

05

PLANO DE LANÇAMENTO & PRESS KIT

Música boa não se divulga sozinha. Plano, calendário e munição pra imprensa.

NECROX

27 MIN DE LEITURA
INTERMEDIÁRIO

CC BY-NC-SA 4.0
NOVEMBRO DE 2026

GUIA 05 — SUMÁRIO

PLANO DE LANÇAMENTO & PRESS KIT

I	Estratégia: do single ao disco
II	Linha do tempo: 8 semanas antes, 4 depois
III	Plataformas: Spotify, YouTube e Bandcamp
IV	Press kit: o dossiê da banda
V	Imprensa, zines, rádios e curadores
VI	Imagem no orçamento: fotos, clipe e visualizer
VII	Show de lançamento e vida depois do disco
VIII	Checklist final
IX	Recursos e referências

ÁREA
Lançamento

NÍVEL
Intermediário

LEITURA
27 min

Copie e espalhe. Este guia é gratuito e está sob licença Creative Commons BY-NC-SA 4.0: você pode imprimir, xerocar e distribuir à vontade, desde que cite o NECROX / M3Ink e não venda. Versão online, perguntas frequentes e outros guias em userexperience.com.br/necrox.

Gravar o disco é metade da guerra. A outra metade é fazer ele chegar em quem precisa ouvir, e isso não acontece porque você subiu as faixas numa sexta-feira e postou o link no story. Este guia junta tudo o que os anteriores ensinaram (identidade, design, redes, guerrilha) num plano de ataque com data marcada. Lançamento não é um dia: é uma campanha.

CAPÍTULO I

ESTRATÉGIA: DO SINGLE AO DISCO

Antes de pensar em post, capa ou release, decida a forma do lançamento. A pergunta central é simples: quantas vezes você quer ter motivo pra aparecer?

Um álbum de dez faixas lançado de uma vez é uma notícia. Três singles e depois o álbum são quatro notícias, quatro chances de pitch editorial e quatro rodadas de imprensa. Sem verba pra comprar atenção, a quantidade de momentos importa mais do que o tamanho de cada um.

Singles antes do álbum

A lógica é aquecer o público com faixas isoladas e chegar no disco com gente esperando por ele. Duas a quatro faixas antes de um álbum é o formato mais comum. Para um EP de cinco músicas, um ou dois singles bastam.

Como escolher a ordem:

- **Primeiro single:** a faixa que melhor resume a banda em três minutos. Não precisa ser a mais "comercial", precisa ser a mais clara. Quem nunca ouviu vocês tem que entender o que é a banda ali.
- **Segundo single:** mostra outra cor. Se o primeiro foi porrada, o segundo pode ser mais arrastado, mais melódico, mais estranho.
- **Terceiro single (opcional):** a faixa que você guarda pra véspera do disco, de preferência com clipe ou visualizer forte.
- **Faixa foco do álbum:** no dia do disco, escolha uma música inédita pra puxar o lançamento. Assim o álbum não chega só com "requentados".

Espaçamento entre singles

Um ritmo que funciona pra maioria das bandas independentes é de **4 a 6 semanas entre singles**. Menos que isso e você não dá tempo de cada faixa respirar (nem de fazer pitch e imprensa pra cada uma). Mais do que oito semanas e o público esquece que tem disco vindo.

Tem um motivo técnico também: no Spotify for Artists você só consegue fazer pitch editorial de **uma música por vez**. Quando a faixa enviada vai ao ar, você libera o próximo pitch. Espaçar os singles garante que cada um tenha seu pitch próprio.

Waterfall release (lançamento em cascata)

O waterfall é a forma mais eficiente de encadear singles e álbum nas plataformas de streaming. Funciona assim:

1. **Single 1:** você lança a faixa A sozinha.
2. **Single 2:** você lança um novo produto contendo a faixa B (nova) e a faixa A de novo.
3. **Single 3:** novo produto com C (nova), B e A.
4. **Álbum:** o disco completo, com A, B, C e as inéditas.

Cada etapa é um lançamento novo no distribuidor, com **UPC próprio** (o código de barras do produto) e capa própria. A faixa nova de cada etapa é o que aparece como novidade pros seus seguidores. As faixas antigas vão “de carona”.

O segredo está no **ISRC**, o código que identifica cada gravação. Se a faixa A aparece em três produtos diferentes com o mesmo ISRC, o mesmo arquivo de áudio, o mesmo título e o mesmo nome de artista, o Spotify junta os streams dela num contador só. A música não começa do zero a cada relançamento: ela acumula.



Diagrama: lançamento em cascata, com UPC e capa novos a cada etapa e o mesmo ISRC nas faixas que vão de carona. Fonte: NECROX, baseado em Revelator e iGroove.

CUIDADO

Qualquer mudança quebra a ligação. Remasterizou de leve, trocou "(Single Version)" no título, exportou outro WAV, errou um acento no nome da banda: a plataforma pode tratar como gravação diferente e o contador zera. Anote os ISRCs de cada faixa numa planilha no dia do primeiro upload e use sempre o mesmo arquivo master.

Detalhes práticos que você precisa checar com o seu distribuidor:

- **Como reusar o ISRC.** A maioria dos distribuidores tem um campo do tipo "já tenho ISRC para esta faixa" ou detecta a faixa existente na sua conta. Leia a central de ajuda do seu antes de subir o segundo single.
- **YouTube não soma.** A junção de contadores por ISRC é coisa das plataformas de áudio. No YouTube (inclusive no YouTube Music, nos vídeos de "Art Track"), cada produto pode gerar um vídeo separado com contador próprio.
- **Nada é garantido.** Nenhum distribuidor controla o sistema interno de associação do Spotify. Depois de cada etapa, abra o app e confira se o contador da faixa antiga está somando.

