



cdbaby™ apresenta

GUIA PRÁTICO: YOUTUBE PARA MÚSICOS EM 30 MINUTOS

Guia Prático: YouTube para Músicos em 30 Minutos

O YouTube é o **2º maior sistema de buscas do mundo**, uma das ferramentas de descoberta de música mais poderosas da história da humanidade, e o primeiro lugar em que muitos compradores de talentos, organizadores de festivais e outros profissionais do setor procurariam se considerassem sua música para uma oportunidade.

Este guia servirá como um rápido manual para ajudar você a:

- Otimizar o seu canal e vídeos
- Conquistar seguidores no YouTube
- Aumentar a participação em seus vídeos
- Compreender melhor os fluxos de receitas do YouTube
- Criar um conteúdo de vídeo mais atraente sem ir à falência

Não devem ser necessários mais de trinta minutos para ler este guia, mas se você estiver começando a se familiarizar com o uso do YouTube como ferramenta de promoção de música, as recomendações manterão você ocupado por muito tempo.

Então, vamos começar...

Anatomia de um vídeo do YouTube altamente otimizado

Provavelmente você emprega muito tempo na produção dos seus vídeos e está animado para publicá-los no YouTube. Mas não se apresse! Passe os próximos minutos otimizando seus vídeos, tornando-os mais fáceis para os usuários encontrarem e compartilharem. Do contrário, parte do seu trabalho árduo e da sua criatividade poderá ser perdida.

Lista de etapas para otimização de vídeos no YouTube:

1. ESCOLHA UM BOM TÍTULO PARA O VÍDEO

É nele que tudo começa. Um título bom (preciso) ajuda os espectadores a saber que estão no lugar certo, e um título com uma boa palavra-chave é crucial para os usuários encontrarem seu vídeo quando estiverem pesquisando no YouTube.

2. ENVIE UMA MINIATURA PERSONALIZADA

A miniatura dá às pessoas um instantâneo do seu vídeo. Para atrair espectadores, envie uma imagem de miniatura que sugira algo emocionante no vídeo. A imagem da miniatura deve ter proporção de 16:9.

3. INSIRA CARTÕES DO YOUTUBE

Adicione interatividade ao seu vídeo se for visualizado na maioria dos desktops e dispositivos Android e iOS. Use os cartões para vincular os espectadores a um URL específico, direcionar a outro vídeo ou playlist, pedir que se inscrevam, entre outros.

4. LISTE TAGS RELEVANTES

Digite todas as palavras-chave associadas ao conteúdo, ao local, ao assunto ou ao artista convidado do vídeo. Boas tags podem impulsionar sua classificação nos resultados das pesquisas no YouTube. Não sabe como criar tags para o vídeo? Experimente conteúdo semelhante no YouTube e veja as sugestões automáticas.

5. ESCREVA UMA BOA DESCRIÇÃO PARA O VÍDEO

Assim como ocorre com o título, a descrição do vídeo ajuda a melhorar a função de pesquisa do YouTube (junto com tags relevantes), então, é importante que você utilize esse espaço com boas palavras-chave, uma descrição atraente

sobre o vídeo e links para o seu site, seus perfis sociais, sua loja de varejo, etc. Se você quiser que os espectadores saiam do YouTube (para acessar seu site, por exemplo), coloque o URL bem no início da descrição do vídeo, para que apareça antes da seção de “mais informações”.

6. USE UMA INTRODUÇÃO

Crie uma breve introdução (de 1 a 5 segundos) que possa ser usada em diversos vídeos de uma série, para dar ao canal uma ideia de coesão, continuidade e vibração. Você pode enviar uma introdução ao YouTube como um vídeo privativo e depois utilizar a ferramenta do editor de vídeo para combinar essa introdução com todos os vídeos novos que você quiser publicar.

7. CRIE VÍDEOS EM HD

Na seção de Configurações, o espectador pode alterar a velocidade e a qualidade do seu vídeo, então é importante que você envie um vídeo com qualidade o mais alta possí vel (o ideal é pelo menos 720 ou 1080 pixels).

8. ADICIONE TELAS FINAIS

Com telas finais compatíveis com dispositivos móveis, você gera mais envolvimento no fim dos seus vídeos, direcionando os espectadores para outros vídeos ou outras playlists, pedindo que se inscrevam no seu canal, oferecendo produtos, etc.

