

# SUCESSO!

ANO 20 • Nº 164 • JULHO/AGOSTO 2015




## Carreiro & Capataz

**CONTATOS PARA SHOWS: LÉO DOS REIS (17) 3223 7100 / (17) 98186 2345**

**Carreiro  
Capataz**  
Produções e eventos

 CarreiroCapatazOficial  CeCOficial [www.carreiroecapatazoficial.com.br](http://www.carreiroecapatazoficial.com.br)



# 14 NOVAS RUBRICAS NOS ÚLTIMOS 5 ANOS. MAIS ARTISTAS BENEFICIADOS E UMA DISTRIBUIÇÃO CADA VEZ MAIS JÚSTA.

Nos últimos anos, a distribuição dos direitos autorais de execução pública musical aos artistas deu um salto gigantesco, passando de R\$ 80 milhões, no ano 2000, para mais de **R\$ 900 milhões em 2014**. Foram sucessivos recordes alcançados pelo Ecad a partir dos investimentos feitos em **tecnologia, na qualificação das equipes, no aprimoramento constante dos seus processos, na ampliação da sua estrutura operacional e na comunicação com o público.**

Atualmente, o trabalho realizado pelas associações de gestão coletiva musical e o Ecad é considerado **referência internacional**. Um dos destaques dessa atuação tem sido a estratégia de incluir mais artistas na cadeia produtiva do direito autoral. Somente nos últimos 5 anos, **14 novas rubricas de distribuição foram criadas** com o objetivo de garantir uma remuneração **cada vez mais justa** aos titulares que têm suas músicas tocadas em determinados segmentos musicais. Todos os segmentos cuja distribuição é baseada no sistema de amostragem estatística tiveram sua **metodologia certificada pelo Instituto IBOPE Inteligência**, ratificando a qualidade do trabalho do Ecad.

**INVESTIR EM QUALIDADE E INOVAÇÃO. ESSE É O NOSSO COMPROMISSO.**

Acompanhe o Ecad |



**ecad**  
direitos autorais

abranus · amar · assin · sbacen · sican · socinpro · ubc  
abrac · sadenbra



**BARRETOS**  
**SEX. 21. AGO**  
**PALCO FESTEJA**

OS COMPOSITORES  
 DO SUCESSO  
**HOJE EU TÔ  
 TERRÍVEL**

**#OSTERRÍVEISDOBRASIL,**  
**LUIZ HENRIQUE & LEO**

*#BemVindaAoAmor #CáEntreNós #HojeEuTôTerrível #RitualdaPegação e muito mais*

**WWW.LUIZHENRIQUEELEO.COM.BR**

RIVALDO DIMINAS: (62) 8241-7007 / (17) 9 96 14-2683 - SHOWS@LUIZHENRIQUEELEO.COM.BR



**/LUIZHENRIQUEELEO**

**HOMENAGEM MERECEIDA**  
ROBERTO CARLOS FOI ESCOLHIDO  
PERSONALIDADE DO ANO PELA  
ACADEMIA QUE ORGANIZA O  
LATIN GRAMMY E GANHARÁ SHOW  
TRIBUTO EM LAS VEGAS



**NOVAS INFLUÊNCIAS**  
CELEBRANDO DEZ ANOS DE  
CARREIRA, **JORGE & MATEUS**  
LANÇAM DISCO COM PITADAS DE  
ROCK PROGRESSIVO E PREPARAM  
GRAVAÇÃO DE SEXTO DVD

**BATIDÃO ANIMADO**  
APÓS EMPLACAR O NOVO  
PRIMEIRA VOZ DA DUPLA,  
**CARREIRO & CAPATAZ**  
PREPARAM ÁLBUM COM  
"CANÇÕES DE BOTEÇO"



**FESTA ROCK AND ROLL**  
CELEBRANDO 35 ANOS DE  
ESTRADA, **CAMISA DE VÊNUS**  
PROMOVE HISTÓRICA REUNIÃO  
PARA TOCAR SEUS CLÁSSICOS NAS  
PRINCIPAIS CIDADES DO BRASIL

**REIS DA INTERNET**  
RESPONSÁVEL POR ADMINISTRAR  
LOJAS ONLINE DE ARTISTAS COMO  
IVETE SANGALO (FOTO), **BANDUP!** SE  
TORNA REFERÊNCIA NO COMÉRCIO  
ELETRÔNICO DE ENTRETENIMENTO



- .RECADO. 06
- .DANIEL. 12
- .VICTOR & LEO. 14
- .FÁBIO JR. 16
- .KLB. 18
- .MICHEL TELÓ. 20
- .THIAGO MASTRA. 22
- .KIM LÍRIO. 26
- .FELIPE DYLAN. 30
- .ONZE:20. 32
- .HEAD MEDIA. 34
- .SUCEDE. 38
- .THALLES ROBERTO. 42
- .MAYCON & VINICIUS. 44
- .REDE ATLÂNTIDA DE RÁDIO. 46
- .LÉA PENTEADO. 48
- .MOVIMENTO. 50
- .CLIQUES. 52
- .PLACA LUMINOSA. 54

# MÚSICA DA TRILHA DA NOVELA DAS 7



CONTATO PARA SHOWS:  
11 2385 2073  
[contato@rosaflamingo.com](mailto:contato@rosaflamingo.com)

**ROSA**  
FLAMINGO

[fb.com/tiemusicaoficial](https://fb.com/tiemusicaoficial)  
[youtube.com/tiemusica](https://youtube.com/tiemusica)  
[instagram.com/tiemusica](https://instagram.com/tiemusica)  
[www.rosaflamingo.com](http://www.rosaflamingo.com)



# A MÚSICA E AS MARCAS

Quem já passou pela área da Broadway, em Nova York, deparou-se com dezenas de lojas vendendo produtos referentes a espetáculos famosos encenados naquele pedaço da Ilha de Manhattan – muitos deles há anos fora de cartaz. Pois bem, em alguns países como EUA, Inglaterra e Japão, há décadas a indústria da música juntou-se a outros setores do entretenimento para exploração de marcas através de produtos, atendendo assim a fãs apaixonados. Fãs, aliás, que ao consumir passam a ser promotores e divulgadores ambulantes da imagem estampada nos produtos que eles usam ou carregam. No Brasil, cuja música, pelas inovações constantes e misturas de gêneros, é classificada como uma das mais ricas do mundo, essa possibilidade de ganho para artistas só chegou há cinco anos. Por iniciativa do sócio Bruno de Marchi, a bandUP!, sediada no interior de São Paulo, desenvolveu um projeto para a então popular banda teen Restart. Os resultados de vendas foram um sucesso, o que fez com que a empresa fosse procurada por outros artistas e outros segmentos do entretenimento. Hoje, a bandUP! administra mais de 60 lojas, de artistas nacionais como Luan Santana, Ivete Sangalo e Thiaguinho, além de marcas mundialmente famosas como Beatles, Madonna e Kiss – só pra ficar no universo da música. "Nosso desafio diário é criar produtos que carreguem um sentimento que aproxime o fã do seu ídolo", diz Bruno em entrevista publicada nas páginas 36 e 37 desta edição.

Outro tema relacionado à promoção e comercialização de marcas artísticas pode ser conferido na página 12. Aborda o site recém-lançado pelo cantor Daniel com foco específico no mercado de patrocínios, shows corporativos e área publicitária. Na matéria, Daniel revela que produziu o site após tomar ciência de uma pesquisa realizada pelo Instituto Ilume indicando que seu nome recebeu 93% de menções positivas entre as grandes empresas com sede no Brasil. "Sempre procurei conduzir minha carreira com verdade, honestidade e humildade", diz o "bom moço" Daniel. "E creio que algumas empresas buscam personalidades com esse perfil a fim de dar maior credibilidade a seus produtos e serviços". Atualmente, ele tem vários parceiros patrocinadores, estrela campanhas na TV e mídia impressa e faz cer-

ca de 30 shows por ano só para o mercado empresarial.

Falando em ídolos, nosso artista maior, o Rei Roberto Carlos, ganhará neste ano mais um importante reconhecimento profissional. Roberto foi eleito pelo Board of Trustees do Latin GRAMMY a Personalidade do Ano, por sua longevidade e vencedora carreira artística, não só no Brasil, mas em toda a América Latina. A homenagem acontecerá em Las Vegas, dia 18 de novembro, através de um show tributo com a participação de vários artistas, do Brasil e exterior, interpretando sucessos do Rei. Tal reconhecimento, em anos anteriores, já foi conferido a artistas como Julio Iglesias, Carlos Santana, Juan Manuel Serrat, Shakira e Caetano Veloso. Matéria a respeito, inclusive com depoimento de Gabriel Abaroa, presidente do Latin GRAMMY, está nas páginas 8 e 9.

