plano. Habilidade e técnica podem não conferir a alguns o status de artista. A habilidade e domínio da técnica que são aspetos importantes desde os mais importantes períodos da arte como a renascença, e em escolas como o cubismo e outras, não foram ferramenta para cercear a humanidade, o valor individual e a criatividade de cada artista, (Andrade, 2013).

Aprendemos a associar ao campo do trabalho conceitos como responsabilidade, compromisso e boas condições, ao passo que tais conceitos parecem não se aplicar ao ramo artístico, cuja imagem está atrelada ao imediatismo, amadorismo e instabilidade. Por trás do “glamour” escondem-se de facto condições precárias de trabalho, inexistência de contratos, baixos rendimentos, ao passo que artistas seguem alimentando uma imagem de autossuficientes, gênios, e debatendo-se com o conceito de sucesso ou fracasso. (Ruido, 2004).

(Nóvoa, 2011), questiona-se acerca dos motivos pelos quais um artista deixa a sua casa, família e conforto, para expor-se na estrada, por vezes em países distantes e desconhecidos. Se tais motivos são da ordem econômica, promocionais, ensejos por viagens e novas descobertas, ou, simplesmente, o ideal da mobilidade inerente ao artista de estrada.

Para (Bourdieu, 1996), o gosto é produzido, embora acredite-se que seja um dom natural. Visitas a museus, concertos, leitura e o gosto por música e literatura estão diretamente ligados à educação, e ao tempo que o indivíduo passa no ambiente escolar. O âmbito social, ademais, tem papel relevante nesta construção, uma vez que são um demarcador de classe, e indicam um nível de pertencimento a uma casta ou grupo social, sendo também construído dentro do campo social.

Interessa-nos, portanto, perceber como o gosto pela música e pela arte foi construído para cada artista, e além disso, em que ponto e como surgiu o desejo por ingressar no meio musical, e alguns casos o interesse pela construção de uma trajetória artística. E ademais, entender de que forma os conceitos de arte e artista construídos ao longo do tempo pesam no momento da escolha por uma trajetória dentro do campo das artes, e na escolha específica pelo âmbito musical.



E em última instância, perceber os usos dos média sociais e redes sociais, o porquê da escolha de determinadas redes, e até que o ponto o seu uso é feito de forma intuitiva ou através de qualificação profissional, uma vez que na contemporaneidade a arte e o digital estão diretamente conectados.

No tópico seguinte, nos debruçaremos sobre a chegada e evolução do rock em Portugal, uma vez que a escolha pelo rock, por parte dos artistas que constituem o foco do nosso estudo, é um elemento importante para que possamos percebê-los de forma mais eficaz.

2.4 A chegada do rock em Portugal

O presente contínuo histórico do rock português foi elaborado tendo como fonte o documentário “A arte elétrica em Portugal” (Clérigo e Ferreira, 2016), no qual os próprios artistas, protagonistas desta história, testemunham sobre o seu contributo para a construção do que se convencionou chamar de rock português.

A década de 50 em Portugal pode ser vista como um momento de rutura, na qual a população urbana cresce em 50% e a economia baseada na agricultura desce para índices abaixo dos 50%. As mudanças em Portugal aconteceram tardiamente, em comparação com outros países europeus. A Europa ocidental vivia um processo de influência da América, mas ao mesmo tempo a estabelecer-se culturalmente dentro dos novos paradigmas. Em Portugal, não foi diferente, a influência americana não era única, havia também o olhar para o que estava a acontecer em outras nações europeias (Trindade, 2022).

Até a década de 1960, durante o regime do Estado Novo, havia uma política de isolamento em Portugal. O que afastava o país do rock e de outras manifestações culturais (Fiuza, 2015).

O rock chegou a Portugal através de alunos correspondentes de outros países, e funcionários de empresas aéreas que traziam discos de rock de outros países. Além da colaboração do “Em órbita”, que foi um programa de rádio importante em meados dos anos 60, ao dar bastante espaço na sua programação ao rock. Este estilo trouxe outra perspetiva musical em oposição ao fado e revolucionou a música que se fazia em Portugal até aquela altura (Clérigo e Ferreira, 2015).

Sem o programa radiofónico “Em Órbita”, através do qual os jovens portugueses tiveram acesso a artistas como The Kinks e Led Zeppelin, seria impossível àqueles jovens alcançar ritmos estrangeiros ou mesmo comprar discos (Trindade, 2022).

Para Martins (2014), mesmo em um país sob o jugo do Estado Novo, foi possível



encontrar espaço para o rock, ainda que houvesse muita desconfiança, receio e sentimento de obediência ao Estado.

Na segunda metade dos anos 60, a compra de instrumentos musicais se torna mais acessível em Portugal, propiciando o surgimento de mais artistas e bandas. O Concurso da Rádio Renascença, “Caloiros da Canção”, 1960, no qual o prêmio seria gravar um álbum pela Columbia Inglesa e participar de um programa da RTP, consagra Daniel Bacelar como o campeão. Daí surge o grupo Daniel Bacelar e os Gentleman. Os Conchas são também um grupo importante da época, cantando em inglês e tendo vendido 20 mil unidades por ano do seu álbum. Victor Gomes e os Gatos Negros foram os primeiros a emular o apelo visual e a sonoridade de artistas como Elvis Presley, tendo gravado apenas um EP intitulado “Juntos outra vez” (Clérigo e Ferreira, 2015).

O rock em Portugal, na sua gênese, era composto apenas por versões “adocicadas” de canções em língua inglesa, o processo de politização e engendramento de uma “cultura rock”, demandou mais tempo e aconteceu, sobretudo, após o ano de 1968 (Fiuza, 2015).

Para (Branco, 2019), ao observar-se o fenómeno da chegada do rock em Portugal, a partir de um distanciamento temporal, é possível perceber como o rock foi o elemento que separou uma juventude ávida pela novidade que o estilo representava das gerações anteriores identificadas com o fado e a música folclórica.

A chegada do rock fez com que o contexto dos bailes recatados, frequentados por famílias tradicionais, fossem invadidos pelo estilo rock de dançar, as tradições foram agitadas, e esta nova realidade espalhava-se por toda parte. O *ié-ié* aproximava não só as elites das classes mais populares, mas também os jovens portugueses de jovens internacionais (Trindade, 2022).

O impacto dos Beatles na música rock em Portugal foi grande, influenciando o aparecimento de mais uma série de bandas, entre elas os Sheiks. Apesar de ter recebido artistas estrangeiros, de forma incipiente no início da década de 60, a exemplo de Sylvie Vartan, apenas com os Beatles o rock penetrou de forma duradoura em Portugal, sobretudo nas camadas mais jovens, mas para além desta e do contexto urbano (Trindade, 2022).

O Conjunto Acadêmico João Paulo, da Ilha da Madeira, também teve bastante relevância durante os anos 60. Àquela altura os bailes das universidades em Lisboa eram comuns e foram importantes para as bandas de rock. O movimento nacional feminino costumava também realizar festivais, como o “Concurso Ié Ié”, que foram marcantes para muitas bandas. Era considerado um ponto alto na carreira de qualquer banda que participasse. Os Sheiks, Os Claves e Os Ekos estão entre as bandas participantes do referido concurso. Os



Quarteto 1111 são outro grupo notável, já no final dos anos 60 (Clérigo e Ferreira, 2015).

Para (Trindade, 2022), nenhum outro grupo revolucionou tanto a música portuguesa quanto os Quarteto 1111. O que pode ser reconhecido já no “boom do rock português”, nos anos 80, ao reconhecer-se como o grupo era a génese do que estava a acontecer.

Os Beatles foram o fenómeno cultural mais expressivo no mundo moderno. A partir de 1963 os quatro rapazes dominavam o Reino Unido e a Europa, e a partir de 1964 tomavam conta da cena musical portuguesa, influenciando forma de vestir, cortes de cabelo e, sobretudo, a sonoridade de bandas e artistas, como aponta (Branco, 2019).

Muitos grupos foram levados a cabo àquela altura por conta do serviço militar obrigatório, pois muitos dos músicos tiveram de servir nas nomeadas guerras do ultramar. Os músicos de rock eram os nossos vizinhos, aqueles com os quais nos identificávamos culturalmente e em termos de valores, entretanto, a partir do final dos anos 60, este cenário passou a mudar, e estes músicos passaram a sair de lares burgueses, e se criaram estrelas de diferentes grandezas, para (Frith, 1978).

O rock sofreu alguma repressão por parte da sociedade tradicional portuguesa, que vivia ainda à sombra de um regime ditatorial, a exemplo do cronista António Quadros que classificou a ascensão de Elvis Presley, como glorificação à estupidez, e um processo de americanização no sentido estrito. O estilo foi associado a delinquência. Houve artigos de imprensa e relatórios sociológicos a associar o ritmo a comportamentos degenerados e à violência, o que preocupava pais àquela altura, pois a música já não alcançava mais apenas aqueles que estavam nas margens, mas a juventude como um todo. (Trindade, 2022).

Segundo Martins (2014), o rock nunca foi um estilo musical estanque e sempre esteve aberto à absorção de outros ritmos como o country e o rhythm and blues. A década de 70 foi uma década de muita experimentação, e na qual os LPs passam a ser mais comuns. No início da referida década, acontece em Portugal o Festival de Vilar de Mouros, em Caminha, no qual se apresentaram Elton John, Manfred Mann e diversas bandas portuguesas. Foi época também de iniciação em relação a drogas, para muitos músicos de rock de Portugal.

Para Guerra (2010), a cultura rock vive da velocidade e volatilidade, bandas e artistas surgem muito rapidamente e extinguem-se com a mesma velocidade. O mesmo princípio se dá em relação à experimentação e assimilação de outros estilos. Neste ritmo, artistas seguem a surgir, grupos se formam, outros se desfazem, dando origem a novos grupos, e artistas com alguma estrada continuam por produzir e experimentar em suas respetivas obras.

Àquela altura, editoras internacionais, norte americanas, inglesas ou alemãs, como Columbia, Odeon ou Parlophone, começavam a interessar-se pelo mercado nacional e a



competir com editoras portuguesas como a Valentim de Carvalho (Trindade, 2022).

Jorge Palma lança o seu primeiro single em 1972, ainda cantando em inglês, intitulado “The nine million names of God”. E em 1973, “A última canção”, um EP com 4 canções, já cantando em Português. Os Pop Five Music Incorporated se adaptam à sonoridade da época, e conjuntos como os Quarteto 1111 seguem fazendo sucesso. Filipe Mendes, inicialmente do grupo Os Chinchila, e popularmente conhecido como Phil Mendrix, em referência ao guitarrista Jimi Hendrix, faz sucesso a partir dos anos 70, e é considerado ainda hoje, um dos mais proeminentes guitarristas portugueses. Aparecem também grupos como Os Sindicato, Os Petrus Castrus e Os Xarhangas, estes considerados precursores do heavy metal em Portugal. (Clérigo e Ferreira, 2015).

Segundo (Branco, 2019), no período pós-Revolução dos Cravos, em 25 de abril de 1974, era quase compulsório assumir uma posição ideológica. E Portugal fechou-se culturalmente, isolando-se do resto do mundo.

A partir da revolução, as bandas de rock passaram a cantar mais temas ligados à cultura portuguesa, ao mesmo tempo em que passaram a ser vistos como reprodutores de uma cultura imperialista. Os primeiros anos que se seguiram o 25 de abril foram anos pouco produtivos para o rock em Portugal (Clérigo e Ferreira, 2015).

O rock nos anos 70, que assume o cariz de “canção de intervenção”⁵, olhava para o rock anglófono como uma cultura imperialista (Fiuza, 2015).

A banda do Casaco passa, a partir de 1975, a ser a primeira banda de rock a ter uma discografia regular, com lançamentos todos os anos. A partir de meados dos anos 70, começam a surgir bandas que elevaram o rock a níveis superiores em termos harmônicos e de arranjos, a exemplo dos Pink Floyd e dos Genesis. O chamado rock sinfônico teve bastante influencia nos lançamentos de rock em Portugal, a exemplo do álbum “A viagem na palma da mão” de Jorge Palma, dos Beatnicks e dos Tantra, cujos shows envolviam características teatrais, e recursos visuais. Em 1975, Os Genesis se apresentam em Portugal, em Cascais, o que é considerado um marco para o país (Clérigo e Ferreira, 2015).

Conforme Guerra (2010), o cariz pragmático do “faça você mesmo”, na qual artistas e agentes dividem-se nos papéis de produtor, agitador cultural, divulgador, editor, entre outras funções, ganha força na segunda metade da década de 70, sobretudo, na cena punk.

Neste contexto, a cena punk vem em resposta ao contexto político e social da época e ao rock sinfônico, para o que os recursos visuais e cênicos eram requisitos indispensáveis, além

⁵ Canções de protesto, que visavam chamar a atenção da audiência para os problemas que o país enfrentava.



de somas vultosas para investir nas produções e músicas com maior grau de complexidade. Os punks desconstruíam este paradigma trazendo mais simplicidade tanto nas produções quanto nos shows, e com músicas compostas de forma descomplicada. Bandas como Sex Pistols e The Clash tiveram imensa influência no rock português, com o surgimento de bandas como Os Faíscas, Os Aqui D'el-Rock, Os Crânio (Rádio Macau) e ainda no final dos anos 70 surgem Os Xutos & Pontapés, um dos grupos mais bem-sucedidos do rock português (Clérigo e Ferreira, 2015).

No final dos anos 70, inaugura-se a cena new wave em Portugal, com o surgimento de bandas como Os Corpo Diplomático. Entretanto, apenas no início dos anos 80, acontece o chamado “boom” do rock português quando o rock atinge o grande público (Clérigo e Ferreira, 2015).

A partir do início da década de 80, Portugal abre-se para o exterior, tanto economicamente quanto culturalmente, o que permite a entrada novos bens, serviços e capital cultural. O desenvolvimento urbano no país, a intensificação do consumo e de atividades de lazer, foram a atmosfera ideal para que o rock explodisse em Portugal, segundo Martins (2014).

Rui Veloso é o principal expoente desta geração, e ainda hoje um dos artistas mais importantes da música portuguesa, considerado aquele que abriu as portas do rock português a uma maior audiência e que é chamado por muitos de o “pai do rock português” (Clérigo e Ferreira, 2015).

O cenário musical em Portugal, nos anos 1980, atendeu a uma demanda determinada pela globalização, com base em uma proposta de diversificação musical. A maior liberdade económica vista nos anos 80, dentro do setor de áudio visual, teve impacto significativa no mercado da música em Portugal (Simões, 2009).

O programa “Rock em Stock”, apresentado por Luís Filipe Barros, tem papel preponderante para o rock àquela altura. Além do “Som da Frente”, apresentado por António Sérgio, que serviram ambos como bússolas aos entusiastas do ritmo rock, naquela altura, como aponta Guerra (2010).

Outros artistas como UHF, GNR, Taxi, Lena D'água, Salada de Frutas, Banda Atlântida, Adelaide Ferreira, Jafumega e Sétima Legião fazem sucesso durante o boom do rock português. Os Heróis do Mar aparecem com outra conceção artística, uso de figurino e exaltação a símbolos portugueses. Com o uso de adereços que remetiam ao império português e adotavam um discurso que revisitava os descobrimentos, exaltava o espírito de cruzada e o universalismo português (Clérigo e Ferreira, 2015).



Entretanto, a banda passou a ser vista com desconfiança por parte dos média, que apontou as suas práticas discursivas e performáticas como tendo cunho fascista, em consonância com (Cardão, 2019). Produtores como Tuzé Brito e António Pinho tem papel relevante para a cena rock àquela altura. E o Rock Rendez-Vous era o principal palco que abrigou a cena rock dos anos 80.

António Variações surge como um artista fora da curva, diferente de tudo feito até aquele momento, e teve êxito, quebrando paradigmas e impondo liberdade nas suas produções musicais. Nas palavras de Pedro de Freitas Branco, naquela altura em Portugal “um single dos UHF valia o mesmo que o novo dos Police.” (Branco, 2019, pg. 18).

A Editora Valentim de Carvalho está entre as mais relevantes para o rock português. Entretanto, a Ama Romanta surge na segunda metade dos anos 80, como uma notável editora independente, com postura mais alternativa, e que abriu portas a bandas como menos oportunidades até ali. A partir da segunda metade dos anos 80, a cena rock em Portugal passa a ser referida como música moderna portuguesa, o termo rock passa a ter uma conotação depreciativa, e surgem bandas como os Pop Dell’Arte, Mão Morta e Mler Ife Dada (Clérigo e Ferreira, 2015).

Nos anos 90, outra casa de espetáculos passa a ocupar o lugar de importância para o rock que antes pertenceu ao Rock Rendez-Vous, era o Johnny Guitar, inaugurado em 1990. Lá surge o Palma’s Gang, uma reunião de músicos de rock portugueses, entre eles Jorge Palma (Clérigo e Ferreira, 2015).

Segundo Martins (2014), com o surgimento de inúmeras bandas e artistas a profissionalização foi um processo inevitável, não só no que concerne ao trabalho artístico, mas também por toda a cena que orbitava o rock português, produtoras, editoras, empresas de som e iluminação, além de agentes e gestores.

Os Xutos & Pontapés são um exemplo da relação entre a profissionalização da indústria musical e a relação artistas versus editoras. Àquela altura em que a música elétrica portuguesa alcançava o seu auge em termos de profissionalismo e qualidade nas produções, os Xutos atravessaram o pior momento da sua carreira, por conta de contratos obscuros e relação com editoras. Mergulhados em dívidas, tiveram de assinar contratos que os prendiam à editora, e chegaram perto do fim. Foram uma mostra da relação que se criou entre artistas e editoras, na qual artistas se viam limitados criativamente, com suas carreiras inteiramente geridas por um grupo que detinha poderio financeiro, e que cerceava o poder de decisão do artista (Clérigo e Ferreira, 2015).

Nesta altura surgem bandas com os Peste & Sida, Despe & Siga, Censurados, Sitiados,



More República Masónica, Lulu Blind, Tina and the Top Tem, Red Beans, Delfins, Silence 4, Clã, Ornatos Violeta e Moonspell (Clérigo e Ferreira, 2015).

Segundo Guerra (2010), a música rock em Portugal está ligada à geração na faixa dos 30 anos, seguida de perto pela geração dos 20 e dos 40, está mais associada a um público masculino e com alto grau de escolaridade. É, ademais, um meio mais circunscrito às regiões de Lisboa e do Porto. Com isso, o foco do nosso estudo irá incidir em artistas provenientes da região metropolitana de Lisboa, no que iremos buscar nomes inseridos no referido contexto, dentro do segmento rock, nas suas mais diversas vertentes, e no espectro da música independente.

Há uma prevalência masculina no rock, desde o início, provavelmente, por conta de uma preocupação mais acentuada na formação moral da mulher. Com isso, havia também um descuido com relação a apontar a presença feminina no rock (Fiuza, 2015).

A revolução digital da última década possibilitou oportunidades ilimitadas a artistas que antes não teriam esta possibilidade. O mundo mudou, a indústria mudou, a relação das pessoas com a música mudou. Na era digital, o número de artistas presentes na rede atinge números deveras vultosos. Portanto, se faz mais que necessário entender as vias a percorrer, para aqueles que querem singrar uma imensidão de artistas, em consonância com Guerra (2010).

Para Martins (2014), o rock já não é o mesmo e já não tem o cariz dissidente de outrora, mesmo relativamente à música enquanto cena cultural que influencia forma de agir e vestir, já não tem o mesmo impacto de antes. Ainda segundo a autora, o rock profissionalizou-se ainda mais e artistas encontram mais facilidade em gravar e lançar um álbum, a despeito de alcance que esta obra venha a ter.

Para Neiva (2021), em todo o mundo, grupos de rock têm dado lugar a artistas a solo. Um Fenómeno que está a atingir não só o rock, mas também outros estilos como o rap e pop. Depois de 2020, não houve nenhum grupo entre os mais ouvidos nas plataformas digitais, mas apenas artistas a solo. A indústria já vê tal fenómeno como uma importante mudança de paradigma, que pode ditar os rumos daqui por diante, como aponta Bargeño (2021). Interessa-nos saber se tal fenómeno está a acontecer em Portugal, quem são os artistas a solo protagonistas da cena rock no maior centro urbano do país, no momento presente. E ademais, o porquê da escolha pelo rock, além da percepção dos aspetos que envolvem ser um músico de rock em Portugal, no século XXI.

A seguir, discutiremos o surgimento da cena *indie*, em Portugal, o aparecimento de artistas independentes e das importantes editoras que permitiram que tal cena fosse



impulsionada.

2.5 – O indie em Portugal

O mercado chamado *indie*, foi calcado com base na cultura *DIY (Do It Yourself)*⁶, e que estava atrelado não só a um tipo específico de sonoridade, mas também a uma postura. O *indie* vive à margem das regras mercadológicas, com isso abre muito mais espaço para a diversidade musical e de ideias (Martins et al., 2017).

A cultura DIY é a pedra fundamental da cena punk em Portugal, uma vez que os artistas produziam os próprios concertos, partilhavam equipamentos, e faziam eles mesmos a máquina girar (Guerra, 2013).

Existe também uma ambiguidade em relação ao termo “*indie*”, uma vez que ele surgiu como uma força paralela ao mercado, como uma forma de contestação, de trazer diversidade e de democratizar espaços, mas passou a fazer parte da mesma indústria, e a representar uma cena distribuída por *majors* (Henriques, 2018).

O modelo *indie* surge após os cenários *punk e pós-punk*, entre os anos de 1970 e 1980, e envolvia não só pequenas editoras e bandas, mas também casas de espetáculos, bares e lojas de discos, e não pretendia configurar-se como um mercado paralelo, mas impactar o mercado mainstream. O universo *indie* é baseado em uma cultura de comunidade, cooperação, e sentimento de pertencimento, muitas vezes não sendo financeiramente viável (Martins, 2019).

A cena punk tem sido importante na comunidade portuguesa, por ser um meio de transição entre a vida jovem e adulta, e ser um relevante elemento de conexão entre cultura local e cultura cosmopolita (Guerra, 2013).

A partir dos anos 1980, o rock passa a ser visto pela indústria musical portuguesa, como um estilo rentável. Entretanto, a este momento seguiu-se uma crise que forçou artistas a buscarem alternativas para lançar os seus discos, uma vez que as editoras estavam cada vez mais cautelosas. Neste contexto, as editoras independentes nacionais começam a ganhar força (Martins et al., 2017).

As editoras surgidas após o movimento pós-punk trataram de descentralizar e democratizar a indústria (Henriques, 2018, p. 8).

Porém, até o final dos anos 80, eram raras as bandas punk que lançaram trabalhos sob a chancela de uma editora. O mais comum eram gravações produções totalmente caseiras. E não por coincidência, a zona da grande Lisboa abriga o maior número de bandas que tiveram

⁶ “Faça você mesmo”, cultura estabelecida na década de 50, com referência a reparos caseiros feitos pelas próprias pessoas, e associado posteriormente à cena musical punk rock e à produção independente (Prado, 2017).



mais possibilidade de lançar um registo fonográfico (Guerra, 2013).

O *indie* em Portugal começa a ganhar corpo a partir dos anos 70, quando a música passa a ser mais autoral, com sonoridades locais, e sobretudo, com o desejo de se escrever e cantar em português (Martins et al., 2017).

E a ascensão da cultura punk em Portugal contrapõe a ideia de que o movimento surge da revolta de classes operárias contra o *establishment*. Na sociedade portuguesa, o punk emerge no pós abril de 1974, através de jovens com penetração nas camadas artísticas e com acesso às novidades internacionais. Os jovens portugueses que adeririam ao punk não reclamavam para si uma luta de classes, mas o acesso a valores culturais mais diversos e globalizados (Guerra, 2013).

Entretanto, o *indie* transita no mercado subcultural, que é uma espécie de alteridade ao campo e ao capital cultural, como cunhados por Pierre Bourdieu (Henriques, 2018).