9. COLOQUE SEU VÍDEO EM UMA PLAYLIST

Coloque o vídeo em uma playlist e, sempre que compartilhar o vídeo, incorpore o código “compartilhar com playlist a partir do vídeo atual”. Dessa forma, se um usuário clicar em “próximo”, você poderá direcioná-lo a outro dos seus vídeos.

Agora que vimos como otimizar seus vídeos, que tal otimizar todo o seu canal?

Um início rápido para otimizar seu canal do YouTube

Aqui está outra lista de tarefas simples que você pode consultar, para saber se está fazendo todo o possível para impulsionar as visualizações, criar um público fiel e ganhar mais dinheiro com o YouTube.

Lista de etapas para otimização do canal do YouTube

1. ESCOLHA O NOME DO SEU CANAL
O nome do canal é diferente do URL do canal, então esse nome PODE ser editado. Mas é melhor escolher um nome e não alterá-lo, para manter a coerência da identidade do canal. Escolha algo curto e fácil de memorizar (como o seu nome artístico ou o nome da sua banda) e que também informe aos espectadores o que esperar do seu canal.

2. ESCOLHA O ÍCONE DO CANAL
Envie uma imagem quadrada (800 x 800 pixels) que seja reconhecível e tenha ótima aparência quando exibida em resoluções mais baixas (por isso use texto com cuidado). Essa imagem será o ícone do seu canal em todos os lugares do seu YouTube.

3. ENVIE A ARTE DO SEU CANAL
A arte do seu canal é a faixa/cabeçalho exibida na parte superior do canal quando visto no desktop. Envie uma imagem grande (o tamanho recomendado é de 2560 x 1440 pixels) com os elementos visuais mais importantes localizados na área interna (para que continuem visíveis quando a imagem for redimensionada em celulares ou tablets. É importante que a arte do seu canal reflita sua personalidade e não seja algo como um logotipo sem graça.

4. ESCREVA UMA DESCRIÇÃO PARA O CANAL
Diga aos espectadores o que estão prestes a experimentar. Não deixe de destacar o conteúdo mais importante que você criar, use palavras-chave relevantes e inclua sua programação de publicações para definir as expectativas do seu público.

5. ADICIONE LINKS DE SITES E DE REDES SOCIAIS
Os ícones correspondentes serão exibidos

como camadas na arte do seu canal. Coloque links para seu site oficial, sua loja ou para a página do seu produto, redes sociais, formulário de inscrição no boletim ou das páginas de campanhas promocionais.

6. DEFINA OS “CANALS EM DESTAQUE”
No lado direito do canal você verá o cabeçalho “Canais em destaque”. Inclua canais relacionados ou semelhantes, inclusive canais de outros projetos criativos em que você estiver envolvido, inclua seu estúdio de gravação, etc.

7. PERSONALIZE O LAYOUT DO SEU CANAL E ATIVE AS DISCUSSÕES
Se você deseja personalizar a maneira com que o conteúdo é exibido no canal e permitir também que os fãs insiram comentários no canal, acesse a página “Configurações do canal” e ative ambos os recursos.

8. SELECIONE OU ENVIE UM TRAILER DO CANAL
Depois que a visualização do canal estiver ativa, selecione um vídeo de trailer para o canal. Um vídeo de trailer é um vídeo curto que será exibido automaticamente sempre que um usuário não inscrito acessar seu canal, então essa é sua oportunidade de envolvê-lo! Seu trailer deve ser informativo e conter a atmosfera geral do seu canal (e já dissemos que precisa ser curto?). Além disso, você deve pedir aos usuários que se inscrevam no canal. O trailer exibirá automaticamente um cartão no fim do vídeo, dando aos espectadores uma maneira fácil de fazer isso.