O gênero sertanejo, ainda ocupando a faixa de 70% do mercado brasileiro em termos de shows e execução em rádio, também aparece com importância nesta edição de SUCESSO!. Abordamos o novo projeto de Victor & Léo, *Irmãos*, cuja concepção e produção contou desta vez com maior envolvimento de Léo, o que deixou o álbum com influências de rock alternativo e MPB. Mudanças sonoras também são citadas na matéria com Jorge & Mateus (páginas 10 e 11), em fase de divulgação do álbum *Os anjos cantam*. De acordo com a dupla, desta vez a ideia foi introduzir novas sonoridades no trabalho, às vezes até de forma radical. Em alguns momentos da audição, pensa-se estar diante de um disco de rock progressivo, considerando o timbre das guitarras. Exemplo dessa tendência do sertanejo moderno de flertar e se misturar com outros gêneros pode ser conferido nas páginas 20 e 21 desta edição. Michel Teló cita dez discos que ele aprecia ouvir e que influenciaram sua carreira. Tem Chitãozinho & Xororó, Chrystian & Ralf e Grupo Tradição, mas para surpresa de alguns na lista aparecem também Coldplay, Thalles Roberto e John Mayer. Ou seja, o sertanejo vive em constantes transformações. Isso explica o fato de manter-se há duas décadas no topo do mercado da música em nosso país.

**Gilmar Laurindo e Tom Gomes**

## SUCESSO!

ANO 20 • Nº 164 • JULHO/AGOSTO 2015

SUCESSO! é uma publicação bimestral da EDITORA ESPETÁCULO LTDA • ISSN 1415-5508

### Diretor Administrativo

**TOM GOMES** - tomgomes@espetaculo.com.br

### Diretor Editorial

**GILMAR LAURINDO** - gilmar@espetaculo.com.br

### Diretor de Área Digital

**THOMAZ RAFAEL** - thomaz@espetaculo.com.br

### Repórteres / Redatores

**GUSTAVO GODINHO** - gustavo@espetaculo.com.br

**THIAGO MOURATO** - thiago@espetaculo.com.br

### Colaboradores

**IULE KARALKOVAS** - iule@espetaculo.com.br

### Arte

**TAMIRIS FERREIRA** - tamiris@espetaculo.com.br

### Administração

**VANESSA ANDRADE** - vanessa@espetaculo.com.br

**FLAVIA LIMA** - flavia@espetaculo.com.br

### Assistentes Administrativas

**EVAIR FELIPE ALVES** - evair@espetaculo.com.br

**ANDRÉ LUIZ BRANCO** - andre@espetaculo.com.br

### Jornalista Responsável

**GILMAR LAURINDO**

### Publicidade

**LEANDRO DE OLIVEIRA** (São Paulo)

leandro@espetaculo.com.br

**ALDA BALTAZAR** (Rio de Janeiro)

alda@espetaculo.com.br

**VIVIANE RODRIGUES** (Brasil/Estados)

viviane@espetaculo.com.br

### Assistentes de Vendas

**NÚBIA MOREIRA** - nubia@espetaculo.com.br

**EDERLI SILVA** - ederli@espetaculo.com.br

**IARA LIMA** - iara@espetaculo.com.br

### Distribuição, Assinaturas e Pesquisa

**WANDERLEY OLIVEIRA** - wanderley@espetaculo.com.br

**FABIANA CATANHEDE** - fabiana@espetaculo.com.br

### Web

**NYCHOLAS YUDI** - nycholas@espetaculo.com.br

**DANILO YAMADA** - danilo@espetaculo.com.br

### Assessoria Jurídica

**ANTONIO NORBERTO LUCIANO**

luciano@araujoluciano.com.br

Impressão - INTERGRAF



### SÃO PAULO

Rua João Álvares Soares, 1660

CEP 04609-004

Fone: [55-11] 3889-3300

[55-11] 2165-5155

[55-11] 3467-4333

### RIO DE JANEIRO

Rua Gildásio Amado, 55, Cj. 302

CEP 22631-020

Fone: [55-21] 3486-5155

[55-21] 2495-9815

[55-21] 2495-9823

### TIRAGEM DESTA EDIÇÃO

15.000 exemplares



ANA CAÑAS



MARIA GADÚ



SURICATO



JESUTON



PARA SHOWS, ENTRE EM  
CONTATO COM A GENTE.

Tel.: (21) 2323-3334 • [shows@somlivre.com.br](mailto:shows@somlivre.com.br)  
[www.somlivre.com](http://www.somlivre.com)



NETO LX

THAEME & THIAGO



CONRADO & ALEKSANDRO



JOÃO NETO & FREDERICO



# QUE HOMENAGEM, BICHO!

**ROBERTO CARLOS** É ELEITO PERSONALIDADE DO ANO PELA LARAS, ENTIDADE QUE ORGANIZA O **LATIN GRAMMY**, E GANHARÁ SHOW-TRIBUTO EM LAS VEGAS

**E**m 2015, Roberto Carlos ganhará mais um importante reconhecimento internacional. Ele foi eleito pela Academia Latina das Ciências da Gravação (LARAS), organizadora do Latin GRAMMY, a Personalidade do Ano. O Rei será homenageado com um show-tributo, que acontecerá no dia 18 de novembro, no South Pacific Ballroom, do Centro de Convenções do Mandalay Bay Resort, em Las Vegas (EUA). "O Board of Trustees do Latin GRAMMY debate anualmente poucos, mas importantes nomes de personalidades artísticas que através de suas carreiras têm deixado um legado artístico que ultrapassa gerações, fronteiras e estilos. Posteriormente, é necessário buscar aqueles que, dentro deste seleto grupo, possuem também um impacto nacional e internacional. E se isso fosse pouco, ainda se procura quem tenha carisma, permanência, credibilidade, excelência e uma grande qualidade artística. Nos debates deste ano, o resultado foi mais que óbvio: Roberto Carlos. Uma vez mencionado seu nome não houve nada mais a analisar, exceto compreender a responsabilidade de prestar um tributo a um personagem desta envergadura", explica Gabriel Abaroa, presidente da LARAS.

De fato, Roberto Carlos, ao longo de mais de cinco décadas, vem dando importante contribuição artística à música e à cultura latino-americanas. Foram centenas de hits (em vários idiomas) e vendagem superior a 100 milhões de cópias em diversos continentes. Só para questão de registro, em maio, durante tour em Portugal, após uma de suas apresentações na Meo Arena de Lisboa, o artista recebeu das mãos do famoso cantor lusitano Paulo Gonzo uma placa-tributo referente a 1,5 milhão de álbuns vendidos só naquele país.

O Rei será o terceiro brasileiro a receber esta honraria da Academia Latina. Antes dele, Gilberto Gil e Caetano Veloso já haviam sido eleitos Personalidade do Ano – respectivamente em 2003 e 2012. Alguns outros astros que também já ganharam esse reconhecimento foram Gloria Estefan, Carlos Santana, Plácido Domingo, Juan Luis Guerra, Julio Iglesias, Joan Manuel Serrat e Shakira.

O show-tributo, que contará com a participação de vários artistas (brasileiros e internacionais),



DIVULGAÇÃO

HOMENAGEM ACONTECE  
NO MOMENTO EM QUE O REI  
RETOMA COM FORÇA SUA  
CARREIRA INTERNACIONAL





OLIVIA BOGHI

**GABRIEL ABAROA, PRESIDENTE DA LARAS**  
FELIZ POR ROBERTO CARLOS TER ACEITO A HOMENAGEM

todos amigos do Rei, será realizado um dia antes da cerimônia da 16ª Entrega Anual do Latin Grammy, que acontecerá no MGM Grand Garden Arena, também em Las Vegas. Apesar de ser esta a primeira homenagem recebida por Roberto Carlos da entidade, seu nome é habituê em premiações da academia. Nos 15 anos do prêmio, ele foi indicado várias vezes, tendo faturado quatro estatuetas (a última delas em 2013, por *Esse cara sou eu*).

### ► REI DO MUNDO

A homenagem da Laras coroa um período importante na história de Roberto Carlos. Após longo tempo, o Rei voltou a dedicar-se ao mercado internacional em 2014, investindo em projetos especiais. Entre julho e outubro passados, ele levou seu show para o Equador, México, Estados Unidos e Canadá, promovendo o EP *Ese tipo soy yo* – versão latina de *Esse cara sou eu*. Durante sua estada na capital mundial do entretenimento, ele aproveitou para gravar o CD e DVD *Roberto Carlos em Las Vegas*, lançado em abril deste ano pela Amigo/Sony.

Em junho, esteve em turnê pela América do Sul, apresentando-se em Santiago, Assunção, Buenos Aires e Córdoba. Um mês antes, aproveitando viagem para shows em Portugal, Roberto fez escala na Inglaterra, onde gravou um novo DVD. O registro se deu no mítico estúdio Abbey Road, em Londres. O local se tornou mundialmente conhecido após receber grande parte das gravações dos Beatles. O repertório é composto por releituras de alguns de seus maiores sucessos. Para acompanhá-lo no projeto, Roberto contou com músicos de renome na música latino-americana. A produção ficou a cargo de Tim Mitchell, que também trabalha com Shakira, e de Afo Verde, presidente da Sony para a América Latina.

Em tempo: os trabalhos visuais de Roberto Carlos não param por aí. Nem suas intervenções no mercado externo. No ano que vem, o cantor gravará seu quarto DVD fora do Brasil. Dessa vez, voltará à Itália, onde venceu o *Festival de San Remo*, em 1968, com a música *Canzone per te*. !

