UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO - UNAERP

CURSO DE JORNALISMO

GUSTAVO SIMÕES DA SILVA

RELATÓRIO DO PRODUTO MIDIÁTICO - CANAL DO YOUTUBE: MÚSICOS INDEPENDENTES

RIBEIRÃO PRETO
DEZEMBRO/2019

GUSTAVO SIMÕES DA SILVA

RELATÓRIO DO PRODUTO MIDIÁTICO - CANAL DO YOUTUBE: MÚSICOS INDEPENDENTES

Relatório do Produto Midiático apresentado à Universidade de Ribeirão Preto - UNAERP, como requisito final para obtenção do título de Jornalismo sob orientação da Profa. Me. Flávia Cortese Martelli.

RIBEIRÃO PRETO
DEZEMBRO/2019

Ficha catalográfica preparada pelo Centro de
Processamento Técnico da Biblioteca Central da UNAERP

- Universidade de Ribeirão Preto -

S586r

Silva, Gustavo Simões da, 1994 -
Relatório do produto midiático - canal do Youtube: músicos independentes / Gustavo Simões da Silva. – Ribeirão Preto, 2019.
41 f.: il. color.

Orientadora: Profª. Me. Flávia Cortese Martelli.

Monografia (graduação) - Universidade de Ribeirão Preto, UNAERP, Jornalismo. Ribeirão Preto, 2019.

1. Youtube. 2. Divulgação. 3. Músicos. I. Título.

CDD 070

GUSTAVO SIMÕES DA SILVA

CANTORES E COMPOSITORES INDEPENDENTES

Relatório do Produto Midiático apresentado à Universidade de Ribeirão Preto - UNAERP, como requisito final para obtenção do título de Jornalismo sob orientação da Profa. Me. Flávia Cortese Martelli.

Aprovação: ___ /___ / ___

_____

Profa. Me. Flávia Cortese Martelli
Universidade de Ribeirão Preto
Orientadora

_____

Co-orientadora: Profa. Dra. Daniela Tincani
Universidade de Ribeirão Preto
Coorientadora

Dedico este trabalho a minha família e amigos
que sempre me apoiaram e acreditaram no meu sonho.

Obrigado!

RESUMO

Segundo pesquisa realizada pela Pró-Música Brasil no ano de 2017, o mercado fonográfico digital representou cerca de 60% do consumo dos brasileiros. Esse consumo digital é ouvido e visto por meio das redes sociais, canais do Youtube e aplicativos de música. As mudanças na forma de se consumir música hoje, fizeram com que vários artistas abandonassem a produção de cd's. Essa transformação no mercado deve-se também a grande evolução tecnológica com a era dos smartphones, com acesso a áudio e vídeo de qualidade. Aproveitando essa tecnologia, grande parte dos músicos e compositores que trabalham de maneira independente, ou seja, sem depender de empresários ou de rádios para inseri-los no meio artístico, buscam nas redes sociais e na plataforma de vídeo Youtube, novas formas de divulgação de suas composições musicais. Foi a partir dessa realidade que este trabalho buscou compreender, por meio do estudo de canais no Youtube, como os músicos independentes buscam novas formas de divulgação de suas composições musicais. Além da pesquisa bibliográfica sobre o tema e sobre a plataforma de vídeo, o trabalho apoiou a criação de um Canal do Youtube, produto midiático da área da ciência do jornalismo. A proposta do trabalho foi mostrar a realidade da música independente e até que ponto o Youtube pode ajudar esses profissionais na divulgação de seus trabalhos.

Palavras-chave: Youtube. Divulgação. Músicos.

ABSTRACT

According to a survey conducted by Pró-Música Brasil in 2018, the digital recording market represents about 60% of Brazilians' consumption. This digital consumption is heard and seen through social networks, YouTube channels and music apps. As changes in the way we consume music today, artists with multiple artists abandon CD production. This transformation in the marketplace must also be a major technological evolution with the smartphone era, with access to quality audio and video. Taking advantage of this technology, most musicians and composers who use independent ways, that is, without relying on entrepreneurs or radios to insert in the media, buses on social networks and Youtube video platform, new ways of spreading their musical compositions. It was from this reality that this work sought to understand, through the study of channels on Youtube, how independent bus musicians new ways of spreading their musical compositions. In addition to the bibliographic research on the theme and the video platform, or the work supported in the creation of a Youtube channel, media product of the science of journalism. A work proposal showed the reality of independent music and to what extent on YouTube can help these professionals in publicizing their work.

Keywords: Youtube. Disclosure. Musicians.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....09
1 HISTÓRIA DO DESENVOLVIMENTO DO YOUTUBE..... 12
1.1 YOUTUBE: ANÚNCIOS E OPORTUNIDADE DE MARKETING.....14
1.2 YOUTUBE COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO AUDIOVISUAL.....16
2 MÚSICOS INDEPENDENTES E MERCADO FONOGRÁFICO.....19
2.1 MÚSICOS INDEPENDENTES.....19
2.2 MERCADO FONOGRÁFICO BRASILEIRO.....20
3 RELATO DE PRODUÇÃO E PLANEJAMENTO DO CANAL.....22
3.1 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO..... 23
3.2 ROTEIRO DE ENTREVISTAS.....25
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....26
REFERÊNCIAS.....28
ANEXOS.....31
APÊNDICES.....33

INTRODUÇÃO

Há aproximadamente 5 anos, o mercado fonográfico de uma forma geral vem ganhando espaço com vendas de músicas digitais, ou seja, enquanto havia cd's e discos de vinil que eram vendidos em livrarias e em lojas especializadas em músicas, esse meio de divulgação de trabalhos de cantores e compositores, começou a perder espaço com o aumento do acesso à internet em todo o mundo.

Uma pesquisa realizada pela Pró-Música Brasil, identificou que o mercado fonográfico digital representou no ano de 2017, 60,4% do consumo musical brasileiro, ou seja, mais da metade do consumo de músicas já é feito de maneira digital, seja pelo computador, redes sociais, Youtube ou aplicativos (pagos ou gratuitos), que fazem com que isso se torne uma tendência cada vez maior. Esses dados foram retirados dos relatórios da *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI) que revelam a grande mudança que aconteceu na forma de se consumir a música, em que os ouvintes já não esperam mais por lançamentos de discos ou álbuns como no passado e usam as diversas plataformas da internet para ter acesso a esse universo musical.

Observando esses dados, usuários das redes que são músicos, tendem a cada vez mais se incluir nesse meio de comunicação, uma vez que os custos inferiores do que se lançassem um cd, por exemplo. Umas das plataformas mais usadas por esses músicos é o Youtube, que vem ganhando cada vez mais espaço para todos, incluindo músicos independentes que não possuem tantos recursos financeiros para divulgação de seu trabalho e dessa forma não ficam dependentes de gravadoras para buscar o sucesso.

Como o Youtube vem se tornando um grande meio de divulgação de vários âmbitos, os cantores podem divulgar de forma gratuita seu conteúdo tendo apenas uma conta no Google e a partir disso fazer a postagem de suas músicas e até mesmo de videoclipes, que são gravados por produtores de vídeo, e atingir em pouco tempo milhões de pessoas. "Seguindo essa perspectiva, compreendemos que o Youtube abrange tanto profissionais do mercado de trabalho audiovisual, que perceberam no site uma possibilidade de divulgação." (BERNARDAZZI; HELENA; COSTA; 2017, p.07).

Com a mudança cultural que o Youtube proporcionou, ele abrange bilhões de usuários no universo conhecido como ciberespaço.

> A sociedade atual se mostra cada vez mais imersa no ambiente conhecido como ciberespaço, onde informação e interação interpessoal através de tecnologias, principalmente aparelhos portáteis como smartphones, netbooks, tablets, entre outros se tornam itens essenciais para o uso das plataformas online. (BERNARDAZZI; HELENA; COSTA; 2017, p.12).

O produto midiático visa compreender como o Youtube ajuda a promover e auxiliar os cantores e compositores que trabalham de maneira independente, sem ter tantos recursos financeiros para divulgação de suas músicas, porém com grandes possibilidades de tecnologia audiovisual que a plataforma oferece, se consegue chegar a milhões de pessoas através da tela de um celular. Os vídeos mostraram as possibilidades que o Youtube oferece para esses artistas independentes e se é possível ou não se destacar em um mercado onde se depende muito dos trabalhos das gravadoras e rádios que são as empresas que mais lucram nos trabalhos realizados por esses músicos.

Após a conclusão das entrevistas que foram gravadas em vídeo, criou-se um canal no Youtube para a divulgação dessas entrevistas com os músicos. Durante a entrevista, eles poderam contribuir com a pesquisa esclarecendo a maneira de como utilizam as redes sociais e também o Youtube como forma de divulgar suas músicas e seus trabalhos, podendo abordar desde como são suas ações perante ao público, que nas redes há um contato muito maior com seus ídolos, justificando o porquê usam o Youtube para divulgação.

