Seu show em um link.

O mídia kit que o contratante abre: o que ele procura em 30 segundos, as 12 peças do kit, como montar cada uma, os erros que custam datas e dois exemplos reais, comentados.



01 · ESTE PDF

Guia, 20 páginas

Método passo a passo, especificações, mensagens prontas e plano de 7 dias.

02 · MODELOS EDITÁVEIS

4 modelos .docx + 1 planilha

Release · rider técnico com mapa de palco · rider de hospitalidade · bio em três tamanhos · planilha de prospecção e provas.

03 · 1 PÁGINA

Checklist

"Antes de mandar seu mídia kit": 36 itens para conferir em 5 minutos.

04 · SE QUISER AJUDA

Seu show em um link

A Puressência monta o seu: três pacotes, descritos na p. 19.

Como usar este guia

Mídia kit (ou press kit; em inglês, EPK, de electronic press kit) é o kit de imprensa e de contratação em formato digital: tudo o que um contratante, um curador ou um jornalista precisa para entender, avaliar e fechar o seu show, num só lugar.

PARA LER · 20 MINUTOS

Capítulos **01, 02 e 07**: o que o contratante procura, quem contrata o quê e os erros que mais custam datas.

PARA MONTAR · 1 FIM DE SEMANA

Capítulos **03 a 06** e o plano do capítulo **10**, com os modelos .docx e a planilha abertos ao lado.

PARA CONFERIR · 5 MINUTOS

O checklist de 1 página antes de cada envio. Sempre. Inclusive no décimo.

SUMÁRIO

01	O que o contratante procura em 30 segundos	p. 3
02	Quem contrata e o que cada um pede	p. 4
03	As 12 peças de um mídia kit	p. 5
04	Como montar cada peça, uma a uma	p. 6–11
05	Onde o mídia kit mora: página, PDF e pasta	p. 12
06	Mensagens prontas: WhatsApp, e-mail, retorno	p. 13
07	Os 12 erros que custam datas	p. 14
08	Exemplo comentado: o mídia kit do Ali Love	p. 15–16
09	Exemplo comentado: o site do Prince Andre	p. 17
10	Plano de 7 dias para montar o seu	p. 18
11	Modelos, checklist e próximo passo	p. 19
12	Quem fez este guia, fontes e créditos	p. 20

O QUE SEPARAR ANTES DE ABRIR OS MODELOS

- [ ] As 10 melhores fotos que você tem, com o nome de quem fotografou
- [ ] Links de 1 a 3 vídeos ao vivo (com público e som bom)
- [ ] Links das suas músicas nas plataformas, ou 1 mix recente com tracklist
- [ ] Datas e locais de shows que você já fez, com link ou foto de prova
- [ ] Matérias, entrevistas, playlists e rádios em que você apareceu, com data
- [ ] Quem toca com você, o que cada um usa no palco e o que você leva
- [ ] O número de WhatsApp e o e-mail que vão atender booking
- [ ] Seus dados para contrato e nota fiscal (CNPJ ou quem emite por você)

O QUE ESTE GUIA NÃO PROMETE

Nenhum guia garante show, contrato, stream ou matéria. Ele mostra como apresentar o trabalho que você já tem, sem inventar nada, para que quem contrata entenda rápido e consiga dizer sim. Tudo o que você publicar precisa ser verdade e ter prova.

O que o contratante procura em 30 segundos

Quem contrata recebe muitos links por semana e decide rápido se vale abrir o segundo. O seu mídia kit precisa responder a quatro perguntas, nesta ordem, antes de pedir qualquer coisa.

0–5 s

Quem é você e que som é esse?

- Nome grande, uma linha de identidade: o que você faz, que gênero, de onde
- Uma foto sua em ação, não um logo
- Nada de “artista multifacetado”: diga o som em palavras concretas

5–15 s

Funciona ao vivo?

- Um vídeo ao vivo que começa no melhor momento, com público e som de mesa
- Um player com até 3 faixas, ou 1 mix com tracklist
- Fotos de palco reais, com crédito

15–25 s

Cabe no meu evento?

- Formatos de show: duração, formação, para que evento serve
- Cidade-base e até onde você viaja
- Necessidade técnica resumida e agenda atualizada

25–30 s

Como eu fecho?

- Nome de quem atende booking
- WhatsApp comercial e um e-mail que recebe mensagens
- Prazo de resposta (“respondemos em até 1 dia útil”)
- Botão de booking visível em qualquer ponto da página

A regra da primeira tela

A maior parte dos links chega pelo WhatsApp e abre no celular. Na primeira tela do celular, sem rolar, precisam aparecer: **o seu nome, a linha de identidade, uma foto e o botão de booking**. Ouvir e ver vêm logo abaixo.

Fica fora da primeira tela: texto longo, lista de vinte botões, logos de patrocinadores, pedido de “me siga” e qualquer pop-up.

No exemplo real (p. 15): no mídia kit do Ali Love, no celular, o nome ocupa a tela, a linha de identidade vem logo abaixo e uma barra fixa no rodapé mantém dois botões à mão: ouvir e booking.

Faça o teste com alguém de fora

1. Escolha alguém que não conhece o seu trabalho (não vale amigo da banda).
2. Mande o link pelo WhatsApp e peça para abrir no celular, no 4G, fora do Wi-Fi.
3. Cronometre 30 segundos. Quando acabar, peça para a pessoa fechar o link.
4. Faça as quatro perguntas acima. Anote o que ela respondeu, com as palavras dela.
5. Cada pergunta errada aponta a peça que precisa subir na página ou ficar mais clara.
6. Repita com uma segunda pessoa depois de corrigir. Leva 10 minutos e vale mais que qualquer opinião sobre cor.



RASCUNHO DA SUA PRIMEIRA TELA · PREENCHA ANTES DE MONTAR

Nome, como aparece no line-up	
Linha de identidade (até 12 palavras)	
Foto escolhida (arquivo e crédito)	
Botão 1 · Ouvir → leva para	
Botão 2 · Booking → WhatsApp ou e-mail	

Quem contrata e o que cada um pede

O mesmo mídia kit serve para todos, mas cada contratante olha uma coisa primeiro. Saiba o que vem depois e tenha pronto antes de pedirem.

CONTRATANTE	OLHA PRIMEIRO	VAI PEDIR DEPOIS	CUIDADO
Casa noturna, bar, clube	Vídeo ao vivo com pista ou público, gênero, horário que você funciona	Rider técnico, duração do set, cachê, dados para nota fiscal	Não prometa público. Mostre datas que você já fez, com foto e link.
Produtora de festa e festival	Identidade, encaixe no line-up, fotos que vão para a arte do evento	Fotos em alta, logo em PNG com fundo transparente, release curto, riders, mapa de palco	Fotos e logo saem no flyer: mande com crédito e na resolução certa (p. 6).
Evento corporativo e marca	Profissionalismo, repertório adequado, formato e duração flexíveis	Proposta por escrito, contrato, nota fiscal, rider enxuto	Tenha um formato menor (pocket) e um repertório sem palavrão pronto.
Casamento e evento social	Vídeo, repertório, o que outras pessoas disseram	Setlist, horários, contato com o cerimonial	Depoimento só com autorização de quem disse (p. 11).
Prefeitura e órgão público	Trajetória comprovada: matérias, prêmios, shows com data	CNPJ, certidões, nota fiscal, documentos do edital	Leia o edital inteiro. Guarde cada matéria com data e link.
Curador, rádio, imprensa	Release, história, a música nova	Entrevista, fotos, link privado do lançamento	Release em 1 página, com contato no fim (p. 8).

CONTRATAÇÃO DIRETA PELO PODER PÚBLICO

A Lei 14.133/2021 (art. 74, II) permite contratar sem licitação o "profissional do setor artístico, diretamente ou por meio de empresário exclusivo, desde que consagrado pela crítica especializada ou pela opinião pública". O § 2º pede que o empresário exclusivo tenha documento que ateste exclusividade permanente e contínua; representação só para um evento não serve.

Na prática: o seu mídia kit vira prova. Matérias com data, shows com link, números com fonte e uma bio sem exagero ajudam o processo; adjetivo não comprova nada.