**showbusiness.com.br**  
Onde você encontra os mais importantes artistas brasileiros

**SAULO**  
RUA 15 (71) 3026-1115

ARTISTAS A B C D E F G H I J K L M N O P Q R **S** T U V W X Y Z

**SÁ & GUARABYRA** enviar e-mail

**Chico Calabró** São Paulo (11) 3159-1323

**SALGADINHO** enviar e-mail

**SAM ALVES** enviar e-mail

**GTS Talent** São Paulo (11) 2108-7644

**SAM ALVES**  
GTS (21) 2108-7644

**SAMANTHA SCMUTZ** enviar e-mail

**SAMBA D'LOKO** enviar e-mail

**Fazoleto Eventos** Rio de Janeiro (21) 3042-7400

**SAMBA DISCO** enviar e-mail

**SAMBA LIVRE** enviar e-mail

**Máximo Produtora** São Paulo (11) 2685-6346

**SAMBÔ** enviar e-mail

**Sambô Produções** São Paulo (11) 3641-6046

**SAMPÁ CREW** enviar e-mail

**SAMPRAZER** enviar e-mail

**SANDRA DE SÁ** enviar e-mail

**SANDY** enviar e-mail

**Live Talentos** São Paulo (11) 3977-2277

**SANDY**  
Live Talentos - (11) 3977-2277

**SAPÃO** enviar e-mail

**Alive Shows** Belo Horizonte (31) 3889-8888

**SAULO** enviar e-mail

**Rua 15** Salvador (71) 3026-1115

**SAULO**  
RUA 15 (71) 3026-1115

**SEBASTIÃO** enviar e-mail

**SEBASTIÃO** enviar e-mail

**SEU JORGE** enviar e-mail

**SEU JORGE** enviar e-mail

**LULU SANTOS**

**estrela**  
(21) 3247 2826  
lulusantos@estrelaproducoes.com.br

**Victor & Leo**

34 3230 6900  
eventos@victorleo.com

**fábio JR.**

**MC3**  
PART.COM.BR  
3746.0222

**MUSIC**  
music.com.br  
119 7733 6399

**V.A.**  
**Vamo Aê!**

**BASTA CLICAR**  
para contatar e contratar artistas (música, televisão, teatro e cinema)

# AQUI É TRABALHO!

**JORGE & MATEUS** CHEGAM AOS DEZ ANOS DE CARREIRA A TODO VAPOR, COM LANÇAMENTO DO CD *OS ANJOS CANTAM* E GRAVAÇÃO DO SEXTO DVD

No último dia 26 de maio, a dupla Jorge & Mateus comemorou dez anos de carreira. Motivo para festejar é o que não falta. Afinal, estamos falando de uma década de sucessos radiofônicos, ótimas vendagens, uma rotina incessante de shows e negócios que extrapolam o circuito palco - estúdio. Mas isso não quer dizer que essa comemoração seja baseada apenas nas vitórias que já foram alcançadas.

O primeiro projeto desse ano especial explora o lado inventivo da dupla, principalmente de Mateus que, ao lado do produtor Dudu Borges, criou arranjos bem diferentes daqueles que os fãs estavam acostumados a ouvir. Lançado também em maio, o álbum *Os anjos cantam* (Som Livre) apresenta uma faixa introdutória de quase um minuto – portanto, longa para os tempos atuais –, seguida por *31.12* e pela música que dá nome ao trabalho. O ouvinte menos atento pode confundir esses primeiros momentos com um disco qualquer de rock progressivo, considerando o timbre das guitarras e o efeito de cítara que permeia as músicas. “Em dez anos, a gente já fez tanta coisa que deu vontade de criar algo diferente”, explica Jorge.

O cantor confirma que seu parceiro é o principal aliado do produtor na composição dos arranjos. “O Mateus tem esse envolvimento com a guitarra – ele toca muito bem e entende de produção. Eu participo na composição das músicas e escolha do repertório, porque, para ser sincero, não gosto de tocar. Não posso participar de algo que não entendo, porque foge da verdade”.

Por conta da agenda movimentadíssima, Jorge & Mateus ficaram três anos sem lançar um álbum de estúdio. O último havia sido *Essencial* (Som Livre, 2012) que, na verdade, tratava-se de uma coletânea com a inclusão de canções inéditas. Nesse meio tempo, os sertanejos até lançaram singles registrados em estúdio, mas nunca um álbum no estilo, nem mesmo um EP. “Como a correria é grande, permanecemos dois anos trabalhando na estrada, com muitos shows, sendo que alguns deles se tornaram DVDs”, conta Jorge.

*Os anjos cantam* é o álbum mais conceitual da carreira da dupla. Por isso, seria impossível terminá-lo sem despendendo um bom tempo de estúdio. Aí, fica mais clara a dificuldade exposta por Jorge. “Começamos esse trabalho do zero, em março do ano passado. Precisamos de oito meses para fazer o disco, desde a escolha do repertório até a gravação de todas as músicas. Com uma agenda como a nossa, fica complicado fazer isso uma vez por ano”. Ao todo, o disco conta com 17 faixas, incluindo três já bem conhecidas do público – *Logo eu*, *Nocautê* e *Calma*.

Apesar da variedade de sonoridades, a temática das músicas é sempre a mesma: o amor. Aliás, essa é a principal característica de Jorge & Mateus nesses dez anos de estrada. Mesmo no período em que o sertanejo foi tomado por músicas de duplo sentido, com letras que falavam de mulheres, bebida e ostentação, eles mantiveram a mesma linha romântica. “A base da nos-

sa música vem de artistas como Zezé Di Camargo & Luciano, Leonardo, Bruno & Marrone e João Paulo & Daniel, entre outros. Todos eles fizeram parte de uma geração em que o sertanejo romântico tomou conta do Brasil e abriu as portas para tantos outros que vieram depois. Essa questão das letras de duplo sentido é complicada, porque há muitas crianças e adolescentes entre os nossos fãs. Eu não posso dar a impressão de que o bom da vida é curtir, beber, pegar mulher e viver na balada. Se eu tiver que passar uma mensagem para eles é ‘vá estudar, crescer na vida’. Essa é a nossa essência”, diz Jorge.

Você pode pensar que, ao lançar um CD com quase 20 músicas, Jorge & Mateus já estariam pensando em trabalhá-lo por bastante tempo. Mas não é isso que se desenha. Nem bem lançaram *Os anjos cantam* e os sertanejos prepararam o sexto DVD da carreira. “Já estamos trabalhando nesse projeto, escolhendo repertório, compondo e ouvindo muitas músicas. Esse processo de criação é muito gostoso”, afirma Jorge. O cantor deixa em aberto quando indagado se o traba-



lho terá uma seleção com os maiores sucessos da dupla, por conta dos dez anos de carreira. Porém, tudo indica que o repertório será composto majoritariamente por material novo. A gravação acontecerá em setembro, em local ainda não definido. Com isso, Jorge & Mateus prometem ter o ano mais produtivo da carreira no que diz respeito a lançamentos de canções inéditas. Só no CD foram 14 músicas novas, que serão somadas a tantas outras do DVD.

A despeito do tempo passado na estrada e em cima dos palcos, Jorge & Mateus sempre evitaram a superexposição. Mesmo com todo o sucesso, músicas tocando no rádio, CDs vendidos à baciada e de ser considerada a principal dupla dos últimos anos, J&M não são figurinhas carimbadas na televisão. "Não agimos como celebridades, somos low profile – mesmo! Isso não quer dizer que não gostamos de televisão, mas tem que haver algum motivo para aparecer. Quando lançamos trabalhos novos, por exemplo, fazemos todos os programas", diz Jorge, revelando uma certa antipatia pelos programas de fofoca. "O artista tem

NOVO TRABALHO  
DA DUPLA  
(ABAIXO) INOVA NA  
SONORIDADE, COM  
ACORDES DE ROCK  
PROGRESSIVO



que aparecer na mídia, não a vida pessoal dele. Algumas atrações querem simplesmente explorar a intimidade das pessoas. Não se importam se estão fazendo algum mal, denegrindo a sua imagem", desabafa.

Essa postura tanto dentro, quanto fora dos palcos, não serve de referência apenas para os fãs. J&M comemoram o fato de receberem elogios de seus ídolos e serem fonte de inspiração para os novos artistas. "De tempos em tempos, alguns produtos servem de referência. Na década de 90, muita gente procurou se aproximar do estilo do Zezé Di Camargo; nos anos 2000, aconteceu o mesmo com o Bruno (da dupla com Marrone), e agora, essa história continua com a gente", afirma.

Entre esses que citam Jorge & Mateus como referência estão Henrique & Juliano. Desde o ano passado, quando a dupla se consolidou no mainstream, muito se falou sobre a semelhança na sonoridade e, principalmente, no timbre de voz dos cantores. Pouco antes do lançamento de *Os anjos cantam*, alguns sites propagaram boatos sobre a existência de uma disputa entre eles. Contudo, Jorge faz questão de esclarecer que essas informações são falsas. "Eu acho bacana o trabalho dos meninos. Às vezes, o pessoal tenta criar rixa, mas não existe competição entre as duplas. Isso não é uma olimpíada. Tenho uma convivência muito boa com todos, alguns eram meus ídolos e se tornaram amigos. Também adoro conversar com a galera nova. Inclusive, Henrique & Juliano já participaram de um show nosso, quando iniciavam a carreira".

