

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC GINO REZAGHI**

ENSINO MÉDIO INTEGRADO AO CURSO TÉCNICO EM MARKETING

**Adrielly Rocha de Moraes
Ana Beatriz Morais de Oliveira
Gustavo Holanda Mendes
José Elias de Souza Santos**

ESTRATÉGIAS MUSICAIS

**CAJAMAR
2024**

MARKETING MUSICAL

Adrielly Rocha de Moraes¹
Ana Beatriz de Moraes Oliveira²
Gustavo Holanda Mendes³
José Elias de Souza Santos⁴

Professores Orientadores: Anelise Stringuetto⁵ e Diego Silva Neves⁶

RESUMO: Este artigo enfatiza a importância do marketing musical e sua integração com o marketing de conteúdo, com foco na construção de identidade de artistas e bandas. Branding envolve a criação de uma imagem coerente e compreensível, incluindo aspectos visuais, gestos e expressões. No contexto da música, estas estratégias ajudam a diferenciar os artistas de um mercado lotado, promovendo o envolvimento e a lealdade da comunidade. Além disso, aumentam o valor comercial e a continuidade de todo o corpo da obra, permitindo que os artistas permaneçam relevantes mesmo em períodos de mudança estilística. Esta pesquisa demonstra como as práticas de marketing musical podem efetivamente mudar no ambiente digital, aumentando assim a visibilidade e a longevidade do artista.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing Musical. Estratégias. Internet.

ABSTRACT- This article emphasizes the importance of music marketing and its integration with content marketing, focusing on building the identity of artists and bands. Branding involves creating a coherent and understandable image, including visual aspects, gestures, and expressions. In the context of music, these strategies help artists stand out in a crowded market, fostering engagement and community loyalty. Additionally, they enhance the commercial value and continuity of the entire body of work, allowing artists to remain relevant even during periods of stylistic change. This research demonstrates how music marketing practices can effectively adapt in the digital environment, thus increasing the artist's visibility and longevity.

KEYWORD: Music. Strategies. Marketing.

¹ adrielly.moraes01@etec.sp.gov.br

² Anabeatrizmoraes127@gmail.com

³ gustavo.mendes64@etec.sp.gov.br

⁴ Joseeliasdesouza365@gmail.com

⁵ Professora Orientadora Anelise Stringuetto: anelise.stringuetto3@etec.sp.gov.br

⁶ Professor Orientador Diego Silva Neves: diego.neves19@etec.sp.gov.br

INTRODUÇÃO

Com o grande avanço da tecnologia, os meios de entretenimento precisaram se adaptar à atualidade, e a música não foi exceção. Esse cenário trouxe consigo a constante necessidade de inovação, especialmente no que diz respeito às estratégias de marketing, que se tornaram essenciais para ajudar o artista a se manter relevante e atualizado no mercado. Entender as redes sociais, como funcionam e como sempre se manter dentro das “trends” são boas soluções.

Compreender a indústria musical é, portanto, fundamental. Saber como funcionam as plataformas digitais, os processos de monetização e as melhores formas de se destacar neste vasto mercado são conhecimentos essenciais para qualquer artista. Quando falamos de arte, nos tratamos de um campo vasto, e saber vender o seu diferencial é uma qualidade muito importante. Para identificar estas estratégias e visão de mercado, foram utilizados meios importantes como os consumidores de arte e música, estudos de caso e pesquisas bibliográficas.

1 O QUE É MARKETING?

"Marketing é o processo social através do qual as pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam, por meio da criação, oferta e troca de produtos e serviços."

(Kotler, Marketing Management, 1ª edição, 1967).

O Marketing é o conjunto de estratégias e processos que visam promover, vender e distribuir um produto ou serviço, através do entendimento das necessidades dos clientes e da construção de relacionamentos duradouros. O objetivo principal do marketing é criar valor para os consumidores e, ao mesmo tempo, gerar lucro para a empresa. Isso é feito através de várias táticas, como publicidade, promoção de vendas, branding, marketing digital, entre outras.

1.1 tipos de marketing

Meio à era digital, nessa atualidade, é notório que o marketing está virando uma nova necessidade para os empreendedores recém-chegados no mercado, sem focar em uma

determinada área necessariamente, mostrando que o marketing, nessa época atual, está-se tornando algo cotidiano, principalmente com a evolução do ambiente de trabalho migrando para a internet, especialmente as redes sociais. Desse modo, é perceptível que o marketing digital está ganhando grande reconhecimento, entretanto, há diversos outros tipos de marketing não tão conhecidos.

