

02

DIY: A BANDA COMO SELO

Grave, lance, venda, viaje e se financie sem pedir licença a ninguém.

NECROX

28 MIN DE LEITURA
INICIANTE → INTERMEDIÁRIO

CC BY-NC-SA 4.0
NOVEMBRO DE 2026

GUIA 02 — SUMÁRIO

DIY: A BANDA COMO SELO

I	A ética DIY: de onde vem e por que ainda funciona
II	Gravar em casa com pouco dinheiro
III	Lançar: distribuição digital, ISRC e UPC
IV	Direitos autorais sem mistério
V	Merch DIY: fazer, precificar, vender
VI	Booking e turnê DIY
VII	Dinheiro da banda: caixa, divisão e financiamento
VIII	Zine: a mídia que ninguém pode desligar
IX	O próprio show, o próprio festival
X	Checklist final
XI	Recursos e referências

ÁREA	NÍVEL	LEITURA
DIY	**Iniciante → Intermediário**	**28 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.

Ninguém vem te buscar. Não existe olheiro de gravadora escondido no fundo do bar esperando a sua banda tocar a terceira música. Existe você, um computador velho, um grupo de amigos e a decisão de fazer tudo com as próprias mãos. Este guia é o mapa: como gravar, lançar, proteger, vender, viajar e se sustentar como se a sua banda fosse o seu próprio selo, porque ela é.

CAPÍTULO I

A ÉTICA DIY: DE ONDE VEM E POR QUE AINDA FUNCIONA

"Faça você mesmo" não é estética, é método. É a decisão de não esperar autorização: se ninguém lança seu disco, você lança; se nenhuma casa te chama, você aluga um salão; se nenhuma revista fala de você, você imprime a sua.

Dischord e Fugazi: o modelo que todo mundo cita

Em 1980, em Washington, D.C., Ian MacKaye e Jeff Nelson criaram a Dischord Records para lançar um compacto da banda que tinham acabado de encerrar, o Teen Idles. A ideia era documentar a cena local. O selo continuou como um projeto DIY: as pessoas envolvidas aprenderam a fazer discos fazendo, e todos os lançamentos do Minor Threat saíram por ele.

Anos depois, o Fugazi, também de MacKaye e também na Dischord, virou símbolo de controle total. A banda tinha como meta ingressos a cinco dólares, um valor que nasceu de uma conta feita na estrada: qual o menor preço que ainda pagava a turnê? Mais tarde, em alguns lugares, não conseguiu baixar de 10 ou 15 dólares, e nunca tratou os cinco dólares como regra sagrada. A lógica era outra: preço justo para quem vai ao show, sem deixar de pagar as contas. A banda recusou propostas de grandes gravadoras para não perder o controle da própria música.

MITO

"DIY é fazer tudo de graça e de qualquer jeito." Não é. O Fugazi calculava o preço do ingresso para a turnê se pagar. DIY é controle e sustentabilidade, não amadorismo. Se a conta não fecha, a banda acaba, e banda acabada não toca para ninguém.

Um detalhe curioso: o Fugazi não vendia merch nas turnês. Vender camiseta exigiria levar uma pessoa a mais, com hospedagem e comida, e eles preferiram simplificar. Isso não significa que você deva fazer igual. Significa que cada decisão da banda tem custo, e você é quem escolhe quais custos quer carregar.

A cena brasileira fez isso antes de ter nome

No Brasil, o punk e o metal se organizaram sem indústria por perto. A coletânea “Grito Suburbano”, com Olho Seco, Inocentes e Cólera, saiu em 1982 pelo selo Punk Rock Discos, um lançamento independente que é tratado como o primeiro disco de punk nacional. No mesmo ano, o festival “O Começo do Fim do Mundo”, no Sesc Pompeia, em São Paulo, reuniu bandas da cena punk paulista num mesmo palco.

Em Belo Horizonte, a Cogumelo Records lançou em dezembro de 1985 o split de Sepultura e Overdose, com o EP “Bestial Devastation”. O próprio selo havia organizado um festival de bandas naquele ano para escolher quem entraria no seu catálogo. Selo, festival e cena funcionando como uma coisa só.

E por baixo de tudo isso circulavam os zines: folhas xerocadas, grampeadas e trocadas pelo correio, com entrevistas, resenhas, endereços e listas de fitas. Antes da internet, era assim que uma banda de Curitiba descobria uma banda de Recife.

O que DIY significa hoje, na prática

A tecnologia mudou, a lógica não. Hoje, DIY é gravar o suficiente para soar honesto, lançar sem ceder seus direitos, vender direto para quem gosta de você, montar rotas com bandas de outras cidades, manter o dinheiro organizado e usar o dinheiro público de cultura, que também é seu.

Pense na sua banda como duas coisas ao mesmo tempo: um grupo que compõe e toca, e um pequeno selo que grava, lança, vende e presta contas. Separe essas funções, de preferência entre pessoas diferentes.

CAPÍTULO II

GRAVAR EM CASA COM POUCO DINHEIRO

A gravação perfeita não existe. A gravação boa o suficiente para alguém apertar o play e continuar ouvindo, sim. O seu objetivo é esse.

O setup mínimo que funciona

Para começar a gravar em casa ou na sala de ensaio, você precisa de:

- **Um computador.** Não precisa ser novo. Precisa ser estável.
- **Uma interface de áudio.** Com duas entradas você já grava voz, guitarra e baixo, um de cada vez. Com oito entradas, dá para pensar em bateria.
- **Um ou dois microfones dinâmicos de uso geral.** São robustos, aguentam amplificador alto e caixa de bateria, e servem para quase tudo.
- **Um fone fechado** para gravar e, se der, um par de monitores para mixar.
- **Uma DAW**, o programa de gravação. Há opções gratuitas (como o Audacity, para tarefas simples, ou o GarageBand, em computadores da Apple) e opções baratas e completas, como o Reaper, que tem período de avaliação e licença de baixo custo para uso pessoal. Confira as condições atuais no site de cada uma.
- **Cabos bons.** Cabo ruim gera ruído, e ruído não sai na mixagem.

O que priorizar quando o dinheiro é curto

A ordem de investimento que faz mais diferença é quase sempre esta:

1. **A música e a performance.** Banda ensaiada soa melhor em qualquer equipamento. Grave o ensaio no celular antes de gastar com qualquer coisa.
2. **Os instrumentos em ordem.** Corda nova, instrumento regulado, pele de bateria trocada, afinação conferida antes de cada take.
3. **O ambiente.** Um quarto com cobertores, colchões e estantes de livros soa melhor que uma sala vazia de paredes lisas. Tratamento acústico improvisado vale mais que microfone caro.
4. **A interface e os microfones.** Só depois dos três itens acima.

NA PRÁTICA

A Vala Comum, um trio de crust de Goiânia, gravou quase todo o primeiro EP na sala de ensaio. Guitarra e baixo foram gravados em linha (direto na interface) e depois passados por simuladores de amplificador. A voz foi gravada dentro do guarda-roupa, cercada de casacos. Só a bateria foi para um estúdio, em uma diária. Resultado: um EP honesto, com custo baixo e bateria que não soa como lata.