DIREITO AUTORAL NO SHOW

A Lei 9.610/1998 (art. 68) diz que, antes da execução pública, quem promove o evento comprova o recolhimento dos direitos autorais ao escritório central (§ 4º) e, depois, entrega a relação completa das obras e fonogramas executados (§ 6º).

Na prática: tenha o seu **roteiro musical** (setlist com título, autores e se é obra sua) pronto em PDF. O contratante vai precisar dele, e quem compôs recebe quando a relação chega certa.

DOCUMENTOS QUE COSTUMAM PEDIR NA HORA DE FECHAR

Nome civil e artístico · CPF ou CNPJ de quem emite a nota · dados bancários da mesma titularidade · endereço · contrato com data, horário, duração, valor, forma de pagamento, cancelamento e o que cada lado fornece (é aqui que o rider entra como anexo) · nota fiscal. Se você ainda não emite nota, resolva isso com um contador antes de mandar o mídia kit para empresas e órgãos públicos.

SEIS PERGUNTAS PARA FAZER ANTES DE MANDAR PROPOSTA

1 · Data, horário de início e quanto tempo de show?

2 · Que evento é, para quantas pessoas e que público?

3 · O local tem som e técnico? Quem opera a mesa?

4 · Quem cuida de transporte, alimentação e hospedagem?

5 · Qual formato eles imaginam, ou qual a referência?

6 · Como pagam, quando, e precisam de nota fiscal?

As 12 peças de um mídia kit

As seis peças em preto são o mídia kit mínimo: com elas você já pode mandar o link esta semana. As outras seis transformam o link em proposta pronta para fechar.

01
Bio curta, média e longa
Quem você é em 50, 150 e 400 palavras, com fatos que dá para conferir.

TEXTO NA PÁGINA · .DOCX · MODELO INCLUSO

02
Fotos de imprensa
De 6 a 10 fotos em alta, horizontais e verticais, com crédito do fotógrafo.

JPG · ZIP PARA BAIXAR

03
Vídeo ao vivo
Um corte de 60–90 s que abre a página e um registro longo, sem cortes.

YOUTUBE OU VIMEO · LINK

04
Links de áudio
Até 3 faixas fortes ou 1 mix recente com tracklist, nos players oficiais.

PLAYERS OFICIAIS · LINK PRIVADO PARA INÉDITO

05
Release
Uma página sobre o lançamento ou a temporada de shows, para imprensa e curadoria.

PDF + TEXTO NO E-MAIL · MODELO INCLUSO

06
Formatos de show
Até 3 formatos, cada um com duração, formação e para que evento serve.

PÁGINA + ONE-SHEET PDF

07
Rider técnico
O que o palco precisa: canais, microfones, monitores, energia, horários.

PDF · MODELO INCLUSO

08
Rider de hospitalidade
O que a equipe precisa fora do palco: camarim, água, comida, transporte.

PDF · MODELO INCLUSO

09
Mapa de palco
O desenho visto de cima: quem fica onde, monitores, tomadas, numerado igual ao rider.

PDF/PNG · DENTRO DO RIDER TÉCNICO

10
Agenda
Próximas datas confirmadas e datas marcantes que já aconteceram, com link.

PÁGINA · ATUALIZAR TODA SEMANA

11
Contato de booking
Quem atende, WhatsApp comercial, e-mail que recebe, prazo de resposta.

PÁGINA + PDF · TESTAR ANTES

12
Depoimentos reais
Frases autorizadas, com nome, função, data e onde foram ditas.

PÁGINA · SÓ COM AUTORIZAÇÃO

MÍDIA KIT MÍNIMO · ESTA SEMANA

01 · 02 · 03 · 04 · 06 · 11. Uma página no celular e um PDF de uma página. Já dá para mandar.

MÍDIA KIT COMPLETO · ESTE MÊS

Soma 05, 07, 08, 09, 10 e 12. É o que produtora, festival, marca e edital pedem para fechar.

REGRA QUE VALE PARA AS 12

Toda frase forte tem prova: data, link, fonte ou ficha técnica. Se não dá para conferir, não entra.

01 Bio curta, média e longa

A bio é o texto que todo mundo copia: a casa no post, o festival no site, o jornalista na matéria. Escreva para ser copiada sem edição.

1. **Três tamanhos.** Curta: até 300 caracteres (line-up, legenda, programação). Média: 100 a 150 palavras (site, release). Longa: 300 a 500 palavras (imprensa, edital).
2. **Terceira pessoa**, verbos no presente, frases curtas.
3. **Fórmula da curta:** nome + o que faz + cidade-base · o som em palavras concretas · uma prova com ano · o que está acontecendo agora.
4. **Fatos, não adjetivos.** Troque "talentoso" por um lançamento, um palco, uma parceria, cada um com o ano.
5. **Teste do "dá para conferir?":** cada frase forte precisa de um link, uma matéria ou uma ficha técnica.

FÓRMULA APLICADA · EXEMPLO FICTÍCIO

Artista Exemplo é DJ e produtora de house de **Belo Horizonte**. Toca **sets de groove com percussão brasileira e vocais de soul**. Em **2025**, **lançou o EP "Nome do EP" e fez residência mensal no Clube X**. Agora, **prepara o primeiro live set com percussão ao vivo**.

251 caracteres com espaços · cada campo em destaque precisa de prova.

No exemplo real (p. 15): o mídia kit do Ali Love abre com uma linha de identidade, "English singer, songwriter, musician and record producer.", e uma frase com três créditos, cada um com o ano.

MODELO — MODELO_BIO_CURTA_MEDIA_LONGA.docx: campos, contagem e tabela de provas (fato · ano · link).

02 Fotos de imprensa

É a primeira coisa que vai para o flyer. Foto boa em resolução errada vira imagem estourada no cartaz do seu próprio show.

1. **De 6 a 10 fotos**, metade horizontal e metade vertical. Pelo menos 1 ao vivo, 1 retrato com fundo limpo e 1 que funcione recortada para arte.
2. **Uma pasta, dois tamanhos:** alta resolução para impressão e uma versão leve para web e WhatsApp.
3. **Crédito e autorização:** a fotografia é obra protegida (Lei 9.610/1998, art. 7º, VII). Tenha por escrito que o fotógrafo autoriza o uso para divulgação e escreva o crédito na legenda e no nome do arquivo.
4. **Atual:** se o seu visual ou a sua formação mudou, a foto de 2019 sai.
5. **Sem** zoom digital de celular, filtro pesado, marca d'água grande ou logo de patrocinador.

USO	ESPECIFICAÇÃO
Impressão A4	2480 × 3508 px (A4 a 300 dpi), JPG em sRGB, qualidade alta
Web e WhatsApp	1600–2000 px no lado maior, até ~500 KB cada
Nome do arquivo	`artista-exemplo_2026_01_foto-nome-sobrenome.jpg`
Pacote	Um ZIP "todas as fotos" com a quantidade no rótulo, mais cada foto solta

No exemplo real (p. 16): fotos em ZIP com tipo e quantidade no botão ("ZIP, 8 photos") e crédito do fotógrafo na legenda.

BIO MÉDIA · EXEMPLO FICTÍCIO (107 PALAVRAS)

Artista Exemplo é DJ e produtora de house de Belo Horizonte. Começou tocando em festas de amigos em 2019 e, em 2022, passou a produzir as próprias faixas, misturando house de pista com percussão brasileira e vocais de soul. Em 2025 lançou o EP "Nome do EP" e manteve uma residência mensal no Clube X, onde toca sets de três horas. Ao vivo, alterna discotecagem com trechos das próprias músicas e, quando o evento pede, divide a cabine com um percussionista. Agora prepara o primeiro live set com percussão ao vivo, que estreia no primeiro semestre de 2027, e procura datas em clubes e festivais do Sudeste.

LISTA DE FOTOS PARA PEDIR AO FOTÓGRAFO

1 · ao vivo, plano aberto, com público · 2 · ao vivo, de perto: voz, mãos, cabine · 3 · retrato vertical, fundo neutro · 4 · retrato horizontal com espaço livre para texto (vira flyer) · 5 · com o instrumento ou o equipamento · 6 · uma que funcione em preto e branco.

Combine antes: uso para divulgação, crédito, prazo e formato dos arquivos.