Continua na próxima página

9. ADICIONE SEÇÕES PARA ORGANIZAR SEU CANAL

As seções são uma ótima maneira de organizar vídeos (por tema, estilo, séries, gênero etc.) e dar aos espectadores uma maneira fácil de explorar seu conteúdo na página inicial/de pesquisa. As seções podem ser formadas por vídeos, playlists ou canais, e podem conter seus próprios vídeos, além de conteúdo enviado por outros usuários do YouTube. Para a maioria dos espectadores, somente sua seção superior ficará visível sem rolar, por isso é essencial que seus vídeos mais importantes sejam incluídos na seção localizada no início da página do seu canal. Além disso, como as seções podem conter conteúdo de outros canais, você tem uma grande oportunidade de

fazer promoções cruzadas com outros artistas e selecionar uma experiência interessante para o seu público. Para adicionar uma seção, basta clicar em no botão “Adicionar uma seção” na parte inferior da página inicial do seu canal.

10. PERSONALIZE O URL DO CANAL

YouTube.com/MeuNome é muito mais fácil de memorizar do que *YouTube.com/lalalaoc-analdofulanomaisgenteboadomundointeiro*, né?

11. VERIFIQUE O SEU CANAL NO YOUTUBE

Acesse [aqui](#). Se o status da sua conta ainda não foi verificado, clique em “Verificar” e opte por verificar por chamada de voz ou SMS.

Como funciona o dinheiro: receita no YouTube para músicos

Se você distribui sua música pela CD Baby, podemos ajudá-lo a ganhar dinheiro com o YouTube de várias maneiras diferentes. Contudo, os detalhes podem ser um pouco confusos, então vamos esclarecer as distinções.

Você pode mesmo ganhar dinheiro com o YouTube?

A resposta simples é: sim.

A resposta completa: quem está ganhando muito dinheiro no YouTube são os artistas que conhecem seus públicos, investem tempo na plataforma do YouTube, utilizam corretamente e fazem ótimos vídeos. Como o universo do YouTube é vasto (e gratuito), depende de você qual será o potencial total para a sua música, mas o dinheiro de anúncios no YouTube pode ser uma parte importante dos seus fluxos de receita de música cada vez mais diversificados (além de vendas de ingressos, [CDs e vinil](#), [produtos](#), [downloads](#), [streaming](#), [licenciamento de sincronização](#), [direitos autorais de edição de obras musicais](#), direitos autorais do SoundExchange, etc.).

Como a monetização no YouTube está incluída na distribuição da CD Baby, por que você não se organiza para arrecadar o que é seu e se prepara para quando uma música ou um álbum fizer sucesso? Alguns artistas da CD Baby estão ganhando dezenas de milhares todos os trimestres somente no YouTube.

Os diversos caminhos para gerar receita com a atividade no YouTube

1.) Arrecadação de receita com anúncios por meio do Content ID

Sejamos honestos: a maioria das pessoas no YouTube não paga para licenciar legalmente a música que utilizam em seus vídeos. É aí que entra o Content ID!

Por meio do [Programa de monetização no YouTube da CD Baby](#), asseguramos que o YouTube coletará uma impressão digital do áudio das suas músicas utilizando o sistema [Content ID da plataforma](#), para que identifiquem corretamente todas as ocorrências da sua música em todo o YouTube, não somente nos vídeos oficiais de música que você enviou ao seu próprio canal, mas também em vídeos enviados por outras pessoas (conhecido como conteúdo gerado pelos usuários, ou “UGC”).

Se encontrarem **QUALQUER** ocorrência da sua música na plataforma gratuita deles, o YouTube veiculará anúncios nesses vídeos. Sempre que for gerado receita de publicidade de anúncios posicionados em um vídeo que contiver sua música, você receberá uma parcela.

É verdade que o pagamento por um único clique em um anúncio ou por uma visualização de anúncio não é algo que se possa comemorar muito, mas no setor musical moderno, o que seus fãs fazem (e querem fazer) com sua música tem valor real. Acumulada, a receita gerada pelo Content ID pode avolumar, especialmente ao se considerar que esses ganhos têm possibilidades perpétuas.

Em vez de um único grande momento, o que importa é o volume ao longo do tempo.

Quer saber mais sobre como e quando os anúncios são selecionados para veiculação nos seus vídeos? Consulte [“Como funciona a monetização no YouTube.”](#)

O que são os avisos “contém material protegido por direitos autorais”?