Quando pagar um estúdio

Bateria é o instrumento mais difícil de gravar em casa: exige muitos microfones, uma sala que soe bem e vizinhos tolerantes. Se você só vai pagar estúdio para uma coisa, que seja a bateria.

Vale pagar estúdio também quando:

- a banda quer gravar ao vivo, todo mundo junto, e não tem sala nem entradas suficientes;
- o projeto tem prazo (um edital, por exemplo) e vocês não podem perder semanas aprendendo;
- vocês querem um técnico experiente opinando sobre timbres e takes.

Antes de fechar, peça para ouvir trabalhos que o estúdio fez no seu estilo. Combine por escrito quantas horas ou diárias, o que está incluído (técnico, backline, edição) e em que formato você recebe os arquivos.

CUIDADO

Saia do estúdio com as trilhas separadas (os arquivos de cada instrumento, em WAV) em um HD ou link seu. Sem isso, você fica dependente do estúdio para qualquer remix, versão ou remaster no futuro.

Mix e master, sem misticismo

Mixagem é equilibrar as trilhas: volume, panorâmica, equalização, compressão, efeitos. **Masterização** é a etapa final: deixa as faixas coerentes entre si, ajusta o volume geral e gera os arquivos de entrega.

Dicas práticas:

- **Use faixas de referência.** Escolha duas ou três músicas de bandas que você admira, com a sonoridade que você quer, e compare o tempo todo, no mesmo volume.

- **Descanse os ouvidos.** Mixar por horas seguidas faz você perder a noção de grave e agudo. Volte no dia seguinte.
- **Ouça em vários lugares:** fone, caixinha de celular, som do carro.
- **Não esmague tudo no volume.** O Spotify, por exemplo, normaliza a reprodução para cerca de -14 LUFS e recomenda deixar o pico verdadeiro (true peak) abaixo de -1 dBTP. Um master exageradamente alto vai ser abaixado na reprodução e perde dinâmica à toa.
- **Se puder pagar só uma etapa, pague a mixagem** de alguém experiente. Uma boa mix com master simples soa melhor que uma mix ruim com master caro.

Se for contratar mix ou master, combine antes quantas rodadas de ajuste estão incluídas e o prazo.

CAPÍTULO III

LANÇAR: DISTRIBUIÇÃO DIGITAL, ISRC E UPC

Você não sobe música direto no Spotify, na Deezer ou no Apple Music. Quem faz isso é uma **distribuidora digital** (também chamada de agregadora). Ela entrega seus arquivos e metadados às plataformas, recebe os pagamentos e repassa para você.

Como as distribuidoras cobram

Existem basicamente três modelos, e cada um faz sentido para um tipo de banda:

- **Assinatura anual:** você paga um valor fixo por ano e lança quanto quiser. Bom para quem lança com frequência. Atenção ao que acontece se você parar de pagar.
- **Taxa por lançamento:** você paga uma vez por single ou álbum, e geralmente a distribuidora fica com uma porcentagem da receita.
- **Só porcentagem:** você não paga nada para subir, mas a distribuidora fica com uma fatia de tudo o que entrar. Leia o contrato com atenção: prazo, exclusividade e como sair.

PLATAFORMA	MODELO DE COBRANÇA	BOM PARA	ATENÇÃO
DistroKid	Assinatura anual (referências de 2026 citam planos a partir de cerca de US$ 25/ano)	Quem lança muito	Extras são pagos à parte; sem renovação, lançamentos podem sair do ar
CD Baby	Taxa única por lançamento mais comissão sobre a receita (referências citam 9%)	Quem lança pouco	Confira taxas por single e álbum
ONErpm	Entrada sem taxa; fica com porcentagem da receita	Quem quer atendimento no Brasil	Percentual pode variar; leia o contrato
Tratore	Distribuidora independente brasileira, ativa desde 2002	Selos e bandas daqui	Condições e percentuais no site e FAQ
Bandcamp	Loja direta: 15% sobre digital (10% após US$ 5 mil em 12 meses), 10% sobre físico, mais taxas de pagamento	Vender direto para fãs	Não coloca sua música no Spotify

Preços e porcentagens de distribuidoras mudam com frequência, e os valores acima vêm de referências públicas de 2026, nem todas oficiais. Antes de escolher, abra a página de preços de cada uma, leia os termos e simule o custo para o seu ritmo de lançamentos.

Bandcamp não é concorrente do Spotify

Bandcamp é outra coisa: é a sua loja. Lá a pessoa compra o disco, a camiseta, a fita, e o dinheiro chega muito mais inteiro do que em streaming. Em alguns dias do ano (as “Bandcamp Fridays”), a plataforma abre mão da sua parte da receita, e só ficam as taxas de pagamento. Use as duas coisas: distribuidora para estar em todo lugar, Bandcamp para vender.

ISRC, UPC e metadados

- **ISRC** é o código de cada gravação (cada faixa). Ele identifica aquele fonograma específico no mundo todo. Uma gravação tem um único ISRC; se você regravar a música, a nova versão ganha outro.
- **UPC (ou EAN)** é o código de barras do lançamento como produto (o single, o EP, o álbum).

As distribuidoras geralmente geram os dois automaticamente. Mas tem um detalhe brasileiro importante: para receber direitos conexos no Brasil (de intérprete, de músico acompanhante e de produtor fonográfico), o fonograma precisa estar cadastrado no sistema de gestão coletiva, pela sua associação. Por aqui, a emissão do ISRC está ligada à Pro-Música Brasil e às associações, e o Ecad já publicou orientações sobre ISRCs gerados por agregadoras.

TÁTICA

Antes do lançamento, pergunte à sua associação se o ISRC gerado pela sua distribuidora será aceito no cadastro nacional. Se não for, peça à associação para gerar o código e informe esse ISRC à distribuidora no envio. Resolver isso antes é simples. Corrigir depois dá trabalho.

Metadados limpos

Metadado errado é dinheiro perdido. Escreva o nome da banda sempre igual, informe o nome completo de quem compôs cada faixa e a ficha técnica de quem tocou. Envie o lançamento com algumas semanas de antecedência, para dar tempo de revisão e de inscrever a música nas ferramentas de curadoria das plataformas.

CAPÍTULO IV

DIREITOS AUTORAIS SEM MISTÉRIO

Este é o capítulo que todo mundo pula e depois se arrepende. Vamos no básico, do jeito mais simples possível.

CUIDADO

As informações legais e tributárias deste guia são educativas e gerais. Elas não substituem a orientação de um advogado especializado em direito autoral ou de um contador. Antes de assinar contrato, abrir empresa ou declarar renda, consulte um profissional.

Dois direitos diferentes na mesma música

Toda música gravada carrega dois tipos de direito:

- **Direito de autor (a obra):** pertence a quem compôs a letra e a melodia. É a canção em si, que existe mesmo sem gravação.
- **Direitos conexos (o fonograma):** pertencem a quem participou da gravação: intérpretes, músicos acompanhantes e o produtor fonográfico (quem bancou e organizou a gravação, que no caso DIY é a própria banda).