03 Vídeo ao vivo

É a peça que responde à pergunta que mais pesa: o show funciona com gente na frente? Sem vídeo ao vivo, o contratante está apostando.

1. **Dois vídeos.** Um corte de 60 a 90 segundos que abre a página (e uma versão vertical 9:16 para WhatsApp e Reels) e um registro longo, de 10 a 20 minutos, ou 1 hora de set para DJ, sem cortes.
2. **Os 5 primeiros segundos** são o melhor momento: refrão com o público cantando, pista cheia, o pico do set. Não abra com logo nem com texto.
3. **Som de mesa.** Grave a saída da mesa (ou um gravador ligado nela) e misture com o áudio ambiente da câmera. O microfone do celular sozinho distorce em show alto.
4. **Legenda na tela** com local e data: "Nome da casa · Cidade · mês/ano".
5. **Link, não arquivo.** Suba no YouTube ou no Vimeo (pode ser "não listado") e mande o link. Vídeo pesado no WhatsApp perde qualidade e some do histórico.

ROTEIRO DO CORTE DE 60–90 S

0–5 s	O pico: público, pista, refrão
5–20 s	Plano aberto: tamanho do palco e da plateia
20–60 s	Dois ou três momentos com som contínuo, sem picotar a música
60–80 s	Close: voz, mãos no instrumento, a reação de quem está perto
final	Nome + "booking" + WhatsApp ou link, por 3 segundos

SE VOCÊ AINDA NÃO TEM VÍDEO AO VIVO

Grave um ensaio aberto ou uma sessão em estúdio com câmera fixa e som de mesa, e diga o que é: "sessão ao vivo em estúdio". Nunca apresente ensaio como show.

04 Links de áudio

Ninguém ouve sua discografia inteira para decidir. Três faixas certas valem mais que trinta links.

1. **Na frente, no máximo 3 faixas:** as mais fortes ao vivo, não necessariamente as mais novas. Para DJ, **1 mix recente de 45 a 60 minutos**, com tracklist e data.
2. **Players oficiais** (Spotify, Apple Music, YouTube, SoundCloud, Bandcamp) e um único link "todas as plataformas" para o resto.
3. **Inédito vai em link privado**, com o nome da faixa e a data no título. Nunca anexo pesado.
4. **Ordem pensada:** a primeira faixa é a que mais se parece com o show que você está vendendo.

NO EXEMPLO REAL (P. 15)

O mídia kit do Ali Love mostra os links oficiais (Spotify, Apple Music, SoundCloud e YouTube) e um player que só carrega quando a pessoa aperta o play. A página fica leve no celular e a música está a um toque.

PARA DJ · O QUE ACOMPANHA O MIX

Tracklist com artista e faixa · duração · onde e quando foi gravado (ao vivo ou em casa) · se tem produção sua · o gênero em 3 palavras. É o que o promoter lê antes de dar o play.

CHECKLIST DE GRAVAÇÃO DO SHOW

- **Antes:** autorização da casa para filmar
- Pedir ao técnico uma saída de mesa (ou gravar direto na mesa digital)
- Gravador ou interface, cabos, cartões e baterias reservas
- **Durante:** uma câmera fixa em plano aberto, sem gente na frente, do começo ao fim
- Uma segunda câmera móvel para closes e público
- Bata palma uma vez no começo: marca para sincronizar som e imagem
- **Depois:** sincronize o som da mesa com as câmeras
- Exporte em 1080p, horizontal e 9:16
- Legenda com local e data; música de terceiros só com uso combinado

05 Release

O release é a notícia pronta. Quem recebe deve conseguir publicar a primeira frase sem mudar nada.

ESTRUTURA EM PIRÂMIDE INVERTIDA

1. **Título** com a notícia, não com o nome do disco sozinho.
2. **Linha fina**: o detalhe que faz a notícia interessar.
3. **1º parágrafo**: quem, o quê, quando, onde. Se a pessoa parar aqui, já tem a notícia.
4. **2º e 3º**: contexto e uma citação do artista, entre aspas.
5. **Ficha técnica**: faixa, autoria, produção, selo ou distribuição, data, plataformas.
6. **Sobre o artista** (bio média) e **contato** de imprensa e booking.

TAMANHO	1 página, até ~400 palavras
FORMATO	PDF anexo + o mesmo texto colado no corpo do e-mail; muita gente não abre anexo
ASSUNTO	[Release] Artista · notícia em 6 palavras · data
QUANDO	Antes do lançamento, com link privado da faixa
SPOTIFY	Para a faixa entrar no Release Radar de quem segue o artista, o pitch pelo Spotify for Artists deve ser feito pelo menos 7 dias antes do lançamento (artigo de ajuda do Spotify for Artists, consultado em 22/10/2026). O pitch não garante playlist editorial.
MODELO	MODELO_RELEASE_DE_LANCAMENTO.docx

06 Formatos de show

O contratante não compra "o artista": compra um formato que cabe no evento dele. Mostre até três, comparáveis lado a lado.

FORMATO · EXEMPLO	DURAÇÃO	NO PALCO	SERVE PARA	TÉCNICA RESUMIDA	MONTAGEM + PASSAGEM
Pocket	45–60 min	2 pessoas	Bar, evento corporativo, abertura	4 canais, 2 monitores	20 min + 30 min
Show completo	75–90 min	4 pessoas + técnico	Casa de show, festival, centro cultural, teatro	11 canais, 5 monitores, praticável	45 min + 60 min
DJ / live set	1–3 h	1 pessoa	Clube, festa, after, ativação de marca	Cabine com 2 players + mixer, monitor de cabine	15 min + 15 min

Valores fictícios, para mostrar o formato da tabela. Use os do seu show.

NO EXEMPLO REAL (P. 17)

O site do Prince Andre lista os formatos numa linha: show vocal (pocket), performance para TV e streaming e DJ/live set de clube, com "repertório e rider sob consulta".

E O CACHÊ?

Não precisa estar na página. Escreva "valores por formato, sob proposta" e responda rápido, com proposta por escrito: formato, data, duração, valor, o que inclui e o que fica com o contratante.

PROPOSTA POR ESCRITO · O QUE PRECISA TER

- Evento, local, data e horário do show
- Formato escolhido, duração e formação
- Valor, o que está incluído e o que não está
- Forma de pagamento, datas e nota fiscal
- O que o contratante fornece: som, palco, hospitalidade (riders anexos)
- Deslocamento e hospedagem: inclusos ou à parte
- Validade da proposta (ex.: 7 dias) e regra de cancelamento
- Contato de quem assina e de quem cuida do técnico

07 Rider técnico

É a lista do que o palco precisa para o show soar como no vídeo. Vai junto do mapa de palco, como anexo do contrato, e é lida pelo técnico da casa, não pelo dono.

AS OITO PARTES, NESTA ORDEM

1. **Contato técnico:** nome e WhatsApp de quem responde pelo som.
2. **Input list:** canal, fonte, microfone ou DI, pedestal, observação (tabela ao lado).
3. **Monitores:** quantas vias e o que cada músico precisa ouvir.
4. **PA e mesa:** o mínimo aceitável para o tamanho do lugar.
5. **Backline:** o que você leva e o que pede para a casa fornecer.
6. **Energia:** pontos de tomada e voltagem. No Brasil há rede de 127 V e de 220 V: diga o que o seu equipamento aceita.
7. **Horários:** chegada, montagem, passagem de som, show, desmontagem.
8. **O que é negociável:** separe “obrigatório” de “desejável”.

RIDER REALISTA É RESPEITADO

Pedido exagerado vira desconto no cachê ou recusa. Peça o que o show precisa de verdade e diga o que dá para adaptar: “se não houver 5 vias, funciona com 3 (M1, M3 e M4)”.