- **Não tire o produto anterior do ar** antes de confirmar que os números estão unificados.

NA PRÁTICA

A Ferrugem Sagrada, banda de doom de Juiz de Fora, planejou o disco “Liturgia do Mofo” assim: single “Cinzas de Agosto” em março; em abril, single “Velório Elétrico” com “Cinzas de Agosto” de lado B; em maio, “Sal na Ferida” com as duas anteriores; em junho, o álbum completo. Quatro sextas-feiras de lançamento, quatro rodadas de Release Radar, um contador só pra cada música.

Sexta-feira é o dia

Desde julho de 2015, a indústria fonográfica adota a sexta-feira como dia global de lançamento (o “Global Release Day”, definido pela IFPI). Playlists de novidades, imprensa e fãs giram em torno da sexta. Não nade contra.

Se você vende no Bandcamp, olhe o calendário de Bandcamp Fridays (explicado mais pra frente) antes de cravar a data do disco.

EXERCÍCIO

Pegue o repertório do seu próximo lançamento e escreva, em uma frase cada, o que cada música “diz” sobre a banda. Escolha o primeiro single pela frase mais clara, não pela música que vocês mais gostam de tocar.

CAPÍTULO II

LINHA DO TEMPO: 8 SEMANAS ANTES, 4 DEPOIS

O erro número um de banda independente é decidir a data de lançamento depois que o disco está pronto e subir tudo na semana seguinte. Não dá tempo de nada: nem de pitch, nem de imprensa, nem de foto, nem de pré-venda.

A regra é: **o master final precisa estar pronto pelo menos 8 semanas antes da data de lançamento**. A capa também. Se não estiver, mude a data, não o plano.



Diagrama: as 12 semanas da campanha em três fases, resumo da tabela abaixo. Fonte: NECROX.

A tabela abaixo usa a semana do lançamento como “semana 0”. Semanas negativas são antes; positivas, depois. Ajuste à sua realidade, mas não pule etapas.

SEMANA	O QUÊ	ONDE
-8	Master e capa finais aprovados. Data definida (sexta-feira). Planilha de ISRCs e créditos.	Estúdio, planilha compartilhada

SEMANA	O QUÊ	ONDE
-8	Sessão de fotos de divulgação. Briefing do clipe ou visualizer.	Locação, celular, amigo fotógrafo
-7	Escrever bios, release e textos do press kit. Montar lista de imprensa e curadores.	Documento compartilhado, planilha
-6	Enviar o lançamento ao distribuidor. Conferir metadados, créditos, letras.	Painel do distribuidor
-6	Agendar show de lançamento (casa, data, bandas convidadas).	Casas de show, coletivos
-5	Montar EPK online. Preparar pré-venda no Bandcamp, se for usar.	Site, Bandcamp
-4	Faixa aparece em “Upcoming” no Spotify for Artists: fazer o pitch editorial.	Spotify for Artists
-4	Primeiro teaser: estética, trecho de 10 segundos, sem link ainda.	Instagram, TikTok, Shorts
-4	Primeira rodada de e-mails para imprensa (com link privado).	E-mail, zines, blogs
-3	Anunciar data, capa e link de pré-save. Countdown Page, se elegível.	Redes, Spotify, newsletter
-3	Pitch para rádios web e podcasts.	E-mail
-2	Subir Canvas. Agendar Premiere do clipe ou visualizer.	Spotify for Artists, YouTube Studio
-2	Follow-up educado pra imprensa que não respondeu.	E-mail
-1	Divulgar show de lançamento. Lambe-lambe e cartaz na rua.	Rua, redes, grupos
-1	Prazo final do pitch no Spotify: no mínimo 7 dias antes.	Spotify for Artists
0	Lançamento na sexta. Posts, stories, newsletter, e-mail pra quem resenhou.	Todas as plataformas
0	Premiere do clipe/visualizer no YouTube.	YouTube
+1	Show de lançamento. Gravar áudio e vídeo. Repostar quem falou do som.	Palco, redes
+1	Pitch para curadores independentes de playlist.	E-mail, plataformas de envio
+2	Conteúdo de bastidor: making of, faixa a faixa, letras.	Redes, YouTube
+3	Versão ao vivo ou acústica de uma faixa. Segunda rodada de imprensa (resenhas).	YouTube, e-mail
+4	Reunião de pós-mortem: números, o que funcionou, o que não. Planejar o próximo.	Planilha, ensaio

TÁTICA

Transforme essa tabela num calendário compartilhado entre os integrantes, com um responsável por linha. Plano sem dono é desejo. “Alguém posta” significa que ninguém posta.

Divisão de tarefas

Banda de quatro pessoas não precisa de assessor se dividir o trabalho direito. Um modelo:

- **Imprensa:** lista, e-mails, follow-ups, press kit.
- **Plataformas:** distribuidor, Spotify for Artists, YouTube Studio, Bandcamp.
- **Conteúdo:** fotos, vídeos curtos, Canvas, posts.
- **Show:** casa, bandas, cartaz, bilheteria, merch.

Reunião de 20 minutos por semana, depois do ensaio, pra cada um dizer o que fez e o que travou.

CAPÍTULO III

PLATAFORMAS: SPOTIFY, YOUTUBE E BANDCAMP

Cada plataforma tem regras e ferramentas próprias. Usar as ferramentas gratuitas que elas oferecem é o mínimo, e muita banda deixa de fazer por preguiça de ler a central de ajuda.

Spotify for Artists: pitch editorial

O pitch é o formulário em que você apresenta uma música inédita aos editores de playlist do Spotify. Ele aparece na aba de lançamentos futuros (“Upcoming”) do Spotify for Artists depois que o distribuidor entrega a faixa à plataforma. Por isso, quanto antes você mandar o lançamento ao distribuidor, mais cedo o pitch fica disponível.