Se a sua banda compõe, toca e paga a própria gravação, vocês são titulares das duas coisas. Por isso vale a pena organizar.



Diagrama: direito de autor (a obra) e direitos conexos (o fonograma), e quem recebe cada um (simplificado). Fonte: NECROX, baseado na Lei 9.610/1998.

Registro de obra: precisa?

Pela Lei 9.610/1998 (a Lei de Direitos Autorais), a proteção da obra independe de registro. A música é sua desde que você a criou. O registro é facultativo e serve como prova de autoria e data, útil se um dia houver disputa.

Quem quiser registrar pode recorrer ao Escritório de Direitos Autorais da Fundação Biblioteca Nacional ou à Escola de Música da UFRJ. Há taxas e prazos, que podem ser longos; confira as condições atuais nos sites oficiais.

MITO

“Mandar a música para mim mesmo pelo correio, em envelope lacrado, garante meus direitos.” Não garante nada além do que você já tem. A proteção nasce com a criação. Para provar autoria e data, guarde versões datadas (demos, arquivos de projeto, e-mails para a banda), publique a obra e, se quiser mais segurança, faça o registro oficial.

Ecad e associações

O **Ecad** (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição) arrecada e distribui os direitos de **execução pública** de música no Brasil: shows, rádio, TV, bares, eventos e também streaming. Ele é administrado por sete associações de gestão coletiva: **Abramus, Amar, Assim, Sbacem, Sicam, Socinpro e UBC**.

Você não se filia ao Ecad. Você se filia a **uma associação**, e ela representa você no sistema. Na prática:

1. Cada integrante que compõe ou toca escolhe uma associação e se filia (há filiação online; confira as condições na associação escolhida).
2. Vocês cadastram as **obras** (as composições, com a divisão de autoria entre os membros).
3. Vocês cadastram os **fonogramas** (as gravações, com ISRC e ficha técnica de quem tocou).
4. A associação passa a receber e repassar o que for arrecadado em seu nome.

Os integrantes podem estar em associações diferentes. O que importa é que todos estejam cadastrados e que a divisão das obras seja a mesma em todos os cadastros.

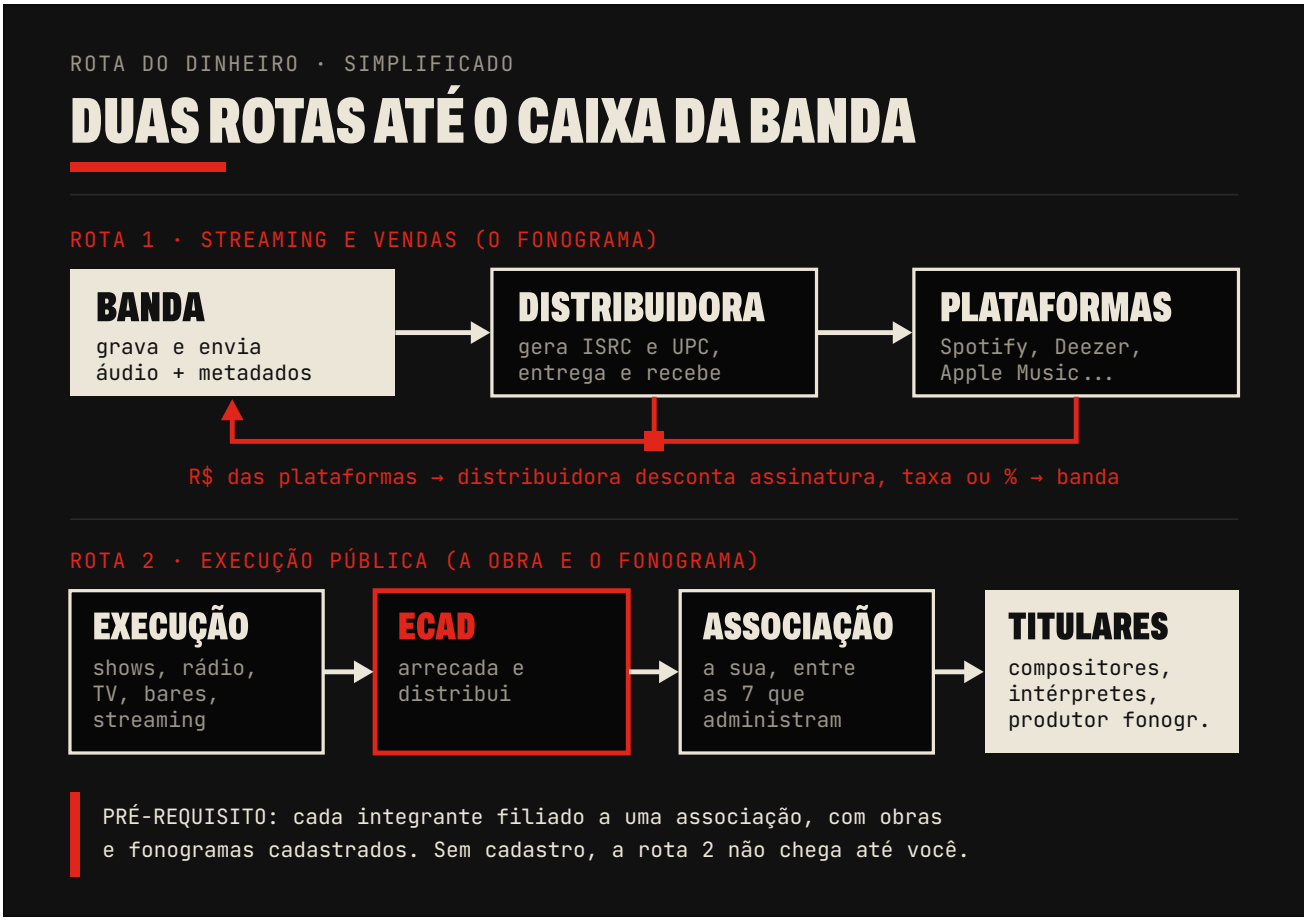


Diagrama: as duas rotas do dinheiro da música gravada, plataformas via distribuidora e execução pública via Ecad e associação (simplificado). Fonte: NECROX, baseado nas informações do Ecad citadas neste guia.

TÁTICA

Quando a banda tocar só músicas próprias, envie o repertório executado (o roteiro musical do show) para a sua associação, conforme as regras dela. É assim que o dinheiro de execução pública dos shows tem chance de chegar ao compositor certo.

Editora: o que é e quando faz sentido

Uma **editora musical** administra os direitos da obra (a composição): cadastra, licencia, fiscaliza e cobra, inclusive no exterior. Em troca, fica com uma porcentagem.

Para uma banda pequena, a autogestão costuma bastar no começo: associação bem feita e cadastros em dia. Uma editora faz mais sentido quando a música começa a ser usada fora do país, em sincronização (filme, série, game, publicidade) ou quando o volume de cadastros ficar grande demais.

CUIDADO

Nunca assine contrato de edição, distribuição ou “parceria” que ceda seus direitos para sempre, ou por prazo indefinido, sem ler com calma e sem consultar alguém de confiança. Procure: prazo, território, porcentagem, direito de auditoria e como rescindir. Contrato bom tem saída clara.