INPUT LIST · EXEMPLO DO SHOW COMPLETO FICTÍCIO DA P. 8

CAN.	FONTE	MIC / DI	PEDESTAL
1	Voz principal	Dinâmico de voz (o artista leva o seu)	Reto
2	Violão	DI ativo	—
3–4	Teclado / sampler L-R	2 DI	—
5–6	DJ / live L-R	2 DI ou linha direto	—
7	Conga 1	Dinâmico de instrumento	Girafa curta
8	Conga 2	Dinâmico de instrumento	Girafa curta
9	Percussão de mão	Condensador	Girafa
10	Voz de apoio (percussão)	Dinâmico de voz	Girafa
11	Talkback do técnico	Dinâmico com chave	—

MONITORES

M1	Voz principal: voz alta, violão e um pouco de DJ
M2	Violão: voz e violão
M3	Teclado: tudo, com teclado alto
M4	Percussão: voz, DJ e percussão
M5	DJ / live: monitor de cabine com volume próprio

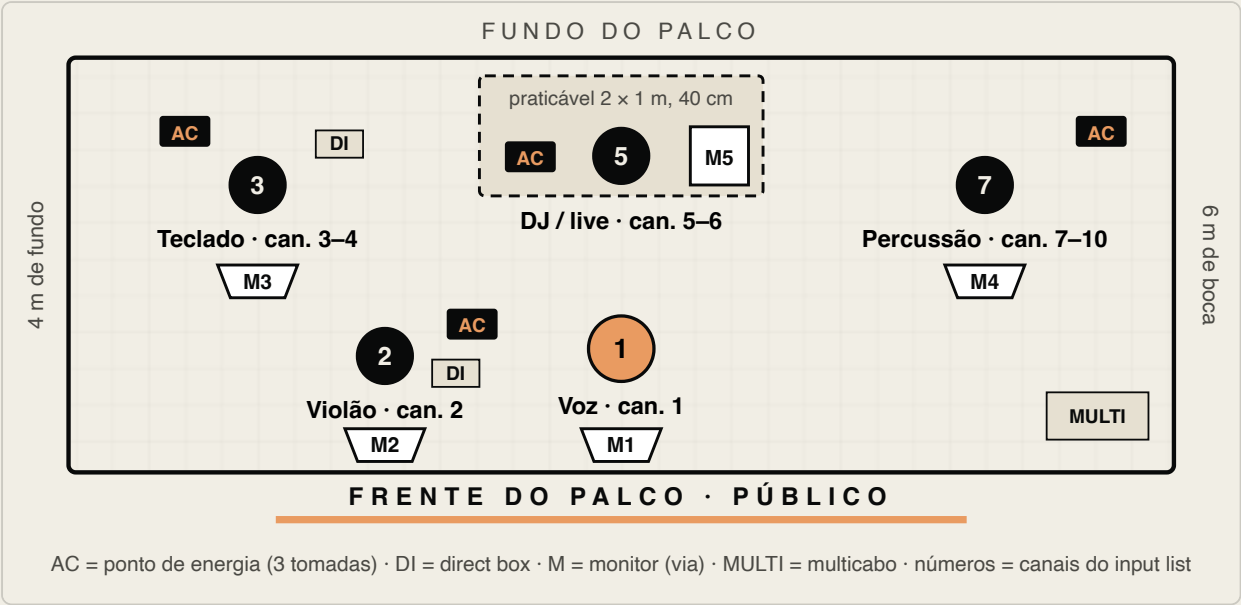
SÓ DJ? O RIDER CABE EM 6 LINHAS

Modelo e quantidade de players e mixer (com firmware, se importa) · monitor de cabine com controle de volume · mesa firme na altura da cintura, sem vibração · tomada exclusiva para a cabine · espaço para notebook ou controladora · luz de cabine.

MODELO MODELO_RIDER_TECNICO.docx: tabelas de input list, monitores, backline e energia, horários, seção para DJ e mapa de palco em branco.

09 Mapa de palco

Uma imagem que o técnico entende sem ler: quem fica onde, onde vai cada monitor e onde precisa de tomada.



EXEMPLO ILUSTRATIVO · FORMAÇÃO FICTÍCIA DO SHOW COMPLETO DA P. 8 · NÚMEROS IGUAIS AOS CANAIS DA INPUT LIST DA P. 9

- **Visto de cima**, frente do palco para baixo, público escrito embaixo.
- **Numere igual à input list**: o 1 do mapa é o canal 1.
- **Marque** monitores (M1…), tomadas (AC), DI, praticáveis e multicabo.
- **Dê a medida mínima** do palco e a altura dos praticáveis.
- **Uma página**, legível impressa em preto e branco.
- **Ferramenta**: editor de slides ou papel quadriculado fotografado de cima.

08 Rider de hospitalidade

É o que a equipe precisa fora do palco para chegar, trabalhar e voltar bem. Pedido claro e proporcional evita atrito no dia.

ITEM	ESSENCIAL	DESEJÁVEL
Camarim	Limpo, com tranca ou vigiado, espelho, tomada, luz e cadeiras para a equipe	Arara, toalhas de rosto
Bebidas	Água mineral, em temperatura ambiente e gelada, para cada pessoa no palco	Café, chá, isotônico
Alimentação	Refeição ou ajuda de custo quando a jornada no local passa de 6 h	Frutas e lanche no camarim
Transporte	Ida e volta da equipe e do equipamento, com horário combinado	Vaga de carga e descarga perto do palco
Hospedagem	Quando o local fica a mais de ~200 km ou o show termina de madrugada fora da cidade	Quartos perto do local
Credenciais	Lista da equipe com nome e função	Cortesias combinadas antes

- **Liste a equipe** com nome, função e documento, se o local pedir.
- **Separe essencial de desejável**: o contratante vê o que é inegociável.
- **Escreva restrições** alimentares e de acessibilidade.
- **Combine horários**: chegada ao camarim, refeição, saída.
- **Assine e date**: o rider vira anexo do contrato.
- 6 h e ~200 km são sugestões para começar a conversa, não regra de mercado.

MODELO MODELO_RIDER_DE_HOSPITALIDADE.docx

10 Agenda

Agenda velha diz "parado". Agenda honesta diz "disponível".

- **Próximas datas** só confirmadas: data, cidade, casa, link de ingresso ou de informação.
- **Datas marcantes** que já aconteceram, com link ou foto como prova: elas mostram onde você já tocou.
- **Sem datas?** Não deixe a seção vazia: "Agenda aberta para novembro e dezembro · fale com o booking".
- **Atualize toda semana**, no mesmo dia. Data que passou sai das próximas e vai para o histórico.
- Se você usa uma plataforma de agenda, puxe dela para a página e para as redes, para não ter três versões.

11 Contato de booking

É a peça que fecha o negócio, e a que mais quebra sem ninguém perceber.

- **Nome de quem atende**: pessoa, não "equipe".
- **WhatsApp comercial** com mensagem de saudação e horário de atendimento.
- **E-mail que recebe**, de preferência no seu domínio. Teste: mande uma mensagem de outro endereço e confira que chegou.
- **Cidade-base** e até onde você viaja.
- **Prazo de resposta** e o que mandar no primeiro contato: data, cidade, tipo de evento, formato.
- **Botão de booking** no topo, no meio e no fim da página, e fixo no celular.

TESTE DE 3 MINUTOS, TODA SEGUNDA-FEIRA

1. Abra o link do mídia kit no celular, em aba anônima.
2. Toque no botão de booking: abriu o WhatsApp certo, com mensagem pronta?
3. Mande um e-mail de teste para o endereço publicado e confira a chegada.
4. Baixe um arquivo da pasta de downloads.

Contato que não funciona é o único erro que custa a data sem você saber que perdeu.

12 Depoimentos reais

Uma frase verdadeira de quem contratou vale mais que um parágrafo seu. Uma frase inventada derruba o mídia kit inteiro.

- **Só com autorização** de quem disse, por escrito (uma mensagem basta). Guarde o print.
- **Nome, função, onde e quando**: "Fulano, programador do Clube X, depois da noite de 12/09/2026".
- **Idioma original**, com tradução ao lado se for o caso. Corte com reticências, nunca mude o sentido.
- **Números também são depoimento**: só com fonte e data da contagem.

NO EXEMPLO REAL (P. 17)

No site do Prince Andre, cada número de audiência traz a data da contagem pública e a fonte nomeada embaixo do bloco. Depoimento segue a mesma regra: quem disse, onde, quando e com que autorização.

FICHA DE PEDIDO DE BOOKING

Peça no primeiro contato, na página e na saudação do WhatsApp: **data · cidade e local · tipo de evento · horário e duração · formato desejado · estrutura de som do local · nome e telefone de quem contrata.** Com isso você responde com proposta, não com perguntas.