### ► ECLETISMO NOS NEGÓCIOS

Há algum tempo, Jorge & Mateus deixaram de ser apenas artistas para se tornar empreendedores. O primeiro exemplo a ser lembrado é o pioneirismo no Carnaval de Salvador (BA). Essa história começou em 2008, quando eles criaram o projeto *Jorge & Mateus elétrico*, no qual misturavam o gênero sertanejo ao axé baiano. Nesse mesmo ano, começaram a se apresentar na folia soteropolitana.

Em 2011, os dois foram mais ousados, ao colocar o primeiro bloco essencialmente sertanejo na folia baiana, o *Pirraça*. "Disseram que a gente estava louco, que não haveria procura pelos abadás do bloco. Mas deu certo porque já naquela época a música sertaneja vinha atingindo um público cada vez maior nas regiões norte e nordeste. A grande vantagem de tocar no carnaval baiano é que o artista não precisa se prender a um repertório fixo. Ele toca de tudo para animar a galera".

Jorge & Mateus são os principais nomes da AudioMix, escritório sediado em Goiânia que conta ainda com artistas como Humberto & Ronaldo e Israel Novaes. Mas a presença deles na empresa não se resume a isso. A dupla tem participação no agenciamento da carreira de alguns nomes do cast e em outras empresas do grupo. "Também somos sócios do Wendell (Nuxx) e Marquinhos (Araújo) na casa noturna Villa Mix de São Paulo", exemplifica Jorge! "





CAMINHÕES

# GAROTO PROPAGANDA

COM IMAGEM DE BOM MOÇO, REFORÇADA NAS EDIÇÕES DO *THE VOICE*, DANIEL CONQUISTA SEGMENTO DE SHOWS CORPORATIVOS E CRIA PORTAL VOLTADO PARA ESTE MERCADO

**D**esde o começo de sua carreira, Daniel soube lidar com a fama. A medida em que suas canções se tornavam hits nacionais, o cantor foi moldando sua imagem de galã e bom moço e hoje é um dos nomes mais citados no mercado publicitário. Além de realizar shows corporativos, o sertanejo destaca-se como garoto-propaganda e na área de licenciamento.

Sentindo a necessidade de abrir um canal direto com o segmento empresarial, o artista lançou um portal voltado diretamente para este público ([danielcorp.com.br](http://danielcorp.com.br)), que oferece informações necessárias para clientes referentes a shows diferenciados, uso de imagem, licenciamentos e patrocínios. “A ideia é expandir ainda mais minha marca para o mundo empresarial. Mas, claro, sem deixar de lado os shows em festas e feiras agropecuárias, aniversários de cidades e casas noturnas”, comenta.

De fato, Daniel pode ser considerado “queridinho” junto às agências de publicidade. Segundo pesquisas feitas pelo Instituto Ilumeo, o cantor recebeu 93% de menções positivas entre as grandes empresas com sede no Brasil (P&G, Toyota, Embratel, Banco do Brasil e Nivea, entre outras). E mais: o sertanejo ocupa o primeiro lugar no comparativo com outros 10 cantores populares com presença nacional. “Sempre procurei conduzir minha carreira com verdade, honestidade e humildade. E creio que algumas empresas buscam personalidades que tenham esse perfil a fim de dar maior credibilidade a seus produtos e serviços”, justifica o sertanejo. “Acredito que minha participação em novelas, filmes e, principalmente, no *The Voice Brasil* contribuíram para essa boa avaliação do meu nome junto a este mercado. O reality me expôs de uma forma que algumas pessoas não me conheciam e o retorno foi muito positivo em relação ao fomento da minha marca”, completa.

## ► ESTRATÉGIAS E PARCERIAS

Uma das parcerias mais duradouras do artista na área empresarial é com o Grupo Gazin. O cantor e a marca estão juntos há mais de cinco anos e a empresa já apostou muito na sua carreira. Entre outros, a Gazin patrocinou os folders que apresentavam o enredo e a trilha sonora do espetáculo itinerante que conta a vida do sertanejo, *Daniel 30 anos – o musical*, elaborado em 2013. E em 2015, Daniel lançou a música inédita e videoclipe de *Por toda minha vida*, como parte de uma campanha publicitária do dia das mães para a marca.

Mas mesmo tendo grande aceitação na área publicitária, Daniel é extremamente seletivo com as campanhas que aceita estrelar. “Precisamos acompanhar diariamente a aceitação da minha imagem para darmos informações fundamentadas para possíveis clientes e parceiros. Dessa forma, os contratantes podem analisar e avaliar se realmente sou importante para eles como endosso de sua marca”, afirma o artista. Outra grande preocupação do cantor é não abusar em termos de exposição de imagem em peças publicitárias. “Tomo cuidado especial para não cansar o telespectador”, explica. “Mas dentro do universo corporativo há muitas facetas para explorar. Parcerias envolvendo patrocínio para a realização de shows são um exemplo disso”, completa.

Daniel realiza aproximadamente 30 apresentações anuais para o mercado corporativo e, entre os principais contratantes, estão Vivo, Coca-Cola, Ford e Avon. Para abocanhar este mercado, ele faz adaptações em seu show – atualmente está em turnê com *Minha estrada* – de acordo com o interesse do contratante. “Dependendo da ocasião, posso realizar um acústico ou mexer no repertório. Tudo para deixar o clima bem intimista e próximo daquilo que o cliente deseja”, detalha Daniel. !

# ERICK E LEO

WWW.ERICKELEO.COM.BR



(11) 2478-2827 | 9-4100-6933  
contato@erickeleo.com.br | shows@erickeleo.com.br

# IRMÃOS CORAGEM

NOVO PROJETO DE **VICTOR & LEO** REGISTRA INFLUÊNCIAS DE MÚSICA POP E ROCK ALTERNATIVO E MOSTRA NOVA POSTURA DOS SERTANEJOS NO PALCO

**V**ictor & Leo inovam a cada novo trabalho, sempre surpreendendo de forma positiva a crítica especializada, os fãs e os contratantes. E o novo CD e DVD da dupla, *Irmãos*, lançado recentemente, não é diferente. Gravado no início deste ano, no estúdio Quanta (São Paulo), na presença de mil convidados, o projeto conta com canções inéditas arranjadas com pitadas de diferentes estilos. “Optamos por um local menor justamente para contrapor ao que foi visto nos outros três DVDs que lançamos no decorrer da carreira. Desta vez há cumplicidade maior

entre a dupla e o público”, analisa Victor. Mesmo cantando num pequeno espaço, a dupla esbanjou em tecnologia. Os grandes telões de led que serviram de cenário deram ao show uma cara futurista e causam ótima impressão no vídeo.

Os irmãos também capricharam na lista de convidados. O projeto conta com a participação especial de Henrique & Juliano, Wesley Safadão, banda Malta, Lucyana e Victor Freitas & Felipe. Mas sem dúvida, o ponto alto do projeto fica por conta da emocionante contribuição de Milionário & José Rico. Jun-

**A DUPLA E CAPA DO CD E DVD PROJETO TEM AR INTIMISTA E CONTA COM PARTICIPAÇÕES ESPECIAIS - ENTRE ELAS MILIONÁRIO & JOSÉ RICO E HENRIQUE & JULIANO**



FABIO NUNES

tamente com os veteranos, Victor & Leo cantaram a inédita *Estrada vermelha*. “Compus esta música há 20 anos e desde então ela foi escolhida várias vezes para integrar o repertório de nossos lançamentos. Mas sempre, na última hora, a canção acabava ficando de fora. Parece que o universo conspirou para que ela fosse registrada no momento certo, pela pessoa certa. E, claro, a faixa não poderia ter melhor destino do que a voz de Zé Rico. Me emociona saber que fomos a última dupla com quem ele dividiu o palco”, conta Victor.

Mais do que registrar emocionantes parcerias e encontros, o projeto *Irmãos* conseguiu retratar fielmente a grande modificação pela qual a dupla vem passando ao longo do tempo. Se no começo da carreira, Victor & Leo apresentavam arranjos bucólicos, letras rurais e um show tranquilo, hoje a história mudou de figura. As letras falam de amor, o show conta com superprodução, telões gigantes, e Leo se tornou uma espécie de frontman – enquanto Victor empunha seu violão no centro do palco, junto aos músicos de apoio.

Ao ser questionado sobre a transformação Leo, Victor explica que tudo aconteceu de forma natural. Segundo ele, o irmão passou a se envolver mais com as questões artísticas da dupla na produção de *Viva por mim*, em 2013, e foi nesse momento que as mudanças passaram a acontecer. “Antes, eu era responsável por todas as composições que gravávamos e pela produção dos shows. Assim que Leo começou a querer participar disso também, foi natural que a dupla mudasse de cara e ganhasse as influências dele. *Irmãos* é o trabalho que melhor capta essa nova essência”, analisa Victor. “Passei por transformações internas muito grandes e consegui vencer a barreira da timidez que eu sentia ao compor. Com isso, consegui trazer minha cara pra dupla e as músicas passaram a ter outra pegada. Hoje também participo da produção dos shows”, completa Leo.