Divisão de autoria dentro da banda

Decidam por escrito, música por música, quem assina o quê e em que proporção. Algumas bandas dividem tudo igualmente entre todos os membros, outras dividem só entre quem compôs. As duas formas são válidas. Brigar por isso depois que a música rendeu algum dinheiro é que é um problema.

CAPÍTULO V

MERCH DIY: FAZER, PRECIFICAR, VENDER

Em muitos shows pequenos, a banda ganha mais na banca de merch do que no cachê. Camiseta, patch, fita e CD são as peças que pagam a gasolina.

Serigrafia caseira

Serigrafia (silk screen) é a técnica clássica do merch underground. O básico:

- **Tela** de nylon esticada em quadro de madeira ou alumínio;
- **Emulsão fotossensível**, para gravar a arte na tela;
- **Fotolito**, a arte impressa em preto sólido em transparência;
- **Tinta para tecido** e um **rodo**;
- uma fonte de luz para revelar a tela e um lugar para lavar.

Comece com arte de uma cor só, traço grosso e sem degradê. É exatamente a estética que combina com o seu som, e é a mais fácil de imprimir bem. Faça testes em retalhos antes de estragar camiseta boa.



Ahmad Ali Karim, Screen printing demonstration at TEDxUTM, 2025. CC0. Fonte: Wikimedia Commons.

Se não quiser imprimir, procure uma serigrafia pequena da sua cidade. Muitas aceitam lotes pequenos, e o preço por peça cai bastante conforme a quantidade aumenta.

Outras peças que funcionam

- **Patches:** serigrafados em tecido (baratos, dá para fazer em casa) ou bordados (mais caros, encomendados). Leves, fáceis de levar na turnê e com preço acessível para quem está sem grana.
- **Camiseta sob demanda:** plataformas imprimem e enviam uma peça por vez. Você não investe em estoque, mas a margem por peça é bem menor. Bom para ter loja online sempre aberta.
- **Fitas K7:** baratas em tiragens pequenas, objeto de colecionador no underground. Você pode duplicar em casa (com tape deck duplo, em tempo real) ou encomendar.
- **CDs:** ainda vendem em show, principalmente em envelope de papel ou digipak simples.
- **Vinil:** o objeto mais desejado e o mais caro. O custo por unidade é alto em tiragens pequenas, e o prazo de fábrica pode levar semanas ou meses. Peça orçamento direto às fábricas (como a Polysom) e só encomende com dinheiro em caixa ou pré-venda paga.



Hmvh, Heap of tapes, 2009. Domínio público. Fonte: Wikimedia Commons.

Margem: a conta que ninguém faz

Margem é o que sobra depois de pagar o custo da peça. A tabela abaixo usa **números hipotéticos**, só para ilustrar o raciocínio. Os preços reais variam muito por cidade, fornecedor, quantidade e época: peça orçamentos.

ITEM	CUSTO UNITÁRIO (EXEMPLO)	PREÇO DE VENDA (EXEMPLO)	MARGEM POR PEÇA
Camiseta serigrafada (lote de 50)	R$ 35	R$ 70	R$ 35
Patch serigrafado	R$ 4	R$ 15	R$ 11
Fita K7 (tiragem pequena)	R$ 15	R$ 35	R$ 20

ITEM	CUSTO UNITÁRIO (EXEMPLO)	PREÇO DE VENDA (EXEMPLO)	MARGEM POR PEÇA
CD em envelope	R$ 8	R$ 25	R$ 17
Camiseta sob demanda	Não há estoque	Definido na plataforma	Bem menor por peça

Inclua no custo o que costuma ficar de fora: frete do fornecedor, embalagem, taxa da maquininha ou do link de pagamento, peças com defeito e as que vocês dão de presente.



Diagrama: margem da camiseta na tabela e na vida real, com números hipotéticos. Fonte: NECROX.

EXERCÍCIO

Pegue o orçamento real de uma camiseta na sua cidade. Some frete, embalagem e taxa de pagamento. Multiplique por dois: esse é um ponto de partida para o preço de venda. Agora pergunte: alguém do seu público pagaria isso? Se não, mude o fornecedor, o modelo ou a quantidade, não a margem.

Markup: quanto colocar em cima do custo

Markup é o quanto você soma ao custo para chegar no preço de venda. Margem é o quanto do preço de venda sobra no seu bolso. Parecem a mesma coisa, mas não são, e confundir as duas é o jeito mais

rápido de vender muito e não ver dinheiro.

```
Markup = (preço - custo) ÷ custo
Margem = (preço - custo) ÷ preço

Camiseta que custa R$ 40 e é vendida a R$ 80:
Markup = 40 ÷ 40 = 100%   (você "dobrou" o custo)
Margem = 40 ÷ 80 = 50%    (metade do que entra é lucro)
```

MARKUP	MULTIPLICA O CUSTO POR	MARGEM QUE SOBRA
50%	1,5	33%
100%	2	50%
150%	2,5	60%
200%	3	67%

MITO

“Coloquei 100% em cima, então tenho 100% de lucro.” Não tem. Markup de 100% dá margem de 50%: de cada R$ 80 vendidos, R$ 40 voltam para pagar o próximo lote. E se o custo que você usou esqueceu frete, tela e as camisetas dadas de presente, a margem real é ainda menor.

O custo certo é o do lote inteiro dividido pelas peças que você vai vender de verdade. Numa camiseta de serigrafia, entram:

- **a camiseta lisa:** prefira boa qualidade (algodão penteado, malha mais grossa); camiseta que encolhe e desbota na segunda lavagem queima a banca;
- **a tela e o fotolito de cada cor:** custo fixo, pago uma vez por lote. É por isso que arte de uma ou duas cores é tão mais barata: cada cor a mais é mais uma tela e mais uma passada em todas as peças;
- **a impressão por peça e por cor;**
- **frete e embalagem;**
- **a taxa de pagamento** (maquininha ou link), que sai do preço de venda;
- **perdas e brindes:** peças com defeito e as que ficam com a banda, o fotógrafo ou o produtor. Elas custam, mas não entram dinheiro.

Um exemplo com **números hipotéticos** (faça o seu orçamento, preços variam muito):

LOTE DE 50 CAMISETAS, 2 CORES	VALOR (EXEMPLO)
50 camisetas lisas de boa qualidade a R$ 22	R$ 1.100
Tela e fotolito: R$ 60 por cor × 2	R$ 120
Impressão: R$ 3,50 por cor × 2 cores × 50 peças	R$ 350
Frete do lote	R$ 60
Embalagem: R$ 1,50 × 50	R$ 75
Investimento total	**R$ 1.705**
Peças à venda (50 – 3 com defeito – 3 brindes)	44
Custo real por peça (1.705 ÷ 44)	**R$ 38,75**
Markup de 100%, arredondado	R$ 80
Recebido por peça, depois de 3% de taxa	R$ 77,60
Ponto de equilíbrio (1.705 ÷ 77,60)	**22 camisetas**

Ou seja: as primeiras 22 camisetas só devolvem o dinheiro que a banda adiantou. Da 23ª em diante é lucro, e é esse lucro que paga o próximo lote, a gasolina e a gravação. Com arte de uma cor só e o mesmo preço de R$ 80, esse exemplo cairia para R$ 33,41 de custo por peça e 19 camisetas de ponto de equilíbrio.