A contradição entre o *underground* e o *mainstream* divide opiniões em Portugal. Há aqueles que veem com bons olhos o aumento do público, enquanto outros fazem duras críticas, uma vez que creem que o verdadeiro punk vive à margem do sistema (Guerra, 2013).

No que concerne ao movimento e a relação com editoras, inspirada em editoras indie estrangeiras e emulando os seus modi operandi, a Fundação Atlântica surge como pioneira em Portugal. A Ama Romanta, fundada por João Peste, vocalista dos Pop D'ell Arte é outro exemplo de relevante editora indie em Portugal. No final dos anos 80, em Braga, surge a Facadas na Noite, com bandas como os Mão Morta, Espírito Ressacado e outras, dando espaço para uma cena mais eletrónica e experimental (Martins et al., 2017).

Já nos anos 90, a Moneyland Record\$, em Caldas da Rainha, a Bee Keeper, a Lux Records e a LowFly foram importantes para dar seguimento ao mercado indie, num cenário em que as majors voltavam a crescer, e a influência de música rock anglófona voltava a ter força no país (Martins et al., 2017).

A crise da austeridade vivida em Portugal nos anos 2000⁷, fez surgir a “Geração à rasca”, que vivia para contestar o poder vigente, denunciar as dificuldades, e que foi determinante para reviver o espírito do movimento punk e o surgimento de coletivos (Henriques, 2018).

Neste momento, as editoras indie passaram não só a dar voz a artistas de estilos diversos, mas também a artistas de outros géneros de arte, através da interceção artística em forma de capas de álbuns, sessões fotográficas e foram também determinantes para a

⁷ Política pública que consiste em redução de rendimentos, cortes de salários e aumento de impostos. (Aguiar, 2020).



disseminação de festivais de pequeno e médio portes no país (Martins et al., 2017).

Na atualidade, as editoras indie continuam a apostar no DIY, no cariz de comunidade, entretanto a falta de capital, tem dado espaço para o diálogo com grandes empresas a fim de tornar viável a realização de eventos e promoção de artistas. Os anos pós 2010, viram surgir o conceito dos coletivos, dentro do cenário indie, e do conceito “Do it together”. Diferentes grupos partilham ideias, dividem eventos e possibilitam ainda mais diversidade e diálogo na cena. Neste novo contexto, a ZigurArtists e a Omnichord Records são exemplos relevantes, que através da coletividade e profissionalismo dentro do indie português, introduzem um novo modelo de negócio ao mercado (Martins et al., 2017).

A seguir o foco do presente estudo passará a incidir sobre o digital, a sua presença e uso dentro do mercado da música, e como a sua importância se desenvolveu ao longo do tempo, sobretudo para artistas.

3. A importância dos media digitais para o mercado musical

A internet passou a ser distribuída comercialmente a partir do ano de 1995. Segundo Calazans e Rodrigues (2013, p.4), a web contava com 44 milhões de usuários naquele ano, saltou para 142 milhões em 1998 e 259 milhões em 1999, chegando a 3.9 bilhões em 2019, apontou estudo da União Internacional de Telecomunicações, replicada em matéria do site UOL de 2019 (Pezzotti, 2019). Ainda segundo Calazans e Rodrigues (2013, p.5), o facto de a internet deixar de estar resumida ao computador e associar-se a outras tecnologias, como tablets, televisores, consolas de vídeo game ou smartphones, contribuiu para que esta deixasse de ser um fenómeno restrito e passasse a ser massificada.

Os serviços de sociabilização de dados e comportamento em rede remontam ao ano de 1970 (Calazans e Rodrigues, 2013, p.9). A partir de então, vimos o surgimento de websites, comunidades virtuais, blogs, redes sociais e media sociais como Orkut, Myspace, Facebook, Instagram e Youtube, cada uma com o seu propósito, que passam por troca de mensagens, partilha de fotos, músicas ou vídeos, tornando possível a usuários sem grandes conhecimentos técnicos publicarem conteúdo na internet.

As redes sociais tiveram crescimento vultoso entre os anos de 2007 e 2009, em que redes como o Myspace cresceu de 66 milhões para 117 milhões de usuários e o Facebook de 14 milhões para 132 milhões. Com o tempo, empresas perceberam que ter uma presença online era um fator importante (Colaço, 2013, p.47). Desde então, passou a ser viável a ampliação do marketing boca a boca, fazer pesquisa de mercado, inovação, atendimento ao



cliente, relações públicas, comunicações entre funcionários, gestão de reputação, entre outras funcionalidades. Os artistas musicais independentes, que se aperceberam enquanto empresas, também entenderam a importância das redes sociais e dos media sociais na gestão das suas carreiras, podendo publicar conteúdo como fotos, músicas e vídeos, manter contacto com o público, além de criar e manter uma base de fãs.

3.1 - Uso dos media digitais por parte dos artistas

Segundo estudo de Colaço (2013, p.56), Facebook e Twitter são as duas maiores redes sociais, no que concerne ao número de usuários. O presente estudo fará menção também ao Instagram e Youtube, por se tratarem de redes bastante difundidas entre artistas musicais, e estarem entre as maiores em termos de números de usuários.

Segundo estudo do Grupo Marktest (2018), 5.3 milhões de portugueses fazem uso de redes sociais, sendo Facebook, Instagram, Whatsapp e Youtube as redes de preferência, nesta ordem. O tempo médio gasto por um português nas redes sociais é de 1 hora e 30 minutos diários e, embora o Facebook ainda seja a rede de preferência do usuário português, o Instagram e o WhatsApp começam a ganhar terreno no país. 44% dos inquiridos afirmam usar as redes sociais para ouvir música, número bastante expressivo e que deve ser levado em conta por qualquer artista que veja nas referidas redes um potencial de divulgação para o seu trabalho.

Antes da digitalização da música, a indústria dominava os vetores de informação e não havia contrapartida por parte da audiência, com o novo cenário da música digital, a audiência ganha algum protagonismo dentro dos canais de consumo de música (Machado et al., 2019).

Com os avanços tecnológicos e as mudanças na indústria musical já não se produz, tampouco se ouve música como há 20 anos. A relação das pessoas com os artistas por outro lado também mudou. Os fãs que iam a shows, compravam álbuns e produtos, têm gradativamente dado lugar a fãs que distribuem “likes” e seguem seus ídolos nas redes sociais, segundo (Valente, 2014).

Hoje temos excesso de informação e o manancial de produções musicais na rede é quase infinito. Vivíamos um contexto em que as produções musicais estavam sitiadas nas mãos de grandes gravadoras, até os anos 2000, para uma realidade em que cada artista é senhor da própria carreira. Contudo, a volumosa concorrência faz com que as dificuldades hoje pareçam ainda maiores que em outros tempos. É preciso se reinventar, produzir material de qualidade, e certa *expertise* ao lidar com as ferramentas digitais, sob pena de ficar para trás a cada volta do relógio.



Os jovens em idade do ensino secundário, ou na universidade, são a primeira geração de jovens nativos digitais, que cresceram cercados por computadores, telemóveis e internet. Passam muitas horas dos seus dias a ouvir música, usar a internet e a jogar vídeo jogos. Enquanto as gerações anteriores que adentraram o mundo digital que não existia padecem de certas dificuldades, para os jovens de hoje o digital se dá de forma natural (Silva, 2022).

Contudo, a habilidade em usar as ferramentas digitais não transformará nenhum artista em estrela, isto pressupões não só talento, mas visão. Apenas uma ínfima parcela de artistas consegue singrar ao mainstream (Santana, 2020).

3.2 – Engajamento online entre artistas e audiência

O chamado marketing de conteúdo é uma das principais saídas encontradas por aqueles que expõem e vendem os seus produtos no mundo digital, incluindo artistas musicais. Por se tratar de uma ferramenta de baixo custo e, em geral, sem grandes exigências no que concerne a produções, passou a ser a grande aposta daqueles cuja presença online tem alguma relevância.

Contudo, segundo Botelho-Francisco (2019), ainda hoje, a grande maioria das pessoas tende a ter mais confiança em informações provenientes de veículos tradicionais como TV e rádio, em detrimento de informações vindas da Internet. Com isso, mais de 80% dos inquiridos no supracitado estudo, referem-se aos resultados do marketing de conteúdo como de razoáveis a ruins, justamente, por não conseguirem engajamento com o seu público alvo.

Para Botelho-Francisco (2019), o formato do conteúdo, o tipo de conteúdo e a relevância do conteúdo são determinantes para o resultado de qualquer campanha. É preciso entender que em cada rede social ou media social diferentes fatores irão determinar estes resultados, portanto, não há fórmulas, todavia, deve haver o esforço em se colocar da maneira correta em cada contexto, e sobretudo, em se compreender o público alvo.

Na indústria, a música é um produto como qualquer outro, e está sujeita às regras de mercado. Embora, alguns artistas clamem que deva ser vista como uma peça de arte, como aponta (Croft e Kubacki, 2004).

A despeito das discussões acerca do impacto da publicidade para a música, a importância do marketing é inegável, sobretudo, no contexto do advento tecnológico e digital. Este contexto submeteu os promotores de música ao aprendizado de novas formas de divulgação, dentro do ambiente da internet e da partilha de música digital. E ademais, com foco voltado para cada um dos inúmeros estilos que a indústria produziu ao longo das



décadas, mesmo para aqueles artistas que ocupam nichos muito específicos.

Segundo Croft e Kubacki (2004), os média trazem muitas vantagens para a música, ao passo que oferecem mais possibilidades criativas aos artistas, além de torná-la mais comunicativa e acessível ao público. Por outro lado, as discussões acerca do impacto comercial na indústria, da produção de música para apenas um tipo de audiência, fabricada em larga escala para atender a demandas de negócio, são de relevância inquestionável.

Em outra perspectiva, a música pode deixar de ser objeto do marketing para ser uma ferramenta dele, em razão da empatia que a música cria entre o ouvinte e o produto. A música pode, portanto, ajudar a moldar a atitude e fortalecer a impressão que um consumidor tem acerca de determinado produto.

Segundo Bruner (1990), não é novidade que a música afeta o ânimo das pessoas. Formada, essencialmente, por tempo, tom e linhas melódicas, a música pode afetar a cada indivíduo de forma diferente, com base em cada um dos elementos citados.

Enquanto ferramenta no marketing, a música é vista como um potencial elemento de conexão emocional com a audiência e pode, portanto, intensificar reações positivas a uma publicidade.

Por outro lado, é importante perceber que a música pode produzir efeito inverso em pessoas que não se sintam identificadas. Além disso, pode provocar distração em pessoas com maior grau de envolvimento cognitivo musical.

Bruner (1990) oferece estudos que sugerem que o tempo da música ambiente afeta até mesmo a presença e o volume de vendas, em certos estabelecimentos. Enquanto músicas mais lentas aumentam o tempo em que cada indivíduo permanece no local, e tende com isso a realizar mais compras, músicas mais aceleradas provocam o efeito inverso, diminuindo o tempo de presença e o volume de vendas.

As informações apresentadas apontam a importância do cariz emocional, no que concerne à música, seja como ferramenta ou como objeto do marketing. Há de se perceber a forma mais eficaz de associação entre a parte teórica da construção musical e o coeficiente afetivo, que vão determinar maior ou menor envolvimento de cada indivíduo com uma peça de publicidade, ou mesmo com uma obra musical a ser publicitada.

3.3 Marketing, Utilizadores e Streaming

Enquanto o marketing se aproveita de tendências na internet, músicos devem examinar



a sua presença na web. Definir as estratégias de marketing com foco em nichos específicos pode ser determinante para os resultados, enquanto que tentar focar em audiências muito amplas pode por tudo a perder, em consonância com Crappell (2016).

Ademais, o autor aponta para a importância de pequenos cuidados como não esconder o próprio contacto, não exagerar em imagens sem sentido ou usar imagens descuidadas, bem como, dias e horários de postagens na internet, uso de hashtags, qualidade de gravações, entre outros.

Segundo Gamble et al. (2019), estratégias de marketing como crowdfunding, patrocínios do utilizador, partilha de conteúdos gerados pelo utilizador, ou quaisquer outras que envolvam interação com o consumidor, tendem a funcionar de forma mais efetiva, no ambiente digital.

Embora o fenómeno das inovações centradas no utilizador ainda não seja bem percebido, o autor aponta tal tendência como em franco crescimento a curto prazo, dentro de uma atmosfera de desenvolvimento tecnológico e de maior participação individual.

Ao longo das últimas décadas o marketing evoluiu para estratégias centradas em comunidades virtuais, no que foi possível perceber a demanda crescente por parte desses núcleos em comunicar e por inovações na esfera do marketing, como apontam Gamble et al. (2019).

A indústria se adaptou ao comportamento dos utilizadores, que hoje representam tanto ameaças quanto oportunidades. Ameaças no sentido de representarem potenciais detratores de determinadas marcas, embora por outro lado, possam também falar em nome destas marcas, dada a velocidade com que aderem e a conexão que estabelecem com elas.

Artistas musicais hoje, seja no mainstream ou no mercado independente, usam plataformas digitais e redes sociais para autopromoção, distribuição de músicas e comunicação com os fãs. A indústria, como conhecemos hoje, começou a ser engendrada nos primeiros anos pós-Napster, quando a partilha ilegal de música passou a ser criminalizada, e o consumo de música na internet ganhou novos contornos. O utilizador dos dias atuais tem um papel muito mais ativo, a funcionar como se fosse um agente de marketing não oficial, ao partilhar vídeos e links nas suas redes sociais, segundo Gamble et al. (2019).

As três redes sociais mais usadas por músicos são o Twitter, o Facebook e o Instagram. E a formação de comunidades é a principal mais valia destas redes, uma vez que se torna possível não só aproximar-se da própria base de fãs, mas também contar com a ajuda por parte deles (Santana, 2020).



Em consequência disso, artistas começaram a reconhecer o valor do engajamento com os fãs, e a voltar as suas estratégias de marketing para estas comunidades. A indústria, por sua vez, encontrou neste ambiente a possibilidade de antever o potencial de vendas dos seus artistas, com base no comportamento de fãs online. Esta realidade esboçou um novo círculo de acontecimentos no qual a indústria aderiu a conteúdos produzidos por fãs, enquanto a relação e comunicação entre artistas e fãs também mudou, de maneira que ambos os lados passaram a ter voz ativa, e a tirar proveito deste vínculo.

Segundo artigo da Marketline (2020), o consumo de música através de streaming apresentou crescimento exponencial nos últimos anos. Com expectativa de crescimento ainda maior nos próximos anos. Os consumidores também têm estado mais dispostos a pagar por acesso a conteúdo musical, sobretudo, para não serem expostos a publicidade, uma vez que a maioria dos clientes decide por assinar os serviços de streaming depois do primeiro mês de experiência grátis, o que indica crescimento deste mercado.

O telemóvel representa o principal símbolo da mobilidade e com isso o grande ponto de viragem no consumo de música (Wainer, 2017).

O mercado de streaming cresceu 38,5% entre 2014 e 2018 e projeta um crescimento de 142% até o ano de 2023, sendo que os EUA detém o maior número de utilizadores. A melhora na qualidade da internet, e os avanços tecnológicos nos smartphones favoreceram muito a expansão do consumo de música via streaming. O que fez o poder de compra dos utilizadores crescer na mesma proporção, visto que o aparecimento de diversos serviços de streaming, demanda de cada uma deles preço acessível e qualidade de áudio, sob o risco de perder clientes para a concorrência ou para a pirataria, como mostra o artigo da Marketline (2020).

O streaming nos permite assistir a filmes ou ouvir músicas sem a necessidade de descarregar ficheiros. E começou a se popularizar a partir do YouTube, que permitiu que artistas pudessem partilhar vídeos das suas músicas, e pudessem ser conhecidos em segundos, o que antes podia demandar meses, até anos (Ribeiro, 2021).

Os artistas, sobretudo os independentes, têm pouco poder de barganha neste mercado, já que as grandes *majors* detém todo o poder sobre os fonogramas, e negociam valores irrisórios para os artistas. O artigo da Marketline (2020) aponta o exemplo da artista Taylor Swift, que juntamente ao seu selo “Big Machine”, removeu o seu catálogo do Spotify, depois de a plataforma se negar a limitar o acesso à sua música apenas para assinantes. O que mostra que artistas do mainstream podem ter algum poder de negociação frente às plataformas.



Para Santana (2020), é preciso saber lidar com conflitos nas redes sociais, e ter a noção de que é preciso saber criar e gerenciar conteúdo de forma diária. Se por um lado as redes sociais trouxeram benefícios, tornaram as sociedades mais acomodadas, o que pode ter um impacto na presença das pessoas nos concertos ao vivo. As pessoas têm nas mãos, nos próprios telemóveis, uma série de demandas atendidas, o que torna difícil tirá-las de casa para ir a um concerto.

Para a Marketline (2020), a venda de CDs segue em pleno declínio, e embora a venda de vinis tenha apresentado um forte crescimento, ainda é voltado para nichos específicos de pessoas que buscam uma alternativa nostálgica ao consumo de música via streaming. Serviços a cabo, com canais musicais como a MTV, ou rádio, também foram impactados por plataformas como a Netflix ou o YouTube. E ainda que haja um mercado consumidor de discos físicos, a conveniência de ter um catálogo ilimitado à mão, parece ser o grande trunfo por trás do crescimento dos serviços de streaming, e mostra uma tendência de mercado difícil de ser quebrada.

4 - Protocolo Metodológico

O problema de estudo do presente trabalho é: Ao ingressarem na música, em plena era digital, os artistas a solo e independentes de rock têm que ordem de expectativas acerca das próprias trajetórias? Pretendemos, portanto, perceber desde como os gostos musicais destes artistas foram forjados, passando pela escolha pelo rock, auto percepção enquanto artistas, até as suas relações com os media digitais.

Uma pesquisa feita dentro de um rigor, precisa ser bem feita desde o seu projeto. E quanto aos métodos e técnicas a serem utilizados, estes precisam ser justificados, bem como é importante indicar os processos para recolha, tratamento e análise de dados. Tal postura, torna possível ao investigador mensurar tanto potencialidades quanto fraquezas no trabalho que intenciona realizar (Reis, 2017).

Uma vez que o nosso estudo basear-se-á em trajetórias artísticas, na construção social dentro do cenário rock português, por parte de agentes reais, a parte empírica do mesmo terá importância fundamental para dar lastro ao nosso estudo.

Na parte empírica do presente trabalho, pretendemos dividi-lo em duas fases. Na primeira delas, ulterior ao contacto e seleção dos artistas a serem estudados, realizar-se-á a análise e observação das suas respetivas trajetórias, através de elementos presentes na internet ou que possam vir a ser fornecidos pelos próprios artistas. Pretendemos observar o



início na música, a trajetória até então, que subgênero de rock tais artistas escolheram, se fazem músicas originais ou são interpretes de outros compositores, influências, canais de comunicação nos media digitais e demais aspetos que se mostrem relevantes, a fim de estabelecer um perfil que nos permita percebê-los enquanto artistas que estejam enquadrados no escopo do presente estudo. Num segundo momento, realizar as entrevistas biográficas com os mesmos.

As entrevistas individuais ajudam a perceber os valores e atitude de um individuo. Dentro do escopo da história de vida, pode colaborar para o enriquecimento do trabalho, e permite que o entrevistado reflita sobre a própria trajetória enquanto a narra. Ademais, a entrevista pode permitir que o investigador descubra pontos que poderiam não ser descortinados através de outras metodologias, como observação direta ou inquéritos (Ramalho, 2007).

Para Brandão (2007), o que é importante para o entrevistador durante uma entrevista, pode não ser para o entrevistado, fazendo com que o mesmo possa divagar em torno de questões pouco relevantes para o estudo. Este, somado às longas transcrições das entrevistas, configura-se em um ponto desvantajoso ao escolher-se esta metodologia.

Para cumprimento dos referidos objetivos a presente pesquisa terá abordagem qualitativa, na qual segundo Da Silva e Menezes (2001), a relação entre o mundo real e o sujeito é indissociável, e a subjetividade do mesmo não pode ser traduzida em números. A técnica escolhida será a de levantamento através de entrevistas, com amostras não probabilísticas intencionais, a realizar-se com cada artista de forma individual, e a partir da recolha de dados, entender a perspectiva de cada artista acerca da música e das suas trajetórias dentro da mesma, e ademais o seu uso das ferramentas digitais.

Intencionamos entrevistar artistas a solo de diferentes vertentes do rock português, uma vez que, como apontado anteriormente, a presença de artistas a solo no mercado da música parece estar a sobrepujar os grupos, o que consiste em ponto a não ser ignorado pelo presente trabalho. Entretanto, o foco do estudo será voltado àqueles que tenham trajetórias independentes, e que, portanto, gerenciem cada aspeto da sua música, incluindo, os média digitais. Geograficamente falando, pretendemos observar artistas da região metropolitana de Lisboa. Uma vez que o fenómeno rock é eminentemente urbano e orbitado por um público de classe média e com alto grau de escolaridade, como aponta o estudo de Guerra (2010).

O presente trabalho, na sua parte empírica, terá como técnica principal de recolha de dados a história de vida, com pertinência vinculada ao que se pretende estudar. Para Brandão (2007, p.8), ter uma identidade implica não só em ter uma história, mas ser capaz de dar



conta desta história.

Segundo Batista et al. (2017), a entrevista é a técnica mais utilizada no trabalho de campo para coleta de dados. E embora não esteja restrita ao método qualitativo está muito mais associada a tal método. E através delas podemos compreender a subjetividade de cada sujeito, como ele observa e vivencia o seu tempo e o contexto no qual está inserido.

A probabilidade de as entrevistas serem feitas de forma remota, por questões geográficas ou por impedimentos ocasionados pela pandemia de Covid-19, é um fator a ser levado em conta ao se pensar as entrevistas. Uma vez que, podem afetar a escuta ativa, a percepção de emoções, interesse, entendimento e, conseqüentemente, a qualidade da entrevista.

A flexibilidade das entrevistas é outro fator determinante, uma vez que teremos que lidar com agendas de diferentes artistas, dificuldades relacionadas a tempo e distância, que terão de ser contornadas, e com isso torna-se fundamental haver maleabilidade na técnica escolhida. Justamente, por ser uma técnica com alta flexibilidade, a entrevista é utilizada nos mais diversos campos profissionais e sociais, para Batista et al. (2017).

Os métodos e procedimentos utilizados em pesquisa precisam ser eficazes e condizentes com os objetivos e problemas trabalhados, por isso, podem ser necessárias adaptações e reformulações ao trabalho para adequar-se à realidade do campus estudado (Lopes e Moura, 2016)

Contudo, intencionamos estabelecer entrevistas semi-estruturadas, com roteiro previamente estabelecido, entretanto, julgamos importante haver versatilidade neste segmento, uma vez que pode haver necessidade de se incluir ou excluir perguntas, desde que não haja prejuízo ao estudo. Para tal, pretendemos fazer uso de questões do tipo aberta, mas nos ater ao guião, a fim de aperfeiçoar o tempo com que precisaremos dispor da atenção de cada artista, ademais, não ignoramos o facto de que, como anteriormente referido, tais entrevistas possam vir a ser feitas via plataformas de reunião online, ou mesmo via e-mail, com o propósito de mitigar possíveis problemas com tempo e distanciamento.

Para Batista et al. (2017), a preparação da entrevista é uma das suas etapas mais importantes. A postura ativa, porém, recetiva do entrevistador também são aspetos importantes, uma vez que é determinante para que se crie uma atmosfera de cordialidade e confiança entre entrevistador e entrevistado.

Ainda segundo os autores supracitados, as entrevistas também podem trazer consigo algumas desvantagens, entre elas: falta de motivação do entrevistado, falta de compreensão das perguntas ou mesmo o fornecimento de respostas falsas, de forma consciente ou

inconsciente. Estas e outras desvantagens deverão ser levadas em conta quando da aplicação da referida técnica.