SAUDAÇÃO DO WHATSAPP COMERCIAL

"Oi! Aqui é o booking de `Seu nome`. Para te mandar uma proposta, me conta: data, cidade, tipo de evento e formato. Respondemos em até `1 dia útil`. Mídia kit: `seunome.com.br/midiakit`"

AUTORIZAÇÃO DE DEPOIMENTO

"Autorizo `Seu nome` a publicar a frase abaixo, com meu nome e função, no mídia kit, no site e nas redes do artista. `frase · nome, função, data`." Guarde a resposta.

Uma página, um PDF e uma pasta

O link é a página. O PDF de uma página vai no WhatsApp e no e-mail. A pasta de downloads entrega os arquivos sem você precisar mandar nada.

A PÁGINA · A ORDEM QUE RESPONDE AO TESTE DOS 30 SEGUNDOS

1 · Topo Nome, linha de identidade, foto, botões Ouvir e Booking	**2 · Ao vivo** Corte de 60–90 s e link do registro longo	**3 · Ouvir** Até 3 faixas ou 1 mix, players oficiais	**4 · Formatos** Até 3, com duração, formação e uso	**5 · Agenda** Próximas datas e datas marcantes	**6 · Booking** Quem atende, WhatsApp, e-mail, prazo
7 · Bio Curta na tela, longa para baixar	**8 · Imprensa** Matérias com data e link, depoimentos	**9 · Downloads** Fotos, bio, release, logo, riders, mapa	**10 · Técnico** Rider técnico, hospitalidade, mapa de palco	**11 · Redes** Só as que você atualiza	**12 · Rodapé** Contato de novo, créditos das fotos

O endereço

- **Curto e seu:** seunome.com.br/midiakit. Um domínio próprio custa pouco e não some se uma plataforma mudar de regra.
- **Abre sem login**, sem "solicitar acesso", sem baixar aplicativo.
- **Leve no 4G:** imagens otimizadas e vídeo por link ou player, não arquivo de 80 MB tocando sozinho.
- **Página de links não é mídia kit.** Ela pode apontar para o mídia kit; não pode substituí-lo.

O one-sheet em PDF

- 1 página A4: foto, linha de identidade, bio curta, 3 provas, formatos, contato e o link do mídia kit (com QR).
- Leve para WhatsApp: mire em até 2 MB.
- Nome do arquivo: `artista-exemplo_one-sheet_2026-10.pdf`

A pasta de downloads

ARQUIVO	RÓTULO DO BOTÃO
Fotos em alta	Fotos de imprensa (ZIP, 8 fotos, 36 MB)
Bio longa	Biografia 2026 (PDF, 2 páginas)
Release	Release do single (PDF, 1 página)
Logo	Logo branco e preto (PNG, fundo transparente)
Rider técnico + mapa	Rider técnico e mapa de palco (PDF)
Hospitalidade	Rider de hospitalidade (PDF)
One-sheet	Apresentação de 1 página (PDF)
Roteiro musical	Setlist com autores (PDF)

TRÊS REGRAS DA PASTA

Todo botão diz tipo, quantidade e tamanho. Todo arquivo tem nome com artista e ano. E todo link é testado em aba anônima, de outro aparelho, antes de mandar.

TRÊS CAMINHOS PARA PÔR A PÁGINA NO AR

1. **No site que você já tem:** crie a página /midiakit com as seções na ordem ao lado. É o caminho mais barato.
2. **Num construtor de sites com domínio próprio:** um modelo de uma página, com o seu domínio apontado para ele.
3. **Sob medida:** página desenhada para o seu som, como nos exemplos das p. 15 a 17.

Nos três: a pasta de downloads pode ficar numa nuvem, com permissão "qualquer pessoa com o link".

O ONE-SHEET EM 6 BLOCOS

- **1 · Foto + nome** e a linha de identidade
- **2 · Bio curta** (até 300 caracteres)
- **3 · Três provas** com ano
- **4 · Formatos** com duração
- **5 · Booking:** nome, WhatsApp, e-mail
- **6 · Link do mídia kit + QR code**, para quem imprimiu

O que escrever quando mandar o link

O link abre a porta; a mensagem decide se alguém clica. Curta, com o nome de quem recebe, a data ou o evento dele e um único link.

1 · PRIMEIRO CONTATO PELO WHATSAPP

Oi, **nome**, tudo bem? Sou **seu nome**, **DJ / cantora / banda** de **cidade**. Vi que a **casa / festa** está montando a programação de **mês** e acho que o meu **formato** encaixa na noite de **dia ou nome da festa**.

Está tudo aqui, em um link (vídeo ao vivo, som, formatos e rider): **seunome.com.br/midiakit**

Se fizer sentido, te mando uma proposta para essa data. Obrigado!

2 · PRIMEIRO CONTATO POR E-MAIL

Assunto: **Seu nome** · **formato** para **evento ou mês** · mídia kit

Olá, **nome**,

Bio curta, 1 ou 2 frases.

Para **evento ou data**, proponho o **formato**: **duração**, **formação**, **técnica resumida**.

Mídia kit com vídeo ao vivo, músicas, rider e fotos: **link**
One-sheet em anexo (PDF, 1 página).

Booking: **nome** · **WhatsApp** · **e-mail**

ONDE ENCONTRAR A SUA LISTA DE 20

- A agenda das casas da sua cidade que já recebem o seu tipo de som
- Line-ups de festas e festivais com artistas parecidos com você
- Editais de cultura do município e do estado (com prazo anotado na planilha)
- Produtoras de eventos corporativos e cerimoniais de casamento
- Curadoria de centros culturais, rádios e programas de música

3 · RETORNO, SEM SER CHATO

Dia 0	Primeiro contato (mensagem 1 ou 2)
Dia 3–4	"Oi, **nome**, conseguiu ver o vídeo? Ainda tenho **data** livre."
Dia 10	Último toque com uma novidade real (vídeo novo, data confirmada) ou "fico à disposição para as próximas".
Depois	Anote numa planilha: quem, quando, resposta, próximo passo. Volte na próxima temporada.

Intervalos sugeridos, não regra. Se a pessoa pediu para não receber mais mensagens, pare.

4 · QUANDO PERGUNTAM "QUANTO CUSTA?"

Depende do formato e da data. Para **evento** em **data**, o **formato** sai por **valor**, com **o que inclui**. Deslocamento e hospedagem **inclusos / à parte**. Te mando a proposta por escrito agora?

5 · DEPOIS DO SHOW (O PEDIDO DE DEPOIMENTO)

Obrigado pela noite, **nome**! Se você topar, posso usar uma frase sua sobre o show no meu mídia kit, com seu nome e função? Pode ser uma linha, do jeito que você falaria.

6 · QUANDO RESPONDEM "AGORA NÃO"

Entendido, **nome**, obrigado pelo retorno! Posso te procurar de novo em **mês**, quando vocês fecharem a próxima programação? Enquanto isso, o mídia kit fica aqui: **link**.

Regra de envio: mensagem individual, com o nome de quem recebe, em horário comercial, por um canal de cada vez. Use os dados só para o contato profissional e pare quando pedirem.

07 ERROS COMUNS

Os 12 erros que custam datas

Nenhum deles é falta de talento. Todos se resolvem em uma tarde, e quase todos aparecem no teste dos 30 segundos.