1.1.1 marketing offline

O marketing offline, o mais conhecido como tradicional, já teve seu auge anteriormente, dado que sua estratégia se baseava em divulgações de serviço ou produtos fora do ambiente digital, utilizando como técnicas comerciais na TV e rádios, também promovendo propagandas em panfletos e outdoor ou até mesmo cartas e ligações diretas.

1.1.2 ecomarketing

O marketing verde ou ambiental, utiliza como estratégias, traçar uma boa relação entre a empresa e o meio ambiente, destacando os benefícios sustentáveis com produtos ambientais, transmitindo a credibilidade e comprometimento da empresa com o meio ambiente.

1.1.3 marketing de guerrilha

Este modelo traz uma estratégia não convencional que tem como objetivo a criatividade e inovação em grande escala e com o propósito de chamar atenção do público de uma forma inovadora, trazendo uma experiência única, vinculando engajamento e a conexão dos consumidores com a marca.

1.1.4 marketing político

Marketing político traz como estratégia a possibilidade de influenciar e mudar a opinião pública, moldando uma certa construção de imagem para partidos, candidatos e até mesmo ideologias políticas.

1.1.5 marketing digital

Marketing digital, de conteúdo, de afiliados e de relacionamentos são muito utilizados atualmente, fazendo com que as estratégias dessas áreas ganhem certa relevância, dado que, na época atual, elas são extremamente necessárias para o crescimento tanto de um artista ou influenciador até mesmo um empreendedor ou uma empresa, já que as estratégias são totalmente focadas nas redes sociais, mas também no relacionamento, focando na mensagem a ser transmitida, visto que o marketing digital tem suas táticas voltadas para o universo digital. Já marketing de conteúdo, afiliados e relacionamentos são voltados às redes sociais, criando assim uma combinação perfeita ao ser utilizada atualmente, levando assim ao sucesso se realizada com perfeição.

O marketing está dentro de um ciclo de constante evolução, e Kotler diz: “se você não inova, sairá do mapa”, mostrando que a evolução é algo constante e todos devem seguir essa evolução para não serem esquecidos, principalmente se essa pessoa depende do marketing. Dessa forma, sempre haverá algo novo para introduzir à sociedade e, principalmente, ao mercado, seja um produto ou uma ideia inovadora.

1.2 ramos de marketing

De acordo com o Kotler, o marketing se desdobra em vários ramos, como o marketing digital, que utiliza a internet e tecnologias digitais para atingir o público-alvo, e o marketing de relacionamento, que foca em criar e manter vínculos duradouros com os clientes. Ele ressalta que, independentemente do ramo, o objetivo central do marketing é sempre entender e satisfazer as necessidades dos consumidores de maneira eficaz e inovadora.

1.3 marketing musical

A música é um dos grandes patrimônios da humanidade, estando presente desde o início das primeiras civilizações, portanto, desempenhou um papel preponderante na formação cultural da população. A indústria musical é um mercado gigantesco, lucrativo e extremamente amplo, com isso, ter um diferencial e saber se destacar é uma grande jogada por si só. Com o tema abordado no blog “Muxixe”, sua definição é dada como um conjunto de práticas e estratégias, ficando o seu principal objetivo: fidelizar o seu ouvinte, de modo que não se venda apenas o produto primário, a música, e sim, o artista

e sua marca! Um exemplo de marketing bem-feito é quando o artista passa a ter uma fã base leal, que não consome apenas seu som e sim, seu estilo de vida.

1.3.1 branding: o que é e sua importância

Branding, no marketing musical, é o processo de construção e gestão da identidade de um artista ou banda, envolvendo aspectos visuais, posicionamento e a relação emocional com o público. Vai além da música, criando uma imagem única e consistente que diferencia o artista no mercado. Sua importância no ramo musical está em quatro pilares: Diferenciação em um mercado competitivo; (2) Fidelidade e engajamento dos fãs; (3) Valorização comercial, com oportunidades como parcerias e licenciamentos; e (4) Longevidade, garantindo relevância contínua ao longo da carreira. Assim, o branding é essencial para o sucesso e crescimento sustentável de um artista.