As regras, segundo a central de ajuda do Spotify para artistas:

- **Prazo mínimo:** envie o pitch **pelo menos 7 dias antes** da data de lançamento.
- **Release Radar:** fazer o pitch com 7 dias ou mais de antecedência coloca a música no Release Radar dos seus seguidores. Isso é o benefício mais concreto do pitch e vale pra qualquer banda, pequena ou grande.
- **Sem garantia:** pitch não garante entrada em playlist editorial.
- **Uma música por vez:** você só pode fazer pitch de uma faixa por vez. Quando ela vai ao ar, libera o próximo. Num álbum, escolha uma faixa.
- **Quem pode:** quem tem acesso de Admin ou Editor no perfil consegue ver e editar o pitch.

Na prática, mire em **3 a 4 semanas antes**. Os 7 dias são o limite, não a meta. Editores precisam de tempo pra ouvir.



Diagrama: a janela do pitch editorial no Spotify for Artists, do Upcoming ao limite de 7 dias. Fonte: NECROX, baseado na central de ajuda do Spotify for Artists.

Como preencher bem:

- **Gênero e subgênero com honestidade.** Se é crust, não marque “rock alternativo” achando que vai cair em playlist maior. Vai cair em lugar nenhum.
- **Clima, instrumentos, idioma, cidade.** Tudo o que ajuda o editor a encaixar a faixa.
- **Descrição curta e concreta.** O campo é curto (guias de distribuidores citam algo em torno de 500 caracteres, mas o formulário muda com o tempo). Fale da música, do contexto e do plano de divulgação: clipe, show, turnê, imprensa confirmada.

```
Exemplo de descrição de pitch:

"Velório Elétrico" é o segundo single do disco Liturgia do Mofo,
doom metal de Juiz de Fora (MG). Riff arrastado em afinação baixa,
voz limpa e órgão Hammond. A letra fala sobre a demolição do
cinema de rua da cidade. Clipe gravado no prédio abandonado estreia
no YouTube no dia do lançamento. Show de lançamento em 14/05 e
resenha confirmada em dois zines de MG.
```

Pré-save e Countdown Pages

Pré-save é o “salvar antes de sair”: o fã autoriza e, no dia do lançamento, a música entra na biblioteca dele. Serve como lembrete automático e mostra às plataformas que existe interesse real.

Duas formas de fazer:

- **Countdown Pages (nativo do Spotify).** É uma página de contagem regressiva dentro do app, com botão de pré-save que aparece no perfil do artista, na busca, na Home e no hub de lançamentos futuros. No dia, quem fez pré-save recebe notificação e o lançamento entra na biblioteca. As regras atuais na central de ajuda: **só vale para álbuns e EPs novos e originais** (singles não entram; deluxe, remaster e coletânea também não) e o artista precisa de **pelo menos 3.000 ouvintes mensais ativos**, que é uma métrica diferente dos ouvintes mensais totais. A opção aparece até 72 horas depois que o distribuidor entrega os metadados. Esses critérios mudam: confira a central de ajuda antes de contar com a ferramenta.
- **Link de pré-save externo.** Para singles, ou se você não bate o mínimo de ouvintes, use o smart link de pré-save que o seu distribuidor oferece ou um serviço de links. Um link só, que funciona pra várias plataformas.

Canvas

O Canvas é o vídeo curto em loop que roda atrás da música na tela “Tocando agora” do celular. É barato de fazer e deixa a faixa com cara de lançamento profissional.

Especificações oficiais:

- **Duração:** de 3 a 8 segundos.
- **Proporção:** vertical, 9:16.
- **Altura:** entre 720 e 1080 pixels.
- **Arquivo:** MP4 ou JPG.

Recomendações do próprio Spotify: evite imagens de gente falando ou cantando (não sincroniza com a letra), evite cortes rápidos e flashes intensos, mantenha o que importa longe das bordas (alguns celulares cortam) e não precisa escrever o nome da banda e da música, porque a tela já mostra. Você pode fazer loop contínuo, corte seco ou “rebound” (vai e volta).

NA PRÁTICA

O Nevoeiro Branco, black metal de Curitiba, fez o Canvas do single filmando 8 segundos de neblina de máquina de fumaça passando na frente de uma lanterna, no quintal, com o celular no tripé. Depois aplicou um filtro granulado e pronto. Custo: a máquina de fumaça emprestada.

YouTube

O YouTube continua sendo o lugar onde muita gente descobre música, e onde o clipe vive. O que configurar:

- **Canal Oficial de Artista (OAC).** Junta o canal da banda com o canal "Topic" gerado automaticamente pelas faixas distribuídas, com selo de nota musical. Pela central de ajuda do YouTube, você precisa ter um canal dedicado a um artista ou banda, pelo menos um lançamento oficial entregue por distribuidor ou gravadora, e estar em dia com as políticas. Além disso, precisa cumprir pelo menos uma condição extra; a mais comum pra banda independente é ter a música distribuída por um parceiro listado no diretório de serviços do YouTube. A solicitação geralmente é feita pelo distribuidor. O YouTube recomenda ter pelo menos um vídeo público no canal antes de pedir.
- **Premiere.** Você agenda a estreia do vídeo e o YouTube cria uma página com contagem regressiva, lembrete e chat ao vivo. Todo mundo assiste junto. Se você subir um trailer, ele roda na página antes da estreia. Não funciona para Shorts nem para vídeos acima de 1080p.
- **Shorts.** Trechos verticais curtos da música, do clipe ou do ensaio. Servem como trailer e como gancho pros dias seguintes.

TÁTICA

Marque a Premiere do clipe pro mesmo horário do lançamento nas plataformas e fique no chat com a banda inteira respondendo. Uma estreia com 30 pessoas comentando ao vivo vale mais do que um vídeo largado que ninguém viu nascer.