Ao compor canções e arranjos, Leo agregou à sonoridade da dupla influências musicais de diversos gêneros, em especial o rock alternativo e a MPB. “Acho que tudo isso enriquece a discografia da dupla. E atrai um tipo de público que às vezes nem é tão fã do gênero rural”, comenta Leo. “Não classifico a dupla como sertaneja e ter um estilo definido não atrapalha a divulgação. A única coisa que realmente atrapalha é o preconceito. Tenho certeza que nunca tocaremos em uma rádio de música contemporânea, por exemplo, porque há a questão do rótulo de música sertaneja”, completa.

### ► PROJETOS PARALELOS

Há pelo menos dois anos é cogitado nas redes sociais que Victor lançará um livro com textos e poesias. A grande força que alimenta este fato é o Instagram do próprio cantor. Nele, Victor posta justamente textos, poesias e frases de efeito. “Também costumo publicar alguns pensamentos que não cabem nas letras que componho para a dupla”, explica o cantor.

Mas quando questionado se de fato irá lançar um livro, Victor responde: “Aprendi com minha carreira a dar ao povo o que ele pede. Nunca mencionei que iria lançar este livro, mas já que o público acreditou neste boato plantado por um veículo de imprensa, passei a pensar a respeito. Mas este projeto não é para agora”, esclarece Victor.



THIAGO MOURATO

### LUCYANA

CANTORA INTEGRA O CAST DO ESCRITÓRIO R. CHAVES, ABERTO POR LÉO PARA CUIDAR DA CARREIRA DE NOVOS TALENTOS

Leo, por sua vez, tem investido no lado empresarial. Recentemente criou o escritório R. Chaves e, juntamente com um sócio (que ele prefere manter no anonimato), cuida da carreira da cantora Lucyana e da dupla Victor Freitas & Felipe. “Foco apenas no gerenciamento artístico. Participo de gravações em estúdio e dou dicas em composições. Passei dias com os artistas dentro do estúdio até acharmos os timbres perfeitos. Estou produzindo o primeiro CD da Lucyana agora, mas estamos trabalhando juntos há quase dois anos”, detalha Leo. “O que pouca gente sabe é que Leo, por não saber tocar nenhum instrumento, dá seus pitacos musicais de uma forma bem peculiar. “Sempre componho com parceiros e, ao escrever a letra, vou dando ideia de arranjos fazendo sons de piano e violão com a boca”, diverte-se.

O fato do cantor ter fundado a R. Chaves fez com que muitos empresários artísticos, divulgadores e jornalistas trocassem especulações em grupos de Whatsapp. Entre elas, a saída de Victor & Leo do escritório Vida Boa Produções. “Continuamos no nosso escritório, assim como mantem-se sólida a parceria entre a dupla e o manager Alexandre Mello. A R. Chaves tem o intuito de descobrir novos talentos e nada tem a ver com minha carreira ao lado do Victor”, desmente Leo.!

# TROCA DE PASSES

**FABIO JR** LANÇA DISCO "JOVEM", COM PRODUÇÃO DE DUDU BORGES E SILVERA, E VOLTA A APOSTAR NO ROCK E NA SOUL MUSIC; ATRIZ CLEO PIRES PARTICIPA DO CD

**H**á quase uma década Fábio Jr. não lançava um disco de músicas inéditas. Nesse meio tempo, ele se dedicou a projetos ao vivo, resgate de velhos sucessos e a um álbum de versões sertanejas que, embora lançado no auge do estilo, não foi completamente assimilado por seus seguidores, mais identificados com sua faceta romântica. Em 2015, Fábio resolveu interromper esse ciclo com o lançamento de um novo projeto, que coloca fim a um hiato de oito anos.

Produzido por Dudu Borges e pelo cantor soul Silvera, o novo álbum traz um intérprete menos baladeiro e mais influenciado pelo rock e pela música negra norte americana, estilos que marcaram os primeiros discos de sua carreira. Os ecos de sertanejo que poderiam aparecer no CD por conta da participação de Dudu, surpreendentemente, quase não dão as caras. A exceção fica por conta da participação de Jorge & Mateus. "Estava despreocupado. Não queria repetir fórmulas. A ideia era deixar a fase baladeira um pouco de lado e partir para algo mais jovem. Tanto que o trabalho que me influenciou a buscar o Dudu foi o primeiro disco do Fiuk, que tem essas características. Já o Silvera surgiu para dar aquele suíngue", define Fábio.

Sobre as letras, Fábio Jr. parece estar mais conectado com a família, além de relatar experiências pessoais. O músico não esconde o poder inspirador do novo relacionamento para a criação das novas canções. "Voltei a compor com certa frequência em 2013. Passei por muitas situações na vida e também queria ter uma relação mais saudável com a família. Para isso, externei tudo isso em forma de composição", confessa. Entre os destaques do álbum estão o rock *Amém amor* e a balada *O que você quiser*, composta para a atual mulher, Maria Fernanda Pascucci.

Não à toa, o projeto tem a primeira participação de Cleo Pires como cantora, na faixa *Sempre que estamos juntos*. Antes, a filha já havia colaborado com o pai em poemas que ele lia durante a turnê do show *Íntimo*, entre 2013 e 2014. "Acho que no fundo a Cléo sempre quis cantar. Nem que fosse só uma experiência. E a voz dela é bonita. Foi uma parceria interessante", pontua ele, que teve a ideia de compor a faixa enquanto filmava com a filha sua participação na comédia *Qualquer gato vira lata 2*.

Feito durante quase dois anos, o disco é um trabalho incomum para um momento em que gravadoras operam com orçamentos enxutos e apostam em projetos com maior apelo popular e de rápida produção. "Gravei muitos discos de forma expressa na minha carreira. Chegava, colocava a voz e não tinha muito cuidado com os arranjos e timbres dos instrumentos. Até por isso deixei de registrar CDs nos últimos anos. Agora que tive novamente a vontade de gravar, não poderia deixar passar essa oportunidade de elaborar tudo de maneira artesanal, me envolvendo em todas áreas da produção", explica. !



**O CANTOR E, AO LADO, O PRODUTOR DUDU BORGES**  
"DESTA VEZ ME ENVOLVI EM TODAS ÁREAS E ESTIVE PRESENTE NA PRODUÇÃO DO INÍCIO AO FIM, ALGO QUE HÁ TEMPOS NÃO FAZIA"







# digitalMusic

## MAIOR AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL

ESPECIALIZADA EM ARTISTAS DO BRASIL



Jads & Jadson



THALES



FERNANDO ZOR  
CRIANÇA MUSICAL

BRUNO & MARRONE



NALDO BENNY

EDSON & HUDSON

Renito Di Paula



NETO LX

Jorge Ben Jor



Talis & Welinton

MAYCK & LYAN

Sofia Oliveira

Lu & Tchelo



RENNE FERNANDES

TUTA GUEDES

+ de 100 PROJETOS

O MELHOR LUGAR PARA SEU ARTISTA ESTAR  
**ANTES, DURANTE E DEPOIS** DO LANÇAMENTO DA SUA MÚSICA.

MARKETING & DISTRIBUIÇÃO DIGITAL | EDITORA | PUBLICIDADE ONLINE  
PRODUTORA DE CONTEÚDO & VÍDEO | E-COMMERCE



facebook.



YouTube



twitter

vivo



(11) 5093-7007

www.dmusic.com.br

dmusic@dmusic.com.br

/DigitalMusicOficial

/Digital\_Music

## Em GRANDE estilo

APÓS LONGA PAUSA, **KLB** VOLTA À ATIVA E COMEMORA IMPORTANTE MARCA NA CARREIRA COM CD E DVD REUNINDO GRANDES SUCESSOS E CANÇÕES INÉDITAS

O KLB está de volta aos palcos para comemorar 15 anos de trajetória. E parece que o trio ainda mantém a grande e atuante base de fãs de outras épocas. O novo projeto, o CD e DVD *Um novo tempo* (Radar Records), registrou grande procura na pré-venda realizada pela Saraiva.com e o novo single, *Não tem eu sem ter você*, alcançou 100 mil views em sua estreia no YouTube.

Quebrando um hiato de quase cinco anos, Kiko, Leandro e Bruno se reuniram no fim do ano passado para a concretização do projeto que comemora 15 anos de banda. “Acabamos nos envolvendo em projetos que não tinham a ver com a área musical. Mas de forma nenhuma deixamos de nos reunir em nosso estúdio para tocar e compor. Ainda continuamos afiados”, garante Leandro, cantor e guitarrista.

*Um novo tempo* reúne os grandes hits da banda – como *Tão linda e tão louca*, *Um anjo* e *Amor de verdade* –, executados ao vivo e com arranjos mais modernos. Mas o grande destaque do projeto são as cinco canções inéditas gravadas em estúdio: *Vão passando os minutos*, *Não tem eu sem ter você*, *Vai ser por nós dois*, *Um minuto pro meu fim* e *Um novo tempo*. “É primordial ao artista apresentar novas músicas para seus fãs. Mostra renovação, atividade e compromisso com o público”, explica Kiko.

