

## Comunicação, rock e redes sociais digitais: análise de conteúdo do canal ‘Kazagastão’ no YouTube

### RESUMO

**Marcelo Pereira da Silva**  
[marcelosilva\\_rp@hotmail.com](mailto:marcelosilva_rp@hotmail.com)  
Pontifícia Universidade Católica de  
Campinas (PUC-Campinas), Campinas,  
São Paulo, Brasil.

**Lucas Comisso Branco**  
[lucascbranco95@gmail.com](mailto:lucascbranco95@gmail.com)  
Pontifícia Universidade Católica de  
Campinas (PUC-Campinas), Campinas,  
São Paulo, Brasil.

Este artigo investiga, através da análise de conteúdo, o Kazagastão, um dos canais que mais tem difundido o rock na plataforma de vídeos YouTube. Ao ressaltarmos a relevância que canais como esse possuem para o público consumidor do gênero, analisamos a circulação de conteúdos e sentidos, buscando entender como um gênero, outrora amplamente divulgado pela mídia de massa, se utiliza de canais on-line especializados para ganhar visibilidade e gerar interatividade com os usuários. Inferimos que as redes sociais digitais oferecem um ecossistema de possibilidades para esse gênero musical, criando emergentes modos de trocas simbólicas, divulgação e consumo de rock.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação. Redes sociais digitais. Rock. Análise de conteúdo.

## INTRODUÇÃO

No final dos anos 1950 até meados dos anos de 2010, o rock tinha considerável espaço de divulgação e de propagação através dos meios de comunicação de massa, tais como a televisão e o rádio. Com o advento de novas tecnologias e a consolidação das redes sociais digitais, o gênero musical ganhou emergentes espacialidades e temporalidades para se propagar e encontrar diferentes públicos e consumidores.

Uma das redes on-line mais populares, hoje, é o YouTube. É uma plataforma que representa o segundo maior mecanismo de busca do mundo, tornando-se o segundo site com mais tráfego. Possui mais de 2 bilhões de usuários ativos mensalmente, número que representa cerca de um terço de todos os usuários da Internet (KINSTA, 2023, on-line) e não deixa dúvidas acerca da sua relevância social.

Nesse sentido, chama-nos a atenção um dos canais mais conhecidos no YouTube do público consumidor de rock, o Kazagastão, ou simplesmente KZG. O canal foi idealizado por Gastão Moreira, ex-VJ da MTV Brasil durante a década de 1990, e conta com as participações do jornalista Fábio Massari, do empresário musical Nando Machado e do músico Clemente Nascimento, além da esposa do apresentador, Beatriz Barbi, que colabora na produção dos vídeos. Em se tratando de rock, o canal de Gastão, hoje, ocupa uma posição de relevância no YouTube. Vencedor do prêmio Dynamite, em 2022, a maior premiação de música independente do Brasil, o canal é referência na produção de conteúdo relacionado a música e, em específico, ao rock'n'roll no YouTube Brasil.

Fazemos parte, como sujeitos, de um entorno no qual emerge uma cultura de conexão sustentada e disseminada por redes on-line (JENKINS, GREEN; FORD, 2014). Este universo é complexo e diversificado em linguagens, suportes, conversações, trocas, interatividades etc. (SANTAELLA, 2010), produzindo condições para a circulação de conteúdos, discursos, estratégias e informações, no nosso caso, referentes ao universo musical, especificamente ao rock, o qual ingressa no processo de midiatização propiciado pelas redes digitais.

## MIDIATIZAÇÃO, ROCK E REDES SOCIAIS DIGITAIS

Difundido de maneira ampla em décadas passadas pelos meios de comunicação de massa, o rock é um gênero que, atualmente, se utiliza das redes sociais digitais e se vale dos processos de midiatização. A usabilidade das redes guiou o padrão de comportamento de toda a sociedade, como as pessoas interagem e se comunicam, especialmente como consomem bens e serviços (ECBR, 2021, on-line). A sua utilização crescente tem desempenhado um papel crucial na mudança de paradigma das mídias.

Com uma velocidade exponencial de evolução dos meios de comunicação, a forma de se consumir música também evoluiu, visto que os serviços de streaming trouxeram uma nova perspectiva para as nossas vidas: agora, podemos escutar o que quisermos e na hora que for [...] (STONE, 2020, on-line). Neste sentido, Verón (2014, p. 16) pontua:

O crescimento de um meio (ou vários) operando através de um novo dispositivo técnico-comunicacional, tipicamente produz efeitos radiais, em todas as direções, afetando de diferentes formas e com diferentes intensidades todos os níveis da sociedade funcional.