Se você vir um aviso “material protegido por direitos autorais” em um vídeo que enviou para seu próprio canal, isso significa que o sistema de Content ID do YouTube identificou algum elemento no vídeo (a música, a gravação ou o vídeo) que está sendo monetizado por outra pessoa. Se você estiver monetizando sua música no YouTube por meio da CD Baby, verá esses avisos nos seus próprios vídeos, o que pode ser um pouco confuso no início, porque a CD Baby está reivindicando seu direito de arrecadação da receita dos anúncios em seu nome. Nesse caso, você sabe que o Content ID está funcionando corretamente, já que o YouTube identificou a CD Baby como parte autorizada para administrar seus direitos.

Como é possível gerar mais receita com publicidade no YouTube? Experimente algumas dessas técnicas para incentivar seus fãs a criar conteúdo de vídeo com sua música:

- **É importante que seus fãs saibam que podem usar suas músicas** em seus vídeos de casamento, de reuniões de família, projetos da empresa ou da escola, apresentações de slides de férias, etc. **MAS** também é importante informar seus fãs sobre esse processo. Se eles **REALMENTE** usarem sua música, verão o aviso “contém conteúdo protegido por direitos autorais” no vídeo. Se essa pessoa registrar uma queixa, ninguém será pago por direitos autorais até a questão ser esclarecida. Por isso, é importante que saibam que não precisam fazer nada quando virem o aviso de direitos autorais.
- **Organize uma competição de vídeos e peça a seus fãs para criarem vídeos musicais.** Não precisa ser uma produção de orçamento alto: pode ser a gravação de um baile, uma animação por lapso de tempo, algumas crianças fazendo mímica ou um vídeo de letra de música.
- **Crie e envie vídeos de TODAS as suas músicas** (mesmo que sejam só vídeos simples **vídeos com a arte da capa**, que o YouTube chama de “Faixas artísticas”).
- **Inscreva todo o seu catálogo** no [Programa de monetização no YouTube da CD Baby](#), porque você nunca saberá qual das suas músicas será perfeita para atender às necessidades do produtor de conteúdo. Até mesmo suas músicas mais antigas podem continuar trabalhando para você por um longo período.

2.) YouTube Music

O YouTube tem duas ofertas de streaming por assinatura. A primeira é YouTube Premium, que oferece acesso ao YouTube sem anúncios, e o conteúdo do YouTube Music, mais o YouTube Originals.

A segunda é YouTube Music, onde os assinantes podem assistir a vídeos e ouvir música sem anúncios e offline, inclusive álbuns inteiros com áudio de alta qualidade.

Como cliente da CD Baby, se você estiver distribuindo sua música para serviços de streaming como Apple Music e Spotify, distribuiremos sua música para o YouTube também. Isso significa que você terá, automaticamente "Faixas artísticas" no YouTube de todas as suas músicas. (Faixas artísticas são vídeos que contêm o áudio da sua música junto com a imagem da sua arte de capa).

Os vídeos de Faixas artísticas estão disponíveis **NÃO SOMENTE** para os assinantes do YouTube Music, mas também como conteúdo apoiado por anúncios acessível por **TODOS** no YouTube.

3.) Receita de direitos autorais

Se você é compositor, deve receber direitos autorais sempre que sua música for transmitida no YouTube. Para arrecadar esses direitos autorais, inscreva-se em uma editora ou uma administradora de direitos autorais como a [CD Baby Pro Publishing](#).

4.) Mão na massa

É claro que há muitas outras maneiras de usar o YouTube para ganhar dinheiro.

Esses incluem:

- Aproveite o poder da sua comunidade de fãs por meio de um serviço como o Patreon.
- Utilizando os Cartões do YouTube, telas de finalização, chamadas para ação e descrições dos vídeos para levar a vendas externas ou ao crowdfunding.
- E o mais óbvio de todos: cruzar os dedos e esperar que sua exposição/atividade/promoção signifique que as pessoas gostam da sua música e dos seus vídeos no YouTube, que estarão mais propensas a comprar um álbum, inscrevam-se em sua mala direta ou participem dos seus concertos no futuro.

A importância do tempo de visualização

Músicos gostam muito de concentrarem-se na contagem de visualizações. É a métrica que acreditam ser mais importante. **MAS...** há algo ainda mais importante do que a contagem de visualizações quando o assunto é o algoritmo do YouTube, que determina quais vídeos serão recomendados aos usuários: o tempo de visualização!

