

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS ARTES



UMA ESTÉTICA LOW-FI

TÉCNICAS TRADICIONAIS DE IMPRESSÃO APLICADAS
AO CONTEXTO DA MÚSICA INDEPENDENTE

ANEXOS

Manuel Filipe de Oliveira Garcia

MESTRADO EM DESIGN DE COMUNICAÇÃO E NOVOS MEDIA

2011

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS ARTES



UMA ESTÉTICA LOW-FI

TÉCNICAS TRADICIONAIS DE IMPRESSÃO APLICADAS
AO CONTEXTO DA MÚSICA INDEPENDENTE

ANEXOS

Manuel Filipe de Oliveira Garcia

Professor Doutor Emílio Távora Vilar (Orientador)

Professor Mestre João Cordeiro (Co-orientador)

MESTRADO EM DESIGN DE COMUNICAÇÃO E NOVOS MEDIA

2011

Capítulo 1

1.1. TENDÊNCIAS NAS VENDAS DE MÚSICA GRAVADA

Full-Length Formats								Singles	
	LPs	MCs	CDs	Music Video	Other	Digital albums	Total Units		
2009	6	34	1,074	93	2	125	1,332	2009	1,636
2008	5	56	1,333	89	2	95	1,580	2008	1,445
2007	6	82	1,552	110	4	63	1,817	2007	1,150
2006	3	115	1,764	120	3	39	2,043	2006	847
2005	4	181	1,939	149	10	18	2,300	2005	576
2004	7	304	2,038	150	13	6	2,517	2004	346
2003	6	418	2,027	154	5	–	2,611	2003	233
2002	8	481	2,176	110	1	–	2,775	2002	265
2001	10	599	2,298	78	1	–	2,986	2001	318
2000	12	659	2,441	12	1	–	3,124	2000	370
1999	14	769	2,399	16	1	–	3,199	1999	439
1998	22	833	2,363	–	–	–	3,218	1998	458
1997	17	954	2,215	–	–	–	3,186	1997	516
1996	21	1,188	2,162	–	–	–	3,372	1996	466
1995	33	1,200	1,983	–	–	–	3,216	1995	432
1994	49	1,354	1,784	–	–	–	3,188	1994	390
1993	109	1,382	1,419	–	–	–	2,909	1993	410
1992	175	1,476	1,185	–	–	–	2,836	1992	352
1991	292	1,493	996	–	–	–	2,782	1991	334
1990	339	1,447	777	–	–	–	2,564	1990	344
1989	450	1,540	600	–	–	–	2,590	1989	357
1988	510	1,390	400	–	–	–	2,300	1988	370
1987	590	1,150	260	–	–	–	2,000	1987	390
1986	690	970	140	–	–	–	1,800	1986	490
1985	730	950	61	–	–	–	1,741	1985	650
1984	800	800	20	–	–	–	1,620	1984	750
1983	850	660	6	–	–	–	1,516	1983	800
1982	900	570	–	–	–	–	1,470	1982	680
1981	1,140	510	–	–	–	–	1,650	1981	550
1980	878	474	–	–	–	–	1,352	1980	526
1979	896	470	–	–	–	–	1,365	1979	624
1978	942	428	–	–	–	–	1,370	1978	600
1977	898	374	–	–	–	–	1,272	1977	545
1976	743	289	–	–	–	–	1,032	1976	516
1975	674	236	–	–	–	–	910	1975	483
1974	655	209	–	–	–	–	864	1974	515
1973	617	185	–	–	–	–	802	1973	530

Source: IFPI

Notes
 = Other includes SACD and DVD-A and other.
 = Singles include physical singles and online single tracks. Mobile singles not included.

Figura 1 - Tendências nas vendas de música gravada. (IFPI, 2010)

Capítulo 2

2.1. EDITORAS INDEPENDENTES NACIONAIS

Apresenta-se uma lista de editoras nacionais compilada a partir de pesquisa na internet em motores de busca.¹

Amor Fúria	http://amorfuria.pt
AnAnAnA	http://www.ananana.pt/
Audeo	http://audeoinfo.blogspot.com/
Bloop Recordings	http://www.blooprecordings.com/ http://www.myspace.com/blooprecordings
Bor land (encerrou actividade em 2010)	http://www.bor-land.com/
Banzé	http://www.banze.com.pt/ http://www.myspace.com/banzept
Camouflage Records	http://www.camouflagerecords.20m.com/
The Castle Of The Amazing Cats	http://www.davidfonseca.com/choose_signup/
Catadupa!	http://www.myspace.com/catadupamusica http://www.catadupa.org/
Clean Feed	http://www.cleanfeed-records.com/
Cobra Discos	http://www.cobradiscos.org/
Covil	http://www.myspace.com/covilproducoesestudios
Creative Sources	http://www.creativesourcesrec.com/
Crónica Electrónica	http://www.cronicaelectronica.org/
Crossover	http://www.crossover.pt/
Daemond Daemond	http://daemonddaemond.wikidot.com/
EL Tatu	http://www.discogs.com/label/El+Tatu
Enchufada	http://www.enchufada.com/
Esquilo	http://www.esquilo-records.com/
Ethereal Sound Works	http://www.eswlabel.com/index.php
Flor Caveira	http://www.florcaveira.com/
FootMovin Records	http://www.footmovin.com/ http://www.myspace.com/footmovinrecords
Grain of Sound	http://www.grainofsound.com
Groovie Records	http://www.groovierecords.com
Groundzero	http://www.myspace.com/groundzeroestudios
Hey Pachuco	http://www.heypachuco.com/
Honeysound	http://www.honeysound.com/ http://www.myspace.com/honeysound
Loop Recordings	http://www.myspace.com/looprecordings
Lovers & Lollypops	http://www.lovandslollypops.net/ http://www.myspace.com/lovandslollypops
Lowfly Records	http://www.fly.to/lowfly