Nesse processo para relatar as experiências desses músicos foi realizada uma pesquisa bibliográfica para entender as possibilidades da ferramenta do Youtube e um breve histórico da rede para compreender de que forma ele pode contribuir para a divulgação do trabalho dos músicos.

> Pesquisa bibliográfica, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores. (DUARTE; BARROS, 2017, p. 51).

Na pesquisa bibliográfica, foi feito o levantamento de algumas possibilidades que permitem que seja feito uma pesquisa mais aprofundada do tema. Segundo Duarte Barros (2017), devemos selecionar nossas fontes e realizar pesquisas em: bibliografias especializadas, índices com resumo, portais, resumos de teses e dissertações, catálogos de bibliotecas e catálogos editoriais.

Houve também entrevistas em profundidade com os artistas para compreender na prática de qual forma eles utilizam a rede para conquistar fãs e seguidores e como pretendem atingir o tão sonhado sucesso nesse meio que é tão concorrido.

> A entrevista em profundidade é uma técnica dinâmica e flexível, útil para apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido. (DUARTE, 2017, p. 64).

O modelo de entrevista a ser utilizado, será a entrevista semi-aberta. "A lista de questões desse modelo tem origem no problema de pesquisa e busca tratar da amplitude do tema, apresentando cada pergunta da forma mais aberta possível." (DUARTE, 2017, p. 66).

Segundo o autor Duarte (2017), ao se fazer cada pergunta ao entrevistado, devemos explorar ao máximo e obter o maior número de respostas possíveis. Após isso é que devemos passar para a próxima questão, onde podemos ir aprofundando o tema de acordo com a resposta do entrevistado.

Além de compreender a forma de publicar o trabalho desses músicos, a pesquisa também visa trazer para outros profissionais do mesmo ramo, como eles podem usufruir dessa rede mundial de vídeos para deixar seus trabalhos mais atrativos e obter mais sucesso nesse mercado da música.

Após abordar e trazer uma breve síntese, a pesquisa foi desenvolvida em 3 capítulos: 1. História do desenvolvimento do Youtube; 2. Contextualização do tema: Músicos Independentes e Mercado Fonográfico; 3. Relato de produção e Planejamento do Canal.

Com a praticidade de gravar vídeos até pelo smartphone, podemos entender que a produção de conteúdo audiovisual se tornou mais prática do que quando surgiu o Youtube no ano de 2005. A pesquisa visa entender se com tanta praticidade, os horizontes se abrem para músicos e cantores independentes que buscam seu espaço no mercado fonográfico.

HISTÓRIA DO DESENVOLVIMENTO DO YOUTUBE

O Youtube é conhecido e utilizado em todo o mundo como a maior plataforma de vídeos, e sem dúvida, a grande disseminação dessa ferramenta de produção de conteúdo se deve muito a tecnologia que foi desenvolvida ao longo das últimas décadas. Atualmente é possível produzir esse conteúdo diretamente do smartphone e em alguns minutos publicar na plataforma para que todo mundo assista e fiquem conectados, tão longe e tão perto ao mesmo tempo.

Porém, quando foi lançado, no ano de 2005, não havia tanta tecnologia disponível e o Youtube ainda caminhava lentamente se comparado ao desenvolvimento que houve há cerca de 10 anos. Apesar de todo sucesso e bilhões de visualizações que a plataforma tem, nem sempre foi assim. Segundo Bernardazzi (2017), após o lançamento da plataforma pelos ex-funcionários do Paypal[1], Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, se tornou popular apenas quando a empresa Google comprou pelo valor de 1,65 bilhão de dólares no ano de 2006. Ainda segundo a autora, o site se tornou um dos sites que obteve mais acesso desde então, com cerca de 85 milhões de vídeos publicados.

Com o passar dos anos, os vídeos foram aumentando em grande proporção e com isso o Youtube acabou se transformando não somente em mais um site de *upload*[2] de vídeos e sim em um grande meio de comunicação.

> Novas ferramentas, acessórios e instrumentos são incorporados e continuamente somos modificados por eles, na medida em que precisamos nos adaptar e reconhecer essas novas formas de comunicação. (QUEIROZ, 2015, p. 01)

Atualmente não é nenhum exagero dizer que todo mundo produz vídeo, já que além do Youtube, as redes sociais também utilizam o formato audiovisual para compartilhar conteúdo, seja para vendas, marketing, entretenimento ou entres outros nichos que possibilitam a criação de vídeos.

Todavia, é preciso entender que a multiplicação de serviços de distribuição e compartilhamento de mídias disponíveis na Internet, permitiram que milhares de pessoas tivessem acesso a diversos produtos, pois transformou as pessoas em seres multimídia. (QUEIROZ, 2015).

---

[1] Site de compras e pagamentos on-line.
[2] Segundo o dicionário Aurélio, Upload é a ação de enviar um arquivo para um computador remoto.

Com esse avanço audiovisual, também surgiram os serviços de multiplataforma, que faz com que veículos queiram estar presentes no maior número de redes, e uma delas é o Youtube. "Estamos paulatinamente caminhando para um contexto de imersão midiática onde há o fluxo de áudio, vídeo, texto, fotos e gráficos em vários suportes que nos acompanham durante o dia." (PELLANDA, 2003, p. 03).

Segundo Burgess e Green (2009), além de todas as redes em que é possível postar conteúdo audiovisual, o Youtube mudou a maneira dos receptores ou ouvintes absorverem o conteúdo que é inserido. Ainda segundo os autores (2009), estamos em um momento de tanta tecnologia, relacionada à produção de conteúdo audiovisual, que não devemos esperar surgir mais plataformas diferentes como um próximo Youtube, Twitter ou Facebook, mas sim devemos compreender o que essas ferramentas, que já possuímos, são capazes de fazer e o que elas farão futuramente.

Com as mudanças que aconteceram ao longo do tempo, desde a geração da TV, até a comunicação que é feita de forma on-line através do Youtube, houve algumas mudanças na linguagem, ou seja, no formato de se comunicar com o receptor.

> Foi o que aconteceu quando a televisão surgiu e aproveitou a linguagem e formatos praticados pelo cinema e o rádio para elaborar a sua própria linguagem. Processo semelhante pode ser observado com o desenvolvimento das mídias digitais, onde a narrativa para as novas mídias incorpora elementos da linguagem de outros meios e formas de expressão, como a TV analógica, o rádio, o teatro, a literatura, o cinema, dentre outros. (CASTRO; FREITAS, 2010, p. 02).

Ainda segundo os autores (2010), há uma diferenciação de público, entre aqueles que preferem o conteúdo audiovisual que é transmitido pela TV e o público que participa do meio audiovisual multimídia, sendo um público que possui uma relação não-linear com a imagem.

Além de todas essas transformações, podemos entender que o Youtube permite ao receptor da mensagem se relacionar com o emissor. Já que o chamado Youtuber[3] ao produzir vídeos para seu canal, tem a possibilidade de receber o feedback da sua audiência.

> O produtor de conteúdo não é apenas um emissor da mensagem, ele está em contato direto com os espectadores. Assim, a relação no Youtube é uma relação dialogada, em que produtor e consumidor de conteúdo transmitam entre seus títulos e se veem intrinsecamente relacionados. (BERNARDAZZI, 2017, p. 13 - 14).

[3] Indivíduo que produz conteúdo para seu canal do Youtube.

Sendo reconhecido como grande ferramenta de comunicação de massa, o próprio slogan do Youtube, mostra que seu formato de produção é livre. "Atualmente, o slogan do site é "broadcast yourself", ou seja, como "transmita-se", demonstrando a mudança de uma plataforma de armazenamento para uma ferramenta de expressão pessoal" (QUEIROZ, 2015, p. 2).

Após o crescimento do Youtube, o meio da comunicação passou a entendê-lo como um grande meio de comunicação, deixando de explorar somente o que era produzido na plataforma, mas também explorar as mudanças culturais e as mudanças de comunicação que ele trouxe. (CORUJA, 2017).

Já podemos compreender, que desde sua criação o Youtube mudou muito, e agora já faz parte da rotina das pessoas, sejam as que trabalham com comunicação ou as que buscam na plataforma uma maneira de aprender ou ter um entretenimento. "Quer você o ame, quer você o odeie, o Youtube agora faz parte do cenário da mídia de massa e é uma força a ser levada em consideração no contexto da cultura popular contemporânea." (BURGESS; GREEN, 2009, p. 8).

Houve algumas mudanças na comunicação desde quando o Youtube foi criado até os dias de hoje. Esse capítulo contribui para a pesquisa dando essa ênfase, mostrando no que era somente uma rede de compartilhamento de vídeos, se transformou em um grande meio de comunicação de massa mundial.