A nossa experiência investigativa adotará o viés da História de vida, uma vez que os artistas são os objetos que fundamentam este trabalho. Observaremos as experiências e trajetórias dos artistas, sobretudo na perspetiva social. O recurso da história de vida está inserido na linha das metodologias qualitativas. Por ser individual e única, traz-nos uma experiência individual na subjetividade do próprio artista (Brandão, 2007).

As histórias de vida se dão através de entrevistas que permitem obter uma narrativa que ajude a construir o seu percurso de vida. É importante não se distanciar do discurso de quem está a narrar o próprio percurso. Entretanto, outros recursos podem ser úteis na construção desta história de vida, a exemplo de entrevistas com pessoas próximas, testes, registos de imagens entre outros (Ramalho, 2007).

Ainda segundo Brandão (2007), é importante para o investigador que tal história apresente valor sociológico ao estudo. E até que ponto esta história de vida permite que se façam associações com o objeto de estudo. É preciso também atenção para o facto, de que o entrevistado pode, deliberadamente ou não, omitir eventos importantes durante a entrevista, o que pode ser prejudicial ao estudo. Cabe ao investigador elaborar um guião que não dê margem a tais lacunas, uma vez que podem prejudicar o resultado final da recolha de dados.

A entrevista como recurso para construção de uma história de vida pode ser relevante ao passo que leva o entrevistado a refletir sobre a própria trajetória, ao passo que não é um processo estanque, e depende de cada entrevistado (Ramalho, 2007).

Figura 1. Construção do Protocolo Metodológico

Dimensões	Objetivos Específicos	Indicadores
Motivação Musical	<ul style="list-style-type: none"> - Perceber o contexto social e influências que permearam a construção do gosto musical. - Identificar as razões para escolha pela música - Perceber as expectativas acerca da música - Interpretar as perspetivas dos artistas sobre a própria 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar como deu-se o gosto pela música e o desejo por experienciar uma trajetória musical. - Investigar como e quando veio a decisão por ingressar na música. - Reconhecer o porquê da escolha pelo rock.



	trajetória	<ul style="list-style-type: none"> - Aferir que expectativas foram criadas acerca de uma trajetória no meio musical. - Perceber como os artistas se veem enquanto músicos de rock. <p>Identificar a perceção dos artistas acerca do campo musical.</p>
Âmbito digital	<ul style="list-style-type: none"> - Observar o uso dos media digitais por parte dos artistas. - Perceber a relação dos artistas com o aprendizado acerca do uso do media digitais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar que medias sociais foram escolhidas pelos artistas - Interpretar porque a escolha de tais media. - Perceber se o uso dos media é feito para além do intuitivo - Determinar quais as perceções acerca do uso destas redes.

O modelo de análise acima dimensiona a circunscrição do presente trabalho dentro dos campos musicais e do digital. Os objetivos e seus respetivos indicadores tentarão cobrir as áreas da socialização, construção do gosto, inserção no mundo da música, estética e perspectiva acerca da música, autoperceção enquanto artistas e perceção do campo musical, e ademais o campo do digital.

Com o levantamento, e posterior tratamento dos dados coletados através das entrevistas, esperamos estar aptos a perceber a perspectiva dos artistas de rock independentes nos grandes centros de Portugal, como estes se apercebem enquanto artistas, que uso fazem das ferramentas digitais, e sobretudo, quem são os agentes dentro da música rock independente de Portugal, na era digital.

Para Britten (2009), uma entrevista qualitativa é uma ferramenta flexível, e que, portanto, as respostas dos entrevistados, nem sempre, podem corresponder ao estudo



observado. Com isso, antes de prosseguir para as entrevistas efetivas à presente pesquisa, resolvi realizar três entrevistas piloto com artistas que não estavam enquadrados dentro da delimitação do trabalho, por estarem fora de Portugal ou não terem até a altura obra gravada. Thiago Guimarães e Eric Assmar, artistas de rock e blues, que vivem no Brasil. E Histemberg Jr., guitarrista da banda de hard rock Coastwise, que embora vivam em Portugal, até a altura da entrevista não tinham obra original lançada.

Tais entrevistas, serviram como uma forma de prática, e para melhorar a percepção de como as perguntas devem ser feitas, a forma de abordar os entrevistados, os momentos em que era crucial deixar o entrevistado falar, ou por outro lado, quando se fazia necessário intervir para que a conversa não fugisse ao tema.

As entrevistas piloto serviram também para confirmar que o guião concebido e o foco do estudo, com base em histórias de vida, tinham relação mais próxima com artistas a solo, em detrimento das bandas.

Os artistas escolhidos e abordados para as entrevistas efetivas do trabalho, inicialmente seguiram o critério da afinidade e proximidade, seja por contacto via rede social ou presencial. E tais artistas indicaram outros artistas que pudessem servir como objeto para o presente estudo, no que concerne o modelo de amostragem bola de neve.

A amostragem bola de neve consiste em um modelo não probabilístico, em que a seleção de participantes é feita de forma não determinada, e tais participantes, denominados *sementes*, indicam outros participantes, ajudando assim o pesquisador a fazer contactos e estabelecer o seu grupo de pesquisa (Vinuto, 2014).

Fizemos um total de 9 entrevistas. Os primeiros artistas contactados foram Peter Strange, António Corte-Real, Tsunamiz e Mauro Ramos, por tratarem-se de artistas com os quais já havia contacto prévio via redes sociais ou presencialmente. As primeiras entrevistas foram feitas com António Corte-Real, 45 anos, 25 anos de trajetória na música, 1 ano com o projecto a solo. Também é guitarrista do grupo português UHF, e preferiu não fazer a entrevista de forma remota, mas presencialmente. António vive na Margem Sul, na região metropolitana de Lisboa. A seguir, outros dois artistas da Margem Sul, Tsunamiz, 36 anos, 23 anos de trajetória na música, 8 anos com o projecto a solo, Peter Strange, 26 anos, 12 anos de trajetória na música, 5 anos com o projecto a solo. Da cidade de Lisboa, Electric Man, 36 anos, 25 anos de trajetória na música, 7 anos com o projecto a solo, Rita Braga, 37 anos, 17 anos de trajetória na música, com o trabalho solo incluído, Ana Lua Caiano, 23 anos, 7 anos de trajetória na música, 1 ano no trabalho a solo, Acid Acid, 42 anos, 26 anos de trajetória na música, 8 anos no projecto a solo e Violeta, 27 anos, 8 anos de trajetória na música, 5 anos no



trabalho a solo. E por fim, Mauro Ramos, 41 anos, 32 de trajetória na música, 3 anos no projecto a solo. Também baterista do grupo português Amor Electro, preferiu conceder entrevista de forma presencial e vive na zona de Torres Vedras, na região metropolitana de Lisboa. Todos os artistas estão presentes nos média digitais através do Instagram e Facebook. Nenhum deles reportou uso em outras redes como Tik Tok ou Twitter. Todos os artistas estão presentes com obra original gravada nas plataformas de *streaming* como Spotify, Deezer, Tidal e outras, além do YouTube.

Embora os artistas António Corte-Real e Mauro Ramos façam parte respetivamente dos grupos UHF e Amor Electro, que são grupos com contrato em editoras, parte do *mainstream* musical em Portugal, tais artistas, nos seus trabalhos a solo, não têm quaisquer vínculos com os grupos supracitados. Não têm contrato com as mesmas editoras, agentes ou *bookers*, não fazem uso da máquina em questão, e investem nos seus trabalhos com recursos próprios. Configuram-se, portanto, dentro do escopo do estudo do presente trabalho.

5 – Análise e discussão dos dados: O rock português na contemporaneidade

A presente pesquisa foi feita com cariz exploratório, na qual o investigador aproxima-se dos objetos de estudo e então realiza-se um levantamento biográfico, para o qual fizemos uso de entrevistas com construção de histórias de vida, uma vez que não nos interessa quantificar os dados obtidos, mas encontrar pontos de saturação e explicar as variações e regularidades encontradas nos discursos dos entrevistados, em consonância com o que diz Brandão (2007).

Ao reaver o modelo de análise proposto no presente trabalho, nos âmbitos da motivação musical e do digital, decidimos que entre as perguntas propostas, os seguintes temas suscitaram mais relevância para a nossa pesquisa: 1- a importância da figura masculina na construção do gosto; 2 – a troca musical feita durante adolescência entre os pares; 3 – a decisão pela entrada na música ainda na adolescência; 4 – a auto percepção enquanto artistas; 5 – o desejo de viver da música; 6 – o uso meramente intuitivo dos média digitais; 7 – a aversão por redes sociais e 8 - o desejo de deixar de ser independentes. Portanto, sem ignorar os outros pontos, o foco da presente análise de dados irá incidir com mais veemência nos pontos supracitados.

No que concerne ao ponto de saturação, ainda que o número de entrevistas tenha sido relativamente reduzido, apenas nove, acreditamos tê-lo encontrado nas entrevistas biográficas



realizadas, uma vez que os discursos apresentam pontos de interseção recorrentes. Os pontos de dissonância serão também apontados aqui. E mesmo estes, quando aparecem, apresentam consonância entre os entrevistados e serão referidos nesta análise.

Para Hill & Hill (1998), é fácil elaborar um questionário, porém difícil elaborar um bom questionário. Um bom guião, assim como uma casa, não deve começar a ser concebido pelo teto, mas sim pela base, seguida das paredes, para só então receber um teto. O guião da presente entrevista biográfica foi concebido a fim de ajudar a fundamentar, mas sobretudo, de seguir o que foi pensado no protocolo metodológico do presente trabalho, tendo, portanto, uma primeira parte do âmbito sociológico, a discutir aspetos como a socialização, construção do gosto, desejo por ter uma trajetória na música, estética e expectativas. Num segundo momento, discute-se o digital e outros recursos expressivos, e por fim a auto percepção de cada artista e do conceito de ser um artista independente.

As pessoas tem a falsa impressão de que ser uma estrela da música é basicamente glamour, embora nunca tenham experimentado algo semelhante, e não saibam que o mercado da música consiste em muito trabalho (Frith, 1978).

O rock português na contemporaneidade passa a fazer parte de um cenário à margem do *mainstream*. Pouquíssimos artistas de rock hoje conseguem aceder o panteão de artistas destacados e com isso ter músicas tocadas em grandes estações rádio, aparecer em programas de TV, no que parece ser um movimento de regresso às origens, uma vez que ainda no tópico introdutório do presente trabalho, indicamos que o rock viveu à margem durante os anos 60 e 70, até o chamado “boom” do rock português, anos 80.

1. A importância da figura masculina na construção do gosto

Começamos por perceber a construção do gosto pela música desde a infância. Todos os artistas entrevistados foram expostos a música durante a infância, sobretudo o rock, entretanto canções infantis ou música portuguesa ligeira também fossem comuns. O rock veio, principalmente, por parte do pai dos entrevistados. E o gosto pelo estilo desenvolveu-se ao longo de toda a infância.

Cabe ressaltar aqui a relevância da figura masculina dentro da construção deste gosto pelo rock, e dentro do espectro da música rock, sendo este o primeiro ponto que julgamos mais relevante dentro desta análise, uma vez que além do pai outras figuras masculinas foram aqui mencionadas, em conformidade com o que diz Guerra (2010) acerca da cena rock. Um género masculinizado, tanto nacionalmente falando quanto no estrangeiro, uma vez que é ouvido eminentemente por indivíduos do sexo masculino.

De certa forma, a construção do gosto, através das músicas que foram ouvidas na



infância, tem como referente social uma figura masculina. Isto está em consonância com o facto de a dominância masculina não demandar justificação e não precisar explicar a sua presença, ela acontece de forma natural através dos tempos (Bourdieu, 1998).

Em casa, ouvia-se música portuguesa da época (anos 70), muito Zeca Afonso, algum fado, alguma música ligeira, e música infantil, do Zé Barata Moura, Fungagá da Bicharada. O meu pai trabalhava numa rádio, então, havia sempre um rádio ligado a tocar músicas (Acid Acid).

Ouvia muita música a minha casa. Foi na minha infância que aprendi a ouvir os Doors, Ramones, Led Zeppelin, Rolling Stones, os Beatles, também música tradicional brasileira, sobretudo rock, e também rock português Rui Veloso, Xutos e Pontapés, os Taxi, Trabalhadores do Comércio. Meu pai tem uma das maiores coleções de disco de Portugal, vinil e cd (António Corte-Real).

2. A troca musical feita durante adolescência entre os pares

Na maioria dos casos, outros grupos sociais como amigos ou colegas de escola, não tiveram impacto significativo na construção do gosto musical. Entre parcela mínima dos entrevistados, outro membro familiar como um tio ou avó, teve papel importante na formação musical. Já há troca de K7s na adolescência, durante o ensino secundário, foi mencionada de forma recorrente como importante fator de reforço no gosto pelo rock, e na descoberta de novos artistas.

Entretanto, o grupo de rock norte americano Nirvana, foi mencionado seguidas vezes como um importante ponto de intercessão neste processo de troca de fitas K7 e partilha de gostos musicais entre jovens, o que nos aponta para um cenário circunscrito aos anos 1990. Temos aqui um segundo ponto que julgamos importante dentro desta análise, uma vez que a empatia provocada com a figura do vocalista dos Nirvana, pode apontar para um aspeto relevante na construção do gosto destes artistas.

Para Cross (2001), Kurt Cobain é apontado como um jovem estranho, deslocado, e com uma relação complicada com a mãe, que envolvia abuso psicológico. Na infância, testemunhou situações traumáticas. Ao aparecer, nos anos 90, a sua forma de vestir, de se portar e as suas letras causaram empatia entre muitos jovens e adolescentes, naquela altura. Nesta altura, é comum aos jovens o processo de individuação, de afastamento da figura dos pais e influência por parte do grupo de amigos.



Tais amigos são citados com frequência como importantes elos na criação do gosto musical por jovens, sobretudo durante o ensino secundário, o que nos leva ao valor da convivência e do sentimento de pertença para estes jovens. A adolescência é um período marcado por descobertas e a influência dos grupos é muito determinante (Pereira, 2012).

Eu tenho um tio, irmão da minha mãe, que é nove anos mais velho que eu, e é como se fosse um irmão mais velho. Então, através desse tio ouvi os Guns n' Roses, depois ouvi Nirvana, e esse contacto inicial afetou-me muito, e eu comecei a querer imitar, inicialmente o Axl Rose, e o que eu via através de vídeos, dos Guns, dos Nirvana, e nessa altura fiquei muito virado para o rock (Tsunamiz).

Basicamente, eu ouvia o que passava nas rádios e na TV e não me identificava. A partir dos Nirvana, fui pesquisando outras coisas, mas trocar música, isso só se deu no secundário com pessoas com as quais me identificava (Rita Braga).

3. A decisão pela entrada na música ainda na adolescência

Mais uma vez, entre todos os entrevistados, o desejo por tornar-se músico deu-se durante a adolescência, entre os 14 e os 16 anos, e a escolha pelo rock ou ritmos próximos, deu-se de forma natural, uma vez que o ritmo esteve presente na vida destes artistas desde a mais tenra idade, e este é o terceiro ponto que julgamos mais relevante destacar nesta análise.

A adolescência por ser um período de descobertas, experiências intensas, na qual a convivência em grupo tem papel fundamental e a música pode vir a ser um elemental catalisador desta fase, é o terreno ideal para que se acenda a fagulha do desejo por ter uma banda ou ingressar na música. É o período da vida no qual criamos muitas expectativas, temos curiosidades acerca do nosso futuro e comumente há uma queda na autoestima, que pode ser mitigada através da entrada no mundo da música, pois é nesta altura que os jovens se organizam em grupos, em seus respetivos meios culturais de escolha (Colle, 2004).

Lembro-me que pedi aos meus pais para ter aula de guitarra, sem incentivo deles nem de ninguém. E lembro-me também de convencer uns amigos a se juntarem a mim, pois queria fazer uma banda, tinha 13 ou 14 anos (Electric Man).

Com 14 anos, falei ao meu pai que queria mesmo ter aulas de guitarra. Então, tive um professor que toda gente em Almada teve aulas com ele, os grandes guitarristas de Almada passaram pelas mãos do Carlos Falcão. Entretanto, depois



de seis meses ele mandou-me pra casa, e disse que não podia ensinar-me mais nada, que eu deveria fazer as minhas músicas. Tinha 15 anos na altura, e a primeira banda um ano depois, com 16 anos (António Corte-Real).

É relevante ressaltar que os únicos dois músicos que tiveram formação musical, de maneira formal, tornaram-se músicos de bandas importantes dentro da música portuguesa. Que são os casos de António Corte-Real (UHF) e Mauro Ramos (Amor Electro). O que pode nos apontar para o facto de que a qualificação musical tem potencial para ser um elemento que levaria um músico a singrar dentro do mercado.

O rock, desde a sua génese, foi um género afeito à diversidade e à mistura com outros estilos. Ao longo de décadas, destas misturas uma infinidade de subgéneros do rock foram surgindo, e dentre os entrevistados, alguns transitaram para outros estilos e os seus trabalhos têm grande presença de outros elementos misturados ao rock.

Quando comecei a ouvir mais *hip hop*, comecei a ouvir muitos artistas a solo, e a me identificar com essas figuras. E como quis incorporar elementos do universo do *hip hop* na minha música, já tinha essa base de compor e criar sozinho, mais tarde aprendi a produzir, e tendo tudo isso, porque não ser um artista a solo, simplifica muito as coisas (Tsunamiz).

Ainda segundo Frith (1978), é preciso enfrentar muitas humilhações dentro da indústria da música, para quem almeja singrar. E muitas vezes músicos jovens dividem-se entre um trabalho salariado e grandes sonhos dentro da música.

Todos os artistas entrevistados tinham altas expectativas em relação à música no início das suas respetivas trajetórias, e hoje, em alguns casos depois de algumas décadas, consideram as suas expectativas mais austeras e palpáveis, sem grandes sonhos, por perceberem mais a fundo como a indústria funciona.

Não tinha expectativas quando comecei, depois comecei a tocar na rádio e tive muitas expectativas, mas o mercado em Portugal é muito competitivo e não há espaço para mulheres, então, deixei de ter expectativas (Violeta).

A expectativa é completamente diferente hoje. Porque eu era um miúdo e as expectativas que eu tinha eram irreais, eu não diria impossíveis, mas a probabilidade era mínima. Hoje são diferentes, claro. Quero chegar mais longe,



mas tenho a noção que para seres um músico, tens de ser *influencer, promoter*, muito mais que um músico (Peter Strange).

4. A auto percepção enquanto artistas

O artista, sobretudo o artista pré advento da pirataria, da música independente e do impacto sofrido pela indústria da música, era visto quase que como um deus da mitologia grega. Adentrar o mercado da música e ser um artista de sucesso era como adentrar o Olimpo, não acessível a qualquer mortal. E assim como na Grécia antiga, para Cerqueira (2016), os indivíduos seguiam os modelos destes deuses, tanto nos bons como nos maus exemplos, se falava desses deuses, eles serviam de inspiração. Do mesmo modo agia-se em relação a estes artistas, que eram admirados, idealizados e idolatrados. Ou se queria ser como eles ou estar perto deles. O quarto ponto que julgamos relevante dentro desta análise é auto percepção enquanto artistas.

Todavia, em meio aos artistas entrevistados, no cenário atual da música digital, a minoria vê-se como artista, e a maioria vê-se como pessoas normais, que são artistas nos momentos em que necessitam ser como quando estão no palco, em entrevistas ou eventos. Embora, reconheçam que notoriedade não é um fator determinante para que alguém seja visto como artista.

Um artista chamado Garcia, que tem um trabalho musical, disse-me algo que mexeu comigo, que me fez ver que não sou um artista, sou um criador. Sinto-me mais à vontade na bateria, mas pude usar a guitarra como forma de me expressar. A frase foi: “O país mais que de artistas, precisa de criadores”. E por isso, sinto que me expresso da forma que sinto, e isso é importante. (Mauro Ramos).

Não! Porque eu considero sempre um artista uma pessoa que consiga viver do seu trabalho. Estou a falar sobre mim, uma coisa egocentrista. Ou seja, eu nunca consegui olhar pra mim, não sei porque, e vê-me como um artista. Um artista consegue rentabilizar e viver daquilo que faz, e eu infelizmente, nunca conseguir fazer isso. Mas para mim, nunca consegui vê-me como artista por isso (Peter Strange).

5. O desejo de viver da música

O quinto ponto que julgamos relevante destacar nesta análise é o facto de se viver ou não da música, e o desejo de o fazer. Nas sociedades, em geral, as pessoas têm a tendência de



esquecer que um músico é um trabalhador, em busca do seu sustento através da arte (Simões, 2011).

Para Panay (2011), os músicos adaptaram-se a todas as mudanças que ocorreram na indústria ao longo de décadas, criando oportunidades onde não havia, buscando ideias em outras áreas e as aplicando no mercado musical, a fim de poder fazer dinheiro com a sua arte. Converter o seu público em agentes de marketing do seu trabalho, e uso de ferramentas de *sponsor* são algumas ações comuns no mercado musical atual. O ponto é: a indústria mudou, as formas de consumo de música mudaram, por isso, para quem quer viver da sua arte, é preciso também se reinventar e buscar outras formas de fazer dinheiro.

A minoria entre os entrevistados, apenas dois deles, vive exclusivamente da música, com rendimentos que podem vir de concertos, aulas de música, produção de outros artistas ou gravações. A maioria não vive exclusivamente da música, têm um trabalho assalariado, e por outro lado, têm o desejo de poder viver exclusivamente da música, ainda que por espaço limitado de tempo.

Embora o rock seja essencialmente um ritmo marcado por grupos, para (Neiva, 2021), um artista a solo não precisa submeter-se a processos de decisão coletiva, e podem contratar uma banda mesmo depois de produzir todo o seu material. Ademais, por influência de relações virtuais, as gerações atuais são mais solitárias que sociáveis.

Para os artistas entrevistados, a maioria tornou-se artista solo para poder ter em seu poder o controle das decisões artístico-musicais, por ser mais fácil gerir o trabalho e pela dificuldade em encontrar um grupo em que todos vissem o trabalho com a mesma seriedade que eles tinham.

Não tenho paciência para lidar com bandas. É difícil lidar com grupos porque as pessoas precisam trabalhar para viver, depois comecei a mexer no Logic (Software de gravação de áudio) e em outros programas, e aí consegui viver da música durante dois anos pré pandemia, porque tinha esse trabalho a solo. Quanto menos pessoas tens a tocar contigo mais fácil conseguires viver disso (Violeta).

Eu tive diversas bandas até aqui, e era sempre muito difícil. Saía alguém por motivos pessoais, e aquele esforço até ali era sempre em vão. Percebi que a única forma de manter isso com algum controle, era ser a solo. Gostaria de ter um formato de banda, mas é complicado (Electric Man).



Para Bruner (1990), a música tem papel preponderante nas vidas das pessoas, afeta o seu humor, podendo servir inclusive de estímulo em determinados momentos. Este carácter da música vem sendo explorado há décadas pelo marketing, inicialmente na rádio e TV, e na contemporaneidade, na internet através dos média digitais.

Facebook e Instagram são a rede principal de eleição dos artistas entrevistados, e o motivo principal é que são as redes de melhor alcance dentro do país, ou ainda por serem as redes onde estes as artistas têm mais amigos presentes. A minoria usa redes como o Tik Tok, ou ainda o Twitter, por considerá-la uma rede muito mais afeita a discussões políticas que para divulgação musical. Nenhuma outra rede social foi mencionada pelos artistas entrevistados.

6. O uso meramente intuitivo dos média digitais

Na parte em que nos debruçamos sobre o estudo dos média digitais e das redes sociais, pudemos perceber o quanto o seu uso tem impacto no dia a dia das pessoas, como tais redes apresentam números de utilizadores vultosos e as imensas possibilidades que elas oferecem, desde a comunicação com o próprio público à divulgação de concertos ou lançamentos de novos álbuns.