TÁTICA

Antes de encomendar, faça a conta de trás para frente: quantas camisetas vocês vendem, em média, por show? Se o ponto de equilíbrio é 22 e vocês vendem 5 por noite, o lote se paga em cinco shows. Se isso parecer muito, comece com um lote menor de uma cor só, venda tudo e reinvista.

Simulador de merch: na versão online deste guia há uma calculadora interativa para testar quantidade, cores, custos e markup e ver o lucro por peça e o ponto de equilíbrio.

A banca de merch

Placa com preços legíveis de longe (ninguém pergunta preço no escuro), QR code do Pix impresso, maquininha carregada, troco, uma pessoa responsável pela banca e combos simples, como camiseta mais patch.

CAPÍTULO VI

BOOKING E TURNÊ DIY

Turnê DIY não é sair rodando o país sem rumo. É logística, rede de contatos e conta bem feita.

Montar a rota

1. **Comece perto.** Cidades a poucas horas de distância, em fim de semana. Volte para casa, aprenda, repita.
2. **Encadeie datas.** Uma sexta numa cidade, sábado na vizinha, domingo à tarde numa terceira. Cada dia parado na estrada custa comida e hospedagem sem entrar dinheiro.
3. **Mapeie a cena de cada cidade:** bandas parecidas com a sua, casas que recebem o seu estilo, coletivos, produtores, lojas de disco, quem faz zine.
4. **Pesquise o tamanho real do seu público** em cada lugar. Seus dados de streaming e de redes sociais mostram em que cidades tem gente ouvindo.

Trocar datas com bandas de outras cidades

A ferramenta mais antiga e mais eficiente do underground: a troca. A sua banda arruma uma data na sua cidade para uma banda de fora, abrindo o show e trazendo o seu público. Em troca, ela faz o mesmo por vocês na cidade dela.

NA PRÁTICA

A Ferrugem Sônica, de Campinas, e o Lâmina Turva, de Juiz de Fora, fizeram uma troca. Em março, a Ferrugem produziu uma noite em Campinas com o Lâmina como atração de fora, hospedou a banda em casa e dividiu a porta. Em maio, o Lâmina devolveu: casa cheia em Juiz de Fora, sofá para dormir e um contato em Belo Horizonte que virou a terceira data da rota. Custo de divulgação baixo, público novo para as duas bandas.

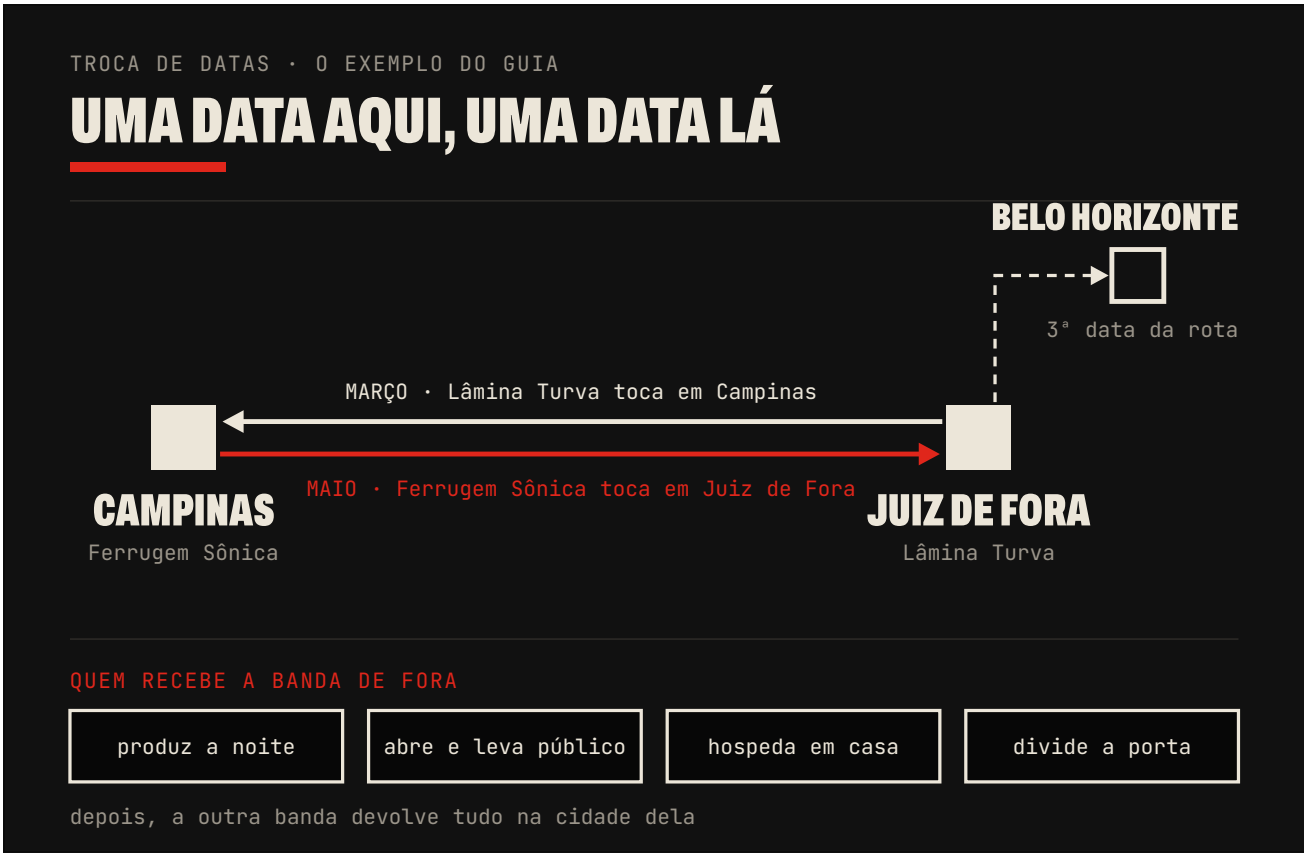


Diagrama: a troca de datas entre duas bandas de cidades diferentes, a partir do exemplo deste guia. Fonte: NECROX.