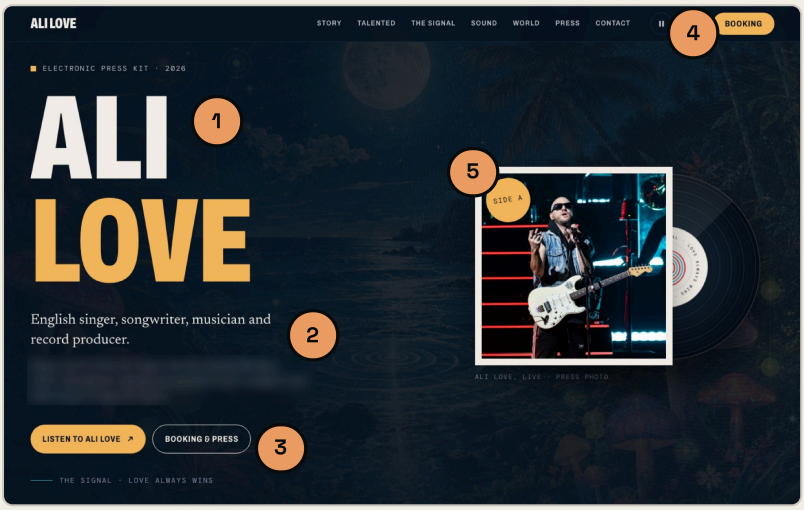
01	**Link que pede login ou "solicitar acesso"** Pasta de nuvem fechada, página em construção, plataforma que exige cadastro.	**Como corrigir** · Página pública. Na nuvem, permissão "qualquer pessoa com o link". Teste em aba anônima.
02	**Contato que não recebe** E-mail digitado errado, domínio sem caixa de entrada, WhatsApp pessoal sem resposta.	**Como corrigir** · Teste de 3 minutos toda segunda (p. 11). Um responsável com nome.
03	**PDF de 40 MB** O WhatsApp demora, o e-mail volta, ninguém abre no celular.	**Como corrigir** · One-sheet de 1 página até ~2 MB. O resto vai por link na pasta de downloads.
04	**Foto pequena, escura ou antiga** Print de story, zoom de celular, visual de outra fase.	**Como corrigir** · 6 a 10 fotos atuais em alta (p. 6), com crédito e autorização.
05	**Bio em primeira pessoa e sem prova** "Sou um artista apaixonado e versátil..."	**Como corrigir** · Terceira pessoa, fatos com ano, três tamanhos. Use o modelo.
06	**Vídeo sem som de mesa** Áudio distorcido, público falando por cima, música cortada.	**Como corrigir** · Som da mesa misturado com ambiente; o melhor momento nos 5 primeiros segundos.
07	**Formato vago** "Fazemos todo tipo de evento." O contratante não consegue imaginar o show.	**Como corrigir** · Até 3 formatos com duração, formação e uso (p. 8).
08	**Número sem fonte e sem data** "Milhões de plays", "sucesso no Brasil inteiro".	**Como corrigir** · Número exato, onde foi contado e em que dia. Se não tem, não use.
09	**Rider exagerado ou ausente** Lista de luxo sem prioridade, ou nada, e o problema aparece no dia.	**Como corrigir** · Essencial separado de desejável; mapa de palco numerado igual à input list.
10	**Agenda velha** Próximas datas de março, em outubro.	**Como corrigir** · Atualização semanal, no mesmo dia; sem datas, "agenda aberta para...".
11	**Vinte links e nenhum caminho** Página de links com tudo e nenhuma ordem.	**Como corrigir** · Uma página na ordem do teste dos 30 segundos (p. 12).
12	**Depoimento ou parceria "arredondada"** Frase inventada, logo de marca sem autorização, "tocou com" quem só estava no mesmo festival.	**Como corrigir** · Só o que tem autorização e prova. Exagero descoberto custa mais que a data.

COMO SABER SE O MÍDIA KIT ESTÁ FUNCIONANDO

Conte o que dá para contar: de cada 10 envios, quantos responderam e quantos viraram proposta. Anote o que cada contratante perguntou que não estava no mídia kit: cada pergunta repetida é uma peça que falta ou está escondida. Revise a página quando a mesma pergunta aparecer duas vezes.

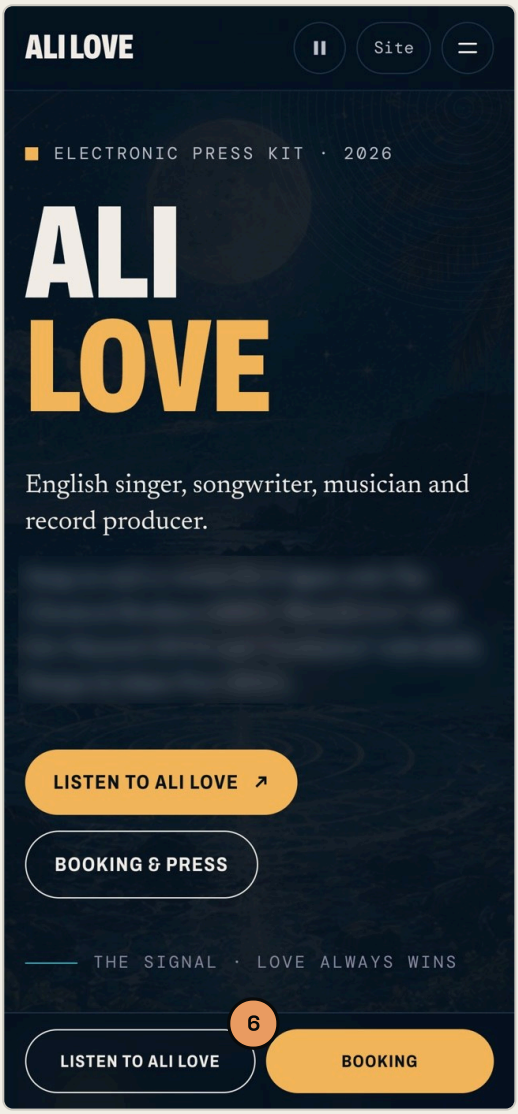
O mídia kit do Ali Love, peça por peça

alilove.world/epk: o kit de imprensa e contratação do cantor, compositor e produtor inglês Ali Love, em inglês, aberto a qualquer pessoa. Capturas de 22/10/2026.



ALILOVE.WORLD/EPK · TOPO NO COMPUTADOR · 1440 × 900 · 22/10/2026 · CRÉDITOS DESFOCADOS

1. **Nome como imagem.** O nome é a maior coisa da tela: não há dúvida de quem é a página.
2. **Identidade + prova na mesma dobra.** Uma linha diz o que ele faz; logo abaixo, três créditos, cada um com o ano (desfocados nesta reprodução). Nenhum adjetivo.
3. **Dois botões, duas intenções.** Ouvir (links oficiais) e Booking & press (contato). O teste dos 30 segundos resolvido no topo.
4. **Booking no cabeçalho.** O botão de contratação fica no canto do menu durante toda a rolagem.
5. **Foto real com legenda.** "Ali Love, live · press photo": o crédito acompanha a imagem.



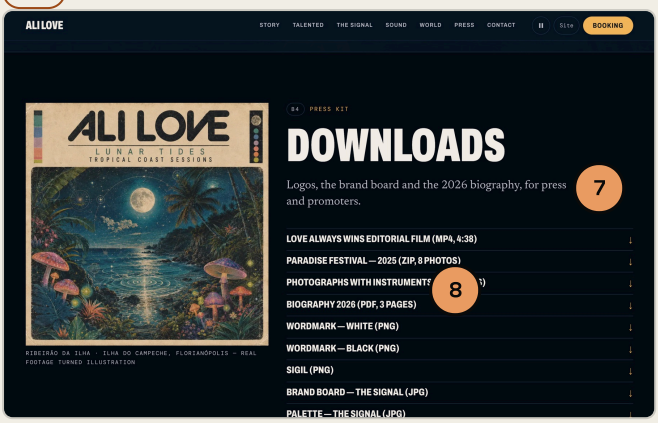
NO CELULAR · 390 × 844 · 22/10/2026 · CRÉDITOS DESFOCADOS

6. **Barra fixa no celular.** Dois botões, ouvir e booking, que não somem ao rolar. É a primeira tela que o contratante vê quando o link chega pelo WhatsApp.

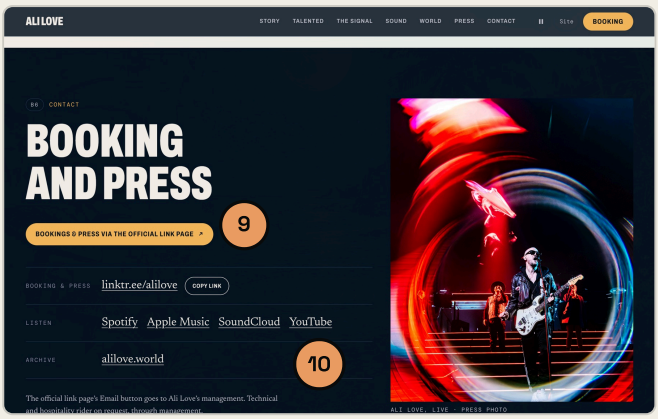
A ESTRUTURA EM DOIS LADOS, COMO UM DISCO

Lado A, o artista: nomes e projetos, cronologia ano a ano, o trabalho atual, rádio e palcos com fonte, quem gravou com ele. Lado B, o som e o mundo: links oficiais, discos selecionados, o universo visual, **downloads, imprensa e contato**. Cada fato traz a fonte e a data em que foi conferido.