No que concerne à observação do uso das redes, nenhum dos artistas entrevistados tem por costume publicar informações muito ligadas às suas vidas pessoais. A maioria das publicações está ligada a datas de concertos, gravações de álbuns ou singles, presenças em eventos ou em outros concertos, entretanto, nada que possa trazer muitas informações acerca das suas vidas fora do contexto musical.

O Facebook veio primeiro, e o Instagram tem um lado mais imediato da imagem. O Facebook tem a vantagem de ter os eventos. Vou usando as duas de forma intuitiva (Rita Braga).

Uso o Facebook e o Instagram. Na altura que comecei em 2014 a sensação era que o Facebook era muito mais forte para comunicação, mas sinto que por conta do algoritmo isso caiu muito. O Instagram por outro lado, chega a mais pessoas, e são as redes sociais que uso para chegar a mais pessoas, sendo um trabalho artístico sem agência de comunicação (Acid Acid).

Entre as redes de streaming, todos usam o YouTube para divulgação de vídeos e clipes, e todos têm obra musical disponível em redes de streaming como Spotify, Deezer e outras.



Todos os artistas entrevistados gerenciam as próprias redes sociais e média digitais, nenhum deles qualificou-se para o efeito, e confessam fazer uso de forma intuitiva ou através de aprendizado empírico. Alguns artistas confessaram, inclusive, ter certa aversão ao uso de redes sociais. Que são respetivamente o sexto e sétimo pontos que julgamos relevantes de serem pontuados nesta análise, o uso meramente intuitivo dos média digitais e a aversão às redes sociais.

7. A aversão por redes sociais

Embora, ainda no segundo tópico do presente trabalho tenhamos recorrido sobre a importância dos avanços tecnológicos para o surgimento do cenário atual da música independente, e como o digital passou a ser parte fundamental do mercado musical, a nossa observação empírica mostra que os artistas contemporâneos ainda não lidam bem com as novas tecnologias, com os média digitais, parecendo haver uma relação de mera necessidade, sem interesse algum por aprofundar-se no uso mais efetivo destas ferramentas.

Uma estratégia de marketing digital bem feita, terá consequentemente boa aceitação por parte da audiência, entretanto, para que haja resultados satisfatórios é preciso conteúdos interessantes, que possam provocar interação e adesão por parte do público. A necessidade de qualificação e constante atualização é, portanto, fundamental (Paula, 2015).

No que concerne ao uso de redes sociais, enquanto para Zhang et al. (2021), existe o medo de não se adequar, de não ser capaz de fazer uso das ferramentas, além do receio em viciar-se. Para Lira et al. (2017), o enfraquecimento dos encontros presenciais, a superficialidade das conversas virtuais, o terreno fértil para desentendimentos, entre outras questões, podem estar na raiz da aversão que algumas pessoas têm em relação ao uso destas redes.

As redes sociais têm coisas boas, mas estamos a atravessar um limbo que é pior o que as redes sociais nos dão do que melhor. É difícil gerir isso, há gente que expõe tudo vida toda, mas tenho dificuldade com isso. Tento por intuição, um bocado por aí (Mauro Ramos).

Eu tenho uma certa aversão a redes sociais. Há anos que não coloco nada pessoal lá, uso apenas para divulgar o meu trabalho. Uso Instagram, Facebook e só. Tenho os meus amigos reais e próximos lá também. Comunico com eles através dessas redes. Uso também o Youtube, apesar de não ser uma rede social, mas há um sentido de comunidade lá. (Electric Man).



Para Rabêlo Neto et al. (2013), hoje é fácil para artistas independentes divulgar a sua obra através de redes sociais, o que torna também o acesso do público a este trabalho mais facilitado. A quantidade de utilizadores da internet segue por aumentar exponencialmente, o que justifica ainda mais o uso de tais redes por artistas musicais.

A presença enquanto artista nas redes sociais e ter obra disponível nas redes de streaming é condição indispensável para qualquer artista existir hoje, segundo a maioria dos artistas entrevistados. Por outro lado, também pela perspetiva da maioria, as redes sociais estão saturadas de conteúdos e está cada vez mais difícil fazer a sua obra chegar às pessoas. Já as redes de streaming, além de padecer do mesmo problema, remuneram os artistas muito mal.

Todos os artistas entrevistados ainda acreditam na materialização dos seus trabalhos, e todos têm desde CDs e/ou Vinis, alguns têm também merchandising do tipo t-shirts e outros.

Os discos de vinil têm impulsionado as vendas de material musical físico, sobretudo entre artistas de rock, tendo no ano de 2021 batido um recorde de vendas antes visto no ano de 1991 (Borell, 2022). Para artistas independentes, esta venda de álbuns ou *merchandising*, representa uma importante fonte de renda, que pode servir para financiar projetos como gravação de álbuns ou vídeo clipes.

Sim, acredito, eu sou uma pessoa que gosta de coisas, então, só lancei singles até aqui. Mas quando for lançar o EP, quero ter o disco em físico e *merchandising* porque sinto que as pessoas gostam disso, pode ser também uma forma do músico rentabilizar o seu trabalho (Ana Lua Caiano).

Eu não tenho *merchandising*, mas tenho os CDs e os Vinis, para além do lado romântico, é ter um objeto bonito, bem feito, para que as pessoas queiram levar para casa. Já fiz primeiras partes para bandas internacionais, e percebi que é possível vender álbuns e *merchandising* após um bom concerto e numa boa sala. O contacto direto com as pessoas que acabaram de ver o concerto é muito valioso. Isso pode ajudar a pagar a produção do álbum (Acid Acid).

O novo paradigma da indústria da música, que fez surgir toda uma gama de novos artistas, por conta dos mecanismos das redes sociais e do mundo digital, faz com que olhar a música sob o viés da produção e venda da música careça de outros conceitos, uma vez que há toda uma série de atividades do cenário artístico, essenciais a qualquer trabalho, e que estão



fora desse espectro (Rabêlo Neto et al., 2013).

Na parte final da entrevista, adentramos o campo da auto percepção, do entendimento acerca do mercado independente e da perspectiva destes artistas acerca das próprias trajetórias.

Entre os momentos marcantes dentro das trajetórias dos artistas entrevistados estão o processo de gravação de um álbum e sua consequente distribuição, grandes concertos para grandes audiências, entrevistas ou aparições em programas de TV, ou mesmo digressões para fora do país. E em termos de alcance, cada artista tem um videoclipe ou canção que teve alcance significativo para eles, entretanto aqui este fenómeno divide-se entre resultados orgânicos e difíceis de serem mensurados e explicados, ou alcances que foram fruto de impulsionamento pago nas respetivas redes digitais.

Sim, é uma trajetória bastante rica em termos de concertos, até 2019 toquei bastante, fui aos EUA, por 3 meses, Austrália, turnê no Japão, outros países da Europa (Rita Braga).

Quando me ligaram uma vez, tinha acabado de lançar a primeira música a solo, e chegou alguém da Antena 3. Ligaram-me a perguntar se podiam usar a música, e isso ajudou a minha carreira, pois passei a ser convidada para tocar em festivais de Antena 3 (Violeta).

Sobre a definição do que é ser um artista independente, para todos os artistas entrevistados, ser independente envolve tanto ter total domínio criativo da sua obra musical, quanto carregar o fardo de ter muito trabalho a fazer, muitas vezes sem contar com apoio e com baixa remuneração.

É um artista honesto, que pode fazer a música que sente, que não está em busca de números, está em busca da sua verdade, da sua música, se estiver tranquilo, é um artista que está em paz (Mauro Ramos).

É uma dor de cabeça. É ser um herói do *multitasking*, é perceber que não se pode contar com nada que não seja feito por ti ou à tua maneira. Eu vou tentar lançar uns singles que são um pouco mais abrangentes, e tentar talvez não ser 100% independente (Peter Strange).



8. O desejo de deixar de ser independentes

Por fim, desejamos saber se tais artistas almejavam deixar de ser independentes, ainda que isto pusesse em causa o seu conceito de ser independente. E nesta altura encontra-se o oitavo ponto que julgamos relevante destacar nesta análise, o desejo ou não por deixar de ser independente.

No segundo tópico do presente trabalho, no qual discorremos sobre a evolução da indústria musical e das editoras, nos ficou evidente que quanto mais as grandes editoras adquiriam poder, menos os artistas tinham autonomia sobre a própria carreira, musicalmente falando. As *majors* cuidavam de cada detalhe e tinham imensa influência em veículos dos média e de comunicação, ao passo que os artistas tinham a sua liberdade criativa cerceada e controlada por executivos.

Ainda que tenhamos apontado no nosso estudo teórico a importância das editoras menores, independentes, e de como estas têm um papel relevante dentro da cena musical, sobretudo dentro dos grandes centros urbanos, os artistas contemporâneos ainda têm receio em se relacionar e prenderem-se a contratos com editoras.

A maioria deles não deseja, de forma alguma, estar preso a uma editora ou agência, e com isso ter a sua liberdade criativa cerceada, e preferem, portanto, seguir independentes, a despeito de todas as dificuldades. Houve, entretanto, um número reduzido de artistas que ponderariam assinar algum tipo de contrato, desde que fosse por tempo limitado, e que a sua liberdade criativa fosse negociada e não cerceada por completo.

O novo modelo da indústria musical no qual surgiu o mercado da música independente, forjou o artista desatrelado de quaisquer relações com escritórios ou editoras, e que tem, por outro lado, que gerir uma série de funções não necessariamente ligadas ao âmbito musical, mas que são fundamentais para que um trabalho musical possa permanecer na ativa (Bernardo, 2013).

Depende da maneira. Depende de muita coisa. Do negócio em termos financeiros, da longevidade do contrato, depende da tomada de decisão final ser minha em apenas algumas questões, principalmente quanto ao processo de composição. Posso aceitar algumas sugestões, mas mudar a música do princípio ao fim, ou dizer que música entra ou não entra no trabalho, aí não me interessa (António Corte-Real).



Considerações Finais

Ao ingressarem na música, em plena era digital, os artistas a solo e independentes de rock têm que ordem de expectativas acerca das próprias trajetórias? Eis a pergunta de partida do presente trabalho, que pode ser respondida sob o ponto de vista de dois momentos distintos. Primeiramente, a perspetiva de um músico jovem, cheio de sonhos, que almeja por vezes alcançar o quase inalcançável. Para finalmente, após alguns anos de trajetória, mais maduros, perceberem como a indústria funciona, e munidos de aprendizado de diferentes ordens, terem expectativas mais realistas, com os pés no chão, e muitas vezes satisfazerem-se simplesmente com o facto de poderem gravar um álbum, mostrá-los às pessoas, e sentir o prazer de tocar a sua música nos concertos.

Numa era em que o mundo parece saturado de música, em que não há mais necessidade de se produzir música, a sua liberdade criativa e o facto de poderem produzir uma obra na qual foram capazes de imprimir a sua identidade por inteiro, é condição sine qua non para os artistas independentes de rock portugueses, e tal postura, um tanto romântica, parece ser a chama que mantém viva um dos estilos música mais ricos e importantes dentro da indústria musical.

Embora, vejam os média digitais, as redes sociais e as plataformas de streaming com desconfiança, com certo ressentimento, os artistas reconhecem a sua importância, e o facto de que no atual contexto é impossível existir artisticamente fora delas. Embora, nenhum deles tenha feito qualquer tipo de qualificação na área digital, o que em certa medida pode justificar o seu mau uso, e o alcance limitado.

Para além de responder à pergunta de investigação, o presente trabalho atinge os seus objetivos, na medida que consegue perceber a construção do gosto destes artistas, desde a tenra idade, a escolha óbvia pelo rock, a sua autoperceção enquanto artistas e a sua complicada relação com os media digitais. Relação que os mesmos veem como fundamental, entretanto carregada de sabores e permeada por uma capacidade de uso um tanto limitada.

Entre as limitações encontradas durante a realização do presente trabalho estão o facto de mesmo após muita pesquisa e escrita, já na altura pré-entrevistas, ao realizar entrevistas de teste, as mesmas apontarem a delimitação do trabalho por outro caminho. E que ao tratar de histórias de vida, examinar o fenómeno do aparecimento de mais artistas à solo, dentro do cenário rock, seria o trajeto mais acertado para este trabalho. Ainda no campo das entrevistas, o facto de serem feitas via plataforma de reunião online, poderia ser elemento facilitador,



entretanto alguns entrevistados preferiram conceder as suas entrevistas pessoalmente, o que me obrigou a descolar-me, por vezes, distância considerável, e dificultou ainda mais conciliar a minha agenda com a do entrevistado. Houve ainda entrevistados que marcaram dia e horário e não apareceram, e com alguma dificuldade foi possível reagendar e fazer a entrevista, e por fim, houve artistas que foram convidados e sequer responderam ao convite ou ainda responderam a dizer que não aceitavam conceder entrevista.

As lições que ficam é que, de facto, a visão romântica e o amor pela música mantêm o movimento vivo e ainda pujante, mas que, por outro lado, os artistas na era digital precisaram desenvolver muitas habilidades que não estão necessariamente ligadas ao campo musical. A mudança nos moldes da indústria obrigou-os a tornarem-se mais que músicos, mais que artistas, mas também produtores, agentes, distribuidores, managers, bookers, gestores de redes sociais, fotógrafos, vídeo makers, editores de vídeo, engenheiros de som, entre outras coisas, tudo ao mesmo tempo. O peso de acumular tantas funções é, claramente, um fardo para o artista de hoje, falta-lhes tempo para dedicarem-se à sua música, e ao mesmo tempo estes não querem abrir mão da sua liberdade criativa, há neles o desejo de contar com profissionais que possam realizar funções alheias à música, para que possam criar com mais tranquilidade.

Ademais, embora a nossa amostra seja pequena, ela aponta para que o rock neste grande centro de Portugal, que é a região metropolitana de Lisboa, possa ser um meio mais circunscrito à faixa etária dos 20 à casa dos 40 anos, e eminentemente masculino. Os artistas entrevistados do sexo masculino são visivelmente mais numerosos em relação aos do sexo feminino, e nas palavras de uma entrevistada ainda é um meio machista, no qual as mulheres estão sempre cercadas de um ambiente de dúvidas e tendo o seu talento e competência postos em causa.

Falta ao artista de rock da contemporaneidade reconhecer e aceitar que a realidade mudou, e que muito dificilmente voltará a ser como antes, que é preciso qualificar-se em áreas distintas, alheias à música, a fim de entregar ao seu público uma obra e um trabalho artístico com grau de profissionalismo condizente com o mercado. Se por um lado artistas queixam-se do cariz predatório dos média digitais, por outro, pode ser que lhes falte aprender efetivamente como lidar com as vicissitudes do mercado artístico na era digital.

A tendência apontada pelos média especializados em música, de que o mercado de grupos perdeu espaço e que hoje há mais artistas a solo, não é uma realidade ainda vigente na cena rock portuguesa. Outra das dificuldades encontradas, durante a produção do presente trabalho, foi encontrar artistas a solo dentro da cena rock, na região de Lisboa, uma vez que o mercado de rock em Portugal conta ainda com mais grupos que artistas a solo. Esta pode ser



uma tendência que ainda está por vir em Portugal, mas até o presente momento os grupos são predominantes, a refletir uma tradição que sempre foi dominante dentro do estilo.

Por fim, o presente trabalho não é um projeto estanque ou hermético, não tem a intenção de apontar um fenómeno representativo de toda a cena musical rock em Portugal, uma vez que o foco do presente estudo incidiu sobre um nicho específico dentro deste mercado. Entretanto, este trabalho aponta o caminho para que no futuro possa haver estudos com foco nos grupos, em diferentes estilos, em outras cidades, a fim de fundamentar de maneira mais satisfatória a perspectiva de artistas independentes de rock em Portugal. E ademais, estudos que possam mitigar a relação deficitária entre artistas e os média digitais, que possam aprofundar-se mais nas difíceis e sempre mutáveis formas de se lidar com as ferramentas digitais, e que assim a trajetória dos artistas possa ser menos pedregosa e dotada de tomadas de decisão mais previdentes.



Referências Bibliográficas

- Abreu, P. (2010). *A música entre a arte, a indústria e o mercado*. Universidade de Coimbra.
- Aguiar, N. (2020). *O que é austeridade? E como pode voltar?* Exame.
<https://visao.sapo.pt/exame/analise/analise-inconsistenciaproblematica/2020-04-28-o-que-e-austeridade-e-como-pode-voltar/>
- Andrade, M. (2013). *Ser artista: anacronismos, incoerências, estratégias e permanências*. 583–598.
- Bargueño, M. A. (2021). *Como a pandemia, a televisão e o Spotify ‘mataram’ os grupos musicais*. <https://brasil.elpais.com/cultura/2021-04-17/como-a-pandemia-a-televisao-e-o-spotify-mataram-os-grupos-musicais.html>
- Batista, E. C., Matos, L. A. L., & Nascimento, A. B. (2017). A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, 11(3), 23–38.
- Benevides, R. (2019). As cenas independentes e a música ao vivo: elementos da nova configuração da música na atualidade. *Sociedade e Cultura*, 22.
- Bernardo, F. (2013). *The Impact of Disintermediation on Independent Music Business Models*. Universidade Católica Portuguesa.
- Biesdorf, R. K. (2012). Arte, Uma Necessidade Humana: Função Social E Educativa. *Itinerarius Reflectionis*, 7(1).
- Bilbao, G. G. L., & Cury, V. E. (2006). O artista e sua arte: um estudo fenomenológico. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 16(33), 91–100.
- Borell, G. Von. (2022). *Vendas das vinil nos EUA quebram recordes de venda*. Tenho Mais Discos Que Amigos. <https://www.tenhoMaisDiscosQueAmigos.com/2022/01/01/vendas-disco-vinil-recorde-desde-1991/>
- Botelho-Francisco, R. E. (2019). *(In)Competência digital como ameaça ao Ciberjornalismo?* Universidade Federal do Paraná.
- Bourdieu, P. (1996). *A social critique of the judgment of taste* (8a ed.). Harvard Cambridge Press.
- Bourdieu, P. (1998). *Masculine Domination* (1ts ed.). Cambridge University Press.
- Branco, P. de F. (2019). *Sobreviventes O rock em Portugal na era do vinil* (Marcador (ed.); 1ª). Marcador.
- Brandão, A. M. (2007). *Entre a vida vivida e a vida contada : A história de vida como*



material primário de investigação sociológica. 83–106.

- Britten, N. (2009). Entrevistas Qualitativas. In *Pesquisa qualitativa na atenção a saúde* (p. 23).
- Bruner, G. C. (1990). Music, Mood, and Marketing. *Journal of Marketing*, 54(4), 94.
- Calazans, J., & Rodrigues, C. (2013). Sociabilidades virtuais: do nascimento da Internet à popularização dos sites de redes sociais online. *9º Encontro Nacional de História Da Mídia UFOP - Minas Gerais*, 9(1), 15.
- Cardão, M. (2019). “Dos fracos não reza a história”. Os Heróis do Mar e a invenção do nacionalismo pop. *Análise Social*, 54(231 (2)), 256–283.
- Cerqueira, L. (2016). *Entre os gregos e o olimpo: como os antigos compreendiam e reproduziam o sagrado*.
- Clérigo, P., & Ferreira, L. (2015). *A arte elétrica em Portugal*. RTP.
<https://www.youtube.com/watch?v=sd5ET7T9ypM>
- Colaço, A. F. (2013). *Redes Sociais e a sua Utilização no Marketing*. M, 137.
- Colle, L. C. (2004). *A Influência Da Música Na Construção Da Identidade Dos Adolescentes Do Projeto Balakubatuki Na Cidade De Florianópolis*. Unesc - Universidade do Extremo Sul Catarinense.
- Crappell, C. (2016). *A Column for Young Professionals: Marketing Music Lessons for Young Musicians*. November, 40–44.
- Croft, R., & Kubacki, K. (2004). Mass Marketing, Music, and Morality. *Journal of Marketing Management*, 20, 577–590.
- Cross, C. (2001). *Mais pesado que o céu - Biografia de Kurt Cobain* (1st ed.). Globo Livros.
- Da Silva, E., & Menezes, E. (2001). Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação. *Portal*, 29(1), 121.
- El Gamal, A. (2012). The Evolution of the Music Industry in the Post- Internet Era. *Claremont Colleges Senior These, Paper 532*, 4.
- Ferreira, D. P. (2014). *Investigações Acerca do Conceito de Arte*.
- Fiuza, A. (2015). Nas margens do rock: a censura estatal e a canção popular portuguesa. *ArtCultura*, 17.
- França, V., Hohlfeldt, A., & Martino, L. (2018). *Teorias da Comunicação - Conceitos, escolas e tendências* (15ª). Editora Vozes.
- Frith, S. (1978). *The Sociology of Rock* (1º). Canadian Journal of Sociology.
- Frith, S., Straw, W., & Street, J. (2001). *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. In *Notes* (Vol. 59, Issue 2). Cambridge University Press.



- Gamble, J. R., McAdam, R., & Brennan, M. (2019). How User-centric Innovation is Affecting Stakeholder Marketing Strategies: Exploratory Findings from the Music Industry. *European Management Review*, 16(4), 1175–1193.
- Grohl, D. (2021). *Dave Grohl - The Story Teller - Histórias de vida e de música* (1º). Marcador.
- Grupo Marktest. (2018). Os Portugueses e as redes sociais. *Marktest*.
<http://www.marktest.com>
- Guerra, P. (2010). A instável leveza do Rock : génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010). Volume 1. *Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal*, 1.
- Guerra, P. (2013). Punk, ação e contradição em Portugal. Uma aproximação às culturas juvenis contemporâneas. *Revista Crítica de Ciências Sociais*.
- Henriques, I. (2018). *Se isto não é música, então faz tu uma canção: O fenómeno das “editoras-colectivo” e a herança do punk na música da “Geração à Rasca.”* Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.
- Herschmann, M. (2010). *Indústria da música em transição*. 1–121.
- Herschmann, M., & Albornoz, L. A. (2009). Transformações recentes da Indústria da Música. *V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares Em Cultura*, 1–12.
- Hill, M. M., & Hill, A. (1998). *A construção de um questionário*.
- Hirsch, P. (1969). *The structure of the popular music industry*. University of Michigan.
- Hora, E. (2014). *Falas E Sonoridades Do Blues Em Salvador: Uma Identidade Musical Dos Anos 80 Até Os Dias Atuais*. Universidade Federal da Bahia.
- Leurdijk, A., Nieuwenhuis, O., & Poel, M. (2014). The music industry. *Digital Media Worlds: The New Economy of Media*, 133–146.
- Lim, J. S., Ri, S. Y., Egan, B. D., & Biocca, F. A. (2015). The cross-platform synergies of digital video advertising: Implications for cross-media campaigns in television, Internet and mobile TV. *Computers in Human Behavior*, 48, 463–472.
- Lima, F. D. (2015). *A influência da música na experiência da arte*. Instituto Universitário de Lisboa.
- Lima, S. (2017). A Música e as Artes auxiliando o desenvolvimento humano. *Revista Da Tulha*, 3(1), 9–29.
- Lira, J., Carneiro, C. dos S., & Fell, A. F. de A. (2017). Vertigem digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. *Navus - Revista de Gestão e Tecnologia*.