2.0 REDES SOCIAIS

O marketing musical nas redes sociais mostra uma evolução significativa na forma como a música é promovida e consumida. Com a capacidade de alcançar pessoas de todo o mundo e engajar diretamente com fãs, criar conteúdo viral e formar parcerias estratégicas, as redes sociais são agora um componente crucial na estratégia de marketing musical. À medida que essas plataformas continuam a evoluir, é essencial que os profissionais da indústria se adaptem e aproveitem ao máximo as oportunidades oferecidas para garantir o sucesso e a relevância no cenário musical atual, sendo uma forma de se promover e crescer no ramo musical de forma que muitas vezes é gratuita, já que a situação financeira no começo de uma carreira musical pode ser complicada, mas como diz Gabi Luthai, “se não tem dinheiro, invista seu tempo”. Primeiro em si mesmo, construindo sua audiência mesmo sem investidor e sem música autoral.

2.1 mercado digital

Na atualidade, o mercado digital vem se tornando um dos motivos que mais alavancam a economia global, modificando totalmente o meio de comunicação entre as empresas e os consumidores. Com o grande crescimento da tecnologia, as marcas tendem, com um bom planejamento, a alcançar um número maior do seu público, fazendo as mais impecáveis estratégias de marketing. De acordo com o especialista em marketing digital, “a era digital não é apenas uma tendência; é uma revolução que redefine o comportamento do consumidor” (Carlos Almeida).

Também ajustando as estratégias de acordo com a necessidade, o mercado digital oferece uma grande variedade de ferramentas e plataformas, assim permitindo que a empresa consiga analisar os dados em tempo real. Isso não melhora apenas a experiência do cliente, mas também potencializa os recursos investidos nas campanhas publicitárias. A possibilidade de personalização se tornou um pilar importante nesse cenário atual, onde os consumidores aguardam informações relevantes e direcionadas. A redução de custos operacionais é outro benefício significativo do mercado digital, já que, com a possibilidade de vender online, as despesas físicas das empresas irão cair, focando assim na melhora da qualidade dos produtos e serviços. Por isso, o mercado digital não só traz novas oportunidades, mas também se torna uma necessidade para quem deseja prosperar no mundo atual

2.1.1 plataformas de streaming

As plataformas de streaming de música revolucionaram a forma como consumimos música, dando-nos acesso a milhões de músicas, álbuns e playlists. Empresas como **Spotify, Apple Music, Tidal, Deezer e Amazon Music** dominam o mercado, utilizando tecnologia avançada para oferecer experiências personalizadas. Essas plataformas usam inteligência artificial e aprendizado de máquina para analisar feedback e preferências dos usuários e recomendar conteúdo relevante. A combinação de áudio de alta qualidade e qualidade de som garante uma experiência auditiva impressionante. A ascensão da música teve um impacto profundo na indústria musical, mudando o modelo de negócio tradicional baseado na venda de discos físicos e downloads digitais. Os artistas agora podem atingir um público global, enquanto a plataforma gera receitas através de assinaturas e publicidade. No futuro, esperamos que essas plataformas

continuem a evoluir, incorporando realidade virtual, inteligência artificial e novas tecnologias para oferecer música ainda melhor.

2.2 benefícios do marketing musical

Um dos principais benefícios do marketing musical é a ampliação da visibilidade, permitindo que músicos independentes alcancem uma audiência global.

Como afirma a especialista em marketing digital, "a música é uma linguagem universal, e com as estratégias certas, qualquer artista pode fazer sua voz ser ouvida" (Maria Silva).

Com tudo, o marketing musical ajuda a construir uma marca sólida. Através de estratégias de branding bem definidas, os artistas podem criar uma identidade única que ressoe com seus fãs. Isso não só aumenta o engajamento, mas também fideliza o público, gerando um relacionamento duradouro.

Outro aspecto importante é a monetização das obras, com as plataformas digitais e as redes sociais, os músicos têm acesso a novas formas de gerar receita, como streaming, merchandising e shows ao vivo. Isso permite que eles se sustentem financeiramente enquanto compartilham sua arte com o mundo. Em suma, o marketing musical não apenas promove a música, mas também empodera os artistas em sua jornada criativa e profissional.