08 EXEMPLO COMENTADO · 2 DE 2



SEÇÃO B4 · DOWNLOADS · 22/10/2026



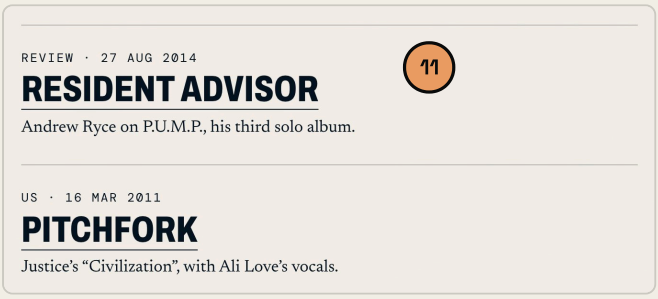
SEÇÃO B6 · BOOKING AND PRESS · 22/10/2026

7 **Para quem é a pasta.** Uma frase diz o que tem e para quem: logos, brand board e a biografia 2026, “para imprensa e promotores”.

8 **Botão com tipo e quantidade.** “Biography 2026 (PDF, 3 pages)”, “Paradise Festival — 2025 (ZIP, 8 photos)”. Quem baixa sabe o que vem antes de tocar. Conferimos em 22/10/2026: os 15 links de download da página respondem.

9 **Um caminho de contato oficial.** Booking e imprensa vão por uma página oficial de links cujo botão de e-mail chega à empresa que cuida da carreira dele, com botão “copiar link” ao lado.

10 **Rider sob pedido, dito com clareza.** “Technical and hospitality rider on request, through management.” Para um artista com agência, é uma escolha válida, desde que esteja escrito onde pedir.



SEÇÃO B5 · PRESS · TRECHO · 22/10/2026

11 **Imprensa em fila, com data.** Cada matéria tem país ou tipo, data, o nome do veículo como link e uma linha dizendo do que se trata. O leitor escolhe o que abrir; ninguém precisa acreditar no adjetivo.

O QUE COPIAR PARA O SEU

- Identidade em uma linha e três provas com ano, no topo
- Dois botões no topo: ouvir e booking
- Barra fixa de booking no celular
- Botões de download com tipo, quantidade e, se der, tamanho
- Fonte e data em cada fato, matéria e número
- Crédito de foto em toda imagem

O QUE ADAPTAR AO SEU MOMENTO

- Artista começando ou independente: rider **na pasta**, não “sob pedido”; quem contrata você ainda não conhece o seu técnico
- Contato direto (WhatsApp e e-mail) em vez de intermediário, se é você quem fecha
- Para shows no Brasil, a página em português, com versão em inglês se você mira fora
- Filme e vídeos longos por player ou link: arquivo de vídeo pesado, só como opção de download

CRÉDITOS

Mídia kit, site e filme do Ali Love: **Puressência — direção criativa · A.MOTION — estúdio visual**. Música, nome e imagem: Ali Love. Fotografias: dos seus fotógrafos, como creditado na página. Este guia comenta a página pública; não reproduz arquivos do artista. Nas capturas, nomes de outros artistas e selos citados pela página aparecem desfocados ou fora do recorte.

O site do Prince Andre

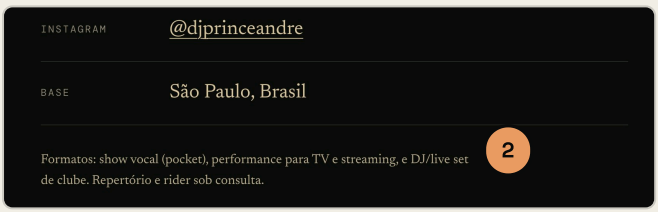
midiaoficialamosboliveira.com: o site do rapper e produtor Prince Andre, artista da casa e campanha da Puressência, em português e inglês. Capturas de 22/10/2026.



SEÇÃO B7 · BOOKING, IMPRENSA E MARCAS · 22/10/2026



SEÇÃO A6 · AUDIÊNCIA · 22/10/2026



FIM DA SEÇÃO B7 · FORMATOS DE SHOW · 22/10/2026

1. **Três portas para três pedidos.** Booking, Imprensa e Marcas são botões separados; logo abaixo, e-mail com "copiar e-mail", Instagram e cidade-base.
2. **Formatos numa linha.** Show vocal (pocket), performance para TV e streaming, e DJ/live set de clube; repertório e rider sob consulta. A peça 06 em uma frase.
3. **Número com data.** Cada número de audiência traz o dia da contagem pública ou o relatório de onde saiu.
4. **Fonte embaixo de cada bloco.** Spotify for Artists, relatório oficial do lançamento e contadores públicos aparecem nomeados, com data.

BOOKING FIXO

O botão Booking fica no cabeçalho em toda a página, ao lado da troca de idioma.

FONTES NO FIM DA PÁGINA

O rodapé lista de onde vem cada número (relatório do lançamento, Spotify for Artists, contadores públicos), com a data.

PARA MARCAS, À PARTE

Uma seção própria descreve quatro formatos para marcas, cada um com "o que inclui" e um botão de proposta.

Site e campanha: Puressência. "Uma campanha Puressência · Powered by A.MOTION", como assinado no próprio site.

O QUE COPIAR PARA O SEU

- Botões separados por tipo de pedido (booking, imprensa, marcas)
- Formatos de show em uma frase, no próprio contato
- Data da contagem ao lado de cada número
- A fonte nomeada embaixo de cada bloco de provas

MODELO DE BLOCO "PARA MARCAS"

Nome do formato (ex.: DJ set para lançamento de marca) · **para que serve** em uma frase · **inclui**: 3 itens · **botão** "Pedir proposta: nome do formato". Valores por projeto, sob consulta.

10 PLANO DE 7 DIAS

Do zero ao link em 7 dias

Uma ou duas horas por dia. No fim da semana você tem o mídia kit mínimo no ar, um one-sheet e as primeiras cinco mensagens enviadas.

Dia 1 SEPARAR	Junte tudo da lista da p. 2 numa pasta só. Escolha as 10 melhores fotos, os 3 melhores vídeos, as 3 faixas. Escreva quem fotografou cada foto.	**Sai:** uma pasta organizada e a lista do que falta
Dia 2 ESCREVER	Abra o modelo de bio e escreva os três tamanhos. Monte a tabela de provas (fato · ano · link). Escreva a linha de identidade em uma frase.	**Sai:** bio curta, média e longa revisadas
Dia 3 VER E OUVIR	Edite o corte de 60–90 s com o roteiro da p. 7 e suba no YouTube. Escolha a ordem das faixas ou grave o mix com tracklist.	**Sai:** 1 corte horizontal, 1 vertical, links de áudio
Dia 4 DEFINIR	Escreva até 3 formatos de show com a tabela da p. 8. Preencha o rider técnico, desenhe o mapa de palco e preencha o rider de hospitalidade.	**Sai:** formatos + 2 riders + mapa em PDF
Dia 5 MONTAR	Monte a página na ordem da p. 12, num construtor de sites ou no seu site. Suba a pasta de downloads com nomes de arquivo padrão. Faça o one-sheet de 1 página.	**Sai:** seunome.com.br/midiakit no ar + one-sheet
Dia 6 TESTAR	Faça o teste dos 30 segundos com duas pessoas de fora (p. 3) e o teste de 3 minutos do contato (p. 11). Passe o checklist de 1 página. Corrija o que apareceu.	**Sai:** mídia kit testado, checklist completo
Dia 7 MANDAR	Liste 20 contratantes que combinam com seus formatos (casas, festas, produtoras, eventos). Mande as 5 primeiras mensagens personalizadas (p. 13) e marque os retornos na planilha.	**Sai:** 5 envios e a agenda de retornos

TODA SEMANA, DEPOIS

Atualizar agenda · teste de 3 minutos do contato · 5 novos envios · 1 pedido de depoimento depois de cada show.