- Lopes, M. V. de, & Moura, C. P. de. (2016). Pesquisa em Comunicação - Metodologias e práticas acadêmicas. In *Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas*. EdiPUCRS.
- Machado, A. F., Michel, R. C., & Sátyro, N. G. D. (2019). Música, redes e tecnologia na periferia: impactos tecnológicos na produção de rap na zona sul de São Paulo. *Nova Economia*.
- Magos, S. R., & Reis, B. C. (2022). *Escutar música na era streaming; um estudo exploratório com jovens portugueses e mexicanos*.
- Marketline, I. (2020). Global Online Music Streaming. *Online Music Streaming Industry Profile: Global, February*, 1–58.
- Martins, A. (2019). *Rock in Portugal : Repercussões do género musical na juventude portuguesa* Universidade do Minho Instituto de Ciências Sociais *Rock in Portugal : Repercussões do género* Ana Cláudia Pimenta da Silva Martins *Rock in Portugal : Repercussões do género musical . January 2014*.
- Martins, A. (2021). *Sexo, Drogas e Rock'n'Roll*. Universidade do Porto.
- Martins, A. C. P. da S. (2014). *Rock in Portugal: Repercussões do género musical na juventude portuguesa*. Universidade do Porto.
- Martins, M., Moura, L., & Rabot, J.-M. (2017). *Uma genealogia das gravadoras indie em Portugal (1982 – 2017)*. Universidade do Minho.
- Minuzzi, M., & Novaes, A. (2015). *Música independente e mídias sociais: produção, promoção e público*. 2–14.
- Moore, F. R. (1992). Uma Abordagem Tecnológica da Música. *Companion to Contemporary Musical Thought*.
- Nakano, D. (2010). A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música. *Gestão & Produção*, 17.
- Naves, D. T. das. (2014). *O Artista e a Música na Sociedade Cultural Digital, Evolução dos direitos performativos em Portugal*. 327.
- Neiva, L. (2021). *Para onde foram as bandas?* <https://gamarevista.uol.com.br/semana/que-ce-ta-ouvindo/bandas-e-artistas-solo/>
- Nóvoa, A. (2011). *Músicos em Movimento: Mobilidades e identidades de uma banda na estrada* (I. de C. Sociais (ed.); 1ª). Imprensa de Ciências Sociais.
- Paes, C. (2007). *O Apolónio e o Dionisiaco no pensamento de Nietzsche*. 1–39.
- Panay, P. (2011). Rethinking Music: The Future of Making Money as a Performing Artist. *Rethinking Music: A Briefing Book*.



- Passos, T. (2022). *O esquema bilionário das gravadoras*. Canal Elementar.
<https://www.youtube.com/watch?v=j5E6d1TDOW8>
- Paula, P. (2015). *RELAÇÕES PÚBLICAS E O GERENCIAMENTO NAS REDES SOCIAIS Uma análise das postagens realizadas por empresas de São Borja no Facebook*.
- Pereira, V. (2012). a Influência Do Gosto Musical No Processo De Construção Da Identidade Na Juventude. *Www.Psicologia.Pt*. www.psicologia.pt
- Pezzotti, R. (2019). *Com 3,9 bilhões de usuários no mundo, o que acontece na web em um minuto?* <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/04/01/com-39-bilhoes-de-usuarios-no-mundo-o-que-acontece-na-web-em-um-minuto.htm>
- Prado, A. (2017). *A volta da cultura do “faça você mesmo.”* Super Interessante.
<https://super.abril.com.br/cultura/a-volta-da-cultura-do-faca-voce-mesmo/>
- Prior, N. (2018). Popular Music, Digital Technology and Society. In *Dancecult* (Vol. 10, Issue 1).
- Rabêlo Neto, A., Leite da Silva, A. S., Rabelo de Souza, J. L., & Sousa, A. M. R. (2013). O Perfil Empreendedor no Mercado de Música Independente no Brasil. *VIII EGEPE - Encontro de Estudos Em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*.
- Ramalho, C. S. C. (2007). *Da biografia à história de vida -percurso de uma jovem*.
- Reis, B. (2017). Os conteúdos em análise-teorias e práticas da análise de conteúdo. *Metodologias de Investigação Em Ciências Sociais*, 205–235.
- Ribeiro, M. M. (2021). *Venda e consumo de música: como é que as redes sociais e os serviços de streaming revolucionaram a indústria da música*.
- Ruido, M. (2004). *Mamãe , quero ser artista ! Notas sobre a situação de algumas trabalhadoras no setor da produção de*. 8.
- Santana, W. (2020). *Independente sim , sozinho nunca : a música independente nos anos 2010*.
- Santos, A. T. T. G. dos. (2013). Distribuição e consumo de música na era da internet: a internet como veículo de aproximação entre artistas e públicos. *ISCTE Business School*, 1–162.
- Silva Junior, A. P. da, Pereira, F. A., & Correia-Neto, J. D. S. (2013). Engajamento digital: um estudo com páginas de instituições de ensino superior no facebook. *Revista Brasileira de Administração Científica*, 4(2), 140–157. <https://doi.org/10.6008/ess2179-684x.2013.002.0010>
- Silva, P. (2022). *Ritmo Independente*. Instituto Politécnico de Portalegre.
- Simões, J. R. (2011). *Ser músico e viver da música no Brasil : um estudo da trajetória do*



centro musical Porto-Alegrense (1920-1933). Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

- Simões, R. (2009). *Difusão da música portuguesa em Portugal*. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.
- Suhr, H. C. (2011). Understanding the Hegemonic Struggle between Mainstream Vs. Independent Forces: The Music Industry and Musicians in the Age of Social Media. *International Journal of Technology, Knowledge & Society*, 7(6), 123–136.
- Trindade, L. (2022). *Silêncio Aflito - A sociedade portuguesa através da música popular - Dos anos 40 aos anos 70*. (1º). Tinta da China.
- Valente, C. A. T. (2014). *O Impacto da Internet e das Novas Tecnologias na Criação e Produção Musical Portuguesa*.
- Vinuto, J. (2014). A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa. *Tematicas*.
- Vladi, N. (2011). *O Admirável mundo da tecnologia musical - Do fonógrafo ao MP3, a funcionalidade do gênero para a comunicação da música*.
- Wainer, D. F. (2017). Entre música e tecnologia: Condições de existência e funcionamento da indústria fonográfica brasileira no século XXI. *Comunicacao e Sociedade*.
- Zhang, Y., Li, S., & Yu, G. (2021). The relationship between social media use and fear of missing out: A meta-analysis. *Acta Psychologica Sinica*.



ANEXO 1 – GUIÃO DE ENTREVISTAS

- 1 – Ouvia-se música em sua casa desde a infância?
- 2 – A que tipo de música você foi exposto na infância?
- 3 – Em que meio, e que pessoas contribuíram mais para que você ouvisse música?
- 4 – Quando e como deu-se a vontade de tornar-se músico?
- 5 – Por que a escolha pelo rock?
- 6 – Em algum momento houve a decisão por ter uma trajetória na música? Como e quando?
- 7 – Que expectativas foram criadas acerca desta trajetória na música? Foram sempre as mesmas?
- 8 – Por que a decisão por ter um trabalho a solo?
- 9 – Você se vê como um artista? Qual a sua perspectiva de si mesmo enquanto artista?
- 10 – Você gostaria de viver exclusivamente da música? (Se vive, como?)
- 11 – Que média sociais (redes sociais) usam para comunicação com o público e divulgação do trabalho?
- 12 – Por que a escolha por estes média em específico?
- 13 – O uso destes média é feito de forma intuitiva ou você fez algum tipo de qualificação para o efeito?
- 14 – Qual a sua perspectiva sobre os média digitais (redes sociais), enquanto artista?
- 15 – Qual a sua perspectiva sobre o streaming, enquanto artista?
- 16 – Que outros recursos são usados para dar a conhecer a sua música?
- 17 – Você acredita e faz uso da materialização do seu trabalho (ex. Cópias físicas de álbuns, merchandising).
- 18 – Quais os momentos mais marcantes da sua trajetória até aqui?
- 19 – Qual foi o seu melhor resultado, em termos de alcance, com a sua música? Você consegue definir o que causou este resultado?
- 20 – O que é ser um artista independente para você?
- 21 – Você gostaria de deixar de ser um artista independente, mesmo que isso coloque em causa o seu sentido de ser um artista independente?



ANEXO 2 – TRANSCRIÇÕES DA ENTREVISTAS

ENTREVISTA ACID ACID

1 – Ouvia-se música em sua casa desde a infância?

R – Sim, ouvia-se.

2 – A que tipo de música você foi exposto na infância?

R – Música portuguesa da época, muito Zeca Afonso, algum fado, alguma música ligeira, e música infantil, do Zé Barata Moura, Fungagá da Bicharada. O meu pai trabalhava numa rádio, então, havia sempre um rádio ligado a tocar músicas.

3 – Em que meio, e que pessoas contribuíram mais para que você ouvisse música?

R - Sim, depois com a passagem dos anos e a música começou a surgir na TV. Houve uma altura que eu não ligava muito a música, a pop. Tinha muitos colegas da escola que ouviam Heavy Metal, Metallica, mas eu não gostava. Depois com a troca de K7, conheci bandas como Nirvana e Soundgarden, e a partir daí descobri bandas mais antigas como Led Zeppelin, The Doors, aí eu já devia ter uns 13 anos na altura dessas trocas de K7.

4 – Quando e como deu-se a vontade de tornar-se músico?

R – Foi por volta dos 15 anos, quando nos grupos de amigo houve aquela vontade de fazer uma banda. Em seguida comprei uma guitarra elétrica, e comecei a tocar em bandas que não iam a lugar nenhum. Mas foi tudo uma aprendizagem em relação a muitos aspetos da música.

5 – Por que a escolha pelo rock?

R – Acho que foi isso tudo. Nós ouvíamos muita música e as guitarras elétricas sempre estiveram muito presentes. Ouvíamos muito Sonic Youth, e percebíamos que poderíamos fazer outras coisas com as guitarras e não só riffs. Podíamos fazer ambiências, brincar com os delays e etc. Foi um período de aprendizagem, e a tocar em salas de ensaio, não havia uma garagem, não tínhamos bateria, então precisávamos de uma sala de ensaio.

6 – Em algum momento houve a decisão por ter uma trajetória na música? Como e quando?

R – Sim, isso foi muito mais tarde. À medida que as bandas não iam a lado nenhum, e à medida que ia compondo canções minhas, experimentando, fui guardando muitas canções, o que me serviu para aprender sobre arranjos e composição. Mas não era nada concreto, era vontade de tocar, não havia ninguém que puxasse, não havia sítios para tocar. Isso durou vários anos. Até que em 2014, um grupo de amigos que já promovia uns shows em Lisboa, e sabendo que eu preparava músicas em casa, me desafiaram a preparar um concerto sozinho. Nesse momento comecei a procurar músicas no computador, e a perceber se poderia fazer um



concerto e se fizesse um concerto, como seria esse concerto. Quando percebi que poderia funcionar, disse que sim. Foi a malta da Nariz Entupido, uma agência de Lisboa, e correu muito bem. Depois surgiram mais concertos, e a vontade de gravar um disco.

7 – Que expectativas foram criadas acerca desta trajetória na música? Foram sempre as mesmas?

R – Na altura da adolescência havia aquele desejo de tocar em palcos grandes e etc e fazer discos. E quando o Acid Acid nasceu tudo era muito realista, por saber que a minha música não é muito fácil, não chega a todos os públicos, sempre estive da mesma forma na música. Tinha um propósito de gravar um disco, realizar concertos, mas não ter uma carreira a viver exclusivamente da música. Por ser uma música de nicho e Portugal ser um país tão pequenino sei que é difícil. Então, penso em fazer o melhor disco possível e o melhor concerto possível. Há alguns objetivos que gostava de concretizar, como tocar fora de Portugal, como na Alemanha, mas completamente realista em relação a público, salas e etc. O objetivo é fazer outro disco agora e seguir.

8 – Por que a decisão por ter um trabalho a solo?

R – Eu em casa tenho os instrumentos todos, e comecei a gravar. A logística de uma banda é complicada, e depois os egos de todos os músicos, apesar de eu adorar tocar em grupo, mas em termos de logística eu percebi que era um momento da minha vida que eu não queria mais passar por esse processo de banda novamente. Então, vi até onde conseguiria fazer música sozinho. Então, a base sou sempre eu e a maior parte do concerto que dou, sou sempre eu sozinho também.

9 – Você se vê como um artista? Qual a sua perspectiva de si mesmo enquanto artista?

R – Sim. Eu tenho pensado um bocado nisso, e olhando pra trás, nunca pensei que conseguiria fazer um disco. Entretanto, consegui editar 2 álbuns. E apesar de tudo, quando se lança um segundo álbum é porque se está a querer dizer algo. Não tenho propriamente uma carreira, porque uma carreira requer um certo percurso, mas se tenho algum caminho percorrido. Sim, sou artista, mas no âmbito pessoal sinto que já fiz algo que fica, e isso me deixa feliz. Ter feito 2 discos é marcante porque não foi só uma experiência, mas algo que se está a construir.

10 – Você gostaria de viver exclusivamente da música? (Se vive, como?)

Sim, gostaria, quer dizer, na vertente em que para gravar um disco é preciso algum apoio financeiro. Não é fácil gravar um álbum. Eu gosto muito de estar em estúdio a gravar, depois os concertos é algo que dá muito trabalho. Montar um concerto para 40, 60 minutos, e mais uma viagem de 4h, isso é muito desgastante. Mas gostaria de viver exclusivamente da música,



mais para fazer música. O meu day job ocupa-me muito tempo, e o propósito de viver da música seria para me dedicar exclusivamente à música e poder ir para estúdio à vontade, pois gosto muito dessa fase.

11 – Que mídias sociais (redes sociais) usam para comunicação com o público e divulgação do trabalho?

R – Uso o Facebook e o Instagram. Na altura que comecei em 2014 a sensação era que o Facebook era muito mais forte para comunicação, mas sinto que por conta do algoritmo isso caiu muito. O Instagram por outro lado chega a mais pessoas, e são as redes sociais que uso para chegar a mais pessoas, sendo um trabalho artístico sem agência de comunicação. Nunca contratei agências para promoção, com exceção da ajuda dos contactos da malta da Nariz Entupido, fora isso são essas as redes que uso.

12 – Por que a escolha por estas média em específico?

R – Mais pelo alcance e pela facilidade também de conseguir comunicar com uma fotografia e um pequeno texto, e mais o press releases.

13 – O uso destas mídias é feito de forma intuitiva ou você fez algum tipo de qualificação para o efeito?

R – É intuitivo e seguindo também uma série de concertos, de uma malta que trabalho no universo digital. A minha comunicação eu sei que precisava de mais, mas não tive nenhum curso.

14 – Qual a sua perspetiva sobre as mídias digitais (redes sociais), enquanto artista?

R – O músico no geral tem mais ferramentas, mas parece ser um bocado claustrofóbico, já não há mais alcance.

15 – Qual a sua perspetiva sobre o streaming, enquanto artista?

R – Eu tenho dos discos no Bandcamp, que acho ser uma ótima plataforma, para se conseguir chegar às pessoas, e tem uma boa qualidade de som. E sou eu quem decido o valor das músicas e pode haver venda de merchandising lá também. Houve no passado o Myspace que era uma ótima plataforma. O meu primeiro álbum está no Spotify, mas no segundo disco tomei a decisão de não colocar no Spotify, pois tenho muito poucas audições lá. Também por uma posição política, uma vez que o CEO do Spotify vem a público dizer que os artistas precisam produzir mais para ganhar mais, uma vez que o rendimento dos artistas é muito baixo. Então, busquei outra forma de vender o meu disco. Acho que as plataformas servem para ajudar na promoção apenas. As regras deveriam ser outras, mas isso também passa pelos artistas grandes, e os acordos que foram feitos por eles. Creio que há de chegar alguma revolução para que estas coisas mudem. Para artistas mais pequenos são um bocado



inconsequentes.

16 – Que outros recursos são usados para dar a conhecer a sua música?

R – Mailing list, press release para imprensa, uso o Bandcamp e basicamente é isso para chegar às pessoas. É preciso manter um ciclo de um disco vivo, o que é muito complicado. Aquele período em que o disco sai há mais efervescência, mas é difícil manter isso, a seguir há os concertos que como se pode divulgar o trabalho, e levar o trabalho a ser vendido nos concertos.

17 – Você acredita e faz uso da materialização do seu trabalho (ex. Cópias físicas de álbuns, merchandising).

R – Sim, eu não tenho merchandising, mas tenho os CDs e os Vinis, para além do lado romântico, é ter um objeto bonito, bem feito, para que as pessoas queiram levar para casa. Já fiz primeiras partes para bandas internacionais, e percebi que é possível vender álbuns e merchandising após um bom concerto e numa boa sala. O contacto direto com as pessoas que acabaram de ver o concerto é muito valioso. Isso pode ajudar a pagar a produção do álbum.

18 – Quais os momentos mais marcantes da sua trajetória até aqui?

R – Há vários, mas acho que ter de conseguir fazer o segundo álbum foi algo muito marcante pra mim, foi um trabalho muito intenso, que me deixou bastante orgulhoso. Há outro momento, há alguns anos, em 2016, toquei no Reverence, foi a primeira vez que toquei num palco grande. Foi um momento em que passei o dia nervoso, mas correu tudo bem. É um festival mais para música psicadélica, na zona do Cartaxo, com música a começar ao meio dia até as 4h da manhã. Foi a primeira vez em que pisei num palco grande. Aprendi muito e foi muito emocionante.

19 – Qual foi o seu melhor resultado, em termos de alcance, com a sua música? Você consegue definir o que causou este resultado?

R – O segundo álbum está a ter um bom resultado a nível independente, através da colocação do disco em lojas pequenas, e nos concertos. As cópias que foram às lojas esgotaram rapidamente. Já estava a fazer concertos a divulgar o álbum, e depois eu ia as lojas e me diziam que o álbum estava esgotado e eu precisava trazer mais, esse momento me deixou feliz, por perceber que havia pessoas interessadas no trabalho.

20 – O que é ser um artista independente para você?

R – Há várias camadas. Mas neste momento, para um artista como eu, é trabalhar fora de uma grande editora e de uma grande distribuidora. É um artista que através das suas próprias ferramentas consegue concertos, consegue colocar o seu álbum a vender nas lojas e etc. E um artista independente suporta muitos dos gastos ligados à produção da música. Existe um apoio



da GDA, através de concurso, e ainda assim é muito complicado conseguir gravar um disco. Quando começa a orçamentar tudo, é muito complicado gerir como artista independente. Portugal é um país muito pequenino, e apesar das grandes lojas, é possível distribuir o teu álbum em todas as lojas independentes se quiseres. Um artista independente tem que fazer muito mais trabalho que só o musical. Se calhar, a atenção com a parte musical fica de lado pois tens que fazer muitas outras coisas.

21– Você gostaria de deixar de ser um artista independente, mesmo que isso coloque em causa o seu sentido de ser um artista independente?

R – Nunca pensei muito nisso. Se houvesse uma editora grande e quisesse me contratar. Acho que isso vai de encontro à pergunta de há pouco, o querer estar focado na música. Nos anos 90 havia o conceito de um músico ser “sell out”. Hoje, acho que quanto mais um músico estiver focado na sua música melhor, então, se houvesse uma grande ou grande selo, acho possível manter a independência de alguma forma. Se conseguisse manter a minha música a existir como ela é, sem perder a minha independência musical, não vejo problema nenhum.

ENTREVISTA ANTÓNIO CORTE-REAL

1 – Ouvia-se música em sua casa desde a infância?

- Ouvia muita, foi na minha infância que aprendi a ouvir os Doors, Ramones, Led Zeppelin Rolling Stones, os Beatles, também música tradicional brasileira, sobretudo rock, e também rock português Rui Veloso, Xutos e Pontapés, os Taxi, Trabalhadores do Comércio

Eu – Isso mais da parte do teu pai ou da tua mãe?

- Do meu pai claro. Meu pai tem uma das maiores coleções de disco de Portugal, vinil e cd.

2 – A que tipo de música você foi exposto na infância? (O rock veio mais do teu pai, e da parte da tua mãe e amigos?)

- Minha mãe também gosta de rock, sabes? Minha mãe gostava muito dos Delfins, Rod Stewart... com minha mãe apanhei mais pop ligeiro, Elton John, Queen. Meu pai era mais o rock puro e duro.

3 – Em que meio, e que pessoas contribuíram mais para que você ouvisse música?

- Nos anos 90, quando tu te tornas mais independente, com 15, 16 anos, e começa a sair as primeiras vezes à noite, tocar nas primeiras bandas de garagem aqui em Almada. A imprensa em Portugal começou a mudar, começaram a surgir programas voltados música. Surgiu um programa chamado Pop Off que me marcou muito nos anos 90, que foi onde descobri os Bon Jovi, Pearl Jam, Nirvana, Black Crows. Era uma vez por semana, uma espécie de MTV.



Entretanto a MTV aparece, tivemos TV a cabo um bocado tarde ca em Portugal, mas quando surge a MTV tocava basicamente só rock naquela altura, e foi aí comecei a pedir a meu pai, Three Virgins Vamp, Nirvana, Iron Maiden, Metallica. Nesta altura havia um programa muito bom do António Sérgio, talvez o maior clássico de rádio de autor em Portugal, onde descobri os Motorhead, Metallica, Iron Maiden, música mais pesada apanhei no programa dele. Entretanto, descobri também os Xutos e Pontapés também, e pedi o disco “Circo de Feras” dos Xutos, e meu pai quis saber onde e descobri e foi nestes programas que ajudaram a divulgar a música rock nesta altura, mas não só rock, divulgavam tudo. Hoje há ótimos programas com condições incríveis, mas não divulgam tudo. Tu não vês rock na TV. Não ves Xutos e Pontapés na televisão, cada vez menos vês os UHF na televisão, não vês os Peste e Sida ou os Tara Perdida na televisão. Eu lancei um disco com o Corte-Real há 6 meses e fiz um programa de televisão, é ridículo. Houve um programa que abriu as portas, mas um só, é ridículo. A televisão é um meio de comunicação, um meio de divulgação, hoje em dia a televisão e a rádio estão a afunilar o conhecimento musical dos jovens, e acho que isso é mau. Quando não havia internet não se afunilava nada, todo gente mostrava tudo. Agora que temos a internet toda a gente afunila, e isso é mau, porque temos um meio de divulgação que é a internet, mas se as pessoas não sabem que um artista existe, não vou à procura dele.

Os programas, do António Sérgio e Pop Off me foram indicados por amigos.

Eu gravava os programas do António Sérgio, para gravar os nomes das bandas e depois pedir ao meu pai. O Pop Off também, alguém me disse que passava aos sábados.

A RTP é uma radio estatal, todos nós pagamos por este serviço, e na era da informação, a informação está bloqueada.

4 – Quando e como deu-se a vontade de tornar-se músico?

- Meu filho tem 17 anos e estou a ver nele o que vi em mim com 12 anos. Nesta altura, pedi uma guitarra a meu pai. Andei 2 anos a arranhar, mas sem ter aulas. Entretanto com 14 anos, falei ao meu pai que queria mesmo ter aulas. Então, tive um professor que toda gente em Almada teve aulas com ele, os grandes guitarristas de Almada passaram pelas mãos do Carlos Falcão. Entretanto, depois de 6 meses ele mandou-me pra casa, e disse que não podia ensinar mais nada, que eu deveria fazer as minhas músicas. Tinha 15 anos na altura, e a primeira banda um ano depois, com 16 anos.

5 – Por que a escolha pelo rock? Me parece obvia

- Estou a ver isso no meu filho agora. Com o afunilamento da tv e da rádio, mas comigo em casa ou no carro ouve o que oiço, ele esta com 16 anos. Semana passada pediu-me para levá-lo ao concerto dos Guns n Roses. Não passa na radio, na tv, em canto nenhum, então ele foi a



internet e descobriu, pediu-me pra ir ao show e saiu de lá estava no céu, vi nele o que eu sentia nesta altura. Aprendeu a tocar guitarra sozinho, e depois de uns três meses, estava lá em casa e pediu-me uma guitarra, e estava a tocar Sweet Child o'mine, que aprendeu no Youtube. O que quero dizer é que se não houvesse um afunilamento na imprensa em Portugal em geral, a geração mais jovem, abaixo dos 30 anos, teria contacto com música de qualidade, e géneros diferentes, e poderia gostar destes géneros. Na minha altura, apresentaram-me os Guns n Roses, mas apresentaram MJ, Madonna, George Michael, Milli e Vanilli, mas também Depeche Mode, mas eu é que escolhi o que quis ouvir.