1.1 YOUTUBE: ANÚNCIOS E OPORTUNIDADE DE MARKETING

Dentro do Youtube, os vídeos são divididos em várias categorias, possibilitando assim uma facilidade maior de encontrar vídeos específicos para cada público.

> Os vídeos são classificados com várias categorias, como de autos e veículos, comédia, entretenimento, filme e animação, máquinas e jogos, instrução e treinamento, música, notícias e política, pessoas e blogs, animais, esportes, viagens e lugares. (QUEIROZ, 2015, p. 2).

Apesar da plataforma ter sido criada para o usuário comum, ela é utilizada por várias pessoas com intuitos diferentes, desde o entretenimento até o uso comercial. "Mesmo tendo uma proposta de se uma ferramenta voltada ao usuário comum, na atualidade, a plataforma compreende diversos tipos de participantes, ou seja, usuários que fazem usos distintos da ferramenta." (QUEIROZ, 2015, p. 2).

Com a acessibilidade de produzir conteúdo para bilhões de pessoas em poucos segundos, começa a surgir ideias de usar o Youtube como um meio de publicidade para encontrar o público alvo na internet. Segundo Almeida e Cruz (2008), os profissionais de marketing enxergam o Youtube como um veículo inovador e atrativo para conseguir aumentar suas vendas, se conectar com o público alvo e ampliar a exposição da marca de uma forma diferente da tradicional.

Para Tessmann (2015), não usar o Youtube como uma forma de publicidade é a mesma coisa que perder o alcance ao seu público alvo e oportunidades de conseguir novos clientes. Ainda segundo o autor (2015), há três tipos de anúncios dentro da plataforma. O anúncio de texto que aparece na tela na parte inferior quando o vídeo é reproduzido. O anúncio em gráficos, que aparece em qualquer página da rede, desde que o dono do canal permita os anúncios. Anúncios em vídeos, onde pode aparecer, antes, durante ou depois da reprodução do vídeo.

Alguns anunciantes da plataforma também fazem seus anúncios de uma forma diferente, não somente com a publicidade nos vídeos. "Em alguns casos, eles exibem publicidade em vídeo, mas também patrocinam concursos, criando canais de marca e acrescentando seu próprio conteúdo original ao site." (ALMEIDA; CRUZ, 2008, p.6).

Para Amaral (2017), os anunciantes da plataforma devem observar os anúncios que são feitos na inserção dos vídeos para que se atinja o objetivo esperado e verificar a performance que está sendo atingida, para assim conseguir realizar ajustes se necessário e obter o melhor resultado possível com os anúncios.

Segundo Tessmann (2015), há uma grande vantagem de fazer anúncios no Youtube, pois possui um grande tráfego sendo um dos sites mais acessados do Brasil, há a possibilidade de segmentar anúncios e o anunciante pode escolher os horários de exibição de seus anúncios.

Além do anúncio feito de forma tradicional, há a possibilidade de construir parcerias dentro do Youtube. "Há muitas outras formas para usuários, parceiros e anunciantes se beneficiarem da relação com os milhões de pessoas que formam a maior comunidade de vídeos on-line do mundo, como o Programa de Parcerias e o YouTube Insight[4]." (ALMEIDA; CRUZ, 2008, p.6).

Para Amaral (2017), o Youtube é um grande meio para fazer anúncios, engajando o seu público e gerar novas oportunidades.

---

[4] É uma ferramenta gratuita que permite a qualquer pessoa com uma conta do YouTube - usuários, parceiros ou anunciantes – visualizar estatísticas detalhadas sobre os vídeos enviados ao site, que lhes oferece um vislumbre sobre tendências de audiência em termos cronológicos e demográficos. (ALMEIDA; CRUZ, 2008, p.7).

Nesse capítulo é possível compreender a relação que existe dos vídeos e os anúncios que são feitos no Youtube. Com o envolvimento das marcas, podem colaborar para a divulgação dos vídeos dependendo dos resultados e das métricas a serem alcançadas, tanto pelo usuário, quanto pelo anunciante.

1.2 YOUTUBE COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO AUDIOVISUAL

A plataforma Youtube, não se trata de um "depósito" de vídeos, mas uma ferramenta de compartilhamento de vídeos. Segundo Montaño (2015), o site disponibiliza várias opções para que o usuário esteja cada vez mais inserido na plataforma. Para a autora (2015), há múltiplas faces, já que é disponibilizado a opção de assistir vídeos relacionados e encaminhar o vídeo assistido para outros usuários. A autora denomina um modo de interfacear a plataforma e o usuário, já que está é uma maneira bem diferente de comunicação em relação a outras plataformas audiovisuais. Uma vantagem da plataforma, é não ter a necessidade de obter um grande conhecimento na formação audiovisual.

> Os YouTubers não tem obrigação de ter ou de obter uma formação na área audiovisual, podendo ter pouco conhecimento técnico sobre o processo de trabalho dos profissionais envolvidos em produções de vídeo ou, em oposição a isso, já serem profissionais do meio audiovisual, mas que encontram no YouTube como um espaço para divulgação de seu trabalho ou para desfrutarem de uma liberdade criativa. (BERNARDAZZI, 2016, p. 2).

Uma das ferramentas mais utilizadas que a plataforma possui é o estúdio de criação. Segundo Montaño (2015), é nesta ferramenta que o Youtuber consegue elaborar a produção de seus vídeos e não apenas enviá-los. Ainda segunda a autora, dentro dessa ferramenta o usuário recebe dicas relacionadas a monetização de seus vídeos, como construir seu público e passa a se tornar um usuário profissional do vídeo.

Dentro desse meio de produção audiovisual que os usuários ou Youtubers estão inseridos, se levanta a questão de como produzir esse conteúdo a ser divulgado. "Quando se pretende transmitir algum acontecimento o interessante é pensar qual é a linguagem mais adequada para o fato" (PELLANDA, 2003, p. 4). Apesar de todo o conteúdo que será produzido ser divulgado como um produto audiovisual, deve-se pensar em que formato produzir, já que há muitas possibilidades no mercado atual. Ainda segundo Pellanda (2003), com a convergência de mídias, há possiblidade de produzir o conteúdo com narrações para simular os fatos acontecidos em animação 3D, caso a demanda necessite ser dessa forma;

claro que isso depende do transmissor e receptor, fazendo no formato para a mídia que mais agrade o público.

Desta forma, conseguimos entender que a plataforma consegue abranger toda variedade de usuário e de público.

> Seguindo essa perspectiva, compreendemos que o Youtube abrange tanto profissionais do mercado de trabalho audiovisual, que perceberam no site uma possibilidade de divulgação, quanto aos usuários que têm conhecimentos básicos de produção audiovisual. (BERNARDAZZI, 2017, p. 7).

Com a possiblidade de fazer o conteúdo audiovisual de várias formas (sendo profissional ou não), o Youtube acaba realizando uma inclusão de pessoas em uma única plataforma. "A verdade é que, através dele, cada participante modela coletivamente o site como um sistema cultural dinâmico, que, a partir de uma possibilidade técnica, torna-se um artefato da cultura participativa." (QUEIROZ, 2015, p. 2).

Dentro dos profissionais de vídeo, segundo Bernardazzi (2017), alguns repórteres do jornalismo on-line, já utilizam o produto vídeo como uma ferramenta para registrar imagens e vídeos que sirvam para complementar a matéria jornalística. Para a autora, o profissional videomaker[5], é um profissional multi-função, já que ele se torna responsável desde a criação do roteiro dos vídeos até sua edição e finalização.

Segundo Meili (2011), ainda no ano de 2006, quando a empresa Youtube foi adquirida pela empresa Google, o site já possuía cerca de 46% do mercado de vídeos que circulava pela internet. Ainda segundo a autora, o site procurava encontrar um modelo de negócio eficiente para abrir espaço para o marketing. "Deste modo, o Youtube passou a ser utilizado para praticamente todo tipo de divulgação, quais sejam: marketing comercial, marketing pessoal, propagandas políticas, programas de televisão etc." (QUEIROZ, 2015, p. 2).

Com a oportunidade de fazer crescer o mercado da propaganda dentro da plataforma, o Youtube começa a ser visto de maneira diferente.

> É entendido de vários modos: como plataforma de distribuição que pode popularizar em muito os produtos da mídia comercial, desafiando o alcance promocional que a mídia de massa está acostumada a monopolizar e, ao mesmo tempo, como uma plataforma para conteúdos criados por usuários na qual desafios à cultura comercial popular podem surgir. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 18)

---

[5] Profissional que se dedica à atividade criativa, utilizando o vídeo.

Nesse capítulo o Youtube é visto como uma grande forma de interação entre a plataforma e o usuário, dando a possibilidade de usar mais recursos, ao contrário de outras plataformas audiovisuais. O Youtube é visto como um grande meio de comunicação, integrando além de usuários comuns que usam a plataforma para o entretenimento, também usuários como jornalistas que usam os vídeos para produzir conteúdo de informação para seu público alvo.