A inserção do rock nas redes digitais impulsionou o processo de midiatização ao democratizar o acesso à música e permitir interações entre artistas e seu público, além de proporcionar uma conexão com audiências mais diversas devido à facilidade de compartilhamento de streamings e do próprio YouTube. Pereira afirma que

Na internet é possível que se funde grande parte das experiências sensoriais na música ao unir tecnologias distintas e faz com que o usuário-interativo experimente a música de uma forma participativa e colaborativa. Na web, no momento em que o usuário-interativo passa pela experiência de ouvir o som e ver a banda tocar na internet, ele pode também opinar sobre o que assistiu e ouviu e espalhar sua opinião em suas redes pessoais. (PEREIRA, 2011, p.11).

A presença do gênero nas redes virtuais tem desempenhado um papel de natureza visual, uma vez que permitem que bandas e artistas compartilhem fotos, vídeos e momentos dos bastidores de shows e gravações. Tais feitos estabelecem conexões mais pessoais com o público e, conseqüentemente, humaniza os músicos e fortalece a identificação com os usuários.

Para as bandas e artistas, as redes sociais se tornaram facilitadoras na difusão de conteúdo, uma vez que seu fã pode auxiliar com suas redes pessoais para que o projeto se espalhe com maior agilidade e credibilidade. Também para os projetos musicais tornou-se possível ouvir críticas diretas para melhoria no conteúdo produzido, o que auxilia na evolução do projeto. (PEREIRA, 2011, p. 11).

No entanto, a midiatização do rock acaba por ser uma via de mão dupla por apresentar desafios, como a necessidade de manter uma presença on-line constante e a pressão pela conquista de likes, compartilhamentos e engajamento, o que pode afetar a autenticidade da experiência musical, já que as decisões podem ser influenciadas pelo desejo de se destacar diante dos concorrentes. A facilidade de opinar por parte do público e a velocidade das informações resultam, muitas vezes, em comentários depreciativos relacionados a determinada canção, clipe ou álbum. Para Pereira:

Ainda para as bandas, as redes podem se tornar uma ameaça: as críticas negativas sobre o projeto reverberam com a mesma facilidade que as positivas, e também, a exposição de particularidades e personalidades pode se tornar um problema quando mal expostas. (PEREIRA, 2011, p. 11).

O rock, no contexto das redes sociais virtuais, se beneficia da interatividade, do compartilhamento de conteúdo e do engajamento do público, ao mesmo tempo que também enfrenta desafios relacionados à pressão por métricas de sucesso on-line, à perda de identidade artística e à necessidade de interação com as demandas dos usuários.

## PERCURSO METODOLÓGICO: ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para Bardin (1977, p. 9), a análise de conteúdo é “[...] um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais subtis em constante aperfeiçoamento que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados”. Partindo-se desta premissa, entende-se que para analisar quantitativamente os conteúdos postados em um canal do YouTube, com a intenção de extrair informações relevantes, essa técnica é fundamental.

Para Moraes (1999), a análise de conteúdo permite analisar as comunicações ou textos, possibilitando identificar os inúmeros sentidos contidos no material em análise, organizá-lo e quantificá-lo, de modo a verificar a prevalência de certos conteúdos.

Assim pretendemos nos debruçar sobre o seguinte objeto empírico para levarmos a cabo nossa análise: o canal KZG no YouTube, que conta com 261 mil inscritos, 916 vídeos publicados e uma média de 36 milhões de visualizações, até o momento em que este artigo foi concluído.

## DISCUSSÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA

Desde sua consolidação como fruto da rebeldia juvenil oriunda do pós-guerra e da mistura de gêneros musicais negros norte-americanos (blues, soul, R&B) com o folk e o country, o rock obteve espaço na mídia de massas (rádio e televisão) em nível nacional e internacional. A partir de meados da década de 50, as emissoras de televisão e as estações de rádio apostaram em artistas como Elvis Presley, Chuck Berry, Jerry Lee Lewis, Little Richard, entre outros. Foi esse o tipo de situação que começou a entrar nos lares da família branca de classe média por meio do rádio e da TV (FINOTTI, 2021, on-line).

Essa exposição nos meios de comunicação de massa continuou durante a década seguinte, com o sucesso obtido pelos Beatles nos Estados Unidos em 1964, culminando no fenômeno da Beatlemania e sendo o marco zero do movimento denominado invasão britânica. Na época, com uma quantidade de bandas cada vez maior fazendo sucesso no país, a mídia enxergava o rock como um produto rentável e passou a investir no gênero.

Na televisão estadunidense, um dos maiores veículos a propagar o estilo foi o programa *The Ed Sullivan Show*, que obteve considerável popularidade durante as décadas de 50 e 60, levando grandes nomes para apresentações ao vivo, tais como Elvis Presley, The Beatles, Janis Joplin, The Doors, The Rolling Stones, Buddy Holly e outros artistas da época. Além dos programas de televisão, durante o fim da década de 50 e no correr da década de 60, diversos grupos e artistas passaram a produzir filmes para o cinema, algo que colaborou para que atingissem mais sucesso de público.