Bandcamp e Bandcamp Friday

Para rock, metal e punk independentes, o Bandcamp é onde o fã compra de verdade: digital, disco físico, fita, camiseta. E o dinheiro chega muito mais rápido e mais gordo do que o de streaming.



Marion S. Trikosko, loja de discos nos Estados Unidos, 1963. Domínio público (acervo U.S. News and World Report, Biblioteca do Congresso dos EUA). Fonte: Wikimedia Commons.

O que usar:

- **Pré-venda.** Você coloca o disco em pré-venda com uma ou mais faixas já liberadas pra ouvir. Quem compra antes recebe o restante no dia do lançamento. Combina perfeitamente com a estratégia de singles.
- **Pacotes.** Digital + camiseta, fita + adesivo, disco + pôster assinado. Pacote vende mais do que item avulso.
- **Seguidores.** Quem segue a banda no Bandcamp é avisado de novos lançamentos. Mencione isso nos posts.

Bandcamp Friday é o dia em que o Bandcamp abre mão da parte dele na receita das vendas, e o artista fica com mais (as taxas do processador de pagamento continuam). Ele seguiu acontecendo em 2026, com oito datas confirmadas: 6 de fevereiro, 6 de março, 1º de maio, 7 de agosto, 4 de setembro, 2 de outubro, 6 de novembro e 4 de dezembro. A janela vai da meia-noite à meia-noite no horário do Pacífico (Califórnia): no Brasil, começa entre 4h e 5h da manhã de sexta, conforme o horário de verão americano. O calendário é anunciado ano a ano; para 2027, confira a página oficial antes de amarrar a data.

Duas formas de aproveitar:

- **Lançar no Bandcamp Friday.** Se a data bater com a sua sexta de lançamento, ótimo: os fãs da plataforma já estão no modo “comprar música”.
- **Usar como segunda onda.** Se o disco saiu antes, o Bandcamp Friday seguinte vira desculpa pra um novo post: “hoje 100% vai pra banda, quase”.

CAPÍTULO IV

PRESS KIT: O DOSSIÊ DA BANDA

Press kit, ou EPK (Electronic Press Kit), é o pacote que você entrega pra quem pode falar da banda: jornalista, blogueiro, zineiro, curador, produtor de festival, dono de casa de show. O objetivo é um só: **a pessoa conseguir escrever sobre vocês ou escalar vocês sem precisar mandar nenhuma pergunta.**

Formato ideal: uma página na web (no site da banda ou num link público) mais uma pasta compartilhada com os arquivos em alta. Nada de PDF de 30 MB anexado no e-mail.

O que incluir

- **Bios em três tamanhos:** curta, média e longa (modelos abaixo).
- **Release do lançamento atual:** o texto "notícia" sobre o single ou disco.
- **Fotos em alta resolução com crédito:** pelo menos uma horizontal, uma vertical e uma quadrada, com o nome do fotógrafo no nome do arquivo.
- **Capa do lançamento em alta.**
- **Links:** player privado do lançamento (antes de sair), streaming, Bandcamp, YouTube, redes.
- **Destaques:** shows marcantes, festivais, resenhas, playlists, números relevantes. Só os verdadeiros.
- **Ficha técnica:** quem tocou, quem gravou, mixou, masterizou, onde.
- **Rider técnico:** input list (lista de canais), mapa de palco, backline que a banda leva e que precisa da casa.
- **Rider de hospitalidade:** simples e realista. Água, alimentação, quantas pessoas na equipe.
- **Contato:** um e-mail e um telefone de uma pessoa responsável. Não "fala com a gente no direct".
- **Logo da banda** em PNG com fundo transparente, versão clara e escura.



Diagrama: anatomia do press kit, uma página na web mais uma pasta compartilhada. Fonte: NECROX.

MITO

“Press kit é coisa de banda grande.” Não é. Banda grande tem assessor que faz isso por ela. Banda pequena precisa ainda mais, porque o jornalista que recebe 200 e-mails por semana vai escrever sobre quem facilitar a vida dele.

Modelos de bio

A bio curta serve pra legenda, programação de festival e cabeçalho de matéria. A média, pra maioria dos usos. A longa, pra quem quer se aprofundar ou pra site.

Escreva na terceira pessoa, sem adjetivo inflado (“a banda mais pesada do Brasil”). Fatos concretos convencem mais do que elogio próprio.

```
BIO CURTA (até 50 palavras)

Cova Rasa é uma banda de hardcore punk de Guarulhos (SP), formada
em 2019. Rápida, suja e política, lançou o EP "Despejo" (2023) e
o disco "Terreno Baldio" (2026). Já tocou em ocupações, squats e
festivais independentes de cinco estados.
```

```
BIO MÉDIA (100 a 150 palavras)

Cova Rasa é uma banda de hardcore punk de Guarulhos (SP), formada
em 2019 por [NOMES E INSTRUMENTOS]. O som mistura a velocidade do
hardcore paulista dos anos 80 com a sujeira do crust, e as letras
falam de moradia, trabalho precário e a vida na periferia da
Grande São Paulo.

O primeiro EP, "Despejo" (2023), foi gravado ao vivo em um dia e
saiu em fita pelo selo [SELO]. Em 2026, a banda lança "Terreno
Baldio", seu primeiro disco cheio, gravado no [ESTÚDIO] com
produção de [PRODUTOR].

Ao longo de [N] anos, a Cova Rasa tocou em [N] cidades, dividiu
palco com [BANDAS RELEVANTES] e passou por [FESTIVAIS].
```

```
BIO LONGA (250 a 400 palavras)

Parágrafo 1 - Quem e o quê:
Nome, cidade, ano, formação, gênero e uma frase que resume a
proposta da banda.

Parágrafo 2 - Origem:
Como a banda surgiu, de que cena veio, quais influências moldam o
som (cite poucas, e só as que dá para ouvir de verdade).

Parágrafo 3 - Discografia:
Lançamentos anteriores, com ano, formato e selo. Um destaque
concreto de cada (resenha, playlist, prensagem esgotada).

Parágrafo 4 - Estrada:
Shows, turnês, festivais, bandas com quem dividiu palco.

Parágrafo 5 - Agora:
O lançamento atual, o que ele traz de novo e o que vem a seguir
(turnê, clipe, próximos shows).
```