MÚSICOS INDEPENDENTES E O MERCADO FONOGRÁFICO

Nesse capítulo pretende-se contextualizar o tema que foi abordado no Canal do Youtube sobre o trabalho de músicos independentes e a o cenário do mercado fonográfico brasileiro. Para Vicente (2005), no artigo A Música Independente no Brasil: Uma reflexão, o disco de Antônio Adolfo do ano de 1977, foi um dos pioneiros no cenário musical independente.

> Isso se deve ao fato de que, a partir de seu lançamento, verificou se, pela primeira vez, a formação de uma cena musical autônoma e razoavelmente articulada. Entendo que o processo de reorganização por que então passava a indústria fonográfica no país possa ser apontado como o principal fator a motivar essa opção pela produção independente. (VICENTE, 2005, p. 1)

Ainda segundo o autor (2006), no artigo A vez dos independentes: um olhar sobre a produção musical independente do país, apesar do lançamento do disco tendo sido denominado como "Feito em casa" e o marco que foi para a época, também havia uma lei de incentivo chamada Disco é Cultura, na qual as empresas podiam abater em seus impostos a circulação de mercadorias e artistas residentes no país.

2.1 MÚSICOS INDEPENDENTES

Apesar desse início da produção artística nos anos 70, quando chegou a década de 80, houve mudanças nesse mercado, já que devido à crise econômica e o mercado musical independente foi perdendo espaço.

> A indústria aumenta sua seletividade, racionaliza sua atuação, reduz os seus elencos e passa a marginalizar artistas menos imbuídos de sua lógica ou não classificáveis dentro dos segmentos de mercado que passa a privilegiar basicamente o rock, a música romântica e a música infantil. (VICENTE, 2005, p. 2).

Para os autores Côrtes et al. (2010), o músico independente pode ser comparado a um empreendedor que possui uma empresa. Assim como uma empresa se cerca de profissionais para garantir lucros em seu mercado de atuação, o músico também deve se cercar de pessoas que possam ser seus parceiros na construção de sua carreira.

Ainda segundo os autores, o músico deve ter conhecimento sobre outras ferramentas, que não fazem parte de seu trabalho musical, mas sim ferramentas de gerenciamento de carreira, sendo elas finanças, fluxo de caixa e contabilidade. Onde de uma certa forma, os músicos além da sua profissão artística, tendem a terem noções básicas de administração e empreendedorismo, uma vez em que ele atua de forma independente.

2.2 MERCADO FONOGRÁFICO BRASILEIRO

Segundo Delmiro (2001), o aparelho criado por Thomas Edson, denominado de fonógrafo, foi exposto no país na cidade de Porto Alegre no ano de 1879. Após isso, já no ano de 1889, o filho mais novo da Princesa Isabel, foi o primeiro brasileiro a ter sua voz gravada interpretando uma música.

Ainda segundo o autor (2001), em 1967 foi promulgada uma lei que ajudaria o mercado, obrigando as gravadoras a inserirem o ICMS[6], pois alguns discos eram internacionais, com gravações nacionais, gerando assim o ICMS, onde as gravadoras ainda deveriam colocar um selo nos discos com a frase "Disco é Cultura".

Com o passar dos anos e a evolução tecnológica, surgiu um novo modelo de negócio para o mercado musical, mesclado ainda com o entretenimento.

> Desde o ano de 2008, tem-se apontado a música digital como uma promessa para salvar um mercado de música gravada em crise.1 Hoje, os diversos modelos de negócio da música digital – em especial a venda direta de música e o acesso em diversos tipos de sites de streaming[7] – possuem uma importância crucial nos desdobramentos do mercado. (CRUZ, 2016, p. 1).

Para De Marchi (2006), apesar do crescimento das gravadoras e dos conteúdos musicais, a tecnologia foi uma grande aliada dos músicos independentes, pois eles passam a não depender mais totalmente das gravadoras para produzirem suas próprias músicas. " Isso significa que não apenas aumentou a quantidade de músicas produzidas como também que as grandes gravadoras não podem ser mais a única via de acesso ao mercado musical." (DE MARCHI, 2006, p. 8).

---

[6] ICMS é a sigla de Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação.

[7] O serviço de streaming se caracteriza por ser um espaço onde o usuário consegue acessar certos tipos de produtos culturais (como música ou vídeos) sem precisar realizar um download do arquivo executado. Neste sentido, o produto só será executado se o usuário estiver conectado à internet e ao serviço executante. (CRUZ, 2016, p.1).

Para Cruz (2016), além da influência dos meios digitais para a distribuição de músicas, eles podem auxiliar e promover cantores e compositores, abrindo um leque maior de oportunidades.

> Essas opções, em diversos casos, apresentam novos tipos de relação entre o mercado fonográfico e o público consumidor e entre os atores do mercado musical e apresentam ainda modos inovadores de fruição musical, de forma legal e diversificada. (CRUZ, 2016, p. 2).

Esse breve histórico sobre o início da música independente no Brasil, aborda como tudo começou mostrando que muito tempo antes do surgimento das grandes gravadoras, a música independente já caminhava, porém a passos lentos, mas que séculos depois continuaria, dessa vez se aproveitando das novas tecnologias, que o mercado independente ganhou força, principalmente os serviços de streaming e a internet de forma geral.

RELATO DE PRODUÇÃO E PLANEJAMENTO DO CANAL

A escolha por criar um canal do Youtube como produto midiático para o TCC foi uma mudança um pouco radical, já que a ideia inicial era produzir um documentário tendo como tema cuidados paliativos, assunto que sempre me atraiu e que já havia inclusive produzido uma pauta na disciplina de Telejornalismo I, no Projeto Lente Aberta. Mas depois de conversar com minha orientadora, percebi a complexidade que seria tratar dessa temática em um documentário e, além disso, realizar a produção sozinho poderia inviabilizar o projeto.

Conforme sugerido, busquei um novo objeto de estudo que me atraísse e que estivesse próximo ao meu universo. Escolhi então, depois de várias pesquisas, produzir algo relacionado com a música e sua divulgação de forma independente. Por que a música? Porque também sou músico e busquei compreender neste trabalho, a realidade de músicos independentes nas redes sociais. Confesso que também fiz algumas incursões nas redes sociais como músico e isso sempre que atraiu, por isso, vi nesta oportunidade uma forma de me aprofundar na temática e compreender também a realidade do mercado fonográfico.

Além de mudar a temática, resolvi mudar também o produto midiático no meu TCC e escolhi criar um canal no Youtube.

Para quem já trabalha no meio televisivo ou propriamente com Youtube, pode-se acreditar que seja algo simples, criar perguntas, fazer o roteiro e gravações, editar os vídeos, enfim, todo o processo que envolve o trabalho audiovisual em uma entrevista. Tenho que confessar, que apesar da minha experiência com gravações e edições em vídeo, ser protagonista de um canal do Youtube foi um grande desafio. A minha maior dificuldade foi aparecer em frente a câmera, parecia que nada "combinava", ora era a roupa ou cabelo. A aparência no vídeo foi algo que me incomodou bastante e também a forma de expressar e narrar as informações foram alvo de muita autocrítica. Idealizar cada cenário de gravação e estruturar o formato de cada vídeo também exigiram grande esforço de planejamento.

O que me ajudou também foram alguns tutoriais que encontrei na internet. Passando pelo feed do Facebook, encontrei um vídeo de uma página de uma escola de audiovisual[8] que há muito tempo sigo nas plataformas digitais, e nesse vídeo, um dos professores da escola disse a seguinte frase para quem tinha dificuldades em produzir vídeos: "Você tem dificuldade ou medo de produzir seu primeiro vídeo? Faça ele da melhor maneira que puder, seja com celular ou com uma câmera, caso não goste do resultado, fique tranquilo, afinal o

[8] OZI Escola de Audiovisual - https://www.facebook.com/oziaudiovisual/?ref=br_rs

primeiro vídeo já foi feito, agora é ir para o segundo vídeo e continuar produzindo. Quanto mais praticamos, mais evoluímos". A partir desse dia comecei a gravar meus primeiros vídeos diretamente para a câmera. Por serem os primeiros vídeos que fiz nesse formato, não gostei muito do resultado e, por isso, estão trancados a sete chaves. Mas continuei treinando e fui adquirindo um pouco mais de experiência e menos medo de falar para uma câmera.

Apesar dessas dificuldades e de toda insegurança enfrente às câmeras e para o público, fechei os olhos para tudo isso, câmeras, cenários, pessoas ao redor que paravam para assistir a entrevista e resolvi me jogar nesse projeto, de tal maneira que me sentisse a vontade, independentemente de onde estivesse gravando, com quem estivesse e as perguntas que fossem ser feitas. O resultado do trabalho foram dois vídeos com compositores e músicos independentes da região de Ribeirão Preto. Gostaria de aproveitar o espaço para expressar meus sinceros agradecimentos a todos os professores do curso, especialmente a minha orientadora Flávia Cortese Martelli, a professora Daniela Pereira Tincani e a todos os técnicos audiovisuais do curso de jornalismo e da TV Unaerp.