A partir dos anos 70, o gênero se mantinha mais pulsante na juventude, já que buscava novas formas de se expressar. A mídia mantinha seus programas para lançar novos artistas de rock e manter o legado dos já consolidados. Como exemplo, em 1972, surgiu o programa de televisão *The Midnight Special*, que trazia apresentações ao vivo nas noites de sexta-feira e tinha um apresentador diferente a cada episódio, algo importante para manter o rock na mídia, uma vez que levou

vários artistas do gênero, tais como Aerosmith, AC/DC, David Bowie, Kiss, Blondie etc. para realizar performances.

Já durante a década de 1980, mais especificamente em 1983, a MTV foi inaugurada nos Estados Unidos e passou a ditar uma nova estratégia para o rock'n'roll ser propagado: a produção de videoclipes. Não mais os gêneros dependiam apenas da música para serem relevantes, os clipes se tornaram uma estratégia rentável para consolidar determinado artista no mercado.

O clipe marcou uma geração que seria influenciada pela proposta apresentada pela emissora e também foi o responsável por criar o início de uma nova era da história da cultura musical, quando a sociedade já clamava por formas de expressão artística e musical mais visuais, unindo dois elementos de forma simultânea: a música e a imagem em movimento (LIRA, 2020, on-line).

Em território brasileiro, a década de 1980 foi um dos períodos no qual o rock nacional mais obteve visibilidade. Bandas como Legião Urbana, Capital Inicial, Titãs, Kid Abelha, RPM, Barão Vermelho, Engenheiros do Hawaii, Os Paralamas do Sucesso etc. passaram a fazer parte da programação do brasileiro, uma vez que apareciam em diversos programas de televisão dominicais e tomavam as rádios de assalto. O espaço em que o rock nacional estourou incluía também aparições em programas populares como o *Cassino do Chacrinha* e o *Clube do Bolinha*, além de videoclipes exibidos em horário nobre, no Fantástico da Globo (BELLOTTI, 1999, on-line).

Para o jornalista Júlio Ettore, criador de canal homônimo no YouTube voltado a contar histórias do rock nacional: “Nos anos 80, tudo jogava a favor do rock: o gosto do público, a indústria, a mídia [...]” (ETTORE, 2023, on-line). A mídia voltada para os jovens, no Brasil, começou a ter êxito com programas televisivos como a *Fábrica do Som* e *Som Pop*, exibidos pela TV Cultura durante as décadas de 1980 e 1990, e mesmo a revista *BIZZ*, entre outras iniciativas, como a *Rádio Fluminense FM*, do Rio de Janeiro, a *Brasil 2000 FM*, *Rádio Cidade 97 FM* e *89 FM*, de São Paulo (BELLOTTI, 1999, on-line).

A partir da década de 1990, a MTV ganhou ainda mais força na América do Norte e na Europa. Tendo expandido seu domínio, a emissora desembarcou no Brasil em 20 de outubro de 1990, algo que colaborou decisivamente para que o rock conquistasse mais espaço na mídia. Inicialmente, não havia muitas produções domésticas, e a empresa importava muitos conteúdos da MTV americana, como séries e videoclipes dos artistas internacionais. Após algum período, o investimento local levou a emissora a produzir videoclipes de artistas e bandas nacionais, impulsionando talentos já consagrados e revelando os novos (LIRA, 2020, on-line).

Em meados dos anos 2000, a mídia teve uma forte mudança, um desnorreamento que a levou a interessar-se e “atirar para todos os lados” e estilos, como o pop, o axé, o rap etc., em busca de um porto lucrativo (NUNES, 2005, on-line). Em entrevista concedida em 2017 para o portal *A Ilha Do Metal*, o vocalista do grupo carioca Biquíni Cavadão, Bruno Gouveia, reforçou a falta de interesse da mídia no rock: “[...] A partir da década de 2000, poucas bandas novas surgiram. O funk e o sertanejo (e suas derivações) tomaram conta do dial das rádios, e o rock virou um nicho. Por outro lado, quem gosta não larga”. (GOUVEIA, 2017, on-line).

Samuel Rosa, vocalista, guitarrista e líder da banda mineira Skank, revelou em uma entrevista para o portal UOL, em 2012, que a grande mídia não ajuda a propagar o rock, como antes fazia. Para ele, “existe uma ‘preguiça’ da mídia com bandas e músicas novas e é inevitável que isso se torne um círculo vicioso. As bandas também vão desanimando por não terem espaço e pensam: ‘Tocar no Faustão é tão difícil, tocar em uma rádio é tão complicado. Hoje em dia, só o sertanejo, o pagode estão tocando e tal’. Isso vira um ciclo que não é tão legal, já vivemos momentos melhores” (ROSA, 2012, on-line).

O baterista do grupo, Haroldo Ferretti, afirmou, na mesma entrevista:

A gente vê em outros segmentos lutas de foice, é uma quantidade de artistas novos, que eu me perco em ver que a cada mês surge um novo sucesso, e confesso que não conheço direito”. E acrescenta: “Está faltando democratização à música. (FERRETTI, 2012, on-line).