Eu – Com 16 anos já era uma banda?

- Havia um professor na Anselmo de Andrade, e sempre me via a passar com uma guitarra. E enquanto meus colegas estavam a jogar a bola, eu ia para trás do Pavilhão treinar os exercícios de guitarra. E houve um dia que este professor me convidou para tocar, a banda não tinha nome, tocávamos versões das canções da banda Resistência. Eramos eu, o professor e mais dois alunos, e assim fundamos a banda Finis Terra. Era pop rock, não era a minha onda.

Entretanto, uma malta que já estava na minha frente, eram mais velhos, uma banda de Almada chama False Alarm, a sonoridade estava entre UHF e Xutos e Pontapés, sonoridade muito UHF, mas industrial, cidadina, como os Xutos. Os UHF são um bocado mais alegres e os Xutos mais dark. E convidaram-me pra ir tocar para essa banda, e lá aprendi como lidar com a estrada, aprendi a ir para o estúdio. Fui feliz nessa banda e também tive o meu primeiro desgosto, o que é importante,

6 – Em algum momento houve a decisão por ter uma trajetória na música? Como e quando?

- Enquanto meus colegas iam atrás da bola e das miúdas, eu estava com a minha guitarra. Claro que eu também andava atrás das miúdas e também dava uns toques na bola, mas minha onda era a guitarra. E enquanto meus colegas sonhavam com modelos e atrizes famosos, eu me via em cima de um palco com uma Gibson Les Paul e com multidões à minha frente, e que conquistei anos depois com os UHF. Há muitos momentos em que estou em palco com os UHF a realizar um sonho que tive 30 anos atrás. Muitas vezes me vejo em palco e sinto que já vivi aquilo em sonho. O último concerto dos UHF gigante foi na Feira de São Mateus, em Viseu, num palco tipo Rolling Stones, com telões ao lado, e o público virou-me ao contrário, e apanhou minhas coisas, e já vivi tudo isso em sonho.

Eu – Então os sonhos do miúdo de 16 anos permanecem até hoje

- Só houve um sonho que não concretizei que foi fazer digressões internacionais. Já tocamos no estrangeiro, mas mais no circuito de imigrantes. Temos algumas propostas, mas nada



concreto. Também não tenho tanta elasticidade para viver isso, por conta das responsabilidades aqui, por isso precisaria ser algo com muita estrutura. Com isso, arrependo-me de com 20 anos, não agarrado a minha guitarra e ter ido para a América, e procurado uma banda para tocar, é o meu único arrependimento.

8 – Você se vê como um artista? Qual a sua perspectiva de si mesmo enquanto artista?

- Não. Me vejo como uma pessoa normal. Em palco sim, na forma de vestir de agir, mas no dia a dia, visto-me como uma pessoa normal, e vejo-me como uma pessoa normal.

9 – Você gostaria de viver exclusivamente da música? (Se vive, como?)

- Sim vivo de música, dos UHF, o resto são extras. Produzo artistas, tem esse projeto solo que é o Corte-Real, tem o União das Tribos e Revolta, que são projetos que estão hibernados.

10 – Que mídias sociais (redes sociais) usam para comunicação com o público e divulgação do trabalho?

- Mídia tradicional não uso, porque não me querem lá. Só querem lá os maiores e não querem os pequenos. A imprensa quando eu tinha 20 anos não afunilava, hoje mesmo a empresa estatal paga por nós está a fazer isso. Em termos de rede social, Instagram e Facebook, não pagamos um Euro, pois experimentei uma vez e foi um fracasso, é preciso ter uma fortuna para ter um mínimo resultado, e mesmo que tivesse uma fortuna não iria pagar espaço no ar, não palpável, para mim é preferível fazer Cds ou Vinis. E vejo essa tendência em artistas mais velhos, o que noto, é que cada vez mais estes artistas ditos consagrados estão a “borrifar-se” para as redes sociais.

11 – Por que a escolha por estas mídias em específico?

- O Twitter não funciona em Portugal, exceto para política e futebol, o Facebook e o Instagram são as principais redes em Portugal.

12 – O uso destas mídias é feito de forma intuitiva ou você fez algum tipo de qualificação para o efeito?

- Não, é intuitivo, uso como se fossem minhas redes pessoais. Um amigo ou outro dão uma dica, mas não me qualifiquei pra isso.

13 – Qual a sua perspectiva sobre as mídias digitais (redes sociais), enquanto artista?

- Eu acho que essas redes estão a espremer ao máximo o dinheiro que podem, não só com publicidade, mas com dinheiro de pessoas privadas que não são artistas, isto é injusto pois estas redes estão em busca de publicidade. Ou elas entendem que precisam manter a todos satisfeitos, ou estas plataformas, pode levar tempo, mas vai acontecer o que aconteceu com rádio e a televisão. As pessoas deixaram de ouvir cada vez mais rádio e ver televisão. O que essas rádios não dizem é que a audiência caiu vertiginosamente, e acho que isso está a



acontecer também às redes sociais.

14 – Qual a sua perspetiva sobre o streaming, enquanto artista?

- Tenho sentido um certo apoio por parte das redes de streaming, como o Spotify, e permitem que as pessoas possam criar a “sua própria rádio”, seja no carro ou em casa, isso tem permitido que as pessoas tenham acesso a coisas que talvez não tivesse, e tem contribuído para a perda de relevância das rádios e da TV.

15 – Que outros recursos são usados para dar a conhecer a sua música?

- Os concertos. Como as coisas estão neste momento na imprensa, tu estás limitado a divulgar teu trabalho em concertos. Então, já fizemos de tudo, menos pagar para tocar. É preciso fazer isso, para mostras às pessoas que consegues subir aquele degrau, e em seguida tentar subir outro degrau.

16 – Você acredita e faz uso da materialização do seu trabalho (ex. Cópias físicas de álbuns, merchandising).

- Posso dizer que daqui a um mês vamos reeditar o cd, fizemos 500, vamos pedir mais 500, o que é muito para o mercado português. Temos também T-shirts. Vinis fizemos 265, mas em alguns meses vamos pedir também mais alguns.

17 – Quais os momentos mais marcantes da sua trajetória até aqui?

- A gravação do disco, porque foi feito em pandemia. Nunca ensaiamos juntos, nunca tocamos juntos. Cada um gravou no seu estúdio. Estávamos em casa, não tínhamos nada para fazer. Contactei o Bruno, chamei músicos experientes e fizemos o álbum.

18 – Qual foi o seu melhor resultado, em termos de alcance, com a sua música? Você consegue definir o que causou este resultado?

- Foi o facto de o cd estar quase esgotado e termos de pedir mais, e com o vinil também vai acontecer o mesmo. Tivemos outros bons resultados a tocar em salas com capacidade para 100 a 300 lugares, e já tocamos em salas cheias outras menos cheias, e aparece sempre malta com o cd na mão, com uma t-shirt ou com uma camisa dos UHF. O resultado eu creio que é, e digo do coração e é a verdade, o disco não foi feito comigo à frente a pensar no que vende, nós fizemos o disco que quisemos. O disco é sentido e acho que as pessoas estão a sentir isso. As críticas têm sido positivas, e acho que as pessoas estão a sentir isso.

19 – O que é ser um artista independente para você?

- Só posso ser um artista independente, porque tenho os UHF. Se não tivesse, teria que ter um emprego das 9 às 17, e à noite estaria cansado, iria querer estar com a família, não teria disposição para compor gravar e etc. Por isso, ser artista independente hoje em Portugal, ainda mais no cenário pós pandemia, é “lixado”.



20 – Você gostaria de deixar de ser um artista independente, mesmo que isso coloque em causa o seu sentido de ser um artista independente?

- Não. Nunca mais vou receber ordens de ninguém para fazer isso ou aquilo, por mais que me pagassem e já não se paga mais em Portugal, mas ainda assim não faria mais. Os UHF tornaram-se independente e fazem o que querem, e no meu trabalho a solo faço a mesma coisa. As pessoas dizem que eu poderia estar rico a fazer outras coisas, mas isto não está aqui dentro, eu sou um artista do rock, se o rock amanhã acabasse por algum motivo, eu morreria como artista.

ENTREVISTA ELECTRIC MAN

1 – Ouvia-se música em sua casa desde a infância?

R – Sim, ouvi, mas muito pouco. Como nasci nos anos 80, a 40 km da cidade mais próxima era limitado e reduzido o acesso à música que se fazia.

2 – A que tipo de música você foi exposto na infância?

R – Bandas para crianças, música popular. A primeira K7 que apareceu lá em casa foi uma do Roberto Carlos

3 – Em que meio, e que pessoas contribuíram mais para que você ouvisse música?

R – Eu acho que sim, não sei explicar bem, mas sempre tive esse chamamento, não houve influência da família, mas sempre tive esse desejo.

4 – Quando e como deu-se a vontade de tornar-se músico?

R – Lembro que pedi aos meus pais para ter aula de guitarra, sem incentivo deles nem de ninguém. E lembro-me também de convencer uns amigos a se juntarem a mim, pois queria fazer uma banda, tinha 13 ou 14 anos.

5 – Por que a escolha pelo rock?

R – Não lembro, mas devo ter ficado fascinado com algo que vi. Bandas da escola e eu ficava fascinado com aquilo, e nem era nada muito elaborado. Na minha adolescência eu ouvia sons mais pesados, de heavy metal, eu acho que chegaram até mim na escola. Havia tribos de hip hop, metal, grunge, e havia troca de cds, K7s, e uma pessoa tava com sede de conhecimento, e ia fazendo as suas escolhas.

6 – Em algum momento houve a decisão por ter uma trajetória na música? Como e quando?

R – Eu sempre tive os ouvidos bastante abertos para um determinado estilo. Mas o meu ouvido sempre foi me direcionando para sons mais dark, as pessoas foram me mostrando coisas.



7 – Que expectativas foram criadas acerca desta trajetória na música? Foram sempre as mesmas?

R – Já se alteraram. Quando era mais novo minhas expectativas eram totais e absolutas, não havia limites na minha cabeça. Felizmente ou infelizmente vejo as coisas de outra forma. Hoje quero fazer isso e gozar disso, sem esperar nada em troca. O que me interessa é que surjam datas para tocar ao vivo e que haja pessoas lá para me ouvir tocar, mas não tenho ambição qualquer de conhecimento sem gozo no processo.

8 – Por que a decisão por ter um trabalho a solo?

R – Eu tive diversas bandas até aqui e era sempre muito difícil. Saía alguém por motivos pessoais, e aquele esforço até ali era sempre em vão. Percebi que a única forma de manter isso com algum controle sobre essa situação, era ser a solo. Gostaria de ter um formato de banda mas é complicado.

9 – Você se vê como um artista? Qual a sua perspectiva de si mesmo enquanto artista?

R – Sim, vejo, um artista não é menos artista por ter mais ou menos sucesso. Conheço muitos projetos com qualidade que tem pouco sucesso e um monte de projetos de sucesso sem tanta qualidade.

10 – Você gostaria de viver exclusivamente da música? (Se vive, como?)

R – Já foi um objetivo, hoje nem tanto. Apesar de não viver da música, trabalho com áudio e foi a música que me levou a isso, e com isso tenho também liberdade para me dedicar à música sempre que quero, e com isso sinto-me confortável. E a música também é muito instável.

11 – Que mídias sociais (redes sociais) usam para comunicação com o público e divulgação do trabalho?

R – Eu tenho uma certa aversão a redes sociais. Há anos que não coloco nada pessoal lá, uso apenas para divulgar o meu trabalho. Uso Instagram, Facebook e só.

12 – Por que a escolha por estas mídias em específico?

R – Tenho os meus amigos reais e próximos lá também. Comunico com eles através dessas redes. Uso também o Youtube, apesar de não ser uma rede social, mas há um sentido de comunidade lá.

13 – O uso destas mídias é feito de forma intuitiva ou você fez algum tipo de qualificação para o efeito?

R – De forma intuitiva e como não é muito frequente, as coisas mudam e tenho que sempre que rever o que fazer.

14 – Qual a sua perspectiva sobre as mídias digitais (redes sociais), enquanto artista?



R – Enquanto artista além de ser inevitável é super importante. Eu gostava que houvesse uma rede social onde houvesse somente informação que me interessa. Antes tinha que ir à rua colar cartazes o que dava muito trabalho, por outro lado está tudo muito disperso.

15 – Qual a sua perspetiva sobre o streaming, enquanto artista?

R – Quando estava no liceu lembro de fazer essa troca de Cds e o que sonhávamos ter, é o que temos hoje. O que na verdade, não é tão interessante quanto pensávamos, porque perde-se a parte do romantismo. É interessante porque as possibilidades são imensas, mas perde-se o romantismo e a ligação com os artistas.

16 – Que outros recursos são usados para dar a conhecer a sua música?

R -

17 – Você acredita e faz uso da materialização do seu trabalho (ex. Cópias físicas de álbuns, merchandising).

R – Tenho algum material à venda. Já tive CDs que já acabaram, foram se tornando obsoletos. Acho que agora é importante, mas ainda estou à procura de um formato que seja mais uma peça de coleção e seja interessante ter, uma vez que está tudo no telemóvel.

18 – Quais os momentos mais marcantes da sua trajetória até aqui?

R – Houve alguns concertos que me marcaram, mas antes eu ficava muito nervoso e era tudo como se fosse algo muito importante. Não há nada específico, mas lembro quando esse projeto surgiu, parecia que ia explodir, mas foi se mantendo. Não lembro nada específico.

19 – Qual foi o seu melhor resultado, em termos de alcance, com a sua música? Você consegue definir o que causou este resultado?

R – Não sei, talvez na altura que foi lançado esse formato não era tão comum, o que chamou um pouco atenção. Esse formato de rock com eletrónico também não era tão comum, o projeto também foi bem falado pela crítica, então houve um efeito rastilho. É bom ouvir a nossa música num programa de rádio que eu sempre ouvi, e apresentado por pessoas que eu tinha muito em conta.

20 – O que é ser um artista independente para você?

R – Pra mim ser um artista independente, porque não dependo de absolutamente nada. Deixei de ter completamente interesse numa editora. As editoras foram importantes no seu tempo, mas as bandas ficavam completamente dependentes, nunca tive interesse nisso. Algo que eu deixava de bom grado, era parte de venda de espetáculos e agenda, é algo que não gosto de fazer. Gostava de ter um intermediário porque não é bom sermos nós a vendermos a nós mesmos, mas já não há tantos profissionais disponíveis.

21– Você gostaria de deixar de ser um artista independente, mesmo que isso coloque em



causa o seu sentido de ser um artista independente?

R – Não sou assim purista, nesse projeto sempre fiz aquilo que me apetecia, sem parar um segundo para pensar no que poderia resultar melhor, portanto, se houver uma agenda ou um vendedor de espetáculos, só tenho interesse se não houver interferência no que eu produzo musicalmente.

ENTREVISTA PETER STRANGE

1 – Ouvia-se música em sua casa desde a infância?

R – Na minha infância ouvia-se música mais ligeira, os meus pais gostavam muito de música portuguesa mais ligeira.

2 – A que tipo de música você foi exposto na infância?

R - Aquela música rock que se ouvia em casa era mais Bruce Springsteen, ou Bryan Adams, anos 80 e 90. Isso era mais o meu pai. A minha mãe sempre ouviu mais o soul, pop balada. Sempre mais esses estilos.

3 – Em que meio, e que pessoas contribuíram mais para que você ouvisse música?

R - R – Eu ia até os meus 12 anos e nunca fui nada influenciado pela música. Nunca vi a música como forma de fazer vida ou carreira, apesar de os meus pais me terem inscrito numa escola de música clássica, mas eu achava que a música não me transmitia emoções, e era um tanto difícil de fazer. Isso tudo mudou quando eu percebi que o estilo rock era totalmente diferente disso. Até que um primo, que é 2 anos mais novo que eu, me mostrou a música “American Idiot” dos Green Day e fiquei fascinado com isso. Então, comecei a ouvir essas bandas de pop punk, Green Day, Blink 182 e etc. Então, quis aprender a tocar guitarra, por volta dos 14 anos. Eu curiosamente antes de aprender os acordes normais, eu aprendi os power chords, e só tocava esses acordes, fui aprendendo as músicas de ouvido. E a partir daí cresceu a paixão pelo rock.

4 – Quando e como deu-se a vontade de tornar-se músico?

R – A minha primeira banda foi por volta de 2012, 2013, era uma banda com meu primo, e um baterista que era amigo do vocalista, e eu tocava guitarra. Só comecei a cantar muito mais tarde. Chamávamos os Ponto Vivo.

5 – Por que a escolha pelo rock?

R – Tem a ver com a atitude dessas bandas. Para além de ouvir, comecei a ver as atuações dessas bandas no Youtube. E também não era algo difícil de tocar como o que eu comecei a aprender.



6 – Em algum momento houve a decisão por ter uma trajetória na música? Como e quando?

R – Quando as pessoas começaram a olhar pra mim e viam que eu conseguia apanhar as malhas de guitarra com alguma facilidade. Uma altura que estamos ainda muito novos, mas comecei a pensar que a música seria algo que se calhar me faria muito feliz. Então, nesse momento tudo mudou, sobretudo em relação à guitarra, passei a aprender algo novo a cada dia, e percebi que poderia ser feliz com a música.

7 – Que expectativas foram criadas acerca desta trajetória na música? Foram sempre as mesmas?

R – A expectativa é completamente diferente hoje. Porque eu era um miúdo e as expectativas que eu tinha eram irreais, eu não diria impossíveis, mas a probabilidade era mínima. Hoje são diferentes, claro. Quero chegar mais longe, mas tenho a noção que para seres um músico, tens de ser influencer, PR, muito mais que um músico.

8 – Por que a decisão por ter um trabalho a solo?

R – Olha, é um bocadinho. Há várias razões. O projeto começou como banda em 2016. Eu tinha umas músicas, que gravei uma demo, e arranjei um conjunto de músicos para tocar comigo, foi o primeiro projeto onde eu cantei. Nessa banda eu comecei a notar que as prioridades das pessoas eram diferentes. Eu levava aquilo muito a sério, e havia pessoas que não levavam tão a sério. Fui estudar pra Inglaterra por 2 anos, a banda acabou, e voltei como o nome a solo, porque em termos de tomar decisões é muito mais simples. Não há ninguém com quem falar, porque o projeto é teu e a última palavra é sempre tua. Não estou a dizer que sou egoísta a ponto de não ouvir os outros, mas não vamos andar pra trás e pra frente a discutir o que fazer. Uma das razões por ser a solo é porque eu sei no que estou a investir e o que estou a fazer. Pra mim também não fazia sentido termos uma banda em que todos ganhávamos o mesmo, sendo que eu é quem fazia tudo, e investia no processo. Quando há um elemento a sacrificar-se mais que os outros não há sentido em ser uma banda. Por isso foi mais fácil pra mim optar por uma carreira solo.

9 – Você se vê como um artista? Qual a sua perspetiva de si mesmo enquanto artista?

R – Não! Porque eu considero sempre um artista uma pessoa que consiga viver do seu trabalho. Estou a falar sobre mim, uma coisa egocentrista. Ou seja, eu nunca consegui olhar pra mim, não sei porque, e vê-me como um artista. Um artista consegue rentabilizar e viver daquilo que faz, e eu infelizmente, nunca conseguir fazer isso. Mas para mim, nunca consegui vê-me como artista por isso. Há muitas pessoas que olham pra mim e me veem como artista, e não tenho problema com isso. Assim como olho para pessoas que não conseguem também viver da arte, e os vejo como artista. Sei que é uma incongruência minha.



10 – Você gostaria de viver exclusivamente da música? (Se vive, como?)

R – Sim, seria um sonho, mas se vamos chegar lá vamos ver. Mas é um sonho que parece mais distante, por ser difícil como artista independente.

11 – Que mídias sociais (redes sociais) usam para comunicação com o público e divulgação do trabalho?

R – Neste momento, só uso mesmo quase o Instagram. Já tentei o Twitter como artista, mas acho que lá quanto mais tóxico fores mais sucesso tens. Não vale a pena pra mim. E depois o Facebook, eu era mais ligado a essa rede, mas fui me desligando, talvez tenha a ver com o algoritmo, ou porque as pessoas de mais idade estejam no Facebook, e o Instagram há mais jovens, e meu público está entre os 25 e os 45 anos, e por isso o Instagram funciona melhor. Nunca tive um Tik Tok, nunca experimentei, mas ando a pensar no que fazer com um Tik Tok, mas nunca usei.

12 – Por que a escolha por estas mídias em específico?

R – Por identificação com o público que me acompanhar e pela interação, é mais fácil comunicar, mais simples, mais direto.

13 – O uso destas mídias é feito de forma intuitiva ou você fez algum tipo de qualificação para o efeito?

R – Não, e aliás sempre que tento esses cursos, gratuitos mesmo, eu falho, e mesmo os pagos eu muitas vezes fico reticente em os fazer, não por serem maus, há bons professores, ou maus reviews, mas porque as redes sociais estão a mudar e o que eles estão a explicar agora, há qualquer momento poder mudar, e sinto que estou a deitar dinheiro fora. Se calhar no futuro, num próximo lançamento, penso em contratar uma equipe para gerenciar isso. Não sou uma pessoa que tenho por instinto fazer uma publicação qualquer, muitas vezes num ensaio, esqueço-me de fazer um post simples, muitas vezes não faço nada, não me sai naturalmente.

14 – Qual a sua perspetiva sobre as mídias digitais (redes sociais), enquanto artista?

R – Eu acho que as redes sociais no geral, o futuro vai começar a ser o que é hoje em dia. Quanto mais *eye catching* o conteúdo for, e menos tempo tiver, quanto mais estapafúrdio for, mais alcance vai ter. Ou tens muito talento mesmo, e se destaca dos outros, ou então tens de ser ridículo, ao ponto de as pessoas se rirem de ti de uma maneira. É a máxima de que as pessoas vais partilhar por seres ridículo, e não há má publicidade.

15 – Qual a sua perspetiva sobre o streaming, enquanto artista?

R – O streaming não é de hoje, nem de ontem, existem há muito tempo. E não estou muito ligado ao streaming, comecei a usar a pouco tempo. Costumava ouvir música de outras formas. Mas no futuro não vejo isso a mudar com muita facilidade, vejo o que aconteceu com



a Netflix, vão haver artistas que vão assinar com plataformas em ascensão, não serão só Spotify, Deezer e etc haverão outras, e se quiseres ouvir determinados artistas, terás de assinar com diversos serviços. Creio que virão outras plataformas de negócio.

16 – Que outros recursos são usados para dar a conhecer a sua música?

R – Por enquanto, quando o álbum o saiu eu pus publicidade na rua ao pé da minha casa. Impressos em caixas de correio. Mande a minha música para várias rádios, tive ajuda de uma promotora. Consegui mandar a minha música pra várias rádios, embora fosse de fora momentânea, não esperava que a minha música tivesse tido o alcance que teve, e ter dado o número de entrevistas que dei.

17 – Você acredita e faz uso da materialização do seu trabalho (ex. Cópias físicas de álbuns, merchandising).

R – Eu acredito que o merchandising ainda funciona especialmente para artistas que são grandes, mas pra mim não creio que iria resultar. Em relação aos discos físicos, acho que tem a ver com o público que te acompanha, a idade que tem, que cultura tem. A malta da nossa idade, por exemplo, não compra discos, e o último disco que comprou faz anos. Quando o público alvo é a malta da minha idade, não acho que justifique haver discos. Principalmente, se o teu projeto já tem alguns anos. Mas é algo que vai desaparecer.

18 – Quais os momentos mais marcantes da sua trajetória até aqui?