¹ Uma parte significativa desta informação foi obtida a partir do site: <http://a-trompa.net/> (consultado a 1/9/2011)

Lux Records	http://www.subotnick.com.pt/
Major Label Industries	http://www.majorlabelindustries.com/
Merzbau (encerrou actividade em 2009)	http://www.merzbau-label.org/
Metal's Alliance	http://www.myspace.com/metalsalliance
Metro Discos	http://www.metronomo.net/
Meifumado	http://www.meifumado.com/
MDPArte	http://www.mdparte.com/
MiMi Records	http://www.clubotaku.org/mimi/pt/main.php http://www.myspace.com/mimirecords
Monocline Records	http://www.monocline.e-2points.com/
Monocromática	http://www.monocromatica.com/
Necrosymphonic Entertainment	http://www.necrosymphonic.com/
Raging Planet	http://www.myspace.com/ragingplanetrecordsportugal
Rastilho Records	http://www.rastilhorecords.com
Ristretto	http://ristrettomusiclabel.blogspot.com/
Rotação (cessou actividade)	http://www.discogs.com/label/Rotação
Rudimentol	http://www.rudimentol.com/
Searching Records	http://www.myspace.com/searchingrecords
Skud & Smarty Records	http://www.myspace.com/skudandsmarty
Tawn	http://www.tawm.pt.vu/
Thisco	http://www.thisco.net
Toap Records	http://www.toapmusic.com
Tradisom	http://www.tradisom.com
Variz	http://www.variz.org/
Zounds	http://www.zounds.pt/

2.2. NETLABELS PORTUGUESAS

Abutre	http://www.abutre-netlabel.tk/
Anti-Demos-Cracia	http://antidemocracia.blogspot.com/
Bit Rádio Records	http://bitradiorecords.net/
Cakes and Tapes	http://www.cakesandtapes.com/
Circus Maximus	http://www.circusmaximusmusic.com/
Electro Rucini	http://www.myspace.com/electrorucinetlabel
Feedback Loop Label	http://feedbacklooplabel.blogspot.com/p/releases.html
Lástima	http://www.lastima.net/
Merzbau	http://merzbau-label.org/
Necrosymphonic Entertainment	http://www.necrosymphonic.com/
Other Newest Records	http://othernewestrecords.blogspot.com/
Phonotactics	http://www.phonotactics.info/
Rejected Net Label	http://rejectednetlabel.blogspot.com/
Test Tube	
Upgrade Netlabel	http://www.myspace.com/upgradenetlabel
XS Records	http://xsrecordsptnetlabel.blogspot.com/
Yellow Bop Records	http://yellowboprecords.com/
You Are Not Stealing Records	http://youarenotstealingrecords.blogspot.com/

Capítulo 3

3.1. ESTUDO PRELIMINAR – QUESTIONÁRIO

DIVULGAÇÃO EM PROJECTOS MUSICAIS INDEPENDENTES

I - IDENTIFICAÇÃO DO INQUIRIDO

1) Indique o seu sexo.

- ☐ Masculino¹ ☐ Feminino

2) Indique a sua idade.

- ☐ menos de 18 ☐ 18-24 ☐ 25-34
☐ 35-54 ☐ 55+

3) Indique o seu nível de escolaridade completo.

- ☐ Até ao 3º ciclo do ensino básico
☐ Ensino secundário
☐ Ensino Superior

4) Há quantos anos utiliza a internet?

- ☐ Menos de 1 ano
☐ Entre 1 a 5 anos
☐ Entre 6 a 10 anos
☐ Mais de 10 anos

5) Qual é a sua frequência de utilização da internet?

- ☐ Todos os dias
☐ Mais de uma vez por semana
☐ Uma vez por semana
☐ Uma vez a cada 15 dias
☐ Uma vez por mês
☐ De três em três meses
☐ 1 a 3 vezes ao ano
☐ Menos frequentemente
-

¹ O símbolo “()” corresponde a opções de resposta alternativa

II - IDENTIFICAÇÃO DO PROJECTO

6) Das seguintes categorias qual (ou quais) define(m) a sua relação com a cena musical independente.

Resposta múltipla

- | | | |
|---|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Editor(a) ¹ | <input type="checkbox"/> Agente | <input type="checkbox"/> Promotor(a) |
| <input type="checkbox"/> Produtor(a) | <input type="checkbox"/> Banda | <input type="checkbox"/> Músico (a solo) |
| <input type="checkbox"/> DJ | <input type="checkbox"/> Outro. Qual? | |

7) Indique o nome do seu projecto.