Em entrevista à revista *Arruaça*, em 2014, o músico, produtor e apresentador paulista Clemente Nascimento reclamou da falta de espaço que a mídia tem para o rock nacional. O líder da banda paulistana de punk rock Inocentes e guitarrista da banda brasileira Plebe Rude desde 2004 afirmou:

[...] até tem as bandas, mas eu acho que a gente não tem o espaço na mídia que tinha antigamente. [...] Há muita gente produzindo coisa de qualidade, só que você não tem um espaço na grande mídia para uma banda como Legião Urbana hoje. (NASCIMENTO, 2014, on-line).

Em entrevista concedida em 2017 ao jornalista Luiz Felipe Carneiro, criador do canal *Alta Fidelidade* no YouTube, o músico carioca Dé Palmeira, que atuou como baixista do grupo Barão Vermelho de 1981 até 1990, revelou que existe uma cena cultural roqueira relevante em diversos locais do país nos dias atuais, mas criticou a ausência do gênero na mídia.

O rock só não está na mídia. Hoje em dia, o rock no Brasil só não está na grande mídia. [...] tem muita banda acontecendo, tem muita coisa acontecendo de rock, muita coisa interessante [...] tem cenas rocks em todos os lugares do Brasil, tem mesmo [...] esse gênero só não está na mídia, só não está na grande mídia, só não aparece nas novelas, nas rádios, isso porque falta, na minha opinião, uma indústria por trás para bancar a promoção desse gênero, dessas bandas, desses artistas [...]. (PALMEIRA, 2017, on-line).

Durante uma entrevista concedida ao portal *iBahia* em 2022, o músico gaúcho Humberto Gessinger, que liderou o grupo Engenheiros do Hawaii de 1985 até 2008, afirmou que o rock ocupa atualmente um espaço menor na grande mídia: “Eu acho que o que se chama de rock no Brasil, quando as pessoas se referem, é a geração dos anos 80. Foi ali que teve grande espaço [...]. Mas comparado aos anos 80, diminuiu o interesse da grande mídia nesse som.” (GESSINGER, 2022, on-line).

Em 2010, Martha Gabriel já abordava a iminente transformação das formas de comunicação e interação com o público com o surgimento e a expansão da internet. Ela previa que a internet possibilitaria que as massas, anteriormente acostumadas a apenas receber informações e propagandas de maneira passiva por meio de jornais, revistas, rádios e televisão, ganhassem voz (CARVALHO, 2018).

Neste cenário, o YouTube, plataforma que surgiu em 2005, se revelou uma alternativa para que o gênero fosse propagado e divulgado. Com uma nova geração hiperconectada, a plataforma se mostra uma eficiente ferramenta para divulgação de clipes, entrevistas e material de novos e já consolidados artistas do gênero.

Ex-apresentadores da MTV Brasil como Gastão Moreira e Luiz Thunderbird; críticos musicais e jornalistas como Regis Tadeu, Bruno Ascari, Luiz Felipe Carneiro, Júlio Ettore; músicos consagrados da cena nacional como João Gordo (Ratos de Porão), Dinho Ouro Preto (Capital Inicial), Nando Reis (ex-Titãs), Edgard Scandurra (Ira!), Frejat (ex-Barão Vermelho) e produtores como Clemente Magalhães migraram para o YouTube e criaram canais que auxiliam a propagar o rock, com entrevistas, histórias pessoais, resenhas e bom humor.

Para uma compreensão mais aprofundada sobre a relevância do canal de Gastão no YouTube, foi realizado um levantamento que classificou os principais canais relacionados ao tema “música” no YouTube Brasil, considerando o número de inscritos e as médias de visualizações. A análise revelou que o canal está em destaque, ocupando o segundo lugar em termos de números, quando comparado a outros canais do mesmo segmento.

Quadro 1 – Principais canais de rock no Youtube Brasil

CANAL	NÚMERO DE INSCRITOS	MÉDIA DE VISUALIZAÇÕES
Regis Tadeu	613 mil	100.839.875
KZG	270 mil	38.466.260
Corredor 5	262 mil	70.038.531
Júlio Ettore	190 mil	22.742.693
Alta Fidelidade	133 mil	19.354.204
Som de Peso	95.3 mil	4.633.851
Music Thunder Vision	94.1 mil	5.406.235
Heavy Talk	78.9 mil	6.706.809

Fonte: Os autores (2023).

Durante uma participação no programa Panelaço, comandado pelo músico e apresentador João Gordo, em julho de 2015, Gastão afirmou que a televisão não tem mais espaço para propagar o rock, o que o fez migrar para o YouTube. Segundo Gastão, “o slogan do YouTube ‘broadcast yourself’ (divulgue-se) acabou com tudo”. Ainda no mesmo programa, o ex-VJ afirmou que não tem esperanças de voltar à TV e que acredita “que o que a gente faz hoje não é mais valorizado como antigamente, infelizmente” (GASTÃO, 2015, on-line).