3.0 ESTUDO DE CASO: INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o marketing musical transformou-se em ferramenta essencial para o sucesso de artistas e da indústria fonográfica. Com as mudanças no cenário musical, impulsionadas pela tecnologia digital e pelas redes sociais, estratégias de marketing eficazes são cruciais para o destaque no mercado. Este conceito abrange mais do que a simples promoção de álbuns e shows; envolve a construção de uma identidade artística sólida, a venda de uma personalidade e a interação significativa com a base de fãs. Este estudo de caso visa analisar a implementação de estratégias de marketing musical, amparado em pesquisa aprofundada sobre seus conceitos e aplicações práticas. A investigação analisa diferentes abordagens utilizadas por artistas e gravadoras, focando no uso de plataformas digitais, técnicas de engajamento em redes sociais e a consolidação da marca musical.

3.1 metodologia e coleta de dados

Para compreender profundamente as estratégias de marketing musical e seu impacto no público, realizamos uma pesquisa quantitativa, utilizando questionários como instrumento principal de coleta de dados. A amostra de 100 participantes representa um público diverso, considerando diferentes faixas etárias e preferências musicais. O objetivo foi identificar percepções e comportamentos dos consumidores de música em relação às campanhas de marketing, focando em plataformas digitais, redes sociais e o branding de artistas.

3.2 análise dos dados

Os resultados demonstram que a maioria dos participantes utiliza plataformas de streaming (Spotify e YouTube, principalmente) como principal meio de consumo musical, evidenciando a importância de estratégias de marketing direcionadas a esses canais. Um número significativo de respondentes também utiliza playlists curadas para descobrir novas músicas, reforçando a necessidade de posicionamento estratégico em playlists populares como ponto de contato com novos ouvintes.

3.2.1 Engajamento em Redes Sociais

O estudo revela um alto nível de engajamento dos fãs com seus artistas preferidos nas redes sociais, destacando plataformas como Instagram e TikTok. Esses canais não apenas facilitam a comunicação, mas também promovem uma conexão mais íntima entre artistas e público. A participação ativa em desafios musicais no TikTok, por exemplo, demonstra a eficácia de campanhas virais como estratégia para ampliar o alcance e o engajamento. Os resultados indicam que campanhas criativas e interativas permitem aos fãs uma participação ativa, transformando o marketing musical em uma experiência social imersiva.

3.2.2 Impacto do Branding na Decisão de Consumo

Quando questionados sobre a influência do branding, uma proporção significativa dos participantes afirmou que a identidade visual e a imagem do artista desempenham um

papel decisivo em suas escolhas de seguir ou consumir música. Este achado sublinha a importância de uma estratégia de branding robusta, na qual o artista apresenta uma identidade coesa e autêntica ao público. Campanhas que destacam a acessibilidade e autenticidade dos artistas têm um impacto mais profundo nas decisões de consumo dos ouvintes. Isso reforça a relevância do marketing de relacionamento no setor musical, onde a construção de uma conexão emocional com o público é crucial para aumentar a lealdade e o engajamento com a marca do artista. Os dados obtidos na pesquisa indicam que um marketing musical eficaz deve se concentrar em três pilares fundamentais: plataformas digitais, engajamento nas redes sociais e branding autêntico. A integração dessas estratégias possibilita que os artistas alcancem um público mais amplo, desenvolvam uma relação mais próxima com seus fãs e aumentem suas chances de êxito em um mercado altamente competitivo.

3.3 Considerações finais da análise

Em suma, os resultados da pesquisa indicam que os consumidores estão cada vez mais conectados ao universo digital e que suas experiências musicais são moldadas por fatores como engajamento nas redes sociais e branding bem elaborado. A habilidade dos artistas em se adaptarem às dinâmicas dessas plataformas é essencial para maximizar seu impacto no mercado musical contemporâneo. Este estudo fornece insights valiosos sobre como as estratégias de marketing podem ser otimizadas para atender às expectativas dos ouvintes modernos, ressaltando a importância da inovação contínua no campo do marketing musical. As descobertas servirão como base para o desenvolvimento da cartilha estratégica proposta, que visa apoiar artistas na construção de sua presença digital e no fortalecimento de suas carreiras artísticas.

4.0 AUXILIANDO NOVOS ARTISTAS NA CARREIRA MÚSICAL:

Neste trabalho, abordamos a importância de entender as estratégias musicais no contexto atual da indústria musical e propomos a criação de um guia prático para artistas novatos que desejam lançar suas músicas e compreender melhor o mercado em que

estão inseridos. A análise do cenário da indústria musical nos últimos anos revela que essa área passou por profundas transformações. Com o surgimento das plataformas de streaming e a popularização das redes sociais, tudo se tornou mais digitalizado, desde a produção até a distribuição das músicas.