TODO MÊS

Trocar o corte de vídeo se houver show melhor · revisar números com data · conferir todos os downloads.

A CADA LANÇAMENTO

Release novo, faixa nova no topo, pitch no Spotify for Artists pelo menos 7 dias antes, bio atualizada.

A PLANILHA QUE ACOMPANHA O PLANO · PLANILHA_PROSPECCAO_E_PROVAS.XLSX (ABA "CONTATOS", LINHAS FICTÍCIAS)

CONTRATANTE	TIPO	CIDADE	FORMATO	ENVIO	RETORNO 1	RETORNO 2	STATUS	PRÓXIMO PASSO
Clube Exemplo	Casa noturna	São Paulo	DJ / live set	03/11	06/11	13/11	RESPONDEU	Mandar proposta para 28/11
Festa Exemplo	Produtora	Campinas	Show completo	03/11	06/11	13/11	ENVIADO	Retorno 1 com vídeo novo

As datas de retorno se calculam sozinhas a partir do envio (+3 e +10 dias). Outras abas: Provas (fato · ano · fonte · onde usar), Agenda e Downloads (rótulo, tamanho, testado em).

Os arquivos deste kit e o próximo passo

Os modelos são seus: edite, apague as instruções e use com o seu nome. Os campos entre colchetes, em destaque, são o que você preenche.

ARQUIVO	O QUE TEM DENTRO	PEÇAS
MODELO_BIO_CURTA_MEDIA_LONGA.docx	Fórmula, três campos com limite de tamanho, tabela de provas (fato · ano · link), versão em inglês opcional, checklist de revisão	01
MODELO_RELEASE_DE_LANCAMENTO.docx	Release de 1 página em pirâmide invertida, ficha técnica, “sobre o artista”, contato, assunto do e-mail e checklist de envio	05
MODELO_RIDER_TECNICO.docx	Contato técnico, input list, monitores, PA e mesa, backline, energia, horários, seção só para DJ, mapa de palco em branco e o exemplo da p. 10	07 · 09
MODELO_RIDER_DE_HOSPITALIDADE.docx	Equipe, camarim, bebidas e alimentação (essencial e desejável), transporte, hospedagem, credenciais, horários, aceite	08
PLANILHA_PROSPECCAO_E_PROVAS.xlsx	Contatos com retornos calculados, provas (fato · ano · fonte), agenda e conferência dos downloads	01 · 10 · 11 · 12
CHECKLIST_ANTES_DE_MANDAR_SEU_MIDIA_KIT.pdf	36 itens em 1 página: link, conteúdo, arquivos, contato, envio e direitos	todas

SE VOCÊ QUISER QUE A GENTE MONTE

Seu show em um link, pela Puressência.

Mesmo método deste guia, com direção criativa, texto, design e página no ar. Escopo e proposta por escrito, depois de uma conversa.

[PROPOSTA · escopo dos pacotes aguarda o Amós (D14)]

START
R$ 1.500
R$ 750 com LANCAMENTO50
0 mídia kit no ar: página em um link, one-sheet, bio em três tamanhos, release.

GROW
R$ 2.800
R$ 1.400 com LANCAMENTO50
Site do artista com mídia kit completo, pasta de downloads, riders e mapa de palco diagramados.

LAUNCH
R$ 4.500
R$ 2.250 com LANCAMENTO50
Tudo do Grow, em português e inglês, com identidade visual e campanha de lançamento.

Código LANCAMENTO50: 50% de desconto até 30/11/2026. Detalhes de cada pacote na oferta de 1 página que acompanha este kit. Como começar: **[DECISÃO DO AMÓS: canal de contato, pergunta Q1 do guia de voz]** ou contatopuressencia@gmail.com.

1 · MANDE “SHOW”
Pelo canal de contato acima, com o seu nome artístico, cidade e o link do que você já tem (Instagram, música, vídeo).

2 · CONVERSA DE 20 MINUTOS
Para entender o seu show, para quem você quer vender e qual pacote faz sentido. Sem custo.

3 · PROPOSTA POR ESCRITO
Escopo, prazo, valor e o que precisamos de você. Com o seu OK, começamos.

Os pacotes não incluem verba de anúncio, filmagem presencial, impressão, produção musical nem taxas de domínio e plataformas. Nenhum pacote promete shows, contratos, streams ou matérias.

Puressência Produtora

Produtora, selo e direção artística em São Paulo. Cuida do som; o estúdio A.MOTION, da imagem em movimento. Na discografia da casa, só entra o que tem data e fonte.

CRÉDITOS DA PURESSÊNCIA POR FAIXA

ANO	FAIXA · ARTISTA	CRÉDITO
2022	Pode Completar · Ocplugz ft. MZZ Original	mix e master
2022	Cruz e Souza · MZZ Original	beat, mix, master, visualizer e motion
2021	Yves Saint Laurent · 2.2, Amozz e Zim13	apoio
2019	Money Quick · Prince Andre IX	gravação
2019	Shop (Foco no Tesouro) · Prince Andre IX	mix e master
2017	Imparcial · Rapper Nado feat. AMB	instrumental

Fonte: puressencia.com.br/estudio/discografia/, conforme a ficha oficial de cada faixa (acesso em 22/10/2026).

EXEMPLOS COMENTADOS

Mídia kit do Ali Love (alilove.world/epk): Puressência — direção criativa · A.MOTION — estúdio visual. Site do Prince Andre (midiaoficialamosboliveira.com): uma campanha Puressência · Powered by A.MOTION.

FONTES CITADAS

- Lei 14.133/2021, art. 74, II e § 2º (planalto.gov.br), consultada em 22/10/2026
- Lei 9.610/1998, art. 7º, VII, e art. 68, §§ 4º e 6º, com redação da Lei 12.853/2013 (planalto.gov.br), consultada em 22/10/2026
- Spotify for Artists, artigo de ajuda sobre pitch para editores (support.spotify.com), consultado em 22/10/2026
- alilove.world/epk e midiaoficialamosboliveira.com, páginas públicas lidas e capturadas em 22/10/2026; downloads do mídia kit conferidos no mesmo dia

COMO USAR ESTE MATERIAL

Guia e modelos gratuitos para artistas. Você pode imprimir, copiar e adaptar os modelos para o seu trabalho. Exemplos "fictícios" estão marcados como tal; valores, prazos e quantidades sugeridos são ponto de partida, não regra de mercado. Lei e regras de plataforma mudam: confira a versão em vigor antes de decidir.

FALE COM A PURESSÊNCIA

[DECISÃO DO AMÓS: canal de contato, pergunta Q1 do guia de voz]
contatopuressencia@gmail.com · puressencia.com.br/estudio · São Paulo, Brasil

GLOSSÁRIO RÁPIDO

Booking · contratação de shows, e quem cuida dela.

Mídia kit · o kit de imprensa e contratação digital; também chamado de press kit.

One-sheet · resumo do mídia kit em uma página, em PDF.

Praticável · plataforma que eleva parte do palco.

DI (direct box) · caixa que liga instrumento ou equipamento à mesa sem ruído.

Monitor (via) · caixa de retorno no palco; cada via é uma mixagem.

Passagem de som · teste com a banda no palco antes do show.

Release · texto de notícia pronto para a imprensa publicar.

Input list · lista de canais: o que entra em cada canal da mesa.

Multicabo · caixa no palco que leva todos os canais até a mesa.

Pitch · envio da música nova a editores antes do lançamento.

Roteiro musical · setlist com título e autores de cada obra executada.

FICHA TÉCNICA DESTE GUIA

Edição 1 · 22 de outubro de 2026 · Puressência Produtora, São Paulo. Tipografia: Space Grotesk e Cormorant Garamond (licença SIL Open Font). Cores e fontes do site puressencia.com.br. Capturas de páginas públicas feitas na data indicada em cada legenda.

FALTOU ALGUMA COISA?

Escreva para contatopuressencia@gmail.com com o assunto "Guia mídia kit": dúvidas que se repetem viram seção na próxima edição.