## O CANAL “KAZAGASTÃO”

Em seus vídeos, Gastão comanda programas com propostas variadas como o Heavy Lero, cujo objetivo é apresentar a trajetória de artistas já consagrados do gênero; o Arrepiômetro, no qual o apresentador seleciona um disco e faz uma resenha completa dela; O Favorito, no qual o apresentador, juntamente com o colega e empresário musical Nando Machado, elegem (por meio de votação na aba

“comunidade”) seus discos preferidos de bandas clássicas; o KZG Recomenda, quadro no qual Gastão dá dicas de séries, filmes, livros e bandas novas para escutar e muitas entrevistas com grandes nomes do cenário do rock nacional e internacional, além das entrevistas.

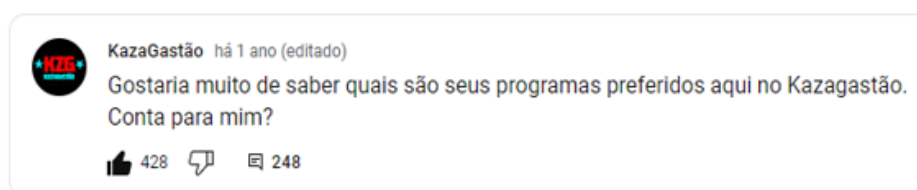
Gastão já entrevistou em seu canal personalidades e bandas importantes da cena do rock internacional e nacional como: Rob Halford (Judas Priest), Zakk Wylde (Ozzy Osbourne/Black Label Society), Glenn Hughes (Deep Purple), Ian Astbury (The Cult), Joey Belladonna e Frank Bello (Anthrax), Suicidal Tendencies, Red Fang, Lee Ranaldo (Sonic Youth), Jaz Coleman (Killing Joke), Klaus Flouride e East Bay Ray (Dead Kennedys), Max Cavalera (Sepultura/Soufly/Cavalera Conspiracy), Liminha, Sérgio Dias (Os Mutantes), Supla (Tokyo/Brothers Of Brasil), Lobão, Sepultura, Marcelo Nova (Camisa de Vênus), Kiko Loureiro (Megadeth/Angra), Bnegão (Planet Hemp), Canisso (Raimundos), Marcelo Bonfá (Legião Urbana) etc., além de manter um diálogo com a audiência, utilizando-se do recurso “comunidade” criado pelo YouTube em 2016, que possibilita a abertura de enquetes e comentários da audiência, facilitando as interações entre o produtor de conteúdo e seu público.

**Figura 1:** Captura de tela da aba “Comunidade” do canal, evidenciando a votação da audiência nos temas sugeridos



Fonte: YouTube (2023)

**Figura 2:** Captura de tela da aba “Comunidade” do canal mostrando o diálogo que Gastão busca obter com seu público



Além disso, o apresentador mostra os trabalhos e as histórias de bandas consideradas clássicas, e todos os vídeos obtêm números expressivos de curtidas, comentários e visualizações, o que o torna um objeto empírico de pesquisa relevante para os fins deste artigo.



**Figura 3:** Captura de tela da entrevista de Gastão com o guitarrista brasileiro Kiko Loureiro da banda norte-americana Megadeth



### KIKO LOUREIRO (MEGADETH) em Kaza! - entrevistado por Gastão Moreira

292 mil visualizações há 3 anos ...mais



Kaza... 261 mil

Seja Membro



20 mil



Compartilhar



Remix

Comentários 930



Kiko Loureiro Valeu Gastão! Foi um prazer trocar essa ideia contigo !!

**Figura 4:** Captura de tela de um dos episódios do programa “Arrepiômetro”, referente ao disco “Rumours” da banda britânica Fleetwood Mac



### FLEETWOOD MAC - A história de "RUMOURS" - Arrepiômetro 🎵

20 mil visualizações há 2 meses ...mais



KazaGastão 261 mil



3,8 mil



Compartilhar



Remix

Comentários 206



The Chain, a melhor do disco, na minha modesta opinião. Abraço, Gastão!

Figuras 5 e 6: Captura de tela do episódio 68 do programa “Heavy Lero”, alguns comentários e interatividades



**PEARL JAM - Heavy Lero 68 - apresentado por Gastão Moreira e o Cle...**

156 mil visualizações há 6 anos ...mais

**KazaGastão** 261 mil

12 mil | Compartilhar | Download

**Comentários** 750

**B** Não sei pq algumas bandas muito populares como Pearl Jam os "cult's" tem receio de dize...

**@alfredoilovattejunior9101** há 7 anos  
Muito bom! Heavy Lero é uma das coisas mais legais que o Gastão já fez! Faz a gente se sentir naquele bate papo no boteco ou na casa de amigos, falando sobre rock, passando o tempo... Baita programa! Parabéns pela milésima vez Clemente e Gastão!