Observamos que as principais estratégias musicais bem-sucedidas demonstram que, atualmente, não basta apenas ter uma música tecnicamente boa; é necessário um planejamento cuidadoso para o lançamento, o desenvolvimento de uma identidade musical única e a utilização eficaz das ferramentas digitais. Essas ações são fundamentais para estabelecer uma conexão com os ouvintes, criando um vínculo que vai além da simples audição.

4.1 cartilha estratégica para artistas:

Com base nas análises realizadas, desenvolvemos uma cartilha detalhada que reúne ideias e estratégias extraídas de estudos de caso para auxiliar artistas no fortalecimento de sua presença digital e na construção de suas carreiras.

Entre as estratégias fundamentais destacamos a importância de se manter atualizado sobre o funcionamento e as particularidades de cada plataforma. Cada rede social possui características e públicos distintos, exigindo abordagens específicas:

- TikTok: O público valoriza conteúdos rápidos, dinâmicos e práticos. Vídeos curtos, criativos e envolventes tendem a gerar maior engajamento nesta plataforma.

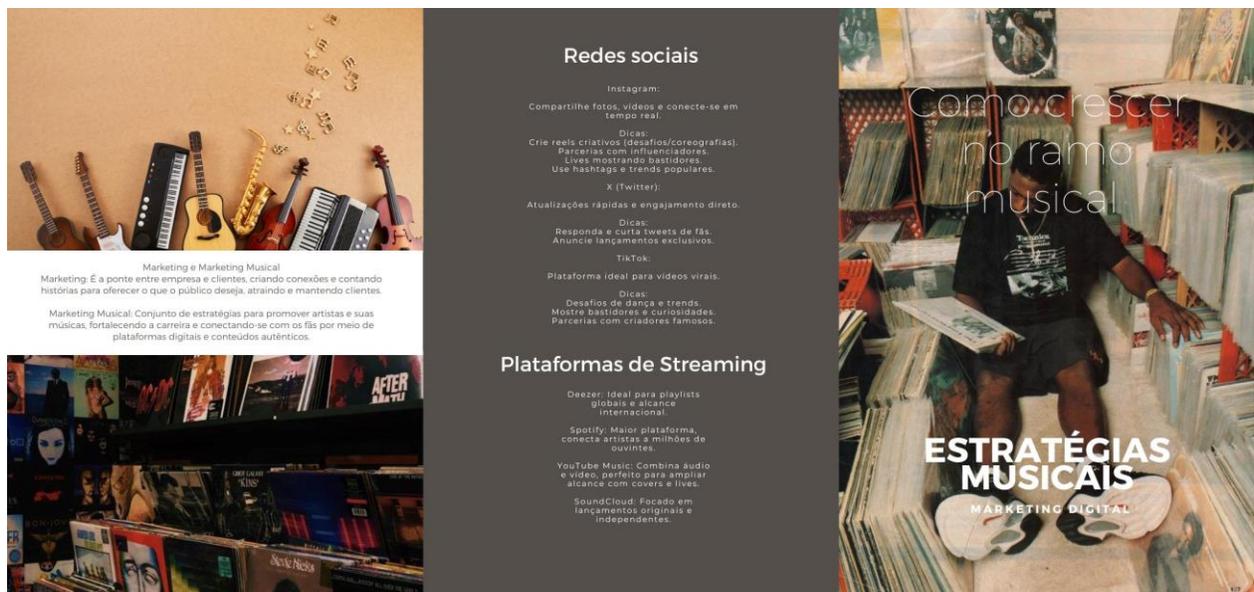
- Instagram: Os artistas podem explorar postagens visuais mais detalhadas, como carrosséis, stories e reels, destacando sua trajetória, bastidores ou projetos futuros.

- X (antigo Twitter): Ideal para criar um vínculo próximo e descontraído com os fãs. Publicações engraçadas e interações diretas ajudam a construir uma conexão genuína.

- YouTube: Como uma das plataformas mais relevantes, demanda conteúdos ricos e detalhados. É o espaço ideal para publicar vídeos, entrevistas e documentários.