E-mail de booking que é respondido

Produtor recebe dezenas de mensagens. Seja curto, específico e mostre que você entende o lugar dele.

```
Assunto: [Nome da banda] - data em [cidade] - [mês/ano]

Oi, [nome do produtor/casa],

Somos a [banda], de [cidade], e tocamos [estilo em 3 palavras].
Estamos montando uma rota em [mês] e queremos tocar em
[cidade] entre [data] e [data].

- Ouça: [link curto para a melhor música]
- Vídeo ao vivo: [link]
- Público na região: [dado real, ex.: ouvintes na cidade]
- Já tocamos com: [bandas que a casa conhece]

Topamos abrir para banda local ou dividir a noite.
Proposta: [porta / cachê fixo / divisão], com rider simples
(segue em anexo).

Podemos ajudar na divulgação com [cartaz, lista de contatos].

Valeu,
[nome] - [telefone] - [@ da banda]
```

Rider simples

Rider é a lista do que a banda precisa para tocar. Banda pequena precisa de rider curto, realista e que não assuste a casa.

```
RIDER TÉCNICO E DE HOSPITALIDADE - [NOME DA BANDA]

Formação: [voz/guitarra, baixo, bateria]
Contato técnico: [nome] - [telefone]

A BANDA LEVA:
- Guitarras, baixo, pedais, pratos, caixa e pedal de bumbo

PEDIMOS À CASA (se possível):
- Bateria: bumbo, tons, surdo, estantes e banco
- Amplificador de baixo
- 4 canais de voz/linha, 2 retornos
- Microfonação de bateria básica (bumbo, caixa, overhead)

PODEMOS COMPARTILHAR BACKLINE COM AS OUTRAS BANDAS.

HOSPITALIDADE:
- Água para a banda no palco
- Refeição ou ajuda de custo para [X] pessoas
- Local para dormir (sofá serve) ou indicação barata

Tempo de passagem de som: 20 minutos
Tempo de show: [X] minutos
```

Contrato básico

Mesmo entre amigos, combine por escrito. Uma troca de mensagens já ajuda; um documento simples assinado ajuda mais.

```
ACORDO DE APRESENTAÇÃO

Contratante: [nome/razão social], CPF/CNPJ [ ]
Banda: [nome], representada por [nome], CPF [ ]

Data: [ ]   Local: [endereço]
Chegada/passagem de som: [hora]   Show: [hora] - [duração]

REMUNERAÇÃO (marcar uma):
[ ] Cachê fixo de R$ [ ], pago [no dia / via Pix até ...]
[ ] [X]% da bilheteria líquida, após custos de [listar]
[ ] Cachê mínimo de R$ [ ] ou [X]% da porta, o que for maior

Ingresso: R$ [ ] antecipado / R$ [ ] na porta
Lista de convidados da banda: [N] nomes
Venda de merch: [livre / casa fica com X%]
Hospitalidade: [refeição, bebida, hospedagem]
Cancelamento: aviso mínimo de [N] dias; em caso de
cancelamento pela contratante após esse prazo, [regra].

Assinaturas e data
```

Combine também como a porta será conferida: quem conta, quando e com que relatório da plataforma de ingressos.

Porta, bilheteria e ingressos online

Os modelos mais comuns em show pequeno são:

MODELO	COMO FUNCIONA	QUANDO USAR
Cachê fixo	A banda recebe um valor combinado, com ou sem público	Casa estruturada, data importante
Porta	A banda fica com uma parte da bilheteria	Show menor, risco dividido
Garantia ou porta	Valor mínimo ou porcentagem, o que for maior	Melhor equilíbrio para os dois lados
Divisão entre bandas	Bilheteria líquida dividida por critério combinado	Noites com várias bandas independentes

Para venda antecipada, plataformas como a Sympla cobram uma taxa por ingresso vendido em eventos pagos. Pela página oficial, a taxa é de 10% por ingresso (com valor mínimo por ingresso), pode ser repassada ao comprador e é gratuita para eventos sem cobrança. Confira as condições atuais antes de

definir o preço. Ingresso antecipado mais barato que na porta faz o público se comprometer antes e te dá uma estimativa de quantos vão.

Na estrada, leve kit de reposição (cordas, baquetas, pele de caixa, cabos) e guarde todos os comprovantes de gasto numa pasta compartilhada.

CAPÍTULO VII

DINHEIRO DA BANDA: CAIXA, DIVISÃO E FINANCIAMENTO

Banda que não fala de dinheiro acaba falando de dinheiro do pior jeito: brigando.

O caixa comum

Crie um caixa da banda separado do dinheiro de cada um. Uma conta digital própria para a banda ajuda muito. Todo dinheiro da banda entra ali (cachês, merch, vendas digitais) e todo gasto da banda sai dali (ensaio, gravação, combustível, impressão).

Uma regra simples de divisão, combinada antes:

- uma porcentagem fixa de tudo que entra vai para o caixa (por exemplo, 30%);
- o restante é dividido igualmente entre os membros, ou fica todo no caixa enquanto a banda estiver investindo em gravação ou turnê;
- quem adiantou dinheiro do próprio bolso é reembolsado primeiro.



Diagrama: entradas, saídas e uma regra de divisão de exemplo para o caixa comum da banda. Fonte: NECROX.

Músicos que começam a receber com regularidade costumam emitir nota fiscal como MEI ou outro tipo de empresa. Veja com um contador se a sua atividade se enquadra no MEI e quais são os limites atuais.

A planilha que resolve 90% das brigas

```
PLANILHA DE CAIXA - [BANDA] - [MÊS/ANO]

Data | Descrição           | Entrada | Saída | Quem pagou | Saldo
-----|---------------------|---------|-------|------------|------
01/03| Saldo inicial       |         |       |            |  450
05/03| Ensaio (4h)         |         |  120  | Caixa      |  330
09/03| Porta show Bar X    |   600   |       |            |  930
09/03| Merch no show       |   310   |       |            | 1240
10/03| Combustível         |         |  180  | Bia (reemb)| 1060
15/03| Divisão membros     |         |  400  | Caixa      |  660

Reembolsos pendentes: [nome - valor]
Fechamento do mês conferido por: [nome] e [nome]
```

Regras que fazem a planilha funcionar: uma pessoa responsável por lançar, outra por conferir; comprovante para cada linha; fechamento mensal mostrado para todos.

CUIDADO

Façam um acordo de banda por escrito, mesmo que simples: quem é dono do nome, do equipamento comprado com o caixa, das gravações e das músicas; como se divide o dinheiro; e o que acontece se alguém sair. Isso parece frio quando todo mundo é amigo. É justamente por isso que precisa ser feito agora.

Financiamento coletivo

Crowdfunding é pedir para o seu público pagar antes por algo que ainda vai existir: o disco, o vinil, a turnê. Os modelos mais comuns:

MODELO	COMO FUNCIONA	BOM PARA
Tudo ou nada	Só recebe se bater a meta; senão, apoiadores são reembolsados	Projetos com custo fixo, como prensagem de vinil
Flexível	Recebe o que arrecadar, mesmo sem bater a meta	Projetos que funcionam em escala menor
Recorrente	Apoiadores pagam todo mês	Bandas com produção constante e público fiel

No Brasil, as plataformas mais usadas incluem **Catarse**, **Benfeitoria** (projetos pontuais) e **Apoia.se** (bem conhecida pelo apoio recorrente). Todas cobram uma porcentagem do valor arrecadado, que muda conforme a plataforma e a modalidade, e ainda podem existir taxas de pagamento. Confira a página de taxas de cada uma antes de definir a meta.

Para a campanha dar certo:

- **Meta realista:** custo do projeto + custo das recompensas + frete + taxas da plataforma.
- **Recompensas que a banda consegue entregar:** a camiseta exclusiva é ótima; 400 camisetas para embalar e despachar sozinho são um pesadelo.
- **Calendário de divulgação** do primeiro ao último dia, com novidades no meio para não perder o fôlego.
- **Prestação de contas pública** quando terminar.