Ter mil visualizações em um vídeo em que cada espectador assistiu em média quatro minutos parecerá muito melhor para o YouTube do que ter 10 mil visualizações em um vídeo em que o espectador médio abandona após 30 segundos. O primeiro desses dois vídeos terá uma grande chance de alcançar de forma orgânica muito mais do que o público atual.

Isso evidencia a importância da criação de vídeos de qualidade que envolvem seus espectadores
O TEMPO TODO.

Por que você deve programar seus vídeos do YouTube (e como fazer isso)

Pessoas criativas, principalmente os músicos, nem sempre funcionam bem com prazos. Você pode passar meses sem publicar nada no YouTube, até que a inspiração aparece e você grava três novos vídeos em uma única semana. Claro que você vai ficar doído para publicá-los todos em uma rápida sequência, mas provavelmente será mais inteligente conter-se e preparar um plano mais cauteloso.

Muitas das maiores estrelas do YouTube falam sobre a importância de publicar novos vídeos em uma programação definida, mesmo que seja somente uma vez por mês. Embora muitos artistas não pretendam usar a plataforma da mesma forma que muitos "YouTubers" usam, ainda há muito o que ser aprendido sobre as estratégias das personalidades populares do YouTube.

Por que é importante publicar vídeos no YouTube seguindo uma programação?

Os assinantes serão alertados sempre que você publicar um vídeo, levando-os de volta à sua página para assistir a conteúdo novo e antigo. Então, por que não publicar vídeos sempre que estiverem prontos? Qual o benefício de seguir uma programação?

1.) Você não sobrecarrega seus assinantes

Um vídeo novo precisa de tempo para anunciar a si mesmo para o mundo (por meio das notificações para os assinantes do YouTube, do seu boletim por email, das informações nas redes sociais, etc.). Leva tempo para seu vídeo ser notado, assistido e compartilhado.

Se você publicar dois ou mais vídeos no mesmo horário, estará praticamente canibalizando o alcance e o impacto do seu próprio conteúdo, diluindo o poder que qualquer vídeo individual poderia ter alcançado.

Então, por exemplo, em vez de publicar todos os seus vídeos de Faixas artísticas do seu álbum mais recente de uma só vez, programe-os para publicá-los durante algumas semanas ou alguns meses. Dê a cada vídeo (ou música) seu momento para brilhar.

2.) Você cria expectativa

Os YouTubers mais populares falam muito sobre a expectativa que os assinantes sentem até a publicação de um vídeo novo. É muito mais fácil criar expectativa quando seus fãs sabem **QUANDO** devem esperar algo.

Novamente, não precisa ser todas as semanas. Pode ser toda terceira quinta-feira de cada mês, ou algo parecido, mas criar expectativa ajuda muito a atrair seus fãs para seus vídeos quando estiverem online.

3.) Você define um desafio para si mesmo

Precisa acender uma fogueira criativa e impulsionar sua produção de vídeos? Crie uma programação para o YouTube e prometa a seus assinantes que você vai cumprir!

Lembre-se: nem todos os vídeos precisam ter uma super produção. Sua programação pode consistir em, e levar em conta, diversos tipos de conteúdo, inclusive vídeos de produção de alto nível, vídeos de letras de música, Faixas artísticas, vlogs e outros (cada formato exige um tempo diferente para gravar e editar).

4.) Você aumentará sua classificação na busca do YouTube

De acordo com um artigo da 3PlayMedia:

“Vídeos recém publicados recebem um impulso de SEO durante a primeira semana da publicação no YouTube, por isso publicar regularmente assegura que você terá sempre um vídeo em posição mais alta nos SERPs. Visualizações regulares e visitas repetidas ao seu canal sinalizam ao YouTube que o seu conteúdo é valioso e, portanto, merece uma classificação mais alta nas buscas.”

Como criar sua programação no YouTube

Bem, primeiro, seja realista. Você trabalha em um emprego o dia todo? Você faz turnês durante 11 meses todos os anos? Provavelmente não poderá produzir um vídeo três vezes por semana.

Calcule o tempo necessário para gravar, editar e promover corretamente cada vídeo. Agora perceba que o investimento em tempo funciona com todas as suas outras responsabilidades na vida. Alcance o equilíbrio para que suas metas no YouTube sejam possíveis. Do contrário, você não vai conseguir.