3.1 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Neste Projeto, foi criado um canal no Youtube, que além de revelar o mercado independente, também ajudar os músicos na divulgação de seus trabalhos autorais em formato audiovisual. O Canal foi realizado em um formato de "talk-show", com um entrevistador abordando os entrevistados, que foram músicos independentes, para o público conhecer a trajetória musical de cada um, mostrando dificuldades e conquistas.

Antes do encerramento da entrevista, fizemos um quadro chamado "E se?", no qual cada entrevistado responderá perguntas relacionadas a sua carreira e até algumas perguntas pessoais como: E se você não fosse músico? E se não houvesse a internet para divulgar seu trabalho?

Ao final de cada entrevista, foi realizada a gravação de um clipe do cantor e/ou compositor interpretando alguma canção de sua autoria, frisando novamente a oportunidade de divulgação e visualizações que o músico terá, tanto com a entrevista, tanto para a gravação do vídeo de sua música. Foram gravados dois vídeos de cerca de dez minutos de duração.

Apesar do Youtube não possuir uma "regra" de estilo de gravações, na produção dos vídeos do Canal, foram usadas três câmeras, para além de captar imagens de um plano aberto para aparecer o entrevistado e o entrevistador, outra para focar o entrevistado e outra para o entrevistador. Para a captação de áudio foram usados dois microfones, já que as gravações

foram realizadas em local aberto, onde há possibilidade de vento e para que o áudio fique com qualidade.

“Músicos Independentes” é o nome do Canal, que tem a logo personalizada com elementos relacionados à música. A imagem base da logo simboliza uma palheta, muito usada em instrumentos de cordas como guitarra e violão; ao centro há um símbolo de "play", no qual faz relação com a música e ao próprio Youtube como uma plataforma de vídeos.

Figura 1 – Logomarca do canal “Músicos Independentes”

Fonte: Logomarca de autoria própria

Após decidir sobre o tema do Canal, a próxima etapa foi criar a logo, para que tivesse uma identidade visual. Dessa forma, resolvi fazer algo que tivesse relação com a música e ao mesmo tempo, que remetesse às redes sociais.

Não foi fácil encontrar a marca do Canal que tivesse os ingredientes pretendidos, foram necessários vários testes. Depois de muita pesquisa, criei a logo final, tendo como base a imagem de uma palheta, acessório muito utilizado por músicos que tocam instrumentos de cordas, como violão e guitarra. Assim, uma parte da proposta do projeto estava sendo cumprida. Vale ainda ressaltar que o desenho no meio da palheta faz referência ao símbolo de play"[9], já que em todas as redes utilizadas pelos músicos, para divulgação dos trabalhos, os vídeos são prioridade.

[9] Segundo dicionário Aurélio, ato de começar, iniciar. Na música, play significa iniciar a música, reproduzi-la.

3.2 ROTEIRO DE ENTREVISTAS

Foram realizadas duas entrevistas com a média de duração de doze minutos cada. A entrevista com o cantor e compositor Denis Lima foi gravada no parque ecológico de Cravinhos, no dia 01 de setembro de 2019. Já a entrevista com o cantor e compositor Kenyo Alves da dupla "Kenyo e Kauan" foi realizada no campus da Unaerp no dia 23 de setembro de 2019.

Perguntas realizadas aos entrevistados

Como foi o início da sua carreira como músico?
Qual música que mais fez/faz mais sucesso entre seus ouvintes?
Quais artistas você se inspira?
Pedir ao músico para tocar alguma música de sua autoria ou de algum artista que ele se inspire.
Há quanto tempo você utiliza Youtube/Facebook para divulgação do seu trabalho?
Como é feita a gravação de seus vídeos?
Qual é o resultado que a plataforma te proporciona?

Quadro "E se"
E se você não fosse músico?
Se não fosse as mídias digitais como Youtube e Facebook como seria a divulgação do seu trabalho como músico?

No encerramento da entrevista foi gravado um vídeo do cantor interpretando alguma de suas composições e dessa maneira ajuda-los na divulgação de suas músicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente produto midiático, realizou um canal no Youtube com o título "Músicos Independentes". O produto abordou a maneira de como as redes sociais e o próprio Youtube pode ajudar músicos independentes a desenvolverem e a divulgarem suas músicas, composições... enfim, todo os trabalhos realizados por eles. Dessa forma a criação do canal "Músicos Independentes" também propôs a realizar entrevistas para colaborar na divulgação dos músicos que são entrevistados no canal.

O tema abordado durante o processo de desenvolvimento do produto midiático, é de fundamental importância para todos os meios, seja ele acadêmico ou para a sociedade, visto que, há uma grande quantidade de músicos que estão adotando a prática de usarem as redes sociais, especificamente, Youtube, Facebook e Instagram para divulgarem suas músicas e composições. Quem não participa ativamente do meio da música, talvez possa acreditar que essa mudança de comportamento dos músicos é apenas mais uma vantagem da tecnologia, já que ela abre portas para todos os lados. Porém ao olhar dos músicos, nesse caso os independentes, é de fundamental importância as mudanças que a internet e as redes sociais causaram dentro de seus ambientes, fazendo com que suas músicas e composições pudessem ser vistas pelo mundo todo e praticamente não terem gastos absurdos para tal.

Como resultado, analisando os vídeos que foram produzidos com os cantores Denis Lima e com Kenyo Alves, pudemos perceber o quanto à internet contribui para a realização de seus trabalhos e do alcance que se obtém. Durante a entrevista, no momento em que os entrevistados foram questionados se atualmente vale mais a pena ser um músico independente ou não, a resposta de ambos os entrevistados foram que sim, vale mais a pena ser um músico independente. Segundo eles, principalmente por conta dos altos custos e pelo fato de todo seu trabalho depender somente de si mesmo, isso facilita muito, do que se fosse de forma contrária. Para eles, antigamente a forma de se promoverem no mercado fonográfico era mais complexa onde não havia tanta abertura das gravadoras e do próprio mercado para que tivessem oportunidades aos músicos que trabalhavam de forma independente. Ainda segundo Kenyou Alves, antigamente eram as gravadoras que ditavam o que seria ou não tocado. Já nos dias atuais, com o próprio celular já possível fazer gravações de composições próprias e em poucos segundos colocar nas redes sociais e no Youtube e em pouco tempo milhares de pessoas já tem acesso a esse conteúdo.

Após serem realizadas as entrevistas e a compreensão da maneira em que a internet consegue promover esses artistas independentes, podemos concluir que os objetivos da pesquisa foram atingidos. Concluímos que a internet veio para dar uma revolucionada nesse mercado da música independente.

De acordo com nossos entrevistados, algumas dúvidas que foram citadas no problema de pesquisa, puderam ser esclarecidas. Um dos pontos mais importantes foi a questão de como os músicos utilizam as redes sociais para a divulgação de seus trabalhos. Para ambos os entrevistados ela é de fundamental importância. Não só a internet, mas também a possibilidade de realizar gravação de suas músicas através de seus smartphones e logo em seguida já poderem publicar em suas redes sociais, lembrando que para isso eles não gastam praticamente nada, se comparado aos formatos anteriores, em eles dependiam de empresários e gravadoras para realizarem e divulgarem seu trabalho. Durante a entrevista também pudemos obter um outro resultado, que foi citado pelos artistas ao afirmarem de que as redes sociais são a principal ferramenta de divulgação de suas músicas e a forma mais fácil que as pessoas encontram para contratar entrarem em contato e contratarem seus shows.

Com a realização desse produto midiático podemos mostrar para a sociedade que a internet veio para facilitar a vida das pessoas de uma forma bem geral, e aproveitando tantos recursos e as facilidades que ela nos dispõe, os músicos também pegam carona nesses recursos e se aproveitam para utilizar essa ferramenta para simplificar seus trabalhos. Utilizam seus smartphones para gravarem seus vídeos, suas composições e a internet para divulgar.

Esse produto também pode ser desenvolvido mais adiante, já que o canal tem como nome Músicos independentes, há também a possibilidade de ouvirmos o lado contrário da história, visto que talvez não sejam todos os músicos que são independentes que utilizam a internet como forma de divulgação de suas músicas.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Thalita Knupp; CRUZ, Eduardo Picanço. O uso do Youtube como ferramenta comercial: o caso do Magazine Luiza. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, n. 3, set. 2008. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/pca/article/view/11060/7855>. Acesso em: 20 de mai. 2019.

AMARAL, Lucas. **Anúncios no Youtube:** entenda quais são e como funcionam. Disponível em: < https://rockcontent.com/blog/anuncios-no-youtube-entenda-quais-sao-e-como-funcionam/>. Acesso em: 20 de mai. 2019.