A cartilha também aborda temas essenciais como as melhores práticas em redes sociais (TikTok, Instagram, X e YouTube), orientações sobre plataformas de streaming como Spotify e Deezer, incluindo estratégias de monetização, a construção de uma identidade visual consistente e métodos eficazes para criar e manter uma base de fãs engajada.

Em suma, esta cartilha serve como um guia abrangente para artistas que desejam se posicionar estrategicamente no mercado digital, aproveitando ao máximo o potencial de cada plataforma e consolidando sua presença online.



Marketing e Marketing Musical
Marketing: É a ponte entre empresa e clientes, criando conexões e contando histórias para oferecer o que o público deseja, atraindo e mantendo clientes.
Marketing Musical: Conjunto de estratégias para promover artistas e suas músicas, fortalecendo a carreira e conectando-se com os fãs por meio de plataformas digitais e conteúdos autênticos.

Redes sociais
Instagram:
Compartilhe fotos, vídeos e conecte-se em tempo real.
Dicas:
Crie reels criativos (desafios/coreografias).
Parcerias com influenciadores.
Lives mostrando bastidores.
Use hashtags e trends populares.
X (Twitter):
Atualizações rápidas e engajamento direto.
Dicas:
Responda e curta tweets de fãs.
Anuncie lançamentos exclusivos.
TikTok:
Plataforma ideal para vídeos virais.
Dicas:
Desafios de dança e trends.
Mostre bastidores e curiosidades.
Parcerias com criadores famosos.

Plataformas de Streaming
Deezer: Ideal para playlists globais e alcance internacional.
Spotify: Maior plataforma, conecta artistas a milhões de ouvintes.
YouTube Music: Combina áudio e vídeo, perfeito para ampliar alcance com covers e lives.
SoundCloud: Focado em lançamentos originais e independentes.

Como crescer no ramo musical

ESTRATÉGIAS MUSICAIS
MARKETING DIGITAL



A identidade visual é a representação gráfica de uma marca, transmitindo sua essência e valores em cada detalhe. Ela engloba elementos como logo, cores, tipografia e imagens, criando uma conexão instantânea com o público.

Pense na Coca-Cola: o vermelho vibrante desperta paixão e energia. Ou no Spotify: o verde vibrante traz modernidade e frescor. Esses detalhes não são à toa! Eles constroem uma imagem sólida e inesquecível.

MONETIZAÇÃO

Spotify: Ganhe royalties por stream e aumente visibilidade com playlists.

Deezer: Royalties por stream e planos premium com maior receita.

YouTube Music: Monetize com anúncios, memberships e vendas em transmissões ao vivo.

SoundCloud: Programa Premier, assinaturas Pro e royalties baseados em fãs ativos.

IDENTIDADE VISUAL



CRIE UMA FÃ BASE

Construir uma fã base leal começa com autenticidade e engajamento constante. Seja transparente, compartilhe bastidores, mostre quem você é além da música e interaja com seus seguidores de forma genuína. Responda mensagens, curta posts de fãs e faça com que se sintam parte do seu processo criativo.

Dicas para manter uma boa relação:
Conte histórias: Mostre o processo de criação da sua música ou momentos pessoais.

Seja acessível: Responda aos fãs nas redes sociais, organize lives e chats.

Exclusividade: Ofereça conteúdos exclusivos, como prévias de músicas ou merchandising especial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, abordamos a importância do marketing musical como uma ferramenta essencial para a construção da identidade do artista, observando que, no cenário digital atual, as estratégias de marketing desempenham um papel importante para a sobrevivência e relevância dos artistas. Mostramos também que as plataformas digitais e redes sociais ampliam o alcance com o público e permitem uma conexão mais profunda com os fãs. A análise de dados confirmou que a aplicação de estratégias

eficientes de branding, engajamento nas redes sociais e posicionamento em plataformas de streaming pode ser crucial para o sucesso de um artista. Assim, um planejamento adequado, principalmente com o uso de ferramentas digitais, é indispensável para alcançar alta visibilidade. Como contribuição, o estudo reforça a importância de os artistas entenderem como o mercado digital funciona, buscando estratégias inovadoras e alinhadas às tendências. Este trabalho procura ser um ponto de partida para novos

estudos que possam aprofundar a análise do impacto das diversas mudanças tecnológicas na indústria da música e, principalmente, ajudar músicos e outros profissionais da área a se adaptarem às constantes transformações da era digital.