Quanto à frequência das publicações, defina uma meta básica de uma vez por mês, o que deve ser suficientemente fácil de cumprir se você incluir Faixas artísticas, trechos de shows ao vivo, etc. Se você tiver o tempo, o talento e os recursos para publicar vídeos com mais frequência, ótimo. Faça isso. Experimente duas vezes por mês para ver o que acontece. Faça os ajustes necessários.

Em seguida, descubra quando seus fãs estão mais propensos a interagir com seus vídeos; será às quintas-feiras às 14h? Provavelmente. [Consulte este gráfico](#) com os melhores dias para publicar novos vídeos no YouTube.

Considere também os dias em que você sempre tiver horas livres – porque todo mundo sabe que, depois que você publica um vídeo no YouTube, é seguido por mais tempo nas redes sociais e no email, compartilhando e promovendo. Não publique um vídeo em um dia em que estiver ocupado com diversas obrigações.

Considere a possibilidade de usar uma ferramenta como o Hootsuite (ou outro aplicativo semelhante) para programar as publicações nas redes sociais e administrar as respostas. Esse tipo de ferramenta oferece mais informações sobre quando seu público está mais envolvido, e você pode ajustar a programação do seu conteúdo corretamente.

Tudo bem, então sua programação está definida. Agora: que tipos de vídeos você vai produzir?

Doze tipos de vídeo para promover sua música

Você não precisa ter um orçamento gigante ou ser visualmente tão brilhante quanto Michel Gondry para criar vídeos atraentes. Atualmente, tecnologias acessíveis de vídeo e edição permitem que artistas independentes sejam muito criativos quando o assunto é criar conteúdo para o YouTube.

Veja a seguir 12 abordagens diferentes que você pode explorar:

1. VÍDEO MUSICAL PADRÃO

Sabe como é, como o “Thriller”, de Michael Jackson. Pode ser qualquer coisa encenada, com adereços, fantasias, extras e sincronizados com a gravação de estúdio da faixa.

2. GRAVAÇÃO DE CONCERTO AO VIVO

exatamente o que parece: um vídeo seu tocando uma única música ao vivo, ou que reúne diversos músicos em um concerto ou uma excursão. Pode ser apresentado em filme como “The Last Waltz” ou gravado com o seu iPhone.

3. APRESENTAÇÃO PARA CONSUMO RÁPIDO

Um tipo de vídeo musical no estilo de guerrilha, como os shows gravados por Vincent Moon para [La Blogothèque](#). Encare como uma gravação em campo. Sua banda vai para um local estranho, fora do seu normal em termos de espaço, palco ou estúdio de gravação; você se apresenta para a câmera, para os transeuntes, para quem quer que seja. E normalmente a intenção é capturar toda a apresentação em uma única cena ininterrupta.

4. ENTREVISTAS

As pessoas adoram ouvir sobre o

que inspirou as músicas, o significado por trás das letras, a química da banda, o drama, os pontos altos...então dê isso a eles. Peça a alguém que você conheça para entrevistar você, ou entreviste a si mesmo (como David Byrne ou Cee-lo Green)!

5. MINI DOCUMENTÁRIO

Documente a história da sua banda. Ainda não tem muita história para contar? Então faça um mini-documentário muito curto. As pessoas não têm mais muito tempo de atenção atualmente, d e qualquer jeito.

Continua na próxima página

6. KIT DE IMPRENSA EM VÍDEO

Um vídeo curto (de um a cinco minutos) que venda a história da sua banda, seu álbum mais recente, sua conquista mais recentes ou de uma excursão futura. Inclua todas as informações que forem vitais para um jornalista musical fazer uma cobertura sobre você em jornal, revista ou blog.

7. BASTIDORES

Todos nós adoramos dar uma olhadinha no processo criativo. Mantenha seus fãs envolvidos apresentando trechos de bastidores em que você compõe, grava, prepara cartazes, monta seu equipamento, come no seu trailer favorito de tacos ou pratica. Podem ser vídeos muito curtos e muito informais. A frequência pode ser mais importante do que a qualidade nessa abordagem.

8. COLOQUE SUAS MÚSICAS NO YOUTUBE

COM UMA APRESENTAÇÃO DE SLIDES

Coloque uma apresentação de slides com fotos das suas gravações de estúdio e publique, para que os fãs possam “ouvir” suas músicas no YouTube. Não tem tempo para preparar uma apresentação de slides de qualidade? Basta juntar a capa do álbum, o nome da banda, o nome do álbum, o título da música e o endereço do seu site.