BERNARDAZZI, Rafaela. **Youtubers e as relações com a produção audiovisual**. *In*: INTERCOM, XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, São Paulo, 2016. Disponível em: <http://www.labaudiovisual.com.br/labav/wp-content/uploads/2017/10/Youtubers-e-as-rela%C3%A7%C3%B5es-com-a-produ%C3%A7%C3%A3o-audiovisual.pdf>. Acesso em: 20 de mai. 2019.

BERNARDAZZI, Rafaela; COSTA, Maria Helena e Vaz. Produtores de conteúdo no Youtube e as relações com a produção audiovisual. **Revista Communicare**, São Paulo, 2017. Disponível em: https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-7-Communicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf Acesso em: 20 mai. 2019.

CASTRO, Cosette; FREITAS, Cristiana. Narrativa Audiovisual para Multiplataforma – Um Estudo Premilinar. **Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinare**s – Intercom, São Paulo, 2010, Ano 3. Disponível em: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Narrativa+Audiovisual+para+Multiplataforma+castro&btnG=>. Acesso em: 20 mai. 2019.

CÔRTES, Mauro Rocha; BENZE, Rachel Pereira; GALIZIA Fernando Stanzione; CÔRTES, Felipe Vasconcelos Fontes Rocha; REIS, Leonardo Castro. **O Músico Empreendedor:** novas possibilidades de atuação e novas necessidades de formação profissional em música. *In*: VI ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. Recife, Pernambuco, 2010. Disponível em: <http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/recife/EMP114.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2019.

CORUJA, Paula. **Youtube em pauta:** uma análise das teses e dissertações em Comunicação de 2010 a 2015, Rio Grande do Sul, 2017. Disponível em: < https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/12/Artigo-5-YouTube-em-pauta-uma-an%C3%A1lise-das-teses-e-disserta%C3%A7%C3%B5es-em-Comunica%C3%A7%C3%A3o-de-2010-a-2015.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2019.

CRUZ, Leonardo Ribeiro. Os novos modelos de negócio da música digital e a economia da atenção. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 109, maio 2016: 202-228. Campinas, São Paulo. Disponível em: < http://taurus.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/319489/1/2-s2.0-84971441721.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2019.

DELMIRO, Edison Silva. **Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira.** INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. *In*: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO. Campo Grande, Mato Grosso do Sul,

2001. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/154986847399002986888063440135114344765.pdf. Acesso em: 03 jun. 2019.

DE MARCHI, Leonardo. Indústria fonográfica e a Nova Produção Independente: o futuro da música brasileira. **Revista CMC, Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, São Paulo. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/76/77>. Acesso em: 01 jun. 2019.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MEILI, Angela Maria. O audiovisual na era Youtube: pro-amadores e o mercado. **Sessões do imaginário**, n. 25, 2011. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/9258/0>. Acesso em: 20 de mai. 2019.

MONTAÑO, Sonia. A construção do usuário na cultura audiovisual do Youtube. **Revista Famecos** – Mídia, Cultura e Tecnologia, n. 2, mai. 2017. Disponível em: http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/25256/15213. Acesso em: 20 mai. 2019.

MOWAT, Jon. **Vídeo Marketing:** como usar o domínio do vídeo nos canais digitais para turbinar o marketing de produtos, marcas e negócios / Jon Mowat; tradução Afonso Celso da Cunha Serra. – 1.ed. – Belo Horizonte: Autêntica Business, 2018.

PELLANDA, Eduardo Campos. **Convergência de mídias potencializada pela mobilidade e um novo processo de pensamento**. *In*: INTERCOM - XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Minas Gerais, 2003. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/129419528759418333834670887469995119541.pdf>. Acesso em: 20 de mai. 2019.

PRO-MÚSICA BR. **Mercado Fonográfico Mundial e Brasileiro em 2018.** Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2019/04/release-brasil-GMR2019-e-mercado-brasileiro-2018.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2019.

QUEIROZ, Igor Gouveia. **O Youtube como ferramenta da cultura midiática participativa.** *In*: XIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 2015, Natal, Rio Grande do Norte. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-0233-1.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2019.

TESSMANN, Tiago. **Como funciona a publicidade no Youtube?** Disponível em: < https://tiagotessmann.com.br/como-funciona-a-publicidade-no-youtube/>. Acesso em: 29 mai. 2019.

VICENTE, Eduardo. **A música Independente no Brasil:** Uma reflexão. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação –. *In*: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. São Paulo, 2005. Disponível em: < http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/49335008949277938986592713214137599956.pdf >. Acesso em: 01 jun. 2019.

VICENTE, Eduardo. A vez dos independentes (?): um olhar sobre a produção musical independente do país. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação**. São Paulo, 2006. Disponível em: < http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/100/99>. Acesso em: 02 jun. 2019.

ANEXOS

UNAERP Universidade de Ribeirão Preto
Campus Ribeirão Preto - Campus Guarujá

CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu Kenyo Alves Soares, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Gustavo Simões da Silva, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também **informações** por mim prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Canal do Youtube - Músicos independentes e está sendo orientado pelo(a) Prof.(a) Flávia Cortez Martelli.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, da forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 23 de Setembro de 2019.

Assinatura: _____

Scanned with CamScanner

UNAERP CURSO DE JORNALISMO
Universidade de Ribeirão Preto
Campus Ribeirão Preto - Campus Guarujá

AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu Dênis Lima, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Gustavo Simões da Silva, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também **informações** por mim prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Canal do Youtube - Músicos Independentes e está sendo orientado pelo(a) Prof.(a) Flávia Cortese Martelli.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, da forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 01 de setembro de 2019.

Assinatura: Dênis Lima

Scanned with CamScanner

APÊNDICES

Decupagem da primeira entrevista

Entrevistado: Denis Lima
Local: Parque Ecológico de Cravinhos
Data: 01/09/2019
Horário: 15:00 horas

00:00 ao 00:06 – Vinheta de abertura

00:07 – Fala pessoal ligado no canal músicos independentes, hoje eu estou aqui com uma das maiores revelações, um grande cantor, da música raiz aqui da nossa região de Ribeirão. Estou aqui com ele, Denis Lima Violeiro. Fala Denis!

Ao Gustavo, boa tarde! É um prazer imenso estar aqui com você participando dessa entrevista, eu que agradeço você ter aceito meu convite aí para participar do nosso canal. Prazer é todo meu. Denis, queria começar com uma pergunta, qual é sua idade?

Eu tenho 26 anos. 26 anos, e me fala uma coisa, quando e como foi o início da sua carreira como música?

00:44 – Então assim, que eu comecei a tocar desde os 13 anos, por essa influência muito da família, do meu pai que canta desde criança, mas eu comecei realmente cantar música há cinco anos atrás. Há cinco anos, que comecei realmente a viver da música.

01:00 – Eu estava aqui pessoal conversando com o Denis uns minutinhos atrás antes da gente começar a gravar, que o seguinte, estava falando para ele que o Instagram, o Facebook, Youtube, são as redes mais usadas para os músicos independentes divulgarem seu trabalho. E aí eu queria te perguntar Denis, de que forma atualmente você enxerga esse mercado independente?

01:18 – Olha, eu falando como músico independente, é uma das maneiras, umas das ferramentas aliás que o músico mais tem em questão de divulgação. É... quando eu comecei nas redes sociais principalmente Instagram e Facebook, a margem de show aumentara as pessoas começaram a conhecer ainda mais meu trabalho, em questão de divulgação, hoje em

dia na minha opinião, não tem assim forma melhor de divulgação. A internet ajuda, porque antigamente era mais difícil da pessoa ter uma ferramenta dessa para se divulgar, sim.

01:51 – E o que facilita também, é.... nos dias atuais é que todo tipo de público tem acesso à internet. Todo tipo de público, de todas as idades. Desde aquela criança com três anos aprendendo, desde aquele senhor ou aquela senhora com setenta. Todo mundo está lá, todo mundo vai te ver, podemos dizer assim, exatamente.

02:07 – O trabalho de um músico independente ele vale mais à pena do que como era antigamente, que você assim, você tinha um empresário que gerenciava sua carreira, que você pagava para ele, ou você tinha uma produtora que organizava seus vídeos, empresário para agendar seus shows. Vale à pena esse trabalho independente, você sozinho para divulgar seu trabalho?

02:30 – Olha, na minha opinião vale e vale muito, pela questão do que. Igual você acabou de falar de empresário, gravadora, você sempre tinha que dar uma porcentagem para eles, hoje em dia não. Você só depende de você. Você tendo uma ferramenta igual a internet, você mesmo pode se divulgar, as pessoas me procuram muito assim, para show, para me contratar, tudo através da internet, então no meu modo de pensar, a internet é a melhor forma e foi uma coisa que inovou, principalmente para os músicos que estão começando, que está no início de carreira, ajuda demais.