R – Existiu um concerto na Boutique da Cultura. A sala é pequena, podes ver bem as pessoas, olhei para essas pessoas, para os meus músicos, e percebi que temos a capacidade para sermos um grande grupo, podemos dar um grande espetáculo, com um grande som, embora seja muito difícil. A logística é grande, o guitarrista quer um determinado tipo de amplificador, o baterista que um número de microfones, e quando não tens o teu técnico, pode ser complicado, mas conseguimos fazer algo bem feito, e as pessoas conseguem apreciar isso. No entanto, o momento mais marcante da minha carreira não só a solo, foram todos os concursos que ganhei e quanto atuei no Festival do Marisco em Olhão, que foi o sítio onde tive mais gente a me ver atuar.

19 – Qual foi o seu melhor resultado, em termos de alcance, com a sua música? Você consegue definir o que causou este resultado?

R – Sempre que eu ganhava concursos, principalmente, concursos que não tinha decisão de público, me deixava feliz. Mas fazer o álbum foi algo que me deixou realizado. Não me importava na quantidade de pessoas que iriam ouvir, me importava com o resultado, em fazer o que eu queria. E o resultado foi bom o suficiente para que eu sinto que tem um selo de profissional. Eu queria ter um disco e senti-me realizado com este disco.



20 – O que é ser um artista independente para você?

R – É uma dor de cabeça (risos). É ser um herói do *multitasking*, é perceber que não se pode contar com nada que não seja feito por ti ou à tua maneira. Eu vou tentar lançar uns singles que são um pouco mais abrangentes, e tentar talvez não ser 100% independente.

21– Você gostaria de deixar de ser um artista independente, mesmo que isso coloque em causa o seu sentido de ser um artista independente?

R – Depende da maneira. Depende de muita coisa. Do negócio em termos financeiros, da longevidade do contrato, depende da tomada de decisão final ser minha em apenas algumas questões, principalmente quanto ao processo de composição, posso aceitar algumas sugestões, mas mudar a música do princípio ao fim, ou dizer que música entra ou não entra no trabalho, aí não me interessa.

ENTREVISTA RITA BRAGA

1 – Ouvia-se música em sua casa desde a infância?

R – Sim, ouvia-se

2 – A que tipo de música você foi exposto na infância?

R – Fui exposta a músicas que os meus irmãos mais velhos ouviam. Zeca Afonso e Sérgio Godinho, música portuguesa, e música brasileira como Chico Buarque, e da parte do meu irmão rock principalmente Nirvana.

3 – Em que meio, e que pessoas contribuíram mais para que você ouvisse música?

R – Isso só aconteceu muito mais tarde, diria que na adolescência, antes da internet, basicamente eu ouvia o que passava nas rádios e na TV e não me identificava. A partir dos Nirvana fui pesquisando outras coisas, mas a trocar música só no secundário com pessoas com as quais me identificava.

4 – Quando e como deu-se a vontade de tornar-se músico?

R – Sempre tive essa vontade, gostava de desenho e música, havia um piano lá em casa, e depois na adolescência comecei a tocar de forma autodidata, guitarra também, por volta dos 13 anos.

5 – Por que a escolha pelo rock?

R – Eu tenho diversas influências, rock, jazz e blues, acho que o meu estilo é uma mistura de tudo que ouvi, do rock principalmente os Nirvana. Ouço rock de várias fases, mas não me delimito a um estilo.

6 – Em algum momento houve a decisão por ter uma trajetória na música? Como e quando?



R - Eu até certa altura estava mais ligada ao desenho, mas as tantas isso inverteu-se e peguei mais na música a tempo inteiro, por volta dos 24, 25 anos, mas a partir daí peguei mais a sério na música.

7 – Que expectativas foram criadas acerca desta trajetória na música? Foram sempre as mesmas?

R - Estamos a falar de um percurso com mais de 10 anos, até a pandemia tive um percurso singular porque eu tocava muito mais fora de Portugal, mas agora estou a tocar mesmo mais em Portugal. Foi preciso adaptar as expectativas.

8 – Por que a decisão por ter um trabalho a solo?

R – Por vários motivos, mas tem a ver com um lado mais flexível para poder viajar, não só por ser a solo, mas porque o setup é mais prático sozinha, é mais fácil de manter o projeto.

9 – Você se vê como um artista? Qual a sua perspetiva de si mesmo enquanto artista?

R – Acho que para além de uma vocação, é uma escolha por não ter um trabalho muito convencional.

10 – Você gostaria de viver exclusivamente da música? (Se vive, como?)

R – Sim, eu vivo exclusivamente da música. Mas por conta da pandemia estou a considerar dar aulas de música.

11 – Que mídias sociais (redes sociais) usam para comunicação com o público e divulgação do trabalho?

R – Tô em várias, mas as que uso mais hoje é o Instagram, e o Facebook é mais página de artista, mas não uso mais muito.

12 – Por que a escolha por estas mídias em específico?

R - O Facebook veio primeiro, e o Instagram tem um lado mais imediato da imagem. O Facebook tem a vantagem de ter os eventos. Vou usando as duas de forma intuitiva.

13 – O uso destas mídias é feito de forma intuitiva ou você fez algum tipo de qualificação para o efeito?

R – Nada. Totalmente intuitivo, não falo só do meu trabalho, partilho coisas pessoais também.

14 – Qual a sua perspetiva sobre as mídias digitais (redes sociais), enquanto artista?

R – Acho que é uma ferramenta útil, hoje em dia é muito difícil optar por não ter, apesar de haver muitas distrações. Antigamente o MySpace foi muito bom para as músicas, mas hoje pra bem ou pra mal, é útil.

15 – Qual a sua perspetiva sobre o streaming, enquanto artista?

R – Eu não gosto muito do Spotify, não recompensa os músicos, paga uma miséria, desabitua as pessoas a pagar pela música, a qualidade do Spotify nem é tão boa, nem uso enquanto



ouvinte, prefiro rádios online. Mas também não fui radical a ponto de não ter músicas lá.

16 – Que outros recursos são usados para dar a conhecer a sua música?

R – Quando lanço um novo trabalho contrato alguém para fazer um trabalho de promoção. As redes sociais não são o bastante. Essencialmente, quando lanço um disco faço isso.

17 – Você acredita e faz uso da materialização do seu trabalho (ex. Cópias físicas de álbuns, merchandising).

R – Merchandising não tenho, mas tenho CDs e uma K7 que foi editada em França, e tenho vinis, que são valorizados, não tanto em Portugal. É um objeto mais caro e mais valioso, é um nicho de mercado que gosto de ter. Gosto ainda de ter o objeto.

18 – Quais os momentos mais marcantes da sua trajetória até aqui?

R – Sim, é uma trajetória bastante rica em termos de concertos, até 2019 toquei bastante, fui aos EUA, por 3 meses, Austrália, turnê no Japão, outros países da Europa.

19 – Qual foi o seu melhor resultado, em termos de alcance, com a sua música? Você consegue definir o que causou este resultado?

R – O meu primeiro single de 2011 é o que tem mais vistos no Youtube, quase 40 mil views. Foi orgânico, na altura houve divulgação do disco, o vídeo circulou bastante, o instrumento que toco Ukulele é um nicho, e as pessoas nesse nicho viram bastante o vídeo.

20 – O que é ser um artista independente para você?

R – Ser independente pra mim é várias coisas, uma é que faço a música que quero, não estou a seguir modas, nem a pensar no público que vai ouvir ou no quanto vou vender. E estou a fazer o trabalho de muitas pessoas, já fui editora, fui agente, fui manager, só a parte de promoção dos discos que não faço, mas todo o resto sou eu quem faço. É muito o lado DIY.

21 – Você gostaria de deixar de ser um artista independente, mesmo que isso coloque em causa o seu sentido de ser um artista independente?

R – Neste momento estou a começar a trabalhar com um agente em Lisboa, isso é bom, mas em termos da música que faço não quero, se for interferir na música que faço não é interessante pra mim.

ENTREVISTA TSUNAMIZ

1 – Ouvia-se música em sua casa desde a infância?

R – Sim, ouvia-se música em minha casa. Meus pais ouviam música através de vinis, K7.

2 – A que tipo de música você foi exposto na infância?

R – Eu ouvia a turma do Balão Mágico, eu era doido por isso. Minha mãe ouvia ABBA,



Alphaville. Meu pai ouvia Led Zepellin, Supertamp, ACDC, Motorhead, não era fã, mas tinha ao menos um disco de cada. Pink Floyd, se calhar havia mais discos. Não eram músicos, mas sempre ouviram música.

3 – Em que meio, e que pessoas contribuíram mais para que você ouvisse música?

Eu tenho um tio, irmão da minha mãe, que é 9 anos mais velho que eu, e é como se fosse um irmão mais velho. Então, através desse tio ouvi Guns n Roses, depois ouvi Nirvana, e esse contacto inicial afetou-me muito e eu comecei a querer imitar, inicialmente o Axl Rose, e os vídeos que eu ouvia através de vídeos, dos Guns, dos Nirvana, e nessa altura fiquei muito virado para o rock, acabei por ficar mais fã dos Nirvana, perdi um pouco o interesse pelos Guns n Roses. E já tentava imitar o som da bateria com uma bola de praia, a imitar uma guitarra, de certa forma a tocar música, de forma autodidata, sem pensar, e isso ajudou-me cedo a ganhar noções rítmicas e melódicas. Com 9, 10 anos aprendi a tocar guitarra, comecei a aprender as músicas dos Nirvana, já a tentar fazer músicas minhas. Aprendi a tocar numa guitarra acústica e em seguida tive uma guitarra elétrica. Desenvolvi depois o tocar e cantar através do Nirvana.

4 – Quando e como deu-se a vontade de tornar-se músico?

R - Quando eu estava a tocar não pensava naquilo como uma brincadeira. Curioso, não pensava como algo a sério também, era algo divertido, mas não havia uma consciência da minha parte sobre aquilo que estava a fazer. Creio que depois foi um processo muito natural, ao desenvolver essa técnica e essa capacidade, querer formar uma banda, e banda por causa do estilo que eu ouvia, rock alternativo. Os Nirvana foram um banda que me abriram muitas portas para conhecer outras bandas interessantes, depois foram aparecendo outras bandas interessantes como Offspring que popularizou o punk californiano, o Marilyn Manson que popularizou o industrial do Nine Inch Nails, e que me influenciaram, e tendo em conta que ouvia isso quis formar uma banda. Em 2001 fiz o meu primeiro concerto, devia ter uns 15, 16 anos.

5 – Por que a escolha pelo rock?

R – Por conta das bandas e das influências. Podia ter sido outra coisa, mas a influência do tio/irmão mais velho, que tu respeitas e admira o gosto musical e no futuro passei o ouvir muitos outros estilos de música, mas tenho orgulho de ter essa base do rock. Seria mesmo difícil de ser outra coisa. Se calhar, se o meu tio ouvisse rap, que não era tão popular naquela altura, eu tivesse ido por outro caminho.

6 – Em algum momento houve a decisão por ter uma trajetória na música? Como e quando?



R -

7 – Que expectativas foram criadas acerca desta trajetória na música? Foram sempre as mesmas?

R – Naquela altura não havia acesso a internet e informação como há hoje. As expectativas que eu tinha naquela altura era tocar, compor, ter um contrato discográfico e ser bem-sucedido. Apesar de haver muita vontade da minha parte, e eu sempre fui o lidar da banda. Na verdade, quem é o líder tem que saber fazer o que ele está a mandar fazer, e eu sempre era o que tocava melhor, compunha, mas não tinha outros conhecimentos para tomar as melhores decisões em termos de percurso, de carreira. Nunca cheguei a gravar em estúdio com esse projeto, essa banda, houve fatores que fizeram com as coisas não corressem bem. As coisas que eu compunha também eram um tanto complexas, muita mistura, ska, reggae, rock, e não era fácil encontrar músicos para tocar essas coisas, sobretudo bateristas, e esses fatores fizeram com o que as coisas não dessem certo. Eu diria que eu tinha mais ilusões, hoje eu creio que temos ter expectativas altas, no sentido de teres um objetivo muito grande, uma referência que te impulsiona para seguires o teu caminho, mas vais aprendendo que as expectativas tem que ser um pouco irrelevantes, no sentido que tens que ter a mesma reação face ao sucesso ou ao insucesso. Seja para concertos, lançamento de um single ou álbum. Não porque algo correu mal, ou tiveste um mau feedback que és o pior. Fazer o que tem que fazer, melhorar o que tem que melhorar e continuar a mostrar o trabalho. Lá em cima está aquele sonho de eventualmente fazer disso uma vida, uma carreira sustentável.

8 – Por que a decisão por ter um trabalho a solo?

R – Já tive a experiência de banda, e nunca tinha colocado a questão de ser um artista a solo. Mas quando comecei a ouvir mais hip hop, comecei a ouvir muitos artistas a solo, e a me identificar com essas figuras. E como quis incorporar elementos do universo do hip hop na minha música, já tinha essa base de compor e criar sozinho, mais tarde aprendi a produzir, e tendo tudo isso, porque não ser um artista a solo, simplifica muito as coisas. Posso colaborar com outros artistas quando eu quiser. É mais fácil tomar as decisões, só estou a falar em meu nome e não de mais três pessoas. É pra mim o modelo ideal, pois tenho o controle criativo, tendo atenção ao que funciona e ao que não funciona, que seja genuíno e não fabricado.

9 – Você se vê como um artista? Qual a sua perspectiva de si mesmo enquanto artista?

R – Depende. Não acredito muito na questão da persona, pode funcionar para muitos artistas, como uma forma de chamar atenção das pessoas, não gosto muito desse lado mais falso. Não tenho nada contra quem crie, por ser entretenimento. Mas em mim, não sinto que seja uma persona, representa o que sou artisticamente, mas a forma que estou a falar aqui contigo é a



mesmo que falo para uma rádio. Pode acontecer de num dia eu ter um tipo de respostar ou de humor, no outro estar outro. Sem calculismo, vejo isso como um calculismo. Não preciso de persona, já sou interessante o suficiente, já sou complexo o suficiente.

10 – Você gostaria de viver exclusivamente da música? (Se vive, como?)

R – Exclusivamente não. Definitivamente gostaria sim. Eu acho que as pessoas têm que ter paixão pelo que fazem. Não acredito que um médico que não tem paixão pela medicina vai ser um bom médico, ou o melhor médico que possa ser.

11 – Que mídias sociais (redes sociais) usam para comunicação com o público e divulgação do trabalho?

R – Facebook, Instagram, Twitter e Youtube.

12 – Por que a escolha por estas mídias em específico?

R- Porque são as mais utilizadas daquilo que vejo, as que tem o maior número de utilizadores, o maior número de artistas. O Youtube serve ao que sabemos, publicares vídeos, as redes sociais, ainda não cheguei ao Tik Tok.

13 – O uso destas mídias é feito de forma intuitiva ou você fez algum tipo de qualificação para o efeito?

R – Não fiz qualquer tipo de curso. Não é de forma propriamente intuitiva, é uma base de tentativa e erro, observar e falhar. É a questão da minha própria forma de se comunicar. Mantendo uma esfera que seja algo genuíno, que seja eu próprio a comunicar com o público, mas que isso seja feito de forma mais eficaz, por exemplo as hashtags no Instagram, o que mais possa fazer a publicação render melhor. Tem algo de intuição, mas também de observação.

14 – Qual a sua perspectiva sobre as mídias digitais (redes sociais), enquanto artista?

R – No atual contexto, são muito úteis. A música mudou, a indústria mudou. Hoje em dia, experimenta sair das redes sociais, experimenta sair das redes de streaming, e deixas de existir.

15 – Qual a sua perspectiva sobre o streaming, enquanto artista?

R – Fazer música nunca foi tão fácil, e há tanta gente a fazer música que o valor da música baixou, por isso o streaming paga tão pouco. Primeiro, veio a pirataria, depois não houve mais como segurar. Eu percebo que a questão do streaming foi bem jogada. As pessoas já não compram música, estão todas a usar o streaming, e foi a única forma de efetivamente combater a pirataria. Há outra forma?

16 – Que outros recursos são usados para dar a conhecer a sua música?

R – Mailing list, por exemplo, website. Concertos também.



17 – Você acredita e faz uso da materialização do seu trabalho (ex. Cópias físicas de álbuns, merchandising).

R - Podes vender roupa, podes vender os vinis, e as pessoas compram. Mas ainda não faço por questões orçamentais, mas sim acredito e quero assim que possível ter todas as minhas edições em formato físico, e ter merchandising. Tudo que eu puder para crescer e rentabilizar eu penso em fazer.

18 – Quais os momentos mais marcantes da sua trajetória até aqui?

R – Tocar no palco principal das festas de Corroios. Várias entrevistas que tenho feito. Pra mim, marcante seria tocar num festival grande de verão, ou ser nomeado para algum premio. Há coisas que importantes, mas nada que eu considere mercante.

19 – Qual foi o seu melhor resultado, em termos de alcance, com a sua música? Você consegue definir o que causou este resultado?

R – O vídeo clipe de “Magical Seed”, teve um resultado expressivo. Foi, sobretudo, 48h muito intensas desde o lançamento e após o lançamento. Enviar para os sítios, fazer muito trabalho de divulgação, Google Ads, tudo em simultâneo, fez com que o vídeo tivesse bom resultado. Acho que foi o meu vídeo mais bem-sucedido, mas houve muito trabalho da minha parte.

20 – O que é ser um artista independente para você?

R – Não dependeres de terceiro no sentido mais básico. É bom distinguir o artista dependente da aprovação da editora, da major. Nesse aspeto o artista independente é aquele que sempre fez aquilo que queria, independente do que os outros pensam. É a liberdade criativa.

21– Você gostaria de deixar de ser um artista independente, mesmo que isso coloque em causa o seu sentido de ser um artista independente?

R- Muito dificilmente. Se me dessem a possibilidade. Se eu desistisse do meu controle criativo, ceder aqui e ali, mas tivesse quase que a garantia que faria milhões, e depois eu teria controle criativo sobre o trabalho, talvez. Eu prezo muito criar uma obra com a minha liberdade criativa, mas é preciso ser sustentável, fazer dinheiro, se essa cedência me ajudasse a ter mais recurso, sim, eu assinaria.

ENTREVISTA VIOLETA

1 – Ouvia-se música em sua casa desde a infância?

R – Sim, eu morava com minha avó, ouvia muitos vinis.

2 – A que tipo de música você foi exposto na infância?



R – Eric Clapton, Led Zeppelin, Nina Simone.

3 – Em que meio, e que pessoas contribuíram mais para que você ouvisse música?

R – Não, minha avó foi a maior responsável por me influenciar musicalmente. Na adolescência eu ouvia muito pop comercial, e isso nunca me interessou.

4 – Quando e como deu-se a vontade de tornar-se músico?

R – Sempre quis fazer música, mas nunca soube como havia de começar a fazer, era muito tímida, pouco social, o que me quer tentar foi o primeiro álbum da PJ Harvey, porque fez tudo sozinha, não era a cena pop da altura, não tinha grande voz, não era muito gira, eu também não tenho grande voz, não sou muito gira.

5 – Por que a escolheu pelo rock?

R – Sim, por conta da minha avó e de tudo que eu ouvi.

6 – Em algum momento houve a decisão por ter uma trajetória na música? Como e quando?

R – Foi quando vim pra Lisboa, sou de Faro, aos 17 vim pra cá pra faculdade, acho que por questões sociais. Sempre fui muito tímida. Havia muitas pessoas da minha faculdade que faziam música, e ao pouco disse que escrevia coisas, e aos poucos fui conhecendo pessoas e assim aconteceu. Primeiro as bandinhas da faculdade, e lançamos um álbum, até 2016, e depois comecei a aprender a mexer no logic e daí fiz o meu primeiro trabalho a solo.

7 – Que expectativas foram criadas acerca desta trajetória na música? Foram sempre as mesmas?

R – Acho que ela se alterou, não tinha expectativas quando comecei, depois comecei a tocar na rádio e tive muitas expectativas, mas o mercado em Portugal é muito competitivo e não há espaço para mulheres, então, deixei de ter expectativas.

8 – Por que a decisão por ter um trabalho a solo?

R – Não tenho paciência para lidar com bandas, é difícil lidar com grupos porque as pessoas precisam trabalhar para viver, depois comecei a mexer no logic e em outros programas, e aí consegui viver da música durante dois anos pré pandemia, porque tinha esse trabalho a solo, quanto menos pessoas tens a tocar contigo mais fácil conseguires viver disso.

9 – Você se vê como um artista? Qual a sua perspectiva de si mesmo enquanto artista?

R – Sempre descontente, há uma frase de uma fotógrafa que diz que ser artista é viver sempre descontente com o seu trabalho, e eu me revejo muito nisso.

10 – Você gostaria de viver exclusivamente da música? (Se vive, como?)

R – Sim, vivo exclusivamente da música, durante a pandemia foi mais difícil, mas agora está a voltar. Mas é chato, 1h de concerto que é incrível a cena de falar com pessoas, fechar concertos, andar de autocarro, dormir mal, mas vale a pena.



11 – Que mídias sociais (redes sociais) usam para comunicação com o público e divulgação do trabalho?

R – Antes quando comecei era só Facebook, agora mal uso o Facebook. Agora é tudo Instagram.

12 – Por que a escolha por estas mídias em específico?

R – Não sei, é o que toda gente usa. É por fases, primeiro era o Facebook, lembro que antes com uma banda que eu tinha eu fazia tudo no Facebook, e os músicos que eram mais velhos não percebiam nada, porque só conheciam o MySpace, hoje é tudo o Facebook.

13 – O uso destas mídias é feito de forma intuitiva ou você fez algum tipo de qualificação para o efeito?

R – Intuitiva, muito Google, a internet tem coisas incríveis. Eu aprendi a tocar guitarra, piano e a mexer nos programas em casa, fechado 24h por dia.

14 – Qual a sua perspectiva sobre as mídias digitais (redes sociais), enquanto artista?

R – É estanho, mas é necessário, é chato pois vivemos num mundo super poluído de imagens. Quando comecei no Instagram só metia letras de músicas, e não há nem metade das visualizações de uma foto que tiver a minha cara. Se tu pensas só um cartaz de concerto a maioria das pessoas nem vê.

15 – Qual a sua perspectiva sobre o streaming, enquanto artista?

R – Há outras plataformas como Bandcamp mas só músicos usam, qualquer mortal tem que ter e usar o Spotify.

16 – Que outros recursos são usados para dar a conhecer a sua música?

R – Eu faço muitas pinturas e vendo pinturas minha, e também tenho livros de poesia, e como na minha página do Instagram também ponho essas outras artes, as pessoas chegam até minha música através delas.

17 – Você acredita e faz uso da materialização do seu trabalho (ex. Cópias físicas de álbuns, merchandising).

R – Há um circuito muito específico de pessoas que colecionam CDs e Vinis, mas também músicos, o que vendo mais são t-shirts com pinturas minha, e toda gente compra. Quando fiz vinis, há 4 anos, trabalhei com uma empresa muito pequenina e eles faziam quantidades menores, tipo 20. Vendia-os e depois fazia mais, mas hoje é tudo digital ou no Bandcamp.

18 – Quais os momentos mais marcantes da sua trajetória até aqui?

R – Sim, quando me ligaram uma vez, tinha acabo de lançar a primeira música a solo, e chegou alguém da Antena 3, ligaram-me a perguntar se podiam usar, e isso ajudou a minha carreira, pois passei a ser convidada para tocar em festivais de Antena 3.



19 – Qual foi o seu melhor resultado, em termos de alcance, com a sua música? Você consegue definir o que causou este resultado?

R – Não faço ideia, números eu tento ligar, mas sou péssima, sempre peço pra um amigo tratar dessas coisas, mas não percebo muito bem disso.

20 – O que é ser um artista independente para você?

R – É fazer o que me apetece quando me apetece, não tenho prazo a cumprir, a coisa mais importante pra mim ao fazer música é ser honesta, não quero forçar nada como se fazer uma música fosse fazer um hambúrguer, quando há feeling há feeling e é isso.

21– Você gostaria de deixar de ser um artista independente, mesmo que isso coloque em causa o seu sentido de ser um artista independente?