Modelo de release

O release é o texto “notícia”. Tem que funcionar mesmo se a pessoa ler só o título e o primeiro parágrafo. Jornalista com pressa copia o primeiro parágrafo; faça ele ser publicável.

```
TÍTULO: [Banda] lança "[Título]", [formato], em [data]

LINHA FINA: Uma frase com o gancho principal. Ex.: "Disco de
estreia da banda de hardcore de Guarulhos fala de despejo, fome e
resistência em 12 faixas e 24 minutos."

PARÁGRAFO 1 (o lide):
Quem lança o quê, quando, onde dá para ouvir e qual o gancho.

PARÁGRAFO 2:
Contexto da obra: tema, processo de gravação, quem produziu,
alguma história interessante e verdadeira.

PARÁGRAFO 3:
Uma citação de um integrante. Curta, com opinião, que o jornalista
possa usar entre aspas.

PARÁGRAFO 4:
Agenda: show de lançamento, turnê, clipe, pré-venda, edições
físicas.

SERVIÇO:
[Título] - [Banda]
Lançamento: [data]
Selo: [selo ou independente]
Ouça: [link]
Press kit: [link]

CONTATO:
[Nome] - [e-mail] - [telefone]
```

TÁTICA

Escreva a citação do integrante como se fosse uma frase de cartaz. “A gente gravou esse disco num galpão que foi demolido uma semana depois” é citável. “Estamos muito felizes com o resultado” não é.

Organização dos arquivos

Nome de arquivo também é comunicação. O jornalista vai baixar e precisa achar depois.

- `covarasa_foto01_credito-ana-lima.jpg`
- `covarasa_terreno-baldio_capa_3000px.jpg`
- `covarasa_logo_preto.png`

- `covarasa_rider-tecnico_2026.pdf`

Fotos com pelo menos 3000 pixels no lado maior, pra aguentar impressão em revista ou cartaz.

CAPÍTULO V

IMPRENSA, ZINES, RÁDIOS E CURADORES

A imprensa musical independente no Brasil é feita, em boa parte, por gente que escreve por amor, à noite, depois do trabalho. Tratar essa gente com respeito é a primeira estratégia.

Monte a sua lista

Antes de mandar qualquer coisa, pesquise. Uma planilha simples resolve:

- Nome do veículo e de quem escreve
- Tipo (blog, zine, rádio web, podcast, playlist, canal)
- Gêneros que cobre (leia ou ouça pelo menos três publicações recentes)
- Contato preferido e regras de envio, se houver
- Data do envio, data do follow-up, resultado

Comece com 30 a 50 contatos que realmente cobrem o seu gênero. Lista enorme e genérica gera e-mail genérico, e e-mail genérico vai pro lixo.

EXERCÍCIO

Liste cinco bandas do seu tamanho e do seu gênero que lançaram algo nos últimos seis meses. Procure onde cada uma saiu na imprensa. Pronto: metade da sua lista está feita.

Como escrever o e-mail

Regras que valem pra qualquer contato:

- **Personalize a primeira linha.** Mostre que você conhece o veículo.
- **Seja curto.** Cinco a oito linhas. O press kit está no link pra quem quiser mais.
- **Link, não anexo.** Player privado ou link de pré-escuta. Nada de MP3 de 10 MB anexado.
- **Diga o que você quer.** Resenha, entrevista, estreia exclusiva, inclusão em playlist, execução em programa.
- **Assunto direto.** Banda, gênero, cidade, lançamento e data.
- **Um e-mail por pessoa.** Nada de cópia com 80 endereços visíveis.

```
ASSUNTO: Ferrugem Sagrada (doom, Juiz de Fora) - single
"Velório Elétrico" sai em 18/04

Oi, [Nome],

Acompanho o [veículo] desde a resenha que você fez do disco da
[banda que ela resenhou]. Por isso achei que esse som pode fazer
sentido pra você.

Somos a Ferrugem Sagrada, doom metal de Juiz de Fora (MG).
"Velório Elétrico" é o segundo single do nosso disco "Liturgia do
Mofo", que sai em junho. A música fala da demolição do último
cinema de rua da cidade.

Pré-escuta (link privado): [link]
Press kit com fotos e release: [link]

Se fizer sentido, a gente topa conversar ou oferecer a estreia
exclusiva do clipe no [veículo] até 16/04.

Valeu pelo trabalho que você faz pela cena.

[Nome] - Ferrugem Sagrada
[e-mail] - [telefone]
```

Rádios web e podcasts

Rádio web e podcast pedem coisas um pouco diferentes:

- **Arquivo pronto pra tocar.** Muitas rádios preferem baixar o MP3 em boa qualidade (320 kbps). Mande link de download, com metadados (título, banda, ano) preenchidos no arquivo.
- **Versão limpa.** Se a letra tem palavrão e o programa tem restrição, ofereça edição.
- **Disponibilidade pra entrevista.** Diga quem da banda pode falar e em que horários.
- **Vinheta.** Grave uma saudação curta (“Aqui é a Cova Rasa e você está ouvindo o [programa]”). Programador adora e isso aumenta a chance de tocar.



Arquivo da Yle, estúdio de locução da rádio pública finlandesa em Helsinque, entre 1927 e 1934. Domínio público. Fonte: Wikimedia Commons.