Caso existam mais do que um projecto indique-os separados por vírgulas ", ".

Um campo de preenchimento de texto.

8) Indique o URL do seu projecto. (www.)

Caso existam mais do que um projecto indique-os separados por vírgulas ", ".

Um campo de preenchimento de texto.

9) Email de contacto.

Um campo de preenchimento de texto.

10) Em que ano iniciou o seu projecto?

Uma *dropbox* para seleccionar ano

III - Questão Filtro

11) Das seguintes opções, assinale aquelas com que trabalha e/ou já trabalhou.

Resposta múltipla

	Trabalha	Trabalhou
Editor(a)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promotor(a)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produtor(a)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12) Quantas bandas, músicos ou DJ's representa?

	Indica um número
Bandas	_____
Músicos (a solo)	_____
DJ's	_____

¹ O símbolo "[]" corresponde a opções de resposta múltipla

IV - Divulgação dos Projectos

13) Qual(is) o(s) meio(s) que utiliza para a divulgação do seu projecto.

Resposta múltipla

- ☐ Cartazes
☐ Flyers (Panfletos/Folhetos)
☐ Outro Meio Impresso
☐ Internet

14) Que outros meios de divulgação (para além dos listados na questão anterior) utiliza?

- 1.: _____
 2.: _____
 3.: _____
-

V - DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DE CARTAZES

15) Indique a frequência utilizada para cada um dos formatos de impressão de cartazes.

Utilize a escala de 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 Muitas vezes	5 - Sempre
Formato A4 21 x 29,7 cm	()	()	()	()	()
Formato A3 29,7 x 42 cm	()	()	()	()	()
Formato 33 x 48 cm	()	()	()	()	()
Formato 48 x 68 cm	()	()	()	()	()
Formato 68 x 98 cm	()	()	()	()	()
Outros formatos	()	()	()	()	()

16) Caso tenha utilizado "Outros formatos" indique qual ou quais.

- 1.: _____
 2.: _____
 3.: _____

17) Indique a frequência utilizada para cada uma das tiragens de cartazes impressos para divulgação.

Utilize a escala de 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Até 100 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 101 e 500 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 501 e 1.000 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 1.001 e 1.500	()	()	()	()	()
Mais de 1.500 exemplares	()	()	()	()	()

VI - Divulgação Através de Flyer (Panfletos/Folhetos)

18) Indique a frequência utilizada para cada um dos formatos de impressão de flyers (panfletos/folhetos).

Utilize a escala de 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Formato A5 (14,8 x 21 cm)	()	()	()	()	()
Formato A6 (10,5 x 14,8 cm)	()	()	()	()	()
Formato A7 (7,4 x 10,5 cm)	()	()	()	()	()
Postal (13,9 x 10,7 cm)	()	()	()	()	()
Cartão de visita (8,7 x 4,9 cm)	()	()	()	()	()
Outros formatos	()	()	()	()	()

19) Caso tenha utilizado "Outros formatos" indique qual ou quais.

- 1.: _____
 2.: _____
 3.: _____

20) Indique a frequência utilizada para cada uma das tiragens de flyers (panfletos/folhetos) impressos para divulgação.

Utilize a escala de 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Até 100 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 101 e 500 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 501 e 1000 exemplares	()	()	()	()	()
Mais de 1000 exemplares	()	()	()	()	()

VII - DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DE OUTROS MEIOS IMPRESSOS

21) Indique que outros meios impressos utiliza que não cartazes ou flyers (folhetos/panfletos).

- 1.: _____
- 2.: _____
- 3.: _____

22) Indique a frequência utilizada para cada uma das tiragens de "outros" formatos impressos para divulgação.

Utilize a escala 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Até 100 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 101 e 500 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 501 e 1.000 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 1.001 e 1.500 exemplares	()	()	()	()	()
Mais de 1.500 exemplares	()	()	()	()	()

VIII - DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DA INTERNET

23) Utiliza elementos gráficos personalizados para comunicação visual na internet (por ex. flyers, banners, layouts personalizados de websites)?

() Sim () Não

24) Indique a frequência utilizada para divulgação do seu projecto.

Utilize a escala de 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Redes sociais (por ex: Facebook, Myspace...)	()	()	()	()	()
Página pessoal	()	()	()	()	()
Sites de partilha de imagens (ex: Flickr, picassa...)	()	()	()	()	()
Sites de partilha de vídeos (ex: Youtube, Vimeo...)	()	()	()	()	()
Email / Newsletter	()	()	()	()	()
Outro	()	()	()	()	()

25) Caso tenha utilizado "Outro" indique qual ou quais.

1.: _____
 2.: _____
 3.: _____

26) Indique quais as 3 principais vantagens da utilização da internet para divulgar projectos musicais independentes.

1.: _____
 2.: _____
 3.: _____

27) Indique quais as 3 principais desvantagens da utilização da internet para divulgar projectos musicais independentes.

1.: _____
 2.: _____
 3.: _____

IX - QUESTÃO FILTRO

28) Indique o número de projectos ou eventos que divulgou através de meios impressos (cartazes, flyers...) nos últimos 12 meses.