REFERENCIAS PARA O TRABALHO

O que é marketing musical? Disponível em :<https://musixe.com/blog/o-que-e-marketing-musical> Acesso em: Maio de 2024

O guia de marketing musical para musicos independentes. Disponível em:<https://somosmusica.cdbaby.com/o-guia-de-marketing-musical-para-musicos-independentes/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20marketing%20musical,como%20criar%20um%20plano%20Marketing>. Acesso em: junho de 2024

Marketing Musical: Antes de vender shows, gravar e lançar! Disponível em:<https://www.icomp.com.br/camarim/marketing-musical/> Acesso em: junho de 2024

Tipos de Marketing: Conheça os 10 principais e como aplicá-los na sua empresa Disponível em:<https://www.nomus.com.br/blog-industrial/tipos-de-marketing/> Acesso em junho de 2024

Conheça os 10 principais tipos de marketing Disponível em:<https://bring.ag/old/blog/conheca-os-10-principais-tipos-de-marketing/> Acesso em: junho de 2024

Como o marketing pode ajudar minha empresa Disponível em:<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/como-o-marketing-pode-ajudar-minha-empresa,b027cd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Para%20que%20uma%20marca%20ocupe,solu%C3%A7%C3%B5es%20que%20ele%20ainda%20desconhece> Acesso em: junho de 2024

O que é marketing e sua importância Disponível em:<https://blogs.pucpr.br/marketing/2023/05/04/o-que-e-marketing-e-qual-a-sua-importancia/> Acesso em: Junho de 2024

O que é marketing pessoal? Disponível em:<https://www.mundodomarketing.com.br/o-que-e-marketing-pessoal> Acesso em: junho de 2024

O poder do marketing musical na era do streaming Disponível em:<https://musicaemercado.org/poder-marketing-musical-era-streaming/> Acesso em: Julho de 2024

YouTube para músicos: sete dicas para aumentar sua visibilidade online Disponível em:<https://imusician.pro/pt/recursos/blog/youtube-para-musicos-sete-dicas-para-aumentar-sua-visibilidade-online> Acesso em: julho de 2024

Como colocar músicas no Spotify e faturar com elas Disponível em:<https://www.remessaonline.com.br/blog/como-colocar-musicas-no-spotify-e-faturar-com-elas/> Acesso em: julho de 2024

Transformação Digital: O Impacto da Sociedade no Mercado Econômico Disponível em:<https://rabiscodahistoria.com/transformacao-digital-o-impacto-da-sociedade-no-mercado-economico/> Acesso em: Agosto de 2024

Qual a influência do mercado digital nas relações de consumo? Disponível em:<https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/qual-a-influencia-do-mercado-digital-nas-relacoes-de-consumo> Acesso em Setembro de 2024

Navegando na era digital: como as marcas e consumidores se conectam? Disponível em:<https://artery.global/navegando-na-era-digital-como-as-marcas-e-consumidores-se-conectam/> Acesso em: Setembro de 2024

O que é branding? Disponível em: <https://mailchimp.com/pt-br/resources/what-is-branding/> Acesso em: Outubro de 2024

Qualificação para monetização de faixas Disponível em:<https://support.spotify.com/br-pt/artists/article/track-monetization-eligibility/> Acesso em: Outubro de 2024

O que é Branding: aprenda como fazer uma gestão de marca incrível Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/branding/>
Acesso em: Outubro de 2024

O que é branding e como fazer a gestão da sua marca disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/o-que-branding/> Acesso em novembro de 2024

Mercado digital: entenda como funciona e as principais tendências Disponível em: <https://br.hubspot.com/blog/marketing/mercado-digital> Acesso em: Novembro de 2024

O Poder do Instagram: Estratégias para Aumentar o Engajamento do Usuário Disponível em: <https://cmlo.co/social/instagram-10-estrategias-infaliveis/> Acesso em: novembro de 2024

7 Estratégias fundamentais para divulgação Instagram Disponível em: <https://www.impulsioneagram.com.br/blog/divulgacao-instagram/> Acesso em novembro de 2024

Dicas para Artistas Conseguir Seguidores no Instagram Disponível em: <https://qmixdigital.com.br/marketing/artistas-conseguir-seguidores-instagram/>
Acesso em novembro de 2024