188 | Responder

**@kazagastao** há 7 anos  
boa Alfredo! essa é a ideia! valeu mesmo!

21 | Responder

**@joaorobertodesouzalima9260** há 4 anos  
Concordo!

2 | Responder















**@PaulAxe** há 6 anos  
Pearl Jam é a melhor geleia. Estão aí até hoje sem noção de parar. Uma das melhores bandas que eu já ví.

29 | Responder

**@Duranggobr** há 7 anos  
Piadas a parte a primeira vez que ouvi Jeremy, minha cabeça explodiu, virei fã da banda na hora ! Boa Galera , melhor programa na net !

Em seus vídeos, Gastão atualiza seu público sobre as novidades do mundo do rock, trazendo os lançamentos de novas bandas nacionais e internacionais e busca trazer convidados que participem ativamente dos vídeos, algo que faz com que sua audiência comente e interaja. Vale ressaltar que o apresentador alega que lê todos os comentários dos vídeos, e responde a maioria que são de cunho positivo e elogioso.

## Figuras 6, 7, 8 e 9: Capturas de tela da aba de “Comentários” no canal

-  **Rodrigo Nogueira** há 6 meses  
Perfeito !!!! Gostei do " ainda bem que eles estão aqui !!!" O tempo passa pra todos e infelizmente , os dinossauros estão passando ....não dá pra saber até quando...mas vida longa a minha banda preferida gnfr e a você Gastão... a cena rocker , precisa de você.  
👍 65 🗨️ Responder  
▲  • 4 respostas
-  **Kaza Gastão** há 6 meses  
👍 2 🗨️ Responder
-  **Luis Rato** há 2 anos  
Viva, sou português, vi Raimundos em Lisboa na Expo 98, não conhecia a música da banda visto que em Portugal na época não eram muito conhecidos, foi na tour do "Lapadas do Povo", grande show, fiquei fan, umas horas depois do show volto ao local onde ele tinha acontecido, o Palco 5, esperava um amigo que era o director desse palco para irmos pegar o último trem de regresso a casa, o Rudolfo ainda andava por lá a tirar fotos com alguns fans brasileiros (que foram para ai 90% do publico) quando todos já tinham ido embora e por curioso que pareça o Rudolfo veio ter comigo, sem me conhecer de lado nenhum, estivemos um pouco à conversa, achei ele um tipo simpático, nesse tempo eu não fazia ideia da popularidade da banda ai no Brasil, guardo umas boas memória desse dia, bons tempos. 🙌👍👍  
Mostrar menos  
👍 131 🗨️ Responder  
▲  • 13 respostas
-  **Kaza Gastão** há 2 anos  
ótima história Luis! saudações aos nossos amigos portugueses! grande abraço  
👍 21 🗨️ Responder
-  **@ferdinando2703** há 7 dias  
Linda coleção Gastão, parabéns, e uma menção para a coleção do saudoso Jeff Beck, o qual tive a sorte de encontrá-lo há alguns anos atrás, no Club A, na marginal pinheiros e poder tirar uma foto com ele.  
👍 2 🗨️ Responder
-  **@emersonpenerari** há 8 dias  
Que vídeo delicioso! Anotando os nomes dos boxes para ir atrás em algum site que não tenha preços absurdos. Sonho há mais de 20 anos com o Pandora's Box (e o Box of Fitem naquela caixinha sensacional) e o Bonfire. O do Kiss e os do Elvis eu tenho, maravilhosos! Me lembro no começo dos anos 90 de ver CDs comuns vendidos em caixinhas nesse formato (vi Destruction, Helloween, Black Sabbath...), era algo específico de algum país, alguém sabe me dizer?  
👍 4 🗨️ Responder
-  **@LuisCarlos-fz8mp** há 7 dias  
Que coleção Gastão, parabéns.  
👍 1 🗨️ Responder
-  **@lalails** há 7 dias  
Sensacional  
👍 2 🗨️ Responder
-  **@juniorgoncalves2339** há 1 ano  
Gostei muito dos comentários de vocês,,aprendi muito sobre o Led Zeppelin com vocês,,, tenho 60 anos,,, sou fã do Led Zeppelin há 45 anos,,, é sem dúvida uma das melhores bandas do mundo  
👍 2 🗨️ Responder
-  **@rogerfigueiredo3350** há 4 anos  
Led Zeppelin e Pink Floyd, as melhores bandas que a humanidade já viu !  
👍 20 🗨️ Responder  
▼ 2 respostas
-  **@CanalVolumeMaximo** há 4 anos  
Melhor documentário que já assistir do Led Zeppelin, Gazagastão melhor canal de Música, Parabéns KZG !!!  
👍 204 🗨️ Responder  
▼ 3 respostas
-  **@thiagoferreira1329** há 4 anos  
Melhor biografia que já vi em toda internet, meus parabéns! Led Zeppelin greatest band ever!  
👍 15 🗨️ Responder

Outra temática elogiada que Gastão apresenta em seu canal é a série “Arquivo KZG”, na qual o apresentador resgata entrevistas antigas que realizou e as disponibiliza para que seu público possa assistir.