Curadores de playlist

Curadores independentes (pessoas, selos, zines, coletivos) montam playlists de nicho que, para banda pequena, muitas vezes rendem mais ouvintes fiéis do que uma editorial gigante. Algumas dicas:

- Procure playlists com gente de verdade ouvindo: atualizadas com frequência, com bandas do seu tamanho, com curador identificável.
- Mande o link do Spotify (depois do lançamento) ou o pré-save (antes), e diga em qual playlist específica você acha que a faixa cabe.
- Plataformas de envio, como SubmitHub e Groover, cobram pela **escuta e resposta** do curador ou jornalista, não pela inclusão. Isso é legítimo dentro das regras delas, mas ninguém é obrigado a aceitar sua música, e o dinheiro gasto pode não voltar.

```
ASSUNTO: Sugestão para "[nome da playlist]" - Cova Rasa,
hardcore punk de SP

Oi, [Nome],

Ouço a "[nome da playlist]" e vi que você colocou [banda] e
[banda] lá recentemente. Acho que "Aluguel Atrasado", da Cova
Rasa, conversa bem com essas faixas: hardcore rápido, 1min48,
letra em português sobre despejo.

Spotify: [link]
Bandcamp: [link]

Se não encaixar, sem problema. Obrigado por manter a playlist
viva.

[Nome] - Cova Rasa
```

Golpe de playlist paga e streams falsos

Aqui a conversa é séria. Existe um mercado enorme de “promoção” que promete streams, seguidores ou entrada garantida em playlist em troca de dinheiro. Isso viola as regras das plataformas e pode afundar sua banda.

O que o Spotify diz na central de ajuda para artistas:

- Serviços pagos que **garantem streams** não são legítimos e violam os Termos.
- Serviços que vendem **lugar garantido em playlist** também violam os Termos e não devem ser usados.
- Em casos confirmados de streaming artificial, o Spotify pode **reter royalties**, corrigir contadores públicos e **remover a música de playlists**. Em casos graves ou repetidos, o conteúdo pode ser removido.
- Distribuidores recebem relatórios e podem advertir, derrubar conteúdo ou suspender contas.
- Desde 2024, o Spotify também cobra de gravadoras e distribuidores, por faixa, quando detecta streaming artificial flagrante. É por isso que distribuidores ficaram muito mais rígidos.

CUIDADO

Playlist paga com “garantia de 10 mil streams” é, quase sempre, playlist de bot ou de fazenda de cliques. Os streams não viram fãs, não viram ingresso, não viram camiseta vendida. E podem fazer você perder o dinheiro dos royalties ou ter a música derrubada. Se alguém promete número, fuja.

MITO

“Todo mundo compra stream, senão não sai do lugar.” Quem compra stream tem um número bonito e um show vazio. E desde 2024 o Spotify só paga royalties para faixas com pelo menos 1.000 streams nos 12 meses anteriores; inflar artificialmente pra bater essa marca é exatamente o tipo de manipulação que a plataforma caça.

Follow-up

Uma vez, educadamente, de 7 a 10 dias depois. Responda ao e-mail original (pra pessoa ter o contexto) com duas linhas. Se não responder de novo, deixe pra próxima. Insistência vira bloqueio.

Quando alguém falar de vocês: agradeça, compartilhe marcando o veículo e guarde o link pro press kit. Relação com imprensa é de longo prazo. O zineiro que resenhou seu EP de estreia pode virar editor de um festival daqui a cinco anos.

CAPÍTULO VI

IMAGEM NO ORÇAMENTO: FOTOS, CLIPE E VISUALIZER

Você não precisa de verba de gravadora pra ter imagem forte. Precisa de ideia clara, planejamento e alguém disposto a fazer cinco takes da mesma coisa.

Fotos de divulgação baratas

- **Luz natural primeiro.** Fim de tarde, dia nublado (luz suave, sem sombra dura) ou sombra aberta. Evite sol do meio-dia na cara.
- **Locação com personalidade.** Viaduto, galpão, mato, garagem, fachada de bar antigo. A locação conta a história da banda. Peça autorização quando for espaço privado.
- **Celular serve.** Celulares recentes tiram foto ótima com boa luz. Use a câmera principal (não a ultra-wide pra retrato, distorce), limpe a lente, desligue o filtro de beleza e, se tiver, fotografe em RAW pra ter margem na edição.
- **Amigo fotógrafo.** Muita gente da cena fotografa show e topa um ensaio por crédito, cachê simbólico ou troca. Combine antes o uso das fotos e o crédito, por escrito.
- **Vários formatos.** Faça horizontal (matéria e banner), vertical (story, cartaz) e com espaço vazio de um lado (pra texto por cima).
- **Uma foto "limpa".** Pelo menos uma com fundo simples, fácil de recortar pra cartaz e montagem.
- **Crédito sempre.** No nome do arquivo e no press kit. Fotógrafo creditado é fotógrafo que topa de novo.

NA PRÁTICA

Os Inquilinos do Porão, rock alternativo de Belém, fizeram o ensaio todo num único poste de luz amarela de rua, às 19h, com um celular e um rebatedor feito de papel-alumínio colado num papelão. Saíram 400 fotos, sobraram 6 boas. Seis é tudo o que um press kit precisa.

Videoclipe low budget

Clipe barato que funciona tem três coisas: **uma locação, uma ideia, uma tarde**.