- ☐ Não foram divulgados projectos nos últimos 12 meses
- ☐ 1 evento ou projecto
- ☐ entre 2 e 5 eventos ou projectos
- ☐ entre 6 e 10 eventos ou projectos
- ☐ 11 ou mais projectos ou eventos

29) Indique quais as 3 principais vantagens da utilização de meios impressos para divulgar projectos musicais independentes.

- 1.: _____
- 2.: _____
- 3.: _____

30) Indique quais as 3 principais desvantagens da utilização de meios impressos na divulgação de projectos musicais independentes.

- 1.: _____
- 2.: _____
- 3.: _____

X – EDIÇÃO

31) No decorrer da sua relação com o meio musical independente, já participou nalguma edição fonográfica (maquete, EP, álbum, single, DVD musical, etc)?

- ☐ Sim
 - ☐ Não
-

XI - EDIÇÃO – DETALHES

32) Indique os formatos de reprodução onde já gravou edições.

- ☐ CD
- ☐ Vinil
- ☐ CD-R
- ☐ MP3 (edição digital através de uma netlabel por exemplo)
- ☐ DVD
- ☐ Outro. Qual? _____

33) Indique a frequência utilizada para cada uma das tiragens nas edições realizadas.

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Até 100 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 101 e 500 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 501 e 1.000 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 1.001 e 1.500 exemplares	()	()	()	()	()
Mais de 1.500 exemplares	()	()	()	()	()

34) Indique o grau de certeza com que estaria disposto a investir em cada uma das seguintes opções de edição.

Utilize a escala de 1 (De certeza que não) a 5 (De certeza que sim).

	1 - De certeza que não	2 - Provavelmente não	3 - Provavelmente	4 - Provavelmente sim	5 - De certeza que sim
CD	()	()	()	()	()
Página Pessoal (na internet)	()	()	()	()	()
CD-R	()	()	()	()	()
MP3 (por ex. edição através de netlabel)	()	()	()	()	()
DVD	()	()	()	()	()
Outro	()	()	()	()	()

35) Caso tenha utilizado "Outro" indique qual ou quais.

1.: _____

2.: _____

3.: _____

36) Quais os principais meios de distribuição de edições que utiliza?

☐ Internet

☐ Cadeias de distribuição associadas a marcas de lojas (ex. FNAC)

☐ Empresas de distribuição

☐ Distribuição a nível pessoal

☐ Outro. Qual? _____

XII - CONSIDERAÇÕES FINAIS

37) Das seguintes opções (meios) indique o grau de importância que considera que cada um(a) pode ter na divulgação do seu projecto.

	1 - Nenhuma	2 - Pouca	3 - Mais ou menos	4 - Importante	5 – Muito Importante
Cartazes	()	()	()	()	()
Flyers (Panfletos/Folhetos)	()	()	()	()	()
Rádio	()	()	()	()	()
Jornais ou revistas	()	()	()	()	()
Redes sociais (ex. Facebook, Myspace...)	()	()	()	()	()
Blogue	()	()	()	()	()
Página pessoal	()	()	()	()	()
Sites de partilha de imagens (ex:flickr, picasa...)	()	()	()	()	()
Sites de partilha de videos (ex: youtube, vimeo...)	()	()	()	()	()
Email / newsletter	()	()	()	()	()
Videoclip	()	()	()	()	()

38) Indique que outros meios de divulgação considera importantes que não estejam listados na questão anterior.

- 1.: _____
 2.: _____
 3.: _____
 4.: _____
 5.: _____

39) Indique o número de eventos que promoveu relacionados com o seu projecto (concertos, festivais, lançamento de discos...), nos últimos 12 meses.

- () Nenhum evento
 () 1 evento
 () Entre 2 e 5 eventos
 () entre 6 e 10 eventos
 () 11 eventos ou mais

40) Indique o número de eventos em que participou (organizados por terceiros) nos últimos 12 meses.

- ☐ Nenhum evento
- ☐ 1 evento
- ☐ Entre 2 e 5 eventos
- ☐ entre 6 e 10 eventos
- ☐ 11 eventos ou mais

41) Quando necessita de um suporte gráfico para o seu projecto (ex: cartaz, capa de disco, flyers, ilustração, fotografia) com que frequência o trabalho é realizado por cada um dos seguintes recursos?

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Membros activos do projecto. (ex: Músicos, membros da editora ou produtora...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amigos ou conhecidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atelier ou agência	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Profissional da área	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.2. TEXTO DE APRESENTAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Fazes parte de um projecto musical independente?
Banda, editora, produtora. Músico, vocalista ou DJ?

Como são divulgados os projectos musicais independentes em Portugal?

Imprimimos cartazes? Utilizamos as redes sociais?
Ajuda-nos a responder a estas e a outras questões.

A tua participação é fundamental

Quanto mais respostas existirem, maior será a validade deste estudo. Encaminha para os teus contactos.

Todos aqueles que submeterem as suas respostas terão acesso em primeira mão às principais conclusões deste estudo.

O tempo estimado para completar todas as perguntas é de 18 minutos. Poderás sempre salvar o progresso para continuar mais tarde.