Para alardear a “reunião” dos irmãos e divulgar o novo CD e DVD, o KLB apostou numa fórmula já usada no lançamento do trabalho passado, *3D* (2011). Recentemente a banda fez uma espécie de *avant première* em um cinema de São Paulo da rede Cinépolis e exibiu nas telonas, para 350 fãs, o show *Um novo*

*tempo na íntegra*. “É uma experiência muito louca. É como se eu estivesse assistindo ao meu próprio show da plateia. Nas salas de cinema os fãs cantam junto e agitam bastante”, brinca Kiko. Tal experiência deu tão certo que a direção da Cinépolis fez um convite para o trio visitar outras salas da rede pelo Brasil a fim de promover o produto e interagir com os fãs.

### > A TOQUE DE CAIXA

A ordem no KLB é ganhar terreno na divulgação digital promovendo tanto o projeto quanto a própria imagem da banda. Até pouco antes do lançamento de *Um novo tempo*, os irmãos não tinham fãpage oficial no Facebook. Os raros registros de áudio e vídeo que pipocavam na rede eram postados e administrados por fãs. Este “buraco” no marketing da banda aconteceu justamente por conta da pausa na carreira. “Firmamos parceria com a dMusic, que em poucos dias alavancou nossa página no Face, gerando por consequência um número absurdo de visualizações no clipe *Não tem eu sem ter você*. No dia em que o lançamos no YouTube, batemos 100 mil views”, comemora Leandro.

Kiko também ressalta a importância das redes sociais para a divulgação da agenda de shows. “Assim como no passado, queremos tocar nas principais festas populares e feiras agropecuárias”, afirma Kiko. Os shows do KLB serão parecidos com o visto no DVD. Segundo o empresário e pai do trio, Franco Scornavacca, toda a estrutura será levada para a estrada e a única modificação será no set list. “Eles enxugarão de 24 para 15 faixas para que o show feche em uma hora e meia”, finaliza. !



O TRIO E A CAPA DO DVD  
REGRAVAÇÕES DE SUCESSOS NO FORMATO AO VIVO  
E CINCO CANÇÕES INÉDITAS, GRAVADAS EM ESTÚDIO

# PAULA fernandes

com  
**Victor & Leo**

“DEPOIS”



ENCONTROS  
PELO CAMINHO

NAS LOJAS EM  
CD, DVD E CD DUPLO

VENDA EXCLUSIVA DE SHOWS

(31) 2512-9105 | (31) 9766-5405 | (11) 9-9178-6000 | (31) 9784-0304  
shows@jeitodemato.art.br | www.paulafernandes.com.br

# ALÉM DA SANFONA

**MICHEL TELÓ** MOSTRA QUE APRECIA DIVERSOS ESTILOS DE MÚSICA – INCLUINDO GOSPEL E POP INTERNACIONAL – E LISTA OS DISCOS QUE MAIS INFLUENCIARAM SUA CARREIRA

**M**ichel Teló vive um ótimo momento em sua carreira. No quadro *Bem sertanejo*, exibido em 2014 pelo *Fantástico* (Globo), o cantor se descobriu como apresentador e agora colhe os frutos desse sucesso. Espera o sinal verde da emissora carioca para produzir uma segunda temporada do quadro em que mostra a importância de artistas atuais e de outras épocas para a indústria do show business. E festeja o fato de ter sido escolhido para integrar o time de jurados do *The Voice Brasil*, que chega à sua terceira temporada ainda nesse ano. Com a troca de cadeiras já prevista, Michel entrou na vaga antes ocupada por Daniel. “Sou cantor e sempre este será meu foco. Mas admito que estou adorando essa experiência na TV”, explica o cantor.

Michel também festeja o fato de seu canal no YouTube ter atingido no final de abril a marca de 1 bilhão de views (por conta sobretudo do êxito mundial de *Ai se eu te pego*) e da boa performance do novo single *Coração cansou*.

Mesmo com tantos projetos e conquistas, engana-se quem pensa que Michel não terá tempo de lançar novo disco em 2015. De acordo com ele, o projeto está em andamento e será lançado no segundo semestre. “Estou preparando um álbum de inéditas, com composições minhas e de outros autores. Ainda está no começo, mas devo gravar vários gêneros”, adianta.

Apaixonado por música, ele conta que durante sua carreira foi influenciado por artistas e estilos musicais variados. E para que o público possa desvendá-los, Michel selecionou para esta seção de **SUCESSO!** os discos que marcaram sua trajetória.



### **Chrystian & Ralf - Prazer por prazer (1995)**

“Esse disco marcou muito minha adolescência e é um dos meus preferidos daquela época. Me lembro de ficar ouvindo no quarto, sozinho, curtindo cada faixa e cada acorde. E ele também é um marco na música sertaneja, porque depois de tanto tempo só na viola, a dupla veio com uma pegada pop, misturando ritmos”.

### **Chitãozinho e Xororó - Chitãozinho e Xororó (1995)**

“Esse álbum é mais um clássico do sertanejo lançado por essa dupla. Na infância, na minha casa, eu escutava muito Chitãozinho e Xororó e, por isso, fui muito influenciado por eles quando comecei a cantar – aliás, sempre tive essa conexão com artistas e discos de outras gerações. Desse álbum, minhas preferidas são *Só quem amou demais* e *Só mais uma vez*”.



DIVULGAÇÃO



**Grupo Tradição – Grupo Tradição Ao Vivo I (2001)**

“Acho que a gravação de um DVD é um dos momentos mais marcantes na vida de um músico. E o meu primeiro projeto ao vivo foi com o Tradição, lá em 2001. A gravação aconteceu em Campo Grande (MS) para milhares de pessoas. Na época aquilo me marcou muito como cantor. Foi uma apresentação incrível e inesquecível”.

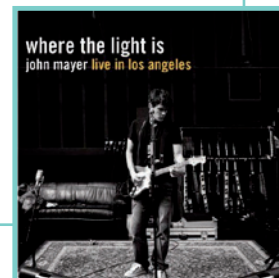
**Coldplay – Mylo Xyloto (2011)**

“Sempre que viajo eu escuto esse disco no meu iPod. Ele é muito bom para relaxar depois de um show cansativo ou para curtir um dia com os amigos e a família. Músicas como *Every teardrop is a waterfall* e *Paradise* são maravilhosas. Na verdade o conceito do álbum é o amor. É um dos melhores da discografia da banda – recebeu três indicações ao Grammy”.



**John Mayer – Where the light is: Live in Los Angeles (2008)**

“É outro que não sai do meu iPod. Escuto em casa, nas viagens, no carro. Relaxo e busco inspiração para algumas coisas que eu crio. Mais que isso: eu e minha mulher (a atriz Thaís Fersoza) gostamos de escutar essas músicas quando queremos fugir um pouquinho para namorar (risos)”.



**Almir Sater – Almir Sater Ao vivo (1992)**

“O Almir é um músico de primeira grandeza. No ano passado tive o prazer de cantar ao lado dele no *Bem sertanejo*. Foi um momento incrível! Esse disco vem me acompanhando desde a adolescência, por isso o considero um marco na minha carreira. É um clássico! Afinal, quem não se apaixonou por músicas como *O violeiro toca*, *Chalana* e *Tocando em frente?*”

**Thalles Roberto – Uma história escrita pelos dedos de Deus – Ao Vivo (2011)**

“É um dos discos mais tocantes do Thalles Roberto, que eu escuto sempre quando quero refletir e ficar em paz. Às vezes, quando estou em casa, coloco-o para tocar e penso em todas as coisas boas que já aconteceram comigo”.



**Grupo Tradição – Micareta sertaneja II (2008)**

“Esse disco foi muito marcante para mim e para a música sertaneja. Os arranjos mesclando sertanejo com axé funcionaram bastante. A presença forte da percussão, aliada ao som da sanfona, deu ao CD um ritmo contagiante. É lindo ver uma multidão cantando junto músicas como *Você não vale um real*, *Tô passando aí* e *Explodir*. Se você parar pra observar, verá que esse trabalho mostrou bem o meu lado sanfoneiro”.



**Leandro & Leonardo – Vol. 9 (1995)**

“Às vezes fica difícil falar sobre as minhas influências, principalmente porque eu escuto de tudo. Mas a música sertaneja marcou minha trajetória, assim como esse disco. Tem músicas lindas, como *Eu juro*, *Diz pra mim* e *Festa de rodeio*. Eu cresci ouvindo esses caras, e o Leonardo se tornou um grande amigo com o passar do tempo”.



**John Mayer – Try! Ao vivo (2005)**

“Dá para perceber que eu gosto muito do John Mayer, não é? E que também adoro álbuns ao vivo! Acho que isso acontece porque quando você está no palco, a energia é incrível e você sente o público pulsando. Este disco do John Mayer está entre os que mais influenciaram esta minha fase solo”.