**Figura 10 e 11:** Captura de tela de um dos episódios da série “Arquivo KZG”, entrevista para a MTV dos membros da banda norte-americana Ramones em 1992 e comentários




### RAMONES no Fúria Metal (1992) - Arquivo KZG - entrevistados por Gastão ...













6 mil visualizações há 6 anos ...mais

Kaza... 265 mil [Seja Membro](#) 

 594  [Compartilhar](#) [Remix](#) 

#### Comentários 54

 Adicione um comentário...

-  @iraunacarvalhoarros7824 há 6 anos  
gastão véi...tu ja conheceu muita lenda do rock pessoalmente...poucas pessoas teve esse privilégio..parabens 🙌  
  [Responder](#)
-  @gabrielnocera1 há 6 anos  
Excelente, Mondo Bizarro é um grande disco.  
Abertura ficou show.  
  [Responder](#)
-  @uescleimetal há 6 anos  
Mais uma vez parabéns por nos presentear com essas pérolas.  
  [Responder](#)
-  @joaobrneto73 há 6 anos  
Que saudade da MTV!  
Lembro do João Gordo expulsando os caras dos Los Hermanos do programa dele qdo falaram que não gostavam de Ramones... kkk  
Vida longa ao bom e velho rock 'n' roll (e suas ramificações de qualidade)!!!  
Ler mais  
 3  [Responder](#)  
[2 respostas](#)

**Figura 12 e 13:** captura de tela de um dos episódios da série Arquivo KZG, entrevista a membros da banda britânica The Rolling Stones em 1994 e comentários da audiência



### ROLLING STONES (1994) - Arquivo KZG - entrevistados por Gastão Moreira

10 mil visualizações há 6 anos ...mais



Kaza... 265 mil

Seja Membro



918



Compartilhar

Remix



Comentários 90



Adicione um comentário...



@rodrigodebem7154 há 6 anos

O Gastão é o Amaury Jr. do Rock, só entrevista feras, sensacional!

26



Responder



1 resposta



@kazagastao há 6 anos

rsrsrs boa Rodrigo!!

9



Responder



@irismelo4280 há 6 anos

a melhor banda da história do rock

13



Responder



@gabrielnocera1 há 6 anos

Parabéns pela entrevista, difícil os Stones tão a vontade assim.

7



Responder

Fonte: YouTube (2023).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo analisou a produção de conteúdo e as interações feitas pelo apresentador Gastão Moreira em seu canal no YouTube, o KZG, com seu público, através de ferramentas disponibilizadas pela própria plataforma. Concluímos, com base nos comentários analisados, à luz das discussões e informações apresentadas, que o canal de Gastão é relevante para que um gênero musical que já não conta mais com o suporte da grande mídia, passe a ganhar uma espécie de sobrevida.

O canal não apenas distribui conteúdos, mas também constrói narrativas envolvendo as bandas e artistas, criando assim uma comunidade online engajada,

mostrando sua capacidade em ilustrar como o rock é um gênero resiliente e busca se adaptar às novas tecnologias e se conectar com audiências globais.

Pudemos inferir que o público consumidor do canal possui uma linha de diálogo aberta com o apresentador, podendo interagir, comentar e sugerir tópicos para novos vídeos que serão gravados.

Conclui-se que a midiaticização do rock, facilitada pela presença constante nas redes digitais e em canais como o KZG, tem desempenhado um papel fundamental na disseminação da cultura do gênero para as novas e antigas gerações, servindo também como um espaço de discussão entre os fãs de rock ao redor do mundo.

Por fim, conclui-se que o canal KZG é um exemplo de como as redes digitais transformaram a maneira de como o rock é consumido nos dias de hoje, e é possível destacar o papel importante do canal na cultura contemporânea, alcançando uma audiência diversa. Nesse sentido, Gastão contribui para a continuidade da relevância do rock, mesmo em um cenário musical diversificado e sem o apoio da grande mídia de outrora, além de reforçar a importância da interação entre música, mídia e tecnologia nos dias atuais.

## Communication, rock and digital social networks: a content analysis of YouTube channel 'Kazagastão'

### ABSTRACT

This article investigates, through content analysis, the Kazagastão channel, one of the channels that has most disseminated rock music on the YouTube video platform. By emphasizing the relevance that channels like this have for the consumer public of the genre, we analyze the circulation of content, seeking to understand how a genre, once widely publicized by the mass media, uses specialized channels to gain visibility and generate interactivity with users. We infer that digital social networks offer an ecosystem of possibilities for this musical genre, creating emerging modes of symbolic exchange, dissemination and consumption of rock.