NA PRÁTICA

Os Inquilinos do Caos, de Porto Alegre, queriam prensar o primeiro LP. Em vez de pedir o valor total, fizeram uma campanha tudo ou nada com meta exata para a fábrica, e a recompensa principal era o próprio disco. Antes de lançar, fizeram uma lista com as pessoas que tinham comprado merch nos shows e mandaram mensagem individual para cada uma. A campanha começou com um empurrão de quem já apoiava a banda, e isso puxou o resto.

Editais e leis de incentivo

Dinheiro público de cultura também é para banda independente, não só para grandes produções. O cenário em novembro de 2026:

- **Política Nacional Aldir Blanc (PNAB):** criada pela Lei 14.399/2022, prevê repasses anuais da União para estados, Distrito Federal e municípios. O valor de referência divulgado é de R$ 3 bilhões por ano, em ciclos anuais. Você não pede o dinheiro ao Ministério da Cultura: são os estados e municípios que publicam editais e chamamentos. Em 2026, muitos entes estão com editais do ciclo atual abertos ou em execução, e o Ministério vem publicando novas portarias e comunicados sobre a política. Acompanhe a secretaria de cultura da sua cidade e do seu estado.
- **Lei Paulo Gustavo (Lei Complementar 195/2022):** foi um repasse emergencial ao setor cultural. O prazo de execução dos recursos por estados e municípios foi prorrogado até 31 de dezembro de 2024 pela Lei Complementar 202/2023. Não conte com novos editais da Lei Paulo Gustavo; quem foi contemplado deve cumprir a prestação de contas.
- **Programas estaduais e municipais:** muitos estados e cidades têm editais próprios, alguns com linhas para música, circulação, gravação e festivais. Exemplo conhecido: o ProAC, em São Paulo.
- **Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet):** funciona por captação com empresas patrocinadoras. Em geral exige mais estrutura e é menos acessível para banda iniciante, mas vale conhecer.

TÁTICA

Monte hoje o seu “kit edital”: release curto e longo, currículo da banda com datas e lugares, links, fotos, cartazes de shows anteriores, matérias e zines que falaram de vocês, e documentos dos integrantes em dia. Muitos editais pedem comprovação de atuação cultural. Quem tem o kit pronto escreve o projeto em dias, não em semanas.

Pontos de atenção em qualquer edital:

- leia o edital inteiro, inclusive anexos, antes de começar;

- respeite o formato de orçamento pedido e não esqueça impostos e taxas;
- planeje a **contrapartida** (show gratuito, oficina, ação em escola) como algo que vocês realmente conseguem fazer;
- guarde todos os comprovantes desde o primeiro dia: a **prestação de contas** é obrigatória;
- verifique se o prêmio tem retenção de imposto de renda e como declarar.

CAPÍTULO VIII

ZINE: A MÍDIA QUE NINGUÉM PODE DESLIGAR

Algoritmo muda, rede social cai, conta é banida. O zine fica na mochila, na estante da loja de discos e na parede do quarto de alguém.

Para que serve o zine da banda

Divulgação física para quem nunca vai achar você no feed, documentação da cena e identidade visual em formato de bolso: colagem, xerox, contraste alto. E é moeda de troca: zine se troca por zine, por fita, por espaço na banca de outra banda.



Jake from Manchester, 1970s fanzines, 2015 (imagem recortada). CC BY 2.0. Fonte: Wikimedia Commons.

Fazer um zine de uma folha só

O formato mais rápido: uma folha A4 dobrada vira um zine de oito páginas pequenas.

1. Dobre a folha ao meio no sentido do comprimento, desdobre.
2. Dobre ao meio no sentido da largura, e depois de novo, formando oito retângulos.

3. Desdobre, dobre ao meio pela largura e, a partir da dobra, corte ao longo do vinco central até a metade da folha dobrada.
4. Abra, dobre pelo comprimento e empurre as pontas para dentro até formar o livreto.
5. Monte o original à mão nessa mesma folha, com as páginas na posição certa (faça um teste numerando os retângulos antes).
6. Tire cópias em preto e branco.

Para algo maior, use folhas A4 dobradas ao meio, grampeadas na lombada, em múltiplos de quatro páginas.

Conteúdo que as pessoas guardam

Letras comentadas do lançamento novo, entrevista com uma banda amiga de outra cidade, diário de turnê com perrengues reais, um tutorial curto (como fazer patch), a agenda de shows e um QR code para o Bandcamp.

TÁTICA

Coloque um “zine-convite” dentro de cada pedido de merch enviado pelo correio. Custo baixo, cara de coisa feita à mão, e a pessoa ganha um motivo para postar a foto do pacote.

CAPÍTULO IX

O PRÓPRIO SHOW, O PRÓPRIO FESTIVAL

Quando não existe palco para o seu som, você constrói um. Foi assim que boa parte da cena independente nasceu.

Antes de qualquer coisa

- **Local:** bar, centro cultural, garagem coletiva, salão de associação de bairro. Confira capacidade, horário permitido, som disponível e se o lugar pode receber evento com público.
- **Data:** evite concorrer com shows grandes do mesmo público na mesma noite.
- **Escalação:** uma banda que puxa público, uma banda de fora (de preferência de uma troca de datas) e uma banda nova da cidade. Essa mistura enche a casa e renova a cena.
- **Orçamento:** aluguel, som e técnico, cartaz, taxa de ingressos, ajuda de custo para as bandas de fora.
- **Licenças:** evento aberto ao público pode exigir autorização da prefeitura e cumprimento de normas de segurança e lotação. Pergunte ao local o que já está regularizado e consulte a prefeitura. A execução pública de música também envolve o Ecad: casas que funcionam regularmente costumam cuidar disso; em espaço alternativo, consulte o Ecad antes.

Segurança não é detalhe: respeite a lotação, mantenha saídas livres e tenha alguém sóbrio responsável pela noite. Um acidente encerra a sua cena mais rápido que qualquer falta de público.

Planilha de custo e divisão da noite

```
ORÇAMENTO DO EVENTO - [NOME] - [DATA]

CUSTOS
Aluguel do espaço ..................... R$ [ ]
Som + técnico ......................... R$ [ ]
Ajuda de custo banda de fora ............ R$ [ ]
Impressão de cartazes ................... R$ [ ]
Taxas de ingresso/maquininha ............ R$ [ ]
Outros ................................. R$ [ ]
TOTAL DE CUSTOS ....................... R$ [ ]

RECEITA ESPERADA
Ingressos: [N] pessoas x R$ [ ] ......... R$ [ ]
PONTO DE EQUILÍBRIO: [custos / preço] = [N] pagantes

DIVISÃO DO LUCRO (combinada antes)
Caixa do evento/coletivo: [ ]%
Bandas: [ ]% dividido [igual / por critério]
```

EXERCÍCIO

Calcule o ponto de equilíbrio do seu próximo show: some todos os custos e divida pelo preço do ingresso. Esse é o número de pagantes para não sair no prejuízo. Se for maior que o público que vocês realmente levam, mude alguma coisa antes de marcar a data: espaço menor, ingresso diferente, custo cortado.