R – Se for posto em causa não. Assim, ia depender muito de com quem eu iria trabalhar, mais pela parte de e-mails e falar com pessoas, e lidar com essas coisas, porque é muito machista, as pessoas não te levam muito a sério por seres mulher numa cena de rock, já me aconteceu muitas vezes de mostrar o meu projeto a label, a festivais e como sou uma rapariga acham que eu só canto, perguntam quem fez a música, duvidam que fui eu quem fiz as músicas.

ENTREVISTA ANA LUA CAIANO

1 – Ouvia-se música em sua casa desde a infância?

R – Sim, ouvia-se

2 – A que tipo de música você foi exposto na infância?

R – Sempre fui exposta a diferentes tipos de músicas, como música tradicional portuguesa Zeca Afonso, Sérgio Godinho, mas também Bjork, Beatles, música brasileira Chico Buarque, Caetano Veloso, Tom Zé, muitos tipos diferentes.

3 – Em que meio, e que pessoas contribuíram mais para que você ouvisse música?

R – Acho que na escola fui exposta ao rock, passei a ouvir muito Nirvana, principalmente o álbum Unplugged, às vezes haviam essas modas e eu pegava também, mas também íamos a concertos e já mais velha passei a ir a eventos mais pequenos dentro da cidade, e a ouvir também música nova de vários géneros. Sempre gostei de música clássica, e então, fui a António Arroio, uma escola artística, e a participar de projetos.

4 – Quando e como deu-se a vontade de tornar-se músico?

R – Com 15, 16 anos participei do meu primeiro projeto que era uma banda de rock psicadélico, mas desde pequenina gostava de música, entretanto, era muito tímida. E um amigo que sabia que eu cantava, tinha algumas composições, e convidou-me para participar deste projeto.



5 – Por que a escolha pelo rock?

R s- Escolha natural por influências, e por ter sido o primeiro contacto e experiência musical dentro de uma banda de rock. Entretanto, a banda acabou por sermos cada um de um sítio diferente, e foi uma experiência importante pra mim.

6 – Em algum momento houve a decisão por ter uma trajetória na música? Como e quando?

R – Eu acho que isso aconteceu muito recentemente, eu estava a estudar arquitetura, e em paralelo estudava música, inclusive na altura do secundário fui para o hot club, na faculdade foi para design de comunicação, e apesar de ter música na parte académica, ela estava em segundo plano. Mas depois da pandemia comecei a explorar a música mais a sério.

7 – Que expectativas foram criadas acerca desta trajetória na música? Foram sempre as mesmas?

R – É um trabalho muito recente então ainda não tive tempo para criar muitas expectativas, meu trabalho é um trabalho de nicho, não acho que vá atingir massas como outros estilos, mas tenho gostado de tocar ao vivo e ter boa recessão, então tocar ao vivo é o que quero mesmo continuar a fazer, enquanto houver concertos estou contente.

8 – Por que a decisão por ter um trabalho a solo?

R – Na altura da pandemia comecei a experimentar música sozinha, e comecei a gostar, tirei um curso de um ano na Etic, e desde então comecei a assumir o projeto a solo e a participar de concursos, fazer live sessions, e então o projeto passa a existir, e em março deste ano começo a fazer concertos. E agora ser calhar penso que pode ser carreira.

9 – Você se vê como um artista? Qual a sua perspectiva de si mesmo enquanto artista?

R – Com meu projeto a solo estou a fazer muito mais concertos do que uma vez imaginei. E como tenho licenciatura em design e comunicação, tenho alguma dificuldade em ver a música como uma carreira. A cena de viver só de música é algo que me parece muito difícil. Estou agora também a tirar um mestrado, e fui para um curso de artes do som e imagem, com foco mais na parte do som, como não estou só nisso como trabalho é difícil ver como uma carreira, mas sim, vejo que sim, pois passou imenso tempo a dedicar-me a isso, dá imenso trabalho, mas há dificuldade em identificar como tal.

10 – Você gostaria de viver exclusivamente da música? (Se vive, como?)

R – Não, ainda vivo em casa dos meus pais, ainda estou a estudar, ganho algum dinheiro com música, mas adoraria viver só da música.

11 – Que mídias sociais (redes sociais) usam para comunicação com o público e divulgação do trabalho?

R – Uso principalmente o Instagram, e o Facebook por ser vinculado, e as publicações saem



lá automaticamente, mas nunca fui fã de redes sociais.

12 – Por que a escolha por estas mídias em específico?

R – Porque as pessoas da minha geração, o meu público é em geral da minha idade, está entre os 20 e os 35 anos e está mais presente no Instagram.

13 – O uso destas mídias é feito de forma intuitiva ou você fez algum tipo de qualificação para o efeito?

R – Considero o curso que fiz na Etic, como é bastante abrangente, e também fala da parte do digital, sim, considero que tenho qualificação para isso. Consigo editar fotos, fui em quem fiz a capa do meu single e outras coisas, foi um curso intenso de um ano, e sinto que tive dicas concretas lá, deram-me muitas ferramentas.

14 – Qual a sua perspetiva sobre as mídias digitais (redes sociais), enquanto artista?

R – Não digo que não gosto muito porque quando não era artista usava mas depois fui crescendo e não gostava muito de como as redes estão organizadas, as redes sociais em geral consomem muito tempo, mas por seguir outros artistas vejo a importância na comunicação, para dizer o que estão a fazer, então, hoje me sinto mais conformada com isso.

15 – Qual a sua perspetiva sobre o streaming, enquanto artista?

R – O que é mal é que dá muito pouco dinheiro, para o artista dá 0,003% creio, é importante porque os fãs vêm desse lado, mas para o artista não muito rentável.

16 – Que outros recursos são usados para dar a conhecer a sua música?

R - Acho importante haver artigos, envio de press release, para que haja informações, os concertos são importantes, atuações em rádio, vídeos, tudo que seja matéria que possa ser conteúdo é importante.

17 – Você acredita e faz uso da materialização do seu trabalho (ex. Cópias físicas de álbuns, merchandising).

R – Sim, acredito, eu sou uma pessoa que gosta de coisas, então, sim só lancei singles até aqui, mas quando for lançar o EP quero ter o disco em físico e merchandising porque sinto que as pessoas gostam disso, pode ser também uma forma do músico rentabilizar o seu trabalho.

18 – Quais os momentos mais marcantes da sua trajetória até aqui?

R- Como é uma trajetória curta tudo é marcante, houve um dia que soube que tinha passado na Antena 3, e na Superbock Superrock, ou se aparece um festival ou alguém que manda uma mensagem, tudo isso são pequenas vitórias, há um conjunto de coisas e tudo isso é marcante pra mim.

19 – Qual foi o seu melhor resultado, em termos de alcance, com a sua música? Você



consegue definir o que causou este resultado?

R – Até aqui só lancei singles, e correu melhor que eu esperava. E creio que o facto de tocar sozinha as pessoas ficam curiosas sobre como faço as coisas, como toco, como disparo os loopers, e também sempre percebo a importância dos concertos, sempre que há um concerto as audições no Spotify aumentam, ou tocar na rádio também aumenta as audições. Felizmente, minha música também entrou em Playlists editoriais do Spotify o que fez com que mais pessoas que não me conhecem chegassem ao meu trabalho.

20 – O que é ser um artista independente para você?

R – Tenho uma parceria de distribuição com uma editora pequena e independente, por isso eu mesma faço as minhas produções e eu mesmo cuido de muitas partes do trabalho, por isso é uma sensação boa estar livre para fazer o que eu quero.

21 – Você gostaria de deixar de ser um artista independente, mesmo que isso coloque em causa o seu sentido de ser um artista independente?

R – Pra já não fazia muito sentido. Ainda sinto que estou a me definir, então, não faria sentido. É um problema que depois se colocará, e se se colocará, como eu mais pra frente eu devo ter uma imagem muito definida, pode ser que eu só aceite se eu puder negociar ter a liberdade de escolher o que quero vestir, e se respeitarem o que eu quero, o que sou e não tentarem mudar-me porque creio que isso é chato, e não é correto.

ENTREVISTA MAURO RAMOS

1 – Ouvia-se música em sua casa desde a infância?

R – Sim, ouvia-se muita música porque meus pais eram músicos de banda de baile.

2 – A que tipo de música você foi exposto na infância?

R – Música mais popular, era bastante enraizado na música portuguesa, marchas. E ouvi muito música através do meu irmão mais velho, Toto, Genesis, Pink Floyd aquelas primeiras coisas, Bryan Adams, aquele disco de 84, o Reckless.

3 – Em que meio, e que pessoas contribuíram mais para que você ouvisse música?

R – Depois o lado que mais me influenciou foi já por volta dos 18 anos, na banda que comecei a tocar, o XPTO. Foi a banda onde tornei-me mesmo músico e com eles passei a ouvir outros estilos de música, e recebi um input importante por parte dele, senti aí vontade de aprender a tocar guitarra e a dar mais importância a canções.

4 – Quando e como deu-se a vontade de tornar-se músico?

R – Desde os 3, 4 anos já tocava bateria em latas de tinta, e na banda familiar faltava sempre



baterista. E eu queria tocar guitarra como o meu irmão, mas eles sempre me incentivaram a tocar bateria, então aos 9 anos foi a primeira vez em que fiz um show completo com a banda dos meus pais.

5 – Por que a escolha pelo rock?

R – Foi uma escolha natural. Aos 19 anos mais ou menos fui tocar com o Gonçalo Pereira, que tinha uma onda meio progressiva. A seguir tive uma banda chamada Blisters, e essa fase levou-me muito ao rock, embora na minha vida toda como baterista já toquei de tudo um pouco, desde o blues e jazz até o popular.

6 – Em algum momento houve a decisão por ter uma trajetória na música? Como e quando?

R – Acho que foi precisamente quando eu e o meu irmão deixamos a banda dos meus pais. Levávamos a sério, tínhamos muitos concertos, mas quando eu e o meu irmão deixamos a banda para ter uma carreira profissional de música, foi aí que vi que queria fazer disso vida.

7 – Que expectativas foram criadas acerca desta trajetória na música? Foram sempre as mesmas?

R – Não, as características se alteram drasticamente. Na altura, o meu objectivo era se calhar ser reconhecido como baterista e se calhar ser virtuoso da bateria, uma espécie de atleta da bateria. Hoje não, há mais realismo maior, uma noção de que não é simples, tive uma carreira incrível, fiz várias turnés, toquei com muitos artistas, gravei muitos discos, mas a tua forma de estar na vida, e o que pretendes da música muda, passas a ver a música como mais importante e não a bateria.

8 – Por que a decisão por ter um trabalho a solo?

R – Faço canções desde os 18, 19 anos, comecei a aprender guitarra, os acordes sozinhos. Tinha isso guardado, mas como tinha muito trabalho como freelancer, nunca havia tempo para dar voz a isso. Este lado da pandemia foi bom porque não havia trabalho, tive também um amigo que partiu e isso fez-me ver que a vida é demasiado curta para não se fazer aquilo que tu pensas, desejas e ambicionas, então tudo isso junto fez com que eu avançasse.

9 – Você se vê como um artista? Qual a sua perspectiva de si mesmo enquanto artista?

R – Um artista chamado Garcia, que tem um trabalho musical, disse-me algo que mexeu comigo, que me fez ver que não sou um artista, sou um criador. Sinto-me mais à vontade na bateria, mas pude usar a guitarra como forma de me expressar. A frase foi “O país mais que de artistas, precisa de criadores”. E por isso, sinto que me expresso da forma que sinto, e isso é importante.

10 – Você gostaria de viver exclusivamente da música? (Se vive, como?)

R – Sim, vivo da música.



11 – Que mídias sociais (redes sociais) usam para comunicação com o público e divulgação do trabalho?

R- O que uso é o Instagram. Uso também o Facebook, mas não é uma ferramenta que lido tão bem, até perdi acesso ao meu FB. Então, acima de tudo é o Instagram, Youtube e o Spotify.

12 – Por que a escolha por estas mídias em específico?

R – Eu escolhi do meu ponto de vista, não pensando em atingir um publico, não sou um expert em redes sociais, tenho algumas dificuldades até, pois há um limite muito fácil de ultrapassar que é deixar de expor o teu trabalho para expor a tua vida pessoas, e esse limite não sei bem onde está, então escolho expor menos, pois não quero ser conhecido, quero apenas mostrar o meu trabalho. A dificuldade que tenho é como fazer o produto chegar às pessoas.

13 – O uso destas mídias é feito de forma intuitiva ou você fez algum tipo de qualificação para o efeito?

R – Tento por intuição, um bocado por aí.

14 – Qual a sua perspectiva sobre as mídias digitais (redes sociais), enquanto artista?

R – As redes sociais têm coisas boas, mas estamos a atravessar um limbo que é pior o que as redes sociais nos dão do que melhor. É difícil gerir isso, há gente que expõe tudo vida toda, mas tenho dificuldade com isso. Até porque não me considero ninguém para dar lição de moral nas pessoas, e o problema é que toda gente tem uma opinião. Nós podemos ter opiniões distintas, mas nas redes sociais isso impossibilita relações, por isso tento abster-me de assuntos polémicos.

15 – Qual a sua perspectiva sobre o streaming, enquanto artista?

R – Vamos ser realistas, o Spotify chula os artistas que é uma estupidez. Não é um assunto novo. Mas é uma plataforma que funciona e possibilidade dares o teu trabalho a conhecer. É difícil hoje mandar um cd, a malta já quase não usa, nesse sentido é uma ferramenta porreira.

16 – Que outros recursos são usados para dar a conhecer a sua música?

R – Contactos pessoas através do WhatsApp ou E-mail.

17 – Você acredita e faz uso da materialização do seu trabalho (ex. Cópias físicas de álbuns, merchandising).

R - Eu acredito que continua a haver pessoas que gostam de ter o formato físico, para que no futuro olhes aquilo e recorde-se de algum momento da tua vida. E acho que o momento físico traz isso, 10 anos depois olhas para aquilo e traz lembranças. Mas não acredito em vendas massivas de discos. T-shirts para bandas que fazem concertos e turnês, no meu caso como ainda não estou a trabalhar ao vivo com o meu trabalho, aquele momento pós show é



importante para o fã, e nesse momento eu acredito.

18 – Quais os momentos mais marcantes da sua trajetória até aqui?

R – Foi quando recebi a caixa com o meu CD e percebi que solidamente e fisicamente tinha ali um pedaço da minha história na minha mão. E esse projeto foi sempre uma busca interior, então cada pequena conquista é marcante, ter tido o vídeo “Atman” em 15 festivais de vídeo foi importante, essas coisas trazem sensações de conquista pessoais, que fiz a minha honra a esse momento.

19 – Qual foi o seu melhor resultado, em termos de alcance, com a sua música? Você consegue definir o que causou este resultado?

R – O vídeo de “Leva-me pra onde foste”. Normalmente, meus vídeos tem um boost de 3, 4 mil views e depois estagna. Mas com esse, não sei se porque a malta dos Amor Electro fez vídeo a cantar, os fãs fizeram vídeos, não sei se a curiosidade por ser o primeiro, a primeira vez que eu estava a cantar, ou se é pela música, pelo vídeo, ou se calhar tudo isso junto, o vídeo atingiu 40 mil views rápido e já está com cerca de 46 mil.

20 – O que é ser um artista independente para você?

R – É um artista honesto, que pode fazer a música que sente, que não está em busca de números, está em busca da sua verdade, da sua música, se estiver tranquilo, é um artista que está em paz.

21– Você gostaria de deixar de ser um artista independente, mesmo que isso coloque em causa o seu sentido de ser um artista independente?

R – Às vezes passa-me pela cabeça o que eu faria se houvesse essa possibilidade. Não acho que vá acontecer porque a música que eu faço não é mainstream, é mais indie ou alternativo. E como esse projeto não é um projeto do qual eu dependo para viver, não digo nunca, porque não se deve dizer nunca, mas se me disserem que vão apostar na minha música da forma que faço, sem interferência no lado criativo, aí sim eu aceitaria. Mas o problema das rádios e das editoras é que eles estão em jogos e lobbys, e preocupados com números, só aceitam algo de determinado género ou és persona non grata e posto de parte.

ANEXOS 3 – IMAGENS

Perfis dos artistas no Facebook

Fonte: www.facebook.com



Cörte-Real
9,2 mil seguidores · 1,4 mil seguindo

Seguindo Mensagem

Publicações Sobre Fotos Menções

Detalhes
Página · Musicista
[instagram.com/antonioocortereal](https://www.instagram.com/antonioocortereal)
Ver informações da seção Sobre de Cörte-Real



Tsunamiz
2,8 mil seguidores · 416 seguindo

Seguindo Comprar ag...

Publicações Sobre Fotos Menções

Detalhes
Página · Musicista
Ver informações da seção Sobre de Tsunamiz



Peter Strange
Musicista/banda

Assistir ao vídeo

www.youtube.com

Cláudio, Jorge Humberto, Bruno e outras 760 pessoas curtiram isso

Página inicial Sobre Fotos Vídeos Eventos

Sobre
Enviar mensagem
912 064 265
Musicista/banda
@peterstrangeofficial
Decorria o ano de 2015 quando Peter Strange juntou uma banda e passou a viver na sala de ensaios. O objectivo "reunir canções para gravar uma demo e



Electric Man
Musicista/banda

WhatsApp

Cláudio, Jorge, Filomena e outras 3.317 pessoas curtiram isso

Página inicial Publicações Fotos Vídeos Even

Sobre
<http://songwhip.com/electricman>
Enviar mensagem
Musicista/banda
@tito_pires
Electric Man é Tito Pires a solo e em formato one man band.
Surgiu em 2015 pela necessidade insaciável de fazer música e construir um proleto estável onde pudesse ter



Rita Braga
Musicista/banda

Enviar mensagem

Olá! Diga como podemos ajudar.

Miguel, Marco e outras 2.636 pessoas curtiram isso

Página inicial Sobre Eventos Fotos Vídeos

Sobre
<http://superbraguita.com/>
Enviar mensagem
Musicista/banda
Concert booking:
Portugal: unha@gmail.com



Mauro Ramos

Amigos Mensagem

Músico

Estudou na instituição de ensino Escola Secundária Henriques Nogueira

Frequentou Escola Secundária Henriques Nogueira

Mora em Torres Vedras

De Luxemburgo (cidade)

Ver informações da seção Sobre de Mauro



Acid Acid

Seguir Mensagem

Publicações Sobre Fotos Menções

Detalhes
Página · Musicista/banda
acidacidmusic.bandcamp.com
Ver informações da seção Sobre de Acid Acid



Violeta Alexandre

Adicionar aos amigos Mensagem

Trabalha na empresa Dead Club

Mora em Lisboa

Solteira

Ver informações da seção Sobre de Violeta

Amigos
2.670 (3 em comum)



Ana Lua Caiano
Musicista/banda · 326 seguidores
[@analua.caiano.musica](https://www.facebook.com/analua.caiano)

Enviar mensagem

Olá! Diga como podemos ajudar.

Ana e outras 314 pessoas curtiram isso.

Página inicial Eventos Avaliações Sobre Vídeos

Sobre
<https://www.analua.caiano.com/>
Enviar mensagem
Musicista/banda



Perfis dos artistas no Instagram

Fonte: www.instagram.com

antoniocortereal
1.622 Publicações 6.766 Seguidores 1.650 Seguindo
Córte-Real
<https://www.rastilho.com/bands/antonio-corte-real-tio-b7f0d2f2c3/>
www.fnac.pt/SearchResult/ResultList.aspx?Search
Seguido(a) por bar_cine_teatro_gcc, bluesyluz e outras 43 pessoas

tsunamizofficial
1.033 Publicações 1.193 Seguidores 1.034 Seguindo
TsunamiZ
New album out now
smarturl.it/looneyTunez
Ver tradução
Seguido(a) por bluesyluz, paty_amor_in e outras 22 pessoas

mrpeterstrange
122 Publicações 1.136 Seguidores 1.903 Seguindo
PETER STRANGE
Músico ■ Professor de guitarra ■ Fã de F1
#NOVOALBUM #EQUILIBRIUM
Vê e ouve tudo aqui
linktr.ee/mrpeterstrange
Ver tradução
Seguido(a) por antoniocortereal, bar_cine_teatro_gcc e outras 25 pessoas

tito.pires
188 Publicações 1.027 Seguidores 1.614 Seguindo
Electric Man
one man band
songwhip.com/electricman
Mafrá, Lisboa, Portugal
Ver tradução
Seguido(a) por fausto_da_silva, ccompanybands e outras 13 pessoas

superbraguita
1.889 Publicações 1.808 Seguidores 1.800 Seguindo
Rita Braga
Artista
Bird songs and tutti frutti twilight zone
New LP 'Time Warp Blues' is out
@underground_institute@unha.pt
superbraguita.com
Ver tradução
Seguido(a) por fausto_da_silva, soundchick.pt e outras 2 pessoas

mauroramosdrums
384 Publicações 4.831 Seguidores 1.544 Seguindo
Mauro Ramos
youtu.be/mdt1ZFpWvKk
Seguido(a) por mauroramos_umacasanavore, sempre_amor_electro e outras 33 pessoas

violetaaluz
249 Publicações 2.702 Seguidores 2.061 Seguindo
VioletaLuz
Músicista/banda
@dead.club.band
deadclubband.bandcamp.com/releases
Seguido(a) por t3dbunnymusic, fausto_da_silva e outras 7 pessoas

acidacidmusic
397 Publicações 1.360 Seguidores 1.440 Seguindo
ACID ACID
Músicista/banda
Showcase completo no Museu da Orlaria, Barcelos.
Produção da @triticiclobcl
youtu.be/AKdGofiskxo
Ver tradução
Seguido(a) por marioandrade, fe_festival_emergente e outras 5 pessoas

analuacaiano
61 Publicações 1.936 Seguidores 946 Seguindo
Ana Lua Caiano
Músicista/banda
Música tradicional e eletrónica
Booking - chinfrmdiscos@gmail.com
Nem Mal Me Queres @ OUT NOW
songwhip.com/analuacaiano/nem-mal-me-queres
Ver tradução
Seguido(a) por josecarlosfernandese, _sogranora_ e outras 3 pessoas

Perfis dos artistas no Spotify

Fonte: www.spotify.com

Cörte-Real
484 ouvintes mensais

Seguir

Popular

- Só Eu Sei Porquê (Ao Vivo na Bouti... 2.514
- Tiro Os Olhos Do Chão 4.447
- Perto Do Fim 3.017

Tsunamiz
223 ouvintes mensais

Seguir

Popular

- Wonderful Day 3.737
- Sleepin' with My Friends < 1.000
- Spiritual Boy < 1.000

Peter Strange
67 ouvintes mensais

Seguir

Popular

- Sadness 1.249
- Say Goodbye 1.786
- I've Been Around < 1.000

Electric Man
58 ouvintes mensais

Seguir

Popular

- Something in the Way - Nirvana C... 8.845
- Killer < 1.000
- Believer < 1.000

Rita Braga
220 ouvintes mensais

Seguir

Popular

- Tremble Like a Ghost 2.095
- Under the Moon 8.830
- Pussycat < 1.000

Mauro Ramos
140 ouvintes mensais

Seguindo

Apoio dos fãs

por GoFundMe

Fazer uma contribuição
Doe direto para o artista ou causa

Músicas Curtidas
19 músicas • Mauro Ramos

Acid Acid
16 ouvintes mensais

Seguir

Popular

- A, Pt. I 1.158
- Acid Acid, Pt. 2 < 1.000
- B, Pt. II < 1.000

Lançamentos populares

Acid Acid, Pt. 2
2018 - Single

Violeta Luz
8 ouvintes mensais

Seguir

Popular

- Amor 1.106
- Melancolia < 1.000
- 112 < 1.000
- Tempo de Sobre

Ana Lua Caiano
1.668 ouvintes mensais

Seguir

Popular

- Nem Mal Me Queres 4.375
- Lobo Rouco 3.577