—
Este questionário é um projecto académico de Manuel Garcia, co-fundador da Cãoceito – Projectos Gráficos para Suportes Musicais (www.caoceito.com).
Enquadra-se no âmbito do mestrado em Design de Comunicação e Novos Media na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa.

A informação recolhida tem fins unicamente académicos e não será utilizada com fins comerciais.

II- IDENTIFICAÇÃO DO INQUIRIDO

As perguntas assinaladas com um * são de resposta obrigatória.

1) Indica o nome do(s) teu(s) projecto(s).*

Utiliza uma linha para cada projecto do qual faças parte

- 1.: _____
- 2.: _____
- 3.: _____
- 4.: _____
- 5.: _____

2) Indica o teu sexo.*

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

3) Indique a tua idade.*

- ☐ menos de 18
- ☐ 18-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-54
- ☐ 55+

4) Indica o teu nível de escolaridade completo.*

- ☐ Até ao 3º ciclo do ensino básico
- ☐ Ensino secundário
- ☐ Ensino Superior

5) Há quantos anos utilizas a Internet?*

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ Entre 1 a 5 anos
- ☐ Entre 6 a 10 anos
- ☐ Mais de 10 anos

6) Qual é a tua frequência de utilização da internet?*

- ☐ Todos os dias
 - ☐ Mais de uma vez por semana
 - ☐ Uma vez por semana
 - ☐ Uma vez a cada 15 dias
 - ☐ Uma vez por mês
 - ☐ De três em três meses
 - ☐ 1 a 3 vezes ao ano
 - ☐ Menos frequentemente
-

III - IDENTIFICAÇÃO DO PROJECTO

As perguntas assinaladas com um * são de resposta obrigatória.

7) Das seguintes categorias qual (ou quais) define(m) a tua relação com a cena musical independente.*

- ☐ Editor(a)
- ☐ Agente
- ☐ Promotor(a)
- ☐ Produtor(a)
- ☐ Banda
- ☐ Músico (a solo)
- ☐ DJ
- ☐ Outro. Qual?

8) Indica o URL [www.] do(s) teu(s) projecto(s).

Preenche uma ou mais das seguintes linhas caso faças parte de mais do que um projecto

- 1.: _____
- 2.: _____
- 3.: _____
- 4.: _____
- 5.: _____

9) Indica o teu email de contacto.

O teu contacto será utilizado apenas para assuntos relacionados com este estudo e não será divulgado a terceiros.

Um campo de preenchimento de texto

10) Em que ano se iniciou o teu projecto?*

Dropbox de preenchimento do ano

11) Indica o número de eventos que promoveste relacionados com o(s) teu(s) projecto(s) nos últimos 12 meses.*

(por exemplo: concertos, festivais, lançamento de discos...)

- ☐ Nenhum evento
- ☐ 1 evento
- ☐ Entre 2 e 5 eventos
- ☐ entre 6 e 10 eventos
- ☐ 11 eventos ou mais

12) Indica o número de eventos em que participaste (organizados por terceiros) nos últimos 12 meses.*

- ☐ Nenhum evento
- ☐ 1 evento
- ☐ Entre 2 e 5 eventos
- ☐ entre 6 e 10 eventos
- ☐ 11 eventos ou mais

IV - QUESTÃO FILTRO

13) Das seguintes opções, assinale aquelas com que trabalhas e/ou já trabalhaste enquanto banda, músico ou DJ.

	Trabalhas	Trabalhaste
Editor(a)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promotor(a)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produtor(a)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14) Quantas bandas, músicos ou DJ's representas e/ou representaste enquanto Editor(a), Agente, Promotor(a) ou Produtor(a)?

Indica um número

	Indica um número
Bandas	_____
Músicos (a solo)	_____
DJ's	_____

V - DIVULGAÇÃO DOS PROJECTOS

As perguntas assinaladas com um * são de resposta obrigatória.

15) Qual(is) dos seguintes meios já utilizaste para a divulgação do(s) teu(s) projecto(s) musical(is).

Resposta múltipla

- ☐ Cartazes
- ☐ Flyers (Panfletos/Folhetos)
- ☐ Outro Meio Impresso que não cartazes ou flyers
- ☐ Internet

16) Que outros meios de divulgação (para além dos listados na questão anterior) já utilizaste para divulgação?

- 1.: _____
- 2.: _____
- 3.: _____

17) Indica o número de projectos ou eventos que divulgaste através de meios impressos (cartazes, flyers...) nos últimos 12 meses.*

- ☐ Não foram divulgados projectos nos últimos 12 meses
☐ 1 evento ou projecto
☐ entre 2 e 5 eventos ou projectos
☐ entre 6 e 10 eventos ou projectos
☐ 11 ou mais projectos ou eventos

VI - DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DE CARTAZES

As perguntas assinaladas com um * são de resposta obrigatória.

18) Indica a frequência com que utilizaste cada um dos formatos de impressão de cartazes.

Utiliza a escala de 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Formato A4 21 x 29,7 cm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formato A3 29,7 x 42 cm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formato 33 x 48 cm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formato 48 x 68 cm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formato 68 x 98 cm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros formatos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19) Indica a frequência com que utilizaste cada uma das tiragens de cartazes.*

Utiliza a escala de 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Até 100 exemplares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entre 101 e 500 exemplares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entre 501 e 1.000 exemplares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entre 1.001 e 1.500	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mais de 1.500 exemplares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

VII - DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DE FLYER (PANFLETOS/FOLHETOS)

As perguntas assinaladas com um * são de resposta obrigatória.