# BOM COMEÇO

AMADURECIDO ARTISTICAMENTE, JOVEM **THIAGO MASTRA** PROMOVE CD AUTORAL, EM QUE MESCLA SERTANEJO A GÊNEROS COMO REGGAE E FORRÓ

Quem não conhece o cantor carioca Thiago Mastra, de apenas 18 anos (completará 19 dia 27 de agosto), pode até pensar que se trata de um novato na música. Mas a história não é bem assim. Apesar da pouca idade, ele já vivencia esse mundo há pelo menos uma década. Uma prova desse amadurecimento musical precoce pode ser conferida em seu novo álbum, *Nosso mundo*, que chegou recentemente ao mercado. Todas as 13 músicas do trabalho são autorais e mostram uma essência sertaneja, misturada a outros gêneros, como reggae, eletrônico, country americano, forró e pop.

Essa desenvoltura na hora de criar músicas vem de uma prática que começou quando Thiago tinha apenas nove anos de idade. “Minha primeira composição surgiu de um fato curioso. Eu estava vendo um programa de televisão com minha família, quando passou uma entrevista com uma criança que era compositora. Me identifiquei no mesmo momento. Por que não posso compor também? Peguei meu violão e comecei a escrever alguns versos e daí surgiu minha primeira criação”, relembra o cantor. Como podemos perceber, a veia musical surgiu naturalmente na vida de Thiago. Talvez por isso seja tão fácil para ele transportar situações do cotidiano para as canções. “Adoro sentir aflorar coisas que tenho dentro de mim – minhas percepções, minhas emoções – e transformar isso tudo em versos e acordes. E percebo que apesar da pouca idade há neste álbum um amadurecimento em minhas criações”, reflete.

Mesmo com a citada maturidade artística, é óbvio que a temática das canções de Thiago Mastra não poderia fugir muito do que um garoto de 18 anos vivencia. Por isso, suas letras variam entre clima de festa e romances juvenis. “Procurei passar a minha verdade, imprimir no trabalho minha identidade, minha forma de fazer arte. Por isso a escolha do título *Nosso mundo*. Retrata a forma como eu e minha banda levamos nosso estilo de som”, explica. O cantor escolheu a faixa *Como que eu posso* para apresentar o disco. Com letra romântica e pegada dançante, a música teve seu clipe – no qual ele também atua – lançado no início de março. O público tem gostado do que viu, garantindo ao vídeo o status de mais assistido do canal de Thiago no YouTube.

Ao contrário do que se ouve no disco, os shows de Thiago Mastra são repletos de sucessos de outros artistas. Em comum com o material de estúdio, as apresentações mostram um cantor que, mesmo adotando o sertanejo como gênero principal, não fecha as portas para outros sons. “Nos shows, canto músicas de artistas sertanejos como Gustavo Lima, Jorge & Mateus, Chitãozinho & Xororó e Henrique & Juliano, entre outros. Mas o repertório também conta com músicas de artistas de outros gêneros, como Ludmilla, Tuca Fernandes, Netinho, Guns N’ Roses etc. Procuro demonstrar e levar ao meu público a alegria com que vivo esses encontros”, afirma.

## > INOVAÇÃO CONSTANTE

Thiago garante que não ter medo de experimentar é o maior diferencial de sua música. “Procuro dar margem à criatividade, busco sempre coisas diferentes, misturas de ritmos, principalmente. Me encanta experimentar coisas novas no meu som, gosto de arriscar”. É claro que com esse pensamento, o cantor não se preocupa muito com rótulos. Segundo ele, sua obra faz parte de uma constante evolução da música sertaneja, que começou há muito tempo. “Música é arte, acredito que não há limite para isso. Desde muito tempo o sertanejo vem se aprimorando, se transformando – assim como outros ritmos. Um bom exemplo é Chitãozinho e Xororó com a música *Fio de cabelo*. Antes dela a guitarra não era um instrumento usual no sertanejo. Hoje é difícil imaginar uma gravação do gênero sem um guitarrista”, explica ele, mostrando conhecimento de causa. !

SHOWS DE THIAGO REÚNEM CANÇÕES PRÓPRIAS E VÁRIAS RELEITURAS, ATÉ PARA GUNS N’ ROSES



DIVULGAÇÃO

# GUIREBUSTINI

.COM

*GANHADOR DE 3 CATEGORIAS DO TROFÉU  
PROMESSAS, MAIOR PREMIAÇÃO DA MÚSICA  
GOSPEL DO BRASIL.*

*EMPLACOU 3 MÚSICAS ENTRE AS 17 MAIS  
TOCADAS DO ANO, SEGUNDO A CROWLEY.  
GANHANDO DESTAQUE NA REVISTA BILLBOARD.*



**RESERVE UMA DATA:**

11 2424 9825 / 11 9 8242 3992

11 7852 7725 / ID 30\*236664

CONTATO@GUIREBUSTINI.COM.BR

/GUIREBUSTINI



# MÚSICA DE BOTEÇO

COM PREVISÃO DE FAZER 180 SHOWS EM 2015, DUPLA **CARREIRO & CAPATAZ** FIRMA-SE NO MERCADO E, ALÉM DE PROMOVER O CD *AINDA MAIS BRUTOS*, FINALIZA PROJETO ANIMADO, "PARA SE OUVIR TOMANDO CACHAÇA"

**D**iz o ditado que não se deve mexer em time que está ganhando. Mas no segundo semestre do ano passado, Léo dos Reis, da Léo Produções, viu-se obrigado a promover uma importante mudança na dupla João Carreiro & Capataz, que há anos ele empresaria.

O primeira voz João Carreiro deixou a dupla por motivos particulares e o manager teve que providenciar um substituto para juntar-se a Capataz. Com seu feeling apurado e um pouco de sorte, logo apresentou ao mercado o novo artista, o jovem Gustavo de Sá, de 18 anos, batizado de Carreiro. Gustavo, que iniciava na profissão como cantor solo, tem experiência de palco, é ótimo violeiro e sua voz assemelha-se à do ex-primeira voz.

No final do ano passado, Carreiro & Capataz lançaram o CD *Ainda mais brutos*, com produção de Neto Nery e reunindo 14 faixas. A aceitação do projeto junto ao público e radialistas vem sendo muito boa. "Joguei limpo com fãs e contratantes em relação ao destino da dupla e isso ajudou bastante. Mesmo com a

troca de integrante, mantivemos os nossos shows sem desmarcar nenhuma data", explica o empresário.

A transparência nos negócios, aliada ao talento vocal de Carreiro, fez com que o número de shows da dupla aumentasse consideravelmente. Em 2015, a média mensal subiu para 15 apresentações, o que projeta 180 shows até dezembro – percentual 30% acima do registrado no ano passado. Entre os principais eventos, o manager ressalta a volta dos artistas para a Festa do Peão de Barretos. O primeiro show da dupla com a nova formação foi realizado em 2014, no palco Festeja do evento, marcando a concretização da nova fase de Carreiro & Capataz e selando o vínculo de fidelidade entre os fãs e a dupla. Neste ano, o mesmo palco receberá novamente o duo, em apresentação marcada para o dia 21 de agosto.

Mas os sertanejos não se apresentam somente em grandes festas. Carreiro & Capataz marcam presença também em espaços menores, como baladas sertanejas, que funcionam nas



← **CARREIRO (À ESQUERDA), COM CAPATAZ**  
JOVEM DE 18 ANOS TEM EXPERIÊNCIA DE PALCO, VOZ GRAVE E É ÓTIMO VIOLEIRO



### CARREIRO & CAPATAZ NO PALCO

FLEXIBILIDADE DA DUPLA PARA NEGOCIAR COM ESPAÇOS MENORES RESULTOU NO AUMENTO NO NÚMERO DE SHOWS

principais capitais do Brasil. Para se destacar neste circuito, Léo dos Reis adotou a prática do cachê negociável. Segundo ele, o valor é combinado de acordo com o perfil da casa. “O importante é tanto a gente quanto o contratante nos sentirmos confortáveis na negociação. A parceria deve ser boa para os dois lados”, detalha o empresário.

A ideia de adequar o cachê ao perfil de cada espaço visa manter a dupla em atividade em meio à crise que assola o mercado. Segundo o manager, muitas prefeituras deixaram de fazer seus tradicionais eventos de aniversário por corte de verbas – o que teoricamente atrapalharia a carreira da dupla. “Percebi que investir no circuito de pequenas casas noturnas se tornou um negócio bem lucrativo em meio aos problemas econômicos que afetam nosso país”, comemora Léo.

### > DANÇANTE E ARROJADO

Enquanto o manager cuida da agenda de shows, Carreiro & Capataz ficam responsáveis por criar. A meta da dupla agora é apostar em músicas inéditas, animadas. Lançado recentemente, o single dançante *Recém abandonado* dá o tom do que está por vir. A dupla está finalizando um novo álbum para ser trabalhado em paralelo ao atual. “O repertório será todo de canções alegres, próprias para se ouvir tomando cachaça no boteco”, define Léo.