- **Performance pura.** A banda tocando num lugar visualmente forte. Funciona pra rock e metal desde sempre. Toque junto com a música em volume alto (playback), em vários takes e ângulos: plano geral, closes de cada integrante, detalhes (mão no braço da guitarra, pedal, prato).
- **Uma ideia narrativa simples.** Uma imagem que se repete e se transforma. Um personagem atravessando a cidade. Algo que dê pra filmar num dia.
- **Mistura.** 70% performance, 30% conceito costuma ser um equilíbrio seguro.
- **Luz barata.** Painéis de LED baratos, lanternas, luz de carro, gambiarra com gelatina colorida. Máquina de fumaça faz milagre.
- **Som de referência.** Toque a faixa alta no set. Na edição, sincronize pelo áudio.
- **Edição em software gratuito.** O DaVinci Resolve tem versão gratuita completa. CapCut resolve versões verticais.

TÁTICA

Grave, no mesmo dia do clipe, o material dos próximos dois meses: Canvas, vídeos verticais pra Shorts e Reels, fotos de bastidor, um take ao vivo de outra música. Diária de locação é o recurso mais caro; esprema tudo dela.

Visualizer e lyric video

Se não tem clipe pra todas as faixas (e não precisa ter), o visualizer resolve:

- **Capa animada em loop.** Um movimento lento, granulação, falha de VHS, zoom. Dura a música inteira.
- **Lyric video.** A letra na tela, com a tipografia da identidade visual da banda. Ajuda quem não entende o gutural a acompanhar, e funciona bem em busca.
- **Imagens de arquivo.** Material em domínio público ou com licença livre (verifique a licença de cada arquivo) editado com tratamento gráfico.

O visualizer também vira Shorts: corte os 20 segundos mais fortes e publique na vertical.

CAPÍTULO VII

SHOW DE LANÇAMENTO E VIDA DEPOIS DO DISCO

Lançamento sem show é metade da festa. E disco sem plano pós-lançamento morre em três semanas.

Show de lançamento

- **Data:** de 1 a 2 semanas depois do lançamento. Dá tempo das pessoas ouvirem e chegarem cantando.
- **Casa do tamanho certo.** Melhor lotar uma casa de 80 pessoas do que deixar metade vazia numa de 300. Lotado gera foto boa e clima bom.
- **Escalação inteligente.** Chame bandas que somam público, não só amigos. Uma banda de fora, uma local que puxa gente, a sua fechando.
- **Ingresso antecipado.** Mais barato antes, mais caro na porta. Ajuda a prever público e a cobrir custos.
- **Merch na mesa.** Disco físico, fita, camiseta, pôster do lançamento. Mesa iluminada, preços visíveis, opção de Pix com QR code impresso.
- **QR code pro Bandcamp e pra newsletter.** Quem gostou do show precisa ter um caminho pra continuar com vocês.
- **Grave tudo.** Áudio da mesa (peça ao técnico com antecedência), dois ou três celulares filmando de ângulos fixos. É matéria-prima pro pós-lançamento.
- **Convide a imprensa e os curadores** que falaram de vocês. Coloque na lista, agradeça do palco.

Pós-lançamento: manter o disco vivo

O pico de atenção dura poucos dias. Seu trabalho é criar novos motivos pra falar do mesmo disco por meses. Ideias:

- **Versões ao vivo.** O áudio do show de lançamento vira vídeo ao vivo no YouTube e, se a qualidade permitir, um single ao vivo nas plataformas.
- **Versões acústicas ou reimaginadas.** Uma música de metal tocada só com violão e voz mostra a composição por outro ângulo e alcança gente diferente.
- **Bastidores.** Vídeos do estúdio, demo original versus versão final, como nasceu um riff.
- **Faixa a faixa.** Um post ou vídeo curto por música, explicando a letra ou a história.

- **Remixes e releituras.** Chame um artista de outro gênero (eletrônico, noise, synthwave) pra remixar uma faixa. Duas cenas se cruzam.
- **Playthroughs.** Guitarrista e baterista tocando a música inteira com câmera fixa. Público de músico adora e compartilha.

Importante: versão ao vivo, acústica e remix são **gravações novas**. Precisam de ISRC novo no distribuidor. Não confunda com o waterfall, em que a gravação é a mesma.



Diagrama: o ciclo pós-lançamento e quais ações exigem ISRC novo. Fonte: NECROX.

TÁTICA

Estique o disco com um single pós-lançamento: uma versão ao vivo ou um remix lançado de 6 a 8 semanas depois do álbum. É mais um pitch, mais um Release Radar, mais uma rodada de imprensa, sem precisar compor nada.

Métricas: o que medir e o que aprender

Número só serve se mudar a próxima decisão. Quatro semanas depois do lançamento, sente com a banda e olhe:

Spotify for Artists

- **Ouvintes e streams** por faixa, e a curva: subiu e caiu rápido ou se sustentou?
- **Fontes de streams:** perfil e catálogo da banda, bibliotecas e playlists dos ouvintes, playlists editoriais, playlists algorítmicas (Release Radar, Descobertas da Semana). Muita playlist algorítmica é sinal de que a música está “pegando”.
- **Saves e adições a playlists pessoais.** Mais importante que stream solto: quem salva volta.
- **Countdown Page,** se usou: quantos pré-saves e quantos ouviram nos primeiros 7 dias.
- **Cidades:** onde estão os ouvintes. Isso diz onde tocar na próxima turnê.

YouTube Studio

- **Retenção:** em que segundo as pessoas largam o clipe. Se todo mundo sai em 0:20, a abertura está lenta.
- **Origem do tráfego:** busca, sugeridos, externo (links que vocês postaram), Shorts.

Bandcamp

- **Vendas por item:** o que mais vende (digital, fita, camiseta, combo).
- **Origem dos visitantes:** de onde veio quem comprou.
- **Novos seguidores.**

O que não aparece em painel

- Quantos veículos responderam, quantos publicaram, quais trouxeram ouvintes.
- Público do show de lançamento e venda de merch na noite.
- Crescimento da newsletter e da lista de contatos.
- Convites que surgiram (shows, festivais, entrevistas, splits).