20) Indica a frequência com que utilizaste cada um dos formatos de impressão de flyers (panfletos/folhetos).

Utiliza a escala de 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Formato A5 (14,8 x 21 cm)	()	()	()	()	()
Formato A6 (10,5 x 14,8 cm)	()	()	()	()	()
Formato A7 (7,4 x 10,5 cm)	()	()	()	()	()
Postal (13,9 x 10,7 cm)	()	()	()	()	()
Cartão de visita (8,7 x 4,9 cm)	()	()	()	()	()
Outros formatos	()	()	()	()	()

21) Indica a frequência com que utilizaste cada uma das tiragens de flyers (panfletos/folhetos).*

Utiliza a escala de 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Até 100 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 101 e 500 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 501 e 1000 exemplares	()	()	()	()	()
Mais de 1000 exemplares	()	()	()	()	()

VIII - DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DE OUTROS MEIOS IMPRESSOS

22) Indica que outros meios impressos utilizaste que não cartazes ou flyers (folhetos/panfletos).

1.: _____

2.: _____

3.: _____

23) Indica a frequência com que utilizaste cada uma das tiragens de "outros" formatos impressos para divulgação.

Utiliza a escala 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Até 100 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 101 e 500 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 501 e 1.000 exemplares	()	()	()	()	()
Entre 1.001 e 1.500 exemplares	()	()	()	()	()
Mais de 1.500 exemplares	()	()	()	()	()

IX - DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DA INTERNET

As perguntas assinaladas com um * são de resposta obrigatória.

Utilizas elementos gráficos personalizados para comunicação visual na internet (por ex. flyers, banners, layouts personalizados de websites)?*

() Sim

() Não

24) Indica a frequência com que utilizas cada uma das seguintes plataformas para divulgação do(s) teu(s) projecto(s).

Utiliza a escala de 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Redes sociais (por ex: Facebook, Myspace...)	()	()	()	()	()
Página oficial do projecto	()	()	()	()	()
Sites de partilha de imagens (ex: Flickr, Picassa...)	()	()	()	()	()
Sites de partilha de vídeos (ex: Youtube, Vimeo...)	()	()	()	()	()
Email / Newsletter	()	()	()	()	()
Blogue	()	()	()	()	()
Outro	()	()	()	()	()

X - EDIÇÃO

As perguntas assinaladas com um * são de resposta obrigatória.

25) No decorrer da tua relação com o meio musical independente, já participaste nalguma edição fonográfica (maquete, EP, álbum, single, DVD musical, etc)?*

☐ Sim

☐ Não

XI - EDIÇÃO - DETALHES

As perguntas assinaladas com um * são de resposta obrigatória.

26) Indica os formatos de reprodução onde já gravaste edições.*

☐ CD

☐ PEN USB

☐ Vinil

☐ CD-R

☐ MP3 (edição digital através de uma netlabel por exemplo)

☐ DVD

☐ Outro. Qual?

27) Indica a frequência utilizada para cada uma das tiragens nas edições realizadas.*

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Até 100 exemplares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entre 101 e 500 exemplares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entre 501 e 1.000 exemplares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entre 1.001 e 1.500 exemplares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mais de 1.500 exemplares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28) Indica o grau de certeza com que estarias disposto a investir em cada uma das seguintes opções de edição.

Utiliza a escala de 1 (De certeza que não) a 5 (De certeza que sim).

	1 - De certeza que não	2 - Provavelmente não	3 - Provavelmente	4 - Provavelmente sim	5 - De certeza que sim
CD	()	()	()	()	()
PEN USB	()	()	()	()	()
Página Pessoal (na internet)	()	()	()	()	()
CD-R	()	()	()	()	()
MP3 (por ex. edição através de netlabel)	()	()	()	()	()
DVD	()	()	()	()	()
Outro	()	()	()	()	()

29) Qual(is) o(s) principal(is) meio(s) de distribuição de edições que já utilizaste?

- ☐ Internet
☐ Cadeias de distribuição associadas a marcas de lojas (ex. FNAC)
☐ Empresas de distribuição
☐ Distribuição a nível pessoal
☐ Outro. Qual?

XII - CONSIDERAÇÕES FINAIS

30) Das seguintes opções (meios) indica o grau de importância que consideras que cada um(a) pode ter na divulgação do teu projecto.*

	1 - Nenhuma	2 - Pouca	3 - Mais ou menos	4 - Importante	5 – Muito Importante
Cartazes	()	()	()	()	()
Flyers (Panfletos/Folhetos)	()	()	()	()	()
Rádio	()	()	()	()	()
Jornais ou revistas	()	()	()	()	()
Redes sociais (ex. Facebook, Myspace...)	()	()	()	()	()
Blogue	()	()	()	()	()
Página pessoal	()	()	()	()	()
Sites de partilha de imagens (ex: Flickr, Picasa...)	()	()	()	()	()
Sites de partilha de videos (ex: Youtube, Vimeo...)	()	()	()	()	()
Email / newsletter	()	()	()	()	()
Videoclip	()	()	()	()	()
SMS	()	()	()	()	()

Indica que outros meios de divulgação consideras importantes que não estejam listados na questão anterior.