Do show para o festival

Um festival DIY é uma série de bons shows que deu certo e cresceu. O caminho mais seguro:

1. Faça uma noite fixa, mensal ou bimestral, com a mesma identidade visual.
2. Construa uma lista de contatos do público (e-mail, grupo de mensagens).
3. Quando a noite estiver cheia com regularidade, faça uma edição especial de dia inteiro.
4. Feche parcerias com loja de discos, estúdio, tatuador, brechó e cervejaria local.
5. Avalie editais de festivais e eventos para financiar a edição maior.
6. Publique o balanço: quanto entrou, quanto saiu, quanto cada banda recebeu. Transparência é o que transforma um evento em instituição da cena.

E depois de cada noite: pague todo mundo como combinado, agradeça publicamente, anote o que deu errado e já anuncie a próxima data.

CAPÍTULO X

CHECKLIST FINAL

- [ ] Definir quem cuida de quê na banda: gravação, lançamentos, redes, merch, booking, finanças
- [ ] Gravar uma demo no ensaio e ouvir com honestidade antes de gastar com estúdio
- [ ] Guardar as trilhas separadas de toda gravação em um lugar seu
- [ ] Escolher a distribuidora depois de comparar preços atuais e ler os termos
- [ ] Abrir a página da banda no Bandcamp
- [ ] Filiar cada integrante a uma associação e cadastrar obras e fonogramas
- [ ] Confirmar com a associação como tratar o ISRC antes do próximo lançamento
- [ ] Registrar por escrito a divisão de autoria de cada música
- [ ] Fazer um acordo de banda sobre nome, equipamento, dinheiro e saída de integrantes
- [ ] Criar o caixa comum e a planilha mensal com fechamento conferido
- [ ] Calcular custo e margem de cada item de merch antes de definir o preço
- [ ] Ter rider, e-mail de booking e acordo de apresentação prontos para usar
- [ ] Combinar uma troca de datas com uma banda de outra cidade
- [ ] Montar o kit edital e acompanhar as secretarias de cultura da cidade e do estado
- [ ] Fazer o primeiro zine e levar para o próximo show

CAPÍTULO XI

RECURSOS E REFERÊNCIAS

- Dischord Records (https://www.dischord.com) - Site do selo de Washington, D.C., fundado em 1980; catálogo e história das bandas.
- Dischord Records na Wikipédia (em inglês) (https://en.wikipedia.org/wiki/Dischord_Records) - Fundação por Ian MacKaye e Jeff Nelson e origem no Teen Idles.
- Fugazi na Wikipédia (em inglês) (https://en.wikipedia.org/wiki/Fugazi) - Ingresso de cinco dólares, ausência de merch nas turnês e ética DIY da banda.
- Grito Suburbano na Wikipédia (https://pt.wikipedia.org/wiki/Grito_Suburbano) - A coletânea punk de 1982 com Olho Seco, Inocentes e Cólera.
- Punk in Brazil na Wikipédia (em inglês) (https://en.wikipedia.org/wiki/Punk_in_Brazil) - Panorama histórico da cena punk brasileira.
- Bestial Devastation na Wikipédia (em inglês) (https://en.wikipedia.org/wiki/Bestial_Devastation) - O split de Sepultura e Overdose lançado pela Cogumelo em 1985.
- Reaper (https://www.reaper.fm) - DAW completa com período de avaliação e licença de baixo custo; confira condições atuais.
- Normalização de volume no Spotify (https://support.spotify.com/artists/article/loudness-normalization/) - Referência oficial sobre -14 LUFS e true peak para masterização.
- DistroKid (https://distrokid.com) - Distribuidora por assinatura anual; confira planos e extras na página de preços.
- CD Baby (https://cdbaby.com) - Distribuidora com taxa por lançamento e comissão; confira valores atuais.
- ONErpm (https://onerpm.com) - Distribuidora e serviços para artistas, com forte presença no Brasil.
- Tratore (https://www.tratore.com.br) - Distribuidora independente brasileira; veja FAQ e passo a passo para condições.
- Taxas do Bandcamp (https://get.bandcamp.help/hc/en-us/articles/23020665520663-What-are-Bandcamp-s-fees) - Página oficial com a participação da plataforma sobre vendas digitais e físicas.
- Ecad (https://www4.ecad.org.br) - Escritório Central de Arrecadação e Distribuição: execução pública, associações e cadastros.
- Orientações sobre ISRC no Brasil (Ecad) (https://www4.ecad.org.br/?p=10457) - Pro-Música Brasil e gestão coletiva explicam a emissão do ISRC no país.
- UBC - União Brasileira de Compositores (https://www.ubc.org.br) - Uma das sete associações; filiação e cadastro de obras e fonogramas.
- Abramus (https://www.abramus.org.br) - Outra das sete associações de gestão coletiva.

- Lei 9.610/1998 (Lei de Direitos Autorais) (https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm) - Texto oficial; o art. 18 diz que a proteção independe de registro.
- Fundação Biblioteca Nacional (https://www.gov.br/bn/pt-br) - Escritório de Direitos Autorais, para registro facultativo de obras.
- Escola de Música da UFRJ (https://musica.ufrj.br) - Outra via de registro de obras musicais; confira procedimento e taxas.
- Polysom (https://www.polysom.com.br) - Fábrica brasileira de discos de vinil; peça orçamento para a sua tiragem.
- Sympla para produtores (https://www.sympla.com.br/plataforma-de-eventos-maior-do-brasil) - Taxas e funcionamento da venda de ingressos.
- Catarse (https://www.catarse.com.br) - Financiamento coletivo; confira modalidades e taxas atuais.
- Benfeitoria (https://benfeitoria.com) - Financiamento coletivo; confira modalidades e taxas atuais.
- Apoia.se (https://apoia.se) - Financiamento coletivo, conhecido pelo apoio recorrente; confira taxas atuais.
- Política Nacional Aldir Blanc (MinC) (https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/pnab) - Página oficial com portarias, comunicados e informações sobre os ciclos.
- Lei Complementar 202/2023 (https://www2.camara.leg.br/legin/fed/leicom/2023/leicomplementar-202-15-dezembro-2023-795074-norma-pl.html) - Prorrogou até 31/12/2024 a execução dos recursos da Lei Paulo Gustavo.
- Portal do Empreendedor (gov.br) (https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor) - Informações oficiais sobre MEI; confirme o enquadramento com um contador.
- Screen printing demonstration at TEDxUTM (Wikimedia Commons) (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Screen_printing_demonstration_at_TEDxUTM.jpg) - Foto de serigrafia manual usada neste guia; Ahmad Ali Karim, CC0.
- Heap of tapes (Wikimedia Commons) (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Heap_of_tapes.jpg) - Foto de fitas cassete usada neste guia; Hmvh, domínio público.
- 1970s fanzines (Wikimedia Commons) (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:1970s_fanzines_(21224199545).jpg) - Foto de fanzines punk britânicos usada neste guia; Jake from Manchester, CC BY 2.0.

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/