EXERCÍCIO

Faça um pós-mortem de uma página com três colunas: “manter”, “mudar”, “parar”. Cada integrante preenche sozinho e depois vocês comparam. O documento vira a primeira página do plano do próximo lançamento.

Um disco puxa o outro

O próximo lançamento começa no fim deste. A imprensa que respondeu, os curadores que adicionaram, a casa que lotou, o fotógrafo que topou: tudo isso é patrimônio da banda. Guarde numa planilha viva. Na terceira campanha, a operação de guerra vira rotina.

CAPÍTULO VIII

CHECKLIST FINAL

- [ ] Master e capa finais prontos pelo menos 8 semanas antes da data
- [ ] Data de lançamento definida numa sexta-feira (e conferida contra o Bandcamp Friday)
- [ ] Planilha de ISRCs, créditos e metadados conferida, com um master único por faixa
- [ ] Lançamento enviado ao distribuidor com pelo menos 4 a 6 semanas de antecedência
- [ ] Pitch editorial feito no Spotify for Artists de 3 a 4 semanas antes (nunca menos de 7 dias)
- [ ] Link de pré-save ou Countdown Page (se elegível) publicado
- [ ] Canvas subido e Premiere do clipe ou visualizer agendada no YouTube
- [ ] Press kit online com bios curta, média e longa, release, fotos creditadas, rider e contato
- [ ] Lista de imprensa, rádios, podcasts e curadores pesquisada e personalizada
- [ ] Primeira rodada de e-mails enviada 4 semanas antes, com um único follow-up
- [ ] Nenhum centavo gasto em stream, seguidor ou lugar garantido em playlist
- [ ] Show de lançamento marcado, com merch, QR codes e gravação de áudio e vídeo
- [ ] Calendário de conteúdo pós-lançamento para 4 a 8 semanas
- [ ] Reunião de pós-mortem marcada para 4 semanas depois do lançamento

CAPÍTULO IX

RECURSOS E REFERÊNCIAS

- Spotify for Artists: pitch para editores de playlist (https://support.spotify.com/artists/article/pitching-music-to-playlist-editors/) - regras oficiais: mínimo de 7 dias, Release Radar, uma música por vez.
- Spotify for Artists: Countdown Pages (https://support.spotify.com/artists/article/countdown-pages/) - elegibilidade (álbuns e EPs, ouvintes mensais ativos), pré-save e métricas.
- Spotify for Artists: diretrizes do Canvas (https://support.spotify.com/artists/article/canvas-guidelines/) - duração, proporção, resolução e boas práticas.
- Spotify for Artists: streaming artificial e serviços pagos (https://support.spotify.com/artists/article/third-party-services-that-guarantee-streams/) - por que comprar stream ou playlist viola os Termos e quais as punições.
- Spotify for Artists: modernização do sistema de royalties (https://artists.spotify.com/blog/modernizing-our-royalty-system) - mínimo de 1.000 streams em 12 meses e cobrança por streaming artificial.
- Spotify for Artists: recurso de envio de playlist (https://artists.spotify.com/blog/how-the-new-playlist-submission-feature-helps-you-find-fans) - post oficial sobre o pitch e os campos de gênero, clima e instrumentos.
- Bandcamp: ajuda sobre o Bandcamp Friday (https://get.bandcamp.help/en/articles/15263119-bandcamp-friday-help) - como funciona, horário e datas de 2026.
- Hypebot: datas do Bandcamp Friday em 2026 (https://www.hypebot.com/hypebot/2026/01/here-are-your-bandcamp-friday-dates-for-all-of-2026.html) - confirmação do calendário anual.
- YouTube Help: Canais Oficiais de Artista (https://support.google.com/youtube/answer/7336634) - requisitos oficiais para o OAC.
- YouTube Help: Premiere de vídeo (https://support.google.com/youtube/answer/9080341) - como agendar estreia com contagem regressiva e chat.
- YouTube for Artists: recursos (https://artists.youtube/resources/) - ferramentas e guias do YouTube para músicos.
- Revelator: o que é waterfall release (https://revelator.com/blog/what-is-a-waterfall-release-strategy) - explicação da estratégia em cascata do ponto de vista de distribuidor.
- iGroove: como somar streams de single e álbum (https://www.igroovemusic.com/faq/2-8-how-can-i-ensure-that-the-streams-of-the-single-and-album-versions-are-counted-together) - exemplo de distribuidor explicando o uso do mesmo ISRC.
- Wikipedia: Global Release Day (https://en.wikipedia.org/wiki/Global_Release_Day) - histórico da sexta-feira como dia global de lançamento (IFPI, 2015).

- SubmitHub (https://www.submithub.com) - plataforma de envio para blogs e curadores; cobra pela escuta, não pela inclusão.
- Groover (https://groover.co/en/) - plataforma de envio para mídia e curadores, também baseada em pagamento por resposta.
- Wikimedia Commons: US Record Store 1963 (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:US_Record_Store_1963.jpg) - foto de Marion S. Trikosko, domínio público, usada como imagem de referência.
- Wikimedia Commons: Radio announcing studio 1927-1934 (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Radio_announcing_studio_1927-1934_(29392931841).jpg) - foto do arquivo da Yle, domínio público, usada como imagem de referência.

Faça barulho.

NINGUÉM VAI FAZER POR VOCÊ.

NECROX — UM PROJETO M3INK, UM ATO DE AMOR AO ESQUISITO
USEREXPERIENCE.COM.BR/NECROX / CC BY-NC-SA 4.0 / COPIE, COLE, ESPALHE

Por Wellington Oliveira da Mota (M3Ink), Brasília-DF · Publicado em novembro de 2026 · Grátis, sem cadastro, sem cookies · CC BY-NC-SA 4.0 · userexperience.com.br/necrox/