- 1.: _____
 2.: _____
 3.: _____
 4.: _____
 5.: _____

31) Quando é necessário um suporte gráfico para o teu projecto (ex: cartaz, capa de disco, flyers, ilustração, fotografia) com que frequência o trabalho é realizado por:

	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Às vezes	4 - Muitas vezes	5 - Sempre
Membros activos do projecto. (ex: Músicos, membros da editora ou produtora...)	()	()	()	()	()
Amigos ou conhecidos	()	()	()	()	()
Atelier ou agência	()	()	()	()	()
Profissional da área	()	()	()	()	()
Outro	()	()	()	()	()

32) Indica quais as 3 principais vantagens da utilização da Internet para divulgar projectos musicais independentes.

- 1.: _____
 2.: _____
 3.: _____

33) Indica quais as 3 principais desvantagens da utilização da Internet para divulgar projectos musicais independentes.

- 1.: _____
 2.: _____
 3.: _____

34) Indica quais as 3 principais vantagens da utilização de meios impressos para divulgar projectos musicais independentes.

- 1.: _____
 2.: _____
 3.: _____

35) Indica quais as 3 principais desvantagens da utilização de meios impressos na divulgação de projectos musicais independentes.

- 1.: _____
 2.: _____
 3.: _____

Obrigado pela tua participação!

Capítulo 4 **PARTE 4**

4.1. TÉCNICAS DE IMPRESSÃO UTILIZADAS

4.1.1. Serigrafia

A serigrafia é uma técnica de impressão que se assemelha ao *stencil*. Possibilita a impressão sobre diversos materiais e superfícies como tecido, papel, caixas, autocolantes, CDs.

A serigrafia é um processo de impressão muito directo. Pressiona-se a tinta sobre um ecrã e esta passa directamente para o suporte de impressão. A imagem atravessa a trama de seda transportando a imagem como um *stencil*. Imprime-se uma cor de cada vez e para imprimir múltiplas cores é necessário criar vários ecrãs, um para cada cor, e efectuar várias passagens de tinta.

A serigrafia pode-se considerar um processo de impressão democrático, uma vez que pode realizar em oficinas de impressão profissionais, mas também é possível fazê-lo em oficinas “Do-it-yourself”.

Muitos artistas adaptam o seu espaço de trabalho improvisando mesas de impressão, mesas de luz e tanques de lavagem. Existe também bibliografia com as instruções necessárias para a criação deste tipo de oficinas (Paparone, Dillon, & Jenison, 2008).



Figura 3 - Entrevista com Paulo Arraiano onde podem ser visualizadas imagens de uma mesa de impressão no atelier do artista - Vídeo realizado pelo investigador, disponível em <http://www.vimeo.com/25774479> (consultado em 1/8/2011)

Para imprimir em serigrafia elaborou-se uma colecção de postais para a promoção do projecto Colanimal. Os postais foram criados para serem impressos a duas cores sobre cartão reciclado

A finalidade destes postais é a distribuição em mão ou por via postal para apresentação do projecto a potenciais colaboradores (bandas, designers, ilustradores).

Considerou-se importante que numa apresentação se demonstrasse à partida as potencialidades dos processos de impressão e assim imprimiram-se quatro séries de 75 exemplares cada, perfazendo assim um total de 300 postais numerados.