**KEYWORDS:** Communication. Digital social networks. Rock. Content Analysis.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo. São Paulo: Martins Fontes, 1977.

BIQUINI CAVADÃO: “ROCK VIROU UM NICHU, QUEM GOSTA NÃO LARGA”. A Ilha Do Metal. Disponível em: <https://ilhadometal.com.br/manowar/biquini-cavadao-rock-virou-um-nicho-quem-gosta-nao-larga/>. Acesso em: 11 jul. 2023

Brasil Escola. A Importância da MTV na Sociedade Como Veículo De Comunicação Antes da Internet. Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/arte-cultura/a-importancia-da-mtv-na-sociedade-como-veiculo-de-comunicacao-antes-da-internet.htm>. Acesso em: 23 jan. 2023

CÁSPER LÍBERO. O Pai do Punk é Rocker. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/revistas/o-pai-do-punk-e-rocker-2/>. Acesso em: 26 jan. 2023

DI FELICE, Massimo. Net-ativismo - da ação social para o ato conectivo. São Paulo: Paulus, 2017.

E-COMMERCE BRASIL. Como os novos comportamentos de consumo influenciam nas redes sociais. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/como-os-novos-comportamentos-de-consumo-influenciam-nas-redes-sociais>. Acesso em: 30 ago. 2023

ETTORE, Júlio. Que fim levou o grupo “Zero”? | Conexão Legiônica 063. YouTube, 10 jun. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JeGeF9vbiwA&t=7s>

FIDELIDADE, Alta. Dé Palmeira: Um Barão Na Estação Roquenrou | Entrevista | Alta Fidelidade. YouTube, 26 mar. 2017. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=S\\_EaGhPD-Vg&t=496s](https://www.youtube.com/watch?v=S_EaGhPD-Vg&t=496s)

GORDO, João. Panelaço com João Gordo - Lasanha de pinhão com Gastão. Kazagastão YouTube, 09 jul. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nV5WNPCLyH0>

HJARVARD, Stig. Miatização: conceituando a mudança social e cultural. São Paulo: MatrizES, 2014



IBAHIA. “Me sinto mais confortável hoje do que quando o tipo de som que eu faço era a bola da vez”, diz Humberto Gessinger. Disponível em: <https://www.ibahia.com/musica/me-sinto-mais-confortavel-hoje-do-que-quando-o-tipo-de-som-que-eu-faco-era-a-bola-da-vez-diz-humberto-gessinger>. Acesso em: 30 ago. 2023

JENKINS, Henry; FORD, Sam. GREEN, Joshua. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora ALEPH, 2014.

MORAES, Roque. Análise de Conteúdo. Revista Educação. Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32. 1999.

OFICINA DA NET. Os Incríveis Números do YouTube em 2019. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/tecnologia/26607-os-incriveis-numeros-do-youtube-em-2019>. Acesso em: 14 fev. 2022.

PEREIRA, Andréa. As redes sociais na disseminação de projetos musicais no Brasil. Tese (Pós graduação em Mídia, Informação e Cultura) Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação, Universidade de São Paulo. São Paulo, p. 28. 2011

RECUERO, Raquel. Redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2014.

ROLLING STONE BRASIL. Mudanças na era digital: como consumimos música atualmente? Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/mudancas-na-era-digital-como-consumimos-musica-atualmente/>. Acesso em: 01 set. 2023

SANTAELLA, Lucia. A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

SUPERINTERESSANTE. A História do Rock- Os Anos 50. Disponível em: <https://super.abril.com.br/cultura/a-historia-do-rock-os-anos-50/>. Acesso em: 20 jan. 2023

UOL. Integrantes do Skank Dizem Que Grande Mídia Rompeu Com o Pop Rock Brasileiro. Disponível em: <https://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2012/11/28/integrantes-do-skank-culpam-a-midia-por-falta-visibilidade-do-pop-rock-brasileiro.htm?app=uol-generic&plataforma=ipad>. Acesso em: 20 jan. 2023

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiaticização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. São Paulo: MatrizES, 2014.

WHIPLASH. Mídia e Rock Nacional. Disponível em: <https://whiplash.net/materias/opinioes/000084.html>. Acesso em: 03 mar. 2023.

WHIPLASH. Existe Rock na Mídia Mainstream? Disponível em: <https://whiplash.net/materias/opinioes/005181.html>. Acesso em: 05 jan. 2023.

**Recebido:** 03 set. 2023.

**Aprovado:** 16 nov. 2023.

**DOI:** 10.3895/rde.v14n24.17538

**Como citar:**

SILVA, M.P.; BRANCO, L.C. Dito Efeito, Curitiba, v. 14, n. 24, p. 32-49, jul./dez. 2023. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/de>>. Acesso em: XXX.

**Direito autoral:** Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