9. INCENTIVE SEUS FÃS A GRAVAREM COVERS DE SUAS MÚSICAS

Por que não? Funcionou com o Steve Winwood! Talvez na próxima vez o Justin Bieber apresente sua música na sala de estar dele para milhões de espectadores.

10. FERRAMENTAS DE ANIMAÇÃO

Há várias ferramentas de animação online fáceis de usar, que você pode usar gratuitamente. Use uma dessas

ferramentas para criar um anúncio original para a festa de lançamento do seu CD.

11. GRAVAÇÕES PRONTAS/ DE ARQUIVO

Procure clipes de vídeo de domínio público ou de arquivo em bibliotecas como o National Archives. Se você tiver habilidades de edição de vídeo, é uma ótima opção quando se quer criar um vídeo de forma rápida e barata.

12. MÚSICA DE VÍDEO

As músicas de vídeo, popularizadas por Pomplamoose, são vídeos musicais que apresentam cenas da gravação da própria música, como se fosse uma apresentação unificada. Você ouve a música finalizada, mas todas as imagens são das faixas individuais sendo gravadas, depois editadas e reunidas em sequência rápida para manter as coisas interessantes.

Seis dicas para fazer vídeos musicais sem orçamento

Se você é como a maioria dos músicos, provavelmente não há muito dinheiro extra sobrando na conta bancária da banda depois de pagar por gravação, mixagem, masterização, duplicação, registro dos direitos autorais e distribuição. Mas você precisa divulgar seu novo disco, certo?

Atualmente, o vídeo do disco é praticamente obrigatório para promover corretamente um álbum. E embora seja verdade que você poderia gastar milhares ou mesmo dezenas de milhares de dólares gravando um vídeo musical, por que você faria isso? Principalmente quando você se encontra em um ponto da carreira em que cada dólar é importante.

A próxima página apresenta algumas dicas de produção rápidas e diretas, que poderão ser úteis quando você estiver procurando ideias para seu próximo vídeo de baixo ou nenhum orçamento.

Seis dicas para fazer vídeos musicais sem orçamento

1. ENVOLVA SEUS AMIGOS

Se você tiver amigos com habilidades de criação ou edição de vídeos, convoque-os! Mesmo que você não tenha um amigo com experiência com equipamentos cinematográficos, provavelmente tem um celular e um amigo que sabe apertar o botão vermelho de gravação, certo? Talvez você consiga alguns amigos que tragam seus smartphones, criando diversos ângulos de câmera para usar nos cortes quando você editar.

Além disso, se precisar de atores extras que trabalhem de graça, chame seus amigos. Se precisar de uma multidão, anuncie nas redes sociais ou pelo seu boletim por email. Ou você pode criar um concurso para seus fãs aparecerem no seu vídeo.

2. ORGANIZE-SE PARA TRABALHAR RÁPIDO

Este é o detalhe sobre contar com ajuda gratuita ou barata: é preciso ter **MUITO** respeito com o tempo das outras pessoas.

Um amigo poderá adorar passar algumas horas com você em um sábado à tarde, bebendo cerveja e fazendo umas dez cenas, mas se a gravação se arrastar e demorar muito, ou se você tiver que chamar as pessoas de volta em outro dia, poderá parecer que você está se aproveitando do tempo livre delas. Então, não faça isso. Seja qual for o conceito que você criar para o vídeo, é importante que seja gravado

rapidamente, de preferência entre quatro e seis horas em um único dia (incluindo a preparação e os intervalos).

3. GRAVE EM UMA SÓ LOCAÇÃO, E QUE SEJA BOA

Talvez você tenha umas dez locações em mente, junto com uma tomada dramática de helicóptero com você na Torre Eiffel. Mas, pois é, não vai rolar.

Você já tem muito com que se preocupar, especialmente se vai ser a principal pessoa na frente da câmera. Crie uma produção o mais simples possível para você, para a pessoa encarregada com a iluminação e o enfoque, e para todos os que aparecerem para ajudar

Locação, locação, locação! Encontre um lugar interessante (pense nos lugares da sua região que possam ter muita personalidade), reúna todo mundo e coloque toda a sua energia na realização de tudo, e não em dirigir, coordenar as chegadas e etc.