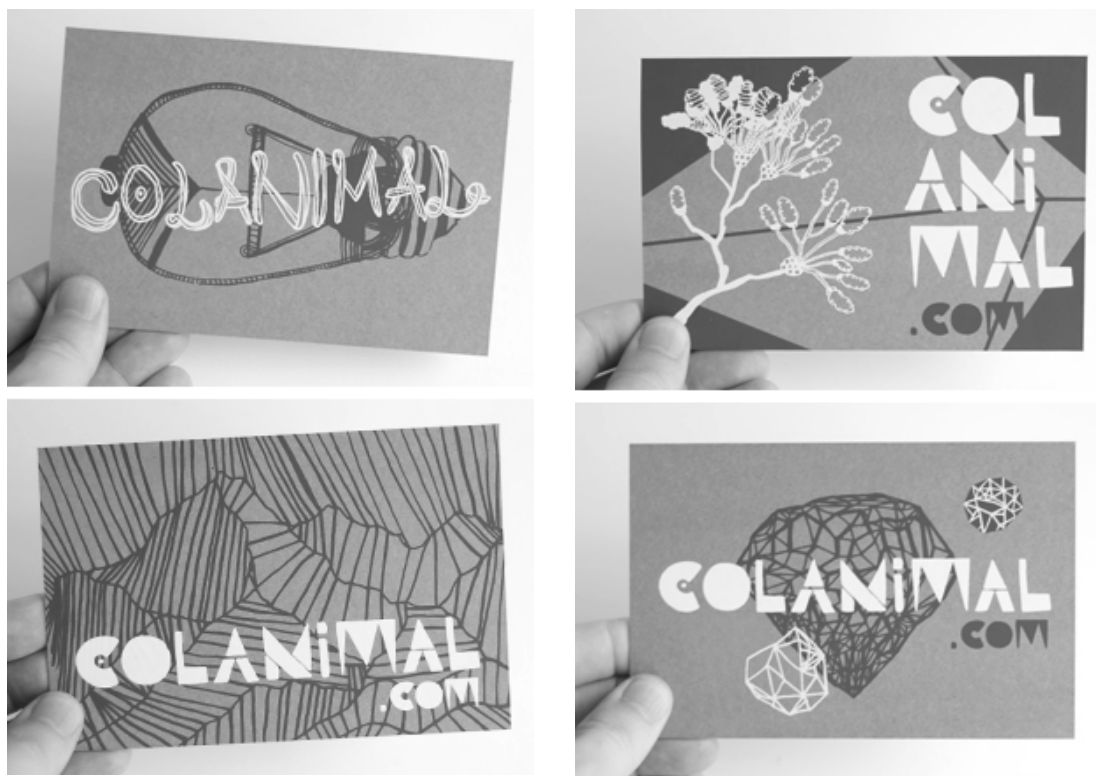


Figura 4 - Série de postais produzida em serigrafia

Todo o processo de impressão foi filmado, tendo-se editado um vídeo a explicar as diferentes fases do processo.

Em primeiro lugar apresentou-se o processo de criação dos grafismos. O desenho sobre papel, a digitalização e o tratamento informático das imagens para preparação da impressão dos fotolitos. Os fotolitos consistem numa impressão a preto sobre papel de acetato.

Seguidamente as imagens ilustram o processo de preparação do quadro¹ com emulsão fotossensível. Após a secagem da emulsão numa estufa dá-se início à exposição do ecrã à luz ultravioleta (UV).

A emulsão, quando exposta à luz endurece e a área correspondente ao desenho a negro não chega a ser exposta. Desta forma logo após a exposição o ecrã é lavado e a área que não foi iluminada é removida pela água.

Após alguns retoques com um líquido bloqueador o ecrã fica pronto para imprimir. A tinta passará através da área do desenho.

Mostra-se ainda o processo de elaboração da mistura de tintas, a impressão e a secagem. O vídeo termina com planos de cada um dos postais impressos.

¹ Um quadro consiste numa malha de tecido que é esticada sobre um caixilho de madeira ou de metal. Este tecido é permeável, permitindo a passagem da tinta. No processo da serigrafia, algumas áreas desse tecido são bloqueadas de forma a impedir a passagem da tinta. Desta forma, existem áreas do tecido que estão bloqueadas e outras que são deixadas em aberto sendo estas últimas as que vão permitir a passagem da tinta.

A um quadro preparado para imprimir chama-se ecrã.

4.1.2. Duplicação Riso

Riso é uma marca de impressoras e duplicadoras que imprimem em monocromia, a uma ou a duas cores. As duplicadoras Riso foram criadas inicialmente para utilização em escritórios e com outros fins comerciais numa altura em que a forma mais comum de copiar documentos a baixo custo era a fotocópia.

A Riso foi uma tecnologia diferenciadora uma vez que proporcionava a impressão com cores. Era indicada para a reprodução de documentos com 1 ou 2 cores em grandes quantidades, a grande velocidade e a preços reduzidos. (Riso Portugal, 2007)

Apesar de actualmente se fabricarem equipamentos que imprimem com múltiplas cores, a Riso popularizou-se pelo seu sistema de duplicação com cores directas que ficou conhecido em muitos países pelo nome da própria marca.

O processo consiste na passagem de um original em papel ou formato digital para uma folha fina de plástico denominada *master*. Este *master* é depois colocado em volta de um tambor de cor que ao rodar projecta a tinta através do *master* até ao papel a imprimir.

Normalmente as máquinas Riso têm um ou dois tambores de cor, mas é possível imprimir imagens com múltiplas cores fazendo o papel passar várias vezes pela máquina. No entanto no acerto dos registos pode apresentar algumas limitações.

As máquinas Riso, uma vez que foram desenvolvidas para utilização em escritórios, estão limitadas aos formatos A4 e A3, e a gramagem de papel máxima recomendada é 215gsm. Suporta uma grande diversidade de papéis desde que não revestidos, no entanto a aderência da tinta pode falhar.

Foram realizados testes de impressão para verificar que tipos de papéis registam os melhores resultados. No geral os papéis revestidos repelem a tinta, de forma que as impressões mesmo depois de secas libertam tinta criando manchas indesejáveis.

A tinta utilizada por estas máquinas é tinta offset e por isso os papéis para offset foram os que registaram melhores resultados.

Colocar folha RISO

O vídeo do processo de duplicação Riso possui a mesma estrutura do anterior.

Em primeiro lugar apresenta-se o processo de criação dos grafismos e a preparação dos ficheiros a imprimir.

Segue-se uma descrição visual do funcionamento da máquina que apresenta algumas semelhanças com a fotocópia e por isso focaram-se os aspectos mais concretos deste processo em particular, como a colocação do tambor de cor, a criação do *master* e a impressão

O vídeo termina com imagens do objecto impresso finalizado.