03:03 – Sem contar o fato que antigamente né, a eu que gravar uma música, você tinha que ir para o estúdio, é isso mesmo? Você tinha que ir para o estúdio, aí você tinha que pagar para você poder gravar e depender da gravadora para poder divulgar. Hoje em dia você grava um vídeo de uma qualidade boa, você põe na internet, até divulga mais que antigamente. Porque por exemplo, se você acabou de postar um vídeo no facebook, deu cinco minutos lá, o tanto de pessoas que visualizaram conheceram um pouco do seu trabalho, já é enorme. Antigamente como você não tinha essa facilidade, os músicos iam de cidade em cidade com os LP's, com shows, o pessoal viajava muito, sim. Viajava demais, na região.... Mas hoje em dia, tem vários músicos que eu conheço, que trabalham só com a internet, cantando e divulgando, na internet como no dia-a-dia fazendo shows na região, fora da região também.... Mas tem músico que só vive da internet.

04:05 – Denis e me fala uma coisa, quais artistas te inspiram nessa caminhada da música sertaneja? Eu cresci com minha família escutando música sertaneja raiz, principalmente moda de viola, então minha inspiração na viola, que é o instrumento que mais gosto e que é minha

ferramenta de trabalho e para todos os violeiros na minha opinião é o Tião Carreiro, é a vitrine para os violeiros se inspirarem. Porque ele que inovou a moda de viola, fez ela realmente aparecer na mídia, ser reconhecida. É minha inspiração na música, por mais que tenha vários ótimos, que também ouço, mas o Tião Carreiro em sim, é o que eu me inspiro. Você pode tocar um trechinho para gente? Opa, claro. E o primeiro pagode que ele criou é chamado pagode em Brasília, uma das músicas mais conhecidas dele. Toca um pedacinho dessa daí para gente. Vamos assim!

04:50 – Denis Lima interpretando "Pagode em Brasília", composição Tião Carreiro.

05:30 – Ao, muito bom Tião Carreiro. Eu suspeito a falar, porque eu sou um fã de música caipira. Ô Denis, e me fala uma coisa. Você como um bom músico independente, você tem suas próprias composições? Claro, sim. Que faz sucesso aí pela rede. Tem sempre aquela música que o pessoal sempre pede, o Denis toca aquela. Olha, toca um trechinho para gente da que o pessoal mais gosta de ouvir. Essa música chama ser humano anjo, ela começa assim.

05:54 – Denis Lima interpretando "Ser humano anjo", composição Denis Lima.

06:29 – Olha, bela música.... As rimas que tem é para mexer com o coração de quem está apaixonado. A.. como eu brinco com o pessoal que acompanha meu trabalho, eu sou um violeiro apaixonado demais.

06:40 – De todas as redes que a gente vê por aí, facebook, instagram, que são as mais conhecidas, qual delas especificamente que te dá mais retorno, a Denis eu vi lá no instagram, no Youtube, no Facebook que você faz show.... Olha, no geral todos os meios são bons, mas o facebook, principalmente é a rede que mais assim, colabora para divulgação do meu trabalho. Vi você cantando no vídeo do facebook, eu vi a divulgação de um lugar que você iria tocar, as pessoas me chamam no Messenger através do facebook para contratar também para as festas, eu canto em vários tipos de festa.

07:28 – Às vezes assim o pessoal que está acompanhando a gente que é fã de música caipira, pessoal não conhece o trabalho do meio audiovisual, igual estávamos comentando com o Denis, se você vai contratar uma produtora para fazer um vídeo seu, fica muito caro não é Denis? Nossa demais, ainda mais para o pessoal que tem pouco tempo de carreira, uns cinco, seis anos. Fica muito complicado, principalmente em questão de valores.

07:51 – Em questão disso, como você faz a gravação de seus vídeos? Você tem uma câmera, um celular, um gravador? Como é o processo da gravação das suas músicas para você colocar

nas redes sociais para o público conhecer melhor o seu trabalho? Em questão desse aspecto, eu utilizo muito o celular. Eu tenho um celular ótimo com qualidade de áudio e vídeo, quanto estou tocando em casa ou estou em cima do palco, para postar algum vídeo para fazer divulgação, a tecnologia ajuda demais... então hoje em dia temos tudo em um aparelho de celular, igual você disse em uma câmera, mas principalmente no aparelho de celular, que pode usar para divulgar seu trabalho. É também uma forma de entrarem em contato com você, através do whatsapp, que a gente falou o facebook. Então está tudo embutido no celular. Para mim, facilita demais.

08:48 – Isso que você falou da facilidade.... Porque assim, às vezes você vai gravar um vídeo com uma câmera, o pessoal que é desse meio vai entender o que estou falando, você grava o vídeo, depois passa para o computador, você tem aquele processo para editar o vídeo, que dá um trabalhinho, para depois colocar nas redes. Com o celular, a gente grava o vídeo, põe direito no facebook, no instagram e o pessoal já vai vendo, o trabalho, a música nova.

09:15 – Exatamente, sem contar a parte também de você querer fazer uma transmissão ao vivo, acontece muito de estar cantando em um lugar e fazer uma transmissão ao vivo. Para o pessoal que está ali nas redes sociais, no sábado à noite, no domingo à noite, resolveram não sair de casa... então é uma forma que ajuda mais.

09:35 – E agora Denis, vamos fazer uma brincadeira, é um quadro que a gente criado chamado “E se?". Que são perguntas, que vou começar perguntando "E se?" e você vai me responder de uma forma bem sucinta. E se você não fosse músico? O que iria fazer?

09:53 – Olha é difícil eu me ver fazendo outra coisa. Desde criança... eu comecei a tocar bateria com quatro anos, então a música já está no sangue. Com quatro anos você começou a tocar bateria? Com quatro anos. É dom! Eu não consigo imaginar outra forma.

10:18 – Eu tinha aqui outra pergunta, se você se imagina em outra profissão, mas você já respondeu. Seu dom é a música e pronto. E se não existisse a internet? Você acredita que seria muito mais difícil a sua divulgação? Dependeria de muitas pessoas para fazer isso? Seria mais complicado? Nossa demais, e eu vou te explicar o motivo. Eu sendo independente e tendo todas essas ferramentas que falamos no decorrer da entrevista, é muito mais fácil, agora se não tivesse, eu ia ter que ter uma equipe, ter várias pessoas para me ajudar no aspecto de divulgação. Eu terei que estar cada dia em uma cidade, para fechar shows também, eu utilizo muito a rede social, também já iria cair demais. Então não tem como. Fora os gastos, porque por exemplo, a gente utiliza a internet, não tem gasto nenhum, aí se você não tivesse, teria que

ir de cidade em cidade, gastar combustível, pedágio, pagar funcionários que você teria de ter nessa divulgação. O que você faz sozinho, você teria que fazer entre cinco a dez pessoas.

11:22 – Isso sem dúvida foi o que facilitou.... Demais, para todos os músicos, você pode perguntar para qualquer um. A rede social é a principal ferramenta. Facilitou demais, igual eu falei anteriormente, para os músicos que estão começando. As portas não são tão abertas para fazerem shows, então a internet que proporcionou, mostrar o trabalho dele, para as pessoas conhecerem e através disso começarem a contratar para shows. Então é essencial.

11:50 – Mas isso foi bom, porque abriu muitas portas para vocês e não só na área da música, a gente fala aqui, porque nosso canal é sobre música, mas em todas as áreas de todos os meios. Mas não música, está sendo fundamental. Nossa, fundamental demais, porque assim, a facilidade que a gente tem em questão de divulgação é noventa por cento, oitenta por cento é a internet. Bom Denis é isso então queria te agradecer mais uma vez pela entrevista, eu que agradeço quero dizer que é um prazer imenso. Te desejo muito músico, se você quiser, olha ali para aquela câmera e passa seu contato, rede social...

12:28 ao 12:56 – Denis Lima divulga seu contato e redes sociais.

12:58 – Beleza Denis, muito obrigado! Eu que agradeço Gustavo, e até a próxima se Deus quiser viu. Bom pessoal, hoje vamos ficando por aqui, a gente volta no próximo vídeo com mais música independente e até a próxima, tchau.

13:10 - Denis Lima interpretando "De boteco em boteco", composição Denis Lima

14:56 – Créditos finais

15:14 – Final do vídeo

Decupagem da segunda entrevista

Entrevistado: Kenyo Alves
Local: Campus da UNAERP Ribeirão Preto
Data: 23/09/2019
Horário: 15:30 horas

00:00 ao 00:06 – Vinheta de abertura

00:07 – Fala pessoal ligado no canal músicos independentes, hoje nós estamos aqui com nosso segundo vídeo. E hoje estou recebendo ele, o cantor sertanejo, Kenyo. Tudo bom Gustavo? Bem e você? Bem sim graças a Deus. Obrigado pelo convite, de estar participando aqui... é uma honra para gente. Eu que agradeço.