Se for gravar ao ar livre, preste atenção às mudanças na iluminação natural.

Além disso, não tenha medo de pedir autorização de acesso às locações que parecerem inalcançáveis: um monumento, um museu etc. Você poderá surpreender-se com quão animados alguns administradores de locais ou diretores de programas ficam diante da possibilidade de ter um artista gravando um vídeo no local.

4. CRIE UM ELEMENTO VISUAL INTERESSANTE QUE POSSA ESTAR PRESENTE EM TODO O VÍDEO

Talvez você não tenha muito tempo

para alterar o ambiente, adicionar adereços ou usar efeitos especiais, então ajuda basear-se em um tema visual que não se torne monótono, mesmo que tenha que ser repetido algumas vezes.

Por exemplo, no vídeo de [Chris Robley para sua música "Anonymous,"](#) ele desafia a gravidade, elevando-se de uma piscina diversas vezes sincronizando os lábios com a música. Para conseguir isso, ele precisou memorizar sua música de trás para a frente e gravou tudo ao contrário.

Talvez para você o tema visual seja dança, ou ter seu rosto pintado lentamente, ou usar uma fantasia ridícula. A ideia é encontrar o elemento que funcione e concentrar o vídeo em torno desse conceito. Sem esse tipo de linha temática, você poderá enfrentar dificuldades no dia da gravação.

5. MANTENHA A PRESSÃO SOBRE SI MESMO

O lado maravilhoso e frustrante de fazer tudo por conta própria é que você precisa levar até o fim, porque toda a carga está sobre VOCÊ. Os voluntários podem decepcioná-lo ou podem ajudar, mas isso é uma grande aposta quando se tem somente algumas horas para criar um vídeo.

A menos que você tenha certeza de que as outras pessoas envolvidas no vídeo estão dispostas a investir dezenas de horas, provavelmente é

Continua na próxima página

uma boa ideia você mesmo fazer o trabalho pesado em termos de atuação, faças ou qualquer coisa que exigir muita preparação.

O que nos leva à...

6. PREPARAÇÃO

Se os membros da sua banda forem [coreografar uma sequência de dança envolvendo esteiras](#) para o seu vídeo, bem, é melhor praticar,

praticar e praticar. Vai precisar de alguns gatos empalhados para o set de gravação? Comece a procurar esses peludos com antecedência. A gravação será um desastre se você não estiver preparado para criar o conceito.

Esse trabalho preliminar pode ser tedioso, mas o resultado é que você chegará ao local pronto para começar. Quando todos estão

preparados, você pode realmente concentrar sua energia e aproveitar o melhor de todos os envolvidos.

Dicas bônus

Prepare-se para editar por conta própria Mesmo que você tenha alguém pronto para editar o vídeo, prepare-se para editar a gravação por conta própria. Você nunca sabe quando outros compromissos empurrarão seu projeto para o fim da fila. Claro, isso significa que você vai precisar do iMovie, do FCPX ou de outros programas de edição populares. Mas provavelmente é uma boa ideia familiarizar-se com edição de vídeo.

Discuta a participação de todos com antecedência As coisas podem mudar pelo caminho, claro, mas é uma boa ideia definir as responsabilidades de cada um com antecedência: quem vai editar, quem vai trazer o lanche, quem será responsável pelo figurino, etc.

Faça fotos estáticas durante a gravação para compartilhar nas redes sociais. Faça algumas tomadas extras para um vídeo de bastidores. E quando o vídeo final es tiver pronto, faça todas as atividades de costume: envie emails para seus fãs, promova nas redes sociais, provoque no Instagram e mencione nos shows. Para ganhar pontos extras, faça uma estreia no blog ou organize um evento de estreia ao vivo.

Conclusão

O YouTube é um dos canais de divulgação mais poderosos para promover música. Pode ser também uma plataforma fantástica para mostrar sua personalidade e sua criatividade, limitada somente pelo tempo, pela habilidade e pela energia que você aplicar. Esperamos que este guia sirva como uma boa base inicial.

Divirta-se produzindo vídeos!

[Inscreva-se no programa de monetização no YouTube da CD Baby hoje mesmo.](#)