00:23 – O Kenyo, fala um pouco para mim, como você começou na sua carreira como músico? Rapaz como músico, eu lembro que desde os treze anos de idade, treze não, um pouco antes, eu já tocava em algumas festas, bares. Eu tinha uma formação, a dupla chamava Kenyo e Gaby, a gente tocou por muito tempo... fomos para o Ratinho, enfim foi um período bem legal e hoje eu tenho uma outra dupla Kenyo e Kauan e comecei desde pequeninho, não sei que idade não, desde novinho.

00:57 – E como comentei com você que nosso canal é sobre música independente, de que forma você enxerga, hoje em dia esse mercado independente que a internet abriu muitas possibilidades para os músicos, em relação a divulgação de trabalho, até propriamente gravação que pode ser feita em casa... Como você vê esse mercado independente? Ele é mais vantajoso do que antigamente? Que você dependia muito de gravadora, de rádio, de empresário... Com certeza! Há uma mudança muito grande... antigamente você tinha as gravadoras que ditavam o que iria tocar, enfim, e ficava muito nas mãos de rádio e a gente sabe que é uma fortuna todo esse investimento. Hoje é claro, ainda existe as gravadoras, ainda existe o rádio, o investimento, mas há uma oportunidade grande para artistas sem grandes escritórios, sem nada, conseguir mostrar o seu trabalho. A tecnologia evoluiu de uma certa forma também que você consegue fazer gravações de qualidade, mesmo sem ter que arcar com grandes custos e toda essa mídia como redes sociais, Youtube, isso ajuda bastante, o próprio Spotify, enfim plataformas de música abriu muitas portas. É claro que assim, da mesma forma que existia antigamente, tem que ter um diferencial para se destacar, você vê que tem milhares de pessoas colocando seu trabalho lá, com certeza.

02:37 – E só para gente fazer uma comparação, você falou que tinha uma dupla Kenyo e Gaby? Naquela época, não sei o ano que vocês tinham a dupla, mas esse meio de divulgação já é diferente igual você tem hoje com o Kauan? Hoje em dia é mais tranquilo? É diferente, até inclusive, na época que cantava com ela, a gente pegou essa transição com o Youtube, que o Youtube tava começando a ter algumas coisas em alta, até por incrível que pareça, aquela música do Michel Teló, ai se eu te pego? A gente estava naquela época das respostas, fizemos uma brincadeira, um vídeo caseiro fazendo uma resposta da música ai se eu te pego antes da música estourar, e explodiu isso na internet, na época que o Youtube estava começando a se desenvolver. Eu lembro que na época, deu quase três milhões de acesso. Isso para época era coisa assim, extraordinária. Isso levou a gente a programas de televisão, foi um negócio muito louco, minha mãe preocupada, foi uma experiência bem bacana, por conta da internet, principalmente por conta do Youtube.

03:54 – E além da dupla você me disse que tem um grupo de compositores? Como funciona o grupo de vocês? O grupo sou eu né, Kenyo Alves, o Tom Baratella que era do Tom e Arnaldo, enfim, e a Ana Nery que é uma compositora aqui de Ribeirão Preto, e a gente meio que já compunha alguma coisa e resolvemos juntar para somar forças e essa onda hoje de escritórios que compõem músicas em conjunto a gente juntou... larguei a faculdade, fui lá pra Goiânia, minha mãe brigou comigo e deu certo, graças a Deus a gente está emplacando algumas coisinhas aqui, ali. E de onde surgiu esse gosto por sertanejo ou não? Vocês foram pegando esse gosto com o tempo? O gosto por sertanejo vem muito de família... meu pai também canta, toca violão e assim os finais de semana sempre escutando aquilo lá, gente foi absorvendo o sertanejo, gosto de escutar de tudo um pouco, mas o sertanejo é o forte, que veio de família.

05:09 – E de tantos artistas que existem hoje bem famosos na música sertaneja, desde Tião Carreiro até Felipe Araújo podemos dizer assim, e quais desses artistas você mais se inspira que você é fã? Eu gosto de vários assim, se pegar uma relação de gerações da mais antiga, eu gosto de Zezé Di Camargo e Luciano, por cantar e compor as músicas, Chitãozinho e Xororó, pegando a galera mais nova, o Jorge e Mateus que mudou o cenário da música, que veio trazer o sertanejo para galera hoje... Eu admiro bastante essa galera, Jorge e Mateus, Bruno e Marrone, próprio Zé Neto e Cristiano, gosto muito.

06:09 – O Kenyo, vou te pedir, qual música de sua autoria que as vezes vocês vão fazer show tem alguma que o pessoal gosta mais? Pessoal pede? De autoria, que tocou um tempo aqui nas rádios de Ribeirão Preto que o Jads e Jadson gravou com o João Carreio que tinha dupla com

o Capataz, ela chama abstinência, vou fazer um pedacinho dela. É uma composição sua? Isso, minha com o pessoal do escritório lá.

06:35 – 08:02 (Kenyo interpreta a música Abstinência)

08:05 – Essa tá com dez milhões de acessos no Youtube, olha que bacana, graças a Deus.

E falando no Youtube, dessas plataformas vemos hoje em dia como, Facebook, Instagram e Youtube, tanto nesse conjunto de compositores quanto na dupla, qual plataforma te dá mais resultado? Aquela que o pessoal mais vê a dupla lá, vê as composições.... e ligar para agendar show. Qual é a plataforma que mais traz resultados para vocês? Eu acho que hoje, assim... o mais próximo que a gente tem que a galera realmente chama, até para fechar alguma música ou fechar algum show, é o Instagram, hoje assim, acho que oitenta por cento vem do Instagram. Youtube também tem um retorno legal, Facebook também, mas perdeu um pouco de força... depois do Instagram deu uma queda. Mas hoje o Instagram é o que dá mais retorno, da galera ser mais próxima, de chamar de conhecer mais a dupla.

09:07 - E quando vocês fazem a divulgação da dupla de vocês como funciona, vocês fazem vídeos ali dos shows? Vocês cantam em casa e postam para galera conhecer? Faz de tudo um pouco. A gente grava nos shows, as vezes grava voz e violão em casa, assim a gente está à toa e falo assim vamos pegar o violão... vamos gravar um vídeo no celular? Coisa simples mesmo e vocês soltam lá na rede e em pouco tempo todo mundo consegue acompanhar? Isso, a galera vê.

09:35 – O Kenyo, nós temos agora um quadro aqui dentro do nosso canal que chama "E se", que eu vou te fazer algumas perguntas e você me responde de forma bem sucinta. Queria saber de você, se você não fosse músico, você se imagina em outra profissão? Eu tentei, eu fiz arquitetura durante três anos e apesar de gostar do curso, eu me via assim, eu vou fazer o curso, mas vou continuar na música e vou tentar conciliar, fazer um paralelo. Ou vou na música ou vou aqui, senão você quer abraçar muita coisa, muitas vezes não dá conta, fica complicado. Aí surgiu o convite para gente ir para Goiânia, tranquei a faculdade e fui para lá. Fiquei um tempo lá, morei um ano lá.

10:22 – Eu queria te fazer mais uma pergunta, se não existisse a internet, como você imagina que seria esse meio de divulgação do trabalho de vocês? Seria mais complicado sem a internet? Com certeza, converso com alguns compositores por exemplo das antigas, eles

gravavam o CD né, e fulano vai tocar em tal lugar, eles iam lá, ficavam atrás do palco esperando o artista para entregar o CD, olha está aqui minhas composições aqui. Tem um rapaz que eu estava conversando com ele, compositor famoso lá já fez música para o Zezé... uma galera aí... falando, antigamente ele chegou uma vez, a ficar em frente do estúdio, parou o carro lá. Ficou lá durante três dias, com o carro lá esperando o artista entrar no estúdio, porque a galera não dava abertura... enfim. Ele dormia lá no carro, ele saia e fazia suas coisas, mas ficou lá na frente para conseguir chegar no artista. Então assim, a gente admira muito essa persistência da galera das antigas, porque realmente não tinha outra forma. Kenyo, queria te agradecer pela entrevista, deixa eu falar para você, se quiser dá uma olhada para essa câmera e deixa o contato seu, dos músicos, da dupla, o espaço é seu.

11:45 – 12:18 – Kenyo divulga seu contato e as redes sociais da dupla Kenyo e Kauan.

12:19 – Muito obrigado viu. Eu que agradeço. A gente se vê em breve, até a próxima, até. Obrigado. É isso aí pessoal, vamos encerrando por aqui mais um vídeo do canal, e voltamos em breve, com mais música independente, até a próxima, tchau.

12:36 – **13:57** – Kenyo interpretando a música "Modo avião".

13:39 – Início dos créditos finais.

13:57 – Final do vídeo