No projeto, a dupla deixa de lado as modas de viola e composições sérias e se dedica às influências de gêneros como guarânia, xote, arrasta-pé e batidão, que pontuam a tradicional “música de boteco”. Conta com 12 canções e será lançado de forma promocional (distribuído em shows e eventos), além do formato digital. “Por se tratar de um projeto pessoal e promocional da dupla, não fechamos distribuição física com nenhuma empresa”, complementa o manager.

Mas mesmo não estando em uma grande gravadora, o sucesso do projeto será bem vindo. As músicas que mais se destacarem junto ao público e radialistas entrarão no DVD que a dupla gravará até o final do ano. “O repertório será pautado em cima de canções inéditas e nas músicas que fizeram mais sucesso no decorrer do ano – tanto as do CD *Ainda mais brutos* quanto as do projeto paralelo”, finaliza. !

# ENVIE O DISCO DE SEU ARTISTA PARA TODAS AS RÁDIOS DO BRASIL ATRAVÉS DE NOSSAS PUBLICAÇÕES!



## TOCSUCESSO!

Rapidez - Eficácia - Baixo Custo - Segurança

(11) 3889-3300 | 2165-5155

(21) 2495-9815 | 2495-9823



# A VOZ DO ROCK

DESTAQUE DOS PROGRAMAS *ÍDOLOS* E *THE VOICE BRASIL*, **KIM LÍRIO** SE JUNTA À SUA BANDA SANTA HELLENA PARA LANÇAR O PRIMEIRO EP DA CARREIRA

**H**á pelo menos 15 anos as emissoras de TV brasileiras exploram bem os vários formatos de realities e atrações musicais de competição surgidos em outros países. Entre os sucessos desse segmento estão o *Ídolos* – produzido inicialmente pelo SBT, que migrou para a Record em 2008 –, o *The Voice Brasil*, atração da Globo que terá sua quarta temporada nesse semestre, e o *Superstars*, concurso de bandas que está na segunda edição, também na principal emissora do país.

O cantor e compositor Kim Lírio pode dizer que os dois primeiros programas foram fundamentais em sua carreira. Em 2012, então com 21 anos, ele se classificou para aquela que seria a última temporada do *Ídolos*. Apesar de ter chamado atenção de muita gente, ele não chegou à final, ficando com a quinta colocação. Passaram-se dois anos até que Kim Lírio pudesse mostrar seu valor. Em 2014, o gaúcho chegou à final do *The Voice Brasil*, o que aumentou ainda mais seu fã-club. “É incrível o poder da Globo. Em pouco tempo vi e ouvi pessoas de todas as partes do Brasil falando de mim, do meu trabalho”, comemora.

Menos de seis meses após a final do programa, Kim Lírio lança agora seu EP de estreia e logo por uma grande major, a Universal Music. No trabalho, ele é acompanhado pela Santa Hellena, banda que formou justamente no período entre o *Ídolos* e o *The Voice Brasil*. Daí o nome Kim Lírio & Banda Santa Hellena estampado na capa do projeto. Além de colocar o EP no mercado, a Universal também gerencia a carreira de Kim, através da subsidiária GTS (Global Talent Service). Comandada por Sérgio Peixoto, a empresa também fez o mesmo tipo de parceria com Sam Alves, vencedor da segunda temporada do *The Voice*.

Todas as quatro músicas do EP são autorais. Aliás, viver ou presenciar os fatos apresentados em suas canções é algo primordial na carreira de Kim Lírio. “Não vejo porque não ser assim. Você tem que expor o que sente na música – as aflições, as coisas pelas quais passou, situações que te incomodam”. E foi justamente um fato marcante em sua vida (o término de um relacionamento) que gerou a faixa *Viver por viver*, escolhida como primeiro single. Kim aposta na capacidade que a música tem de pegar o ouvinte logo na primeira audição. “Difícilmente ela passa batida pelas pessoas. É o tipo de música que a galera escuta e já sai cantando por aí”, explica o cantor.

O som de Kim é inspirado no rock radiofônico de bandas estrangeiras como Aerosmith, Goo Goo Dolls e Nickleback e nacionais como Capital Inicial. Todas essas bandas tiveram canções interpretadas por Kim durante sua passagem pelo *The Voice* e algumas delas ainda seguem no repertório de suas apresentações. “Tocamos cerca de 18 músicas no show. Dessas, 12 são autorais e as outras são covers, como *À sua maneira* (Capital), *Iris* (Goo Goo Dolls) e *Jardim de cores* (LS Jack). Apesar de não se importar com o fato de, mesmo sendo compositor, ter surgido para o Brasil cantando hits de outros artistas, Kim revela que sua intenção

ARTISTA ESTÁ SENDO LANÇADO PELA UNIVERSAL (CAPA DO EP ABAIXO) E TEM A CARREIRA GERENCIADA PELA GTS



DIVULGAÇÃO



sempre foi apresentar material próprio. “Lutei até o fim para cantar uma música autoral no *The Voice*. Penso que se é para cair do cavalo, que seja do meu cavalo”, desabafa.

## > **FALTA UNIÃO**

Numa época em que o rock está cada vez mais escasso nas listas das rádios, lançar um trabalho no gênero representa um desafio ainda maior a um artista que busca entrar no mainstream. Para Kim, falta mais disposição dos artistas e empresários do meio para fortalecer a cena. “Vamos pegar o exemplo do sertanejo e do funk. Essa galera é muito unida, você sempre vê um participando do DVD e do show do outro. O rock chegou em um momento crucial em que ninguém mais se ajuda. Fica aquela picuinha de um querer ser melhor que o outro”, avalia o cantor. Segundo Kim, também faltam no país mais festivais que abram espaço aos artistas do pop rock. **!**



---

**CONTATO PARA SHOWS:**  
TEL: (11) 2537.4210

---

**JÁ NAS LOJAS**

DISPONÍVEL NAS PRINCIPAIS  
PLATAFORMAS DIGITAIS



# O PONTEIRO TÁ SUBINDO

CELEBRANDO 35 ANOS DE FUNDAÇÃO, **CAMISA DE VÊNUS** SE REÚNE APÓS QUASE DUAS DÉCADAS E LEVA SEUS GRANDES CLÁSSICOS A ESPAÇOS DE NORTE A SUL

Comemorando 35 anos de banda, o Camisa de Vênus se reuniu novamente para cair na estrada. O pontapé inicial da turnê aconteceu em maio no Circo Voador (Rio de Janeiro) e, desde então, Marcelo Nova e companhia estão rodando o Brasil para tocar os grandes clássicos da carreira. Apesar de alguns shows ocasionais terem sido registrados após o término da banda (em 1987), a reunião do Camisa de Vênus é emblemática. Além de estar completando três décadas e meia de carreira, esta é a primeira vez em 28 anos que o grupo sai em uma turnê nacional. Nos últimos meses, já tocou em cidades como Salvador, Recife, Porto Alegre, Belo Horizonte e São Paulo e nos próximos pretende manter-se na estrada fazendo entre dois e três shows por semana. "É muito bom estar em contato com o público. Nossas canções ainda estão aprisionadas no imaginário e no coração de novos e velhos fãs", explica Marcelo Nova.

O "mentor" da reunião foi o atual manager da banda, Junior Valadão, da Agência Produtora. O gatilho da concretização foi puxado em uma ligação informal entre o empresário e Marcelo Nova. "Somos amigos de longa data e no final do ano passado Junior me procurou. Entre um papo e outro, citou que o Camisa iria completar 35 anos. Eu estava concentrado na minha carreira solo, nem me lembrava desta importante marca. Mas ele conseguiu colocar a ficha na minha cabeça", recorda. "Assim que Marcelo deu o OK, a Agência passou a seguir um roteiro de ações para recolocar a banda no mercado", complementa o manager. Como sua empresa é também responsável pela carreira de outros nomes do rock nacional – casos de Ira!, RPM e Ultraje a Rigor –, Junior conseguiu agendar com facilidade os primeiros shows do Camisa. "O pontapé inicial aconteceu no Circo Voador (9 de maio) e foi fantástico. Na plateia, novos e velhos fãs se misturavam a artistas de outras bandas que foram até lá só para ver o Camisa tocar", orgulha-se Junior.

Mas como não poderia deixar de ser, toda grande e importante banda de rock tem seus "causos" obscuros. E com o Camisa de Vênus não poderia ser diferente. Além de Marcelo Nova, o baixista Robério Santana foi o único integrante da formação original que topou cair na estrada nessa tour comemorativa. Os guitarristas fundadores Karl Franz Hummel e Gustavo Mullen não falam com Marcelo Nova desde que o vocalista e dono da marca Camisa de Vênus entrou com uma ação judicial os proibindo de usar o nome da banda. Segundo consta, Karl e Gustavo, juntamente com outros mú-

DIVULGAÇÃO



MARCELO NOVA, ROBÉRIO SANTANA  
(E NOVOS INTEGRANTES) ANIMAM  
VELHOS E NOVOS FÃS AO SOM DE SIMCA  
CHAMBORD, HOJE, EU NÃO MATEI  
JOANA D'ARC E DEUS ME DÊ GRANA



### JUNIOR VALADÃO

IDEIA DE REUNIR A BANDA PARA A TOUR DE 35 ANOS FOI DO MANAGER, QUE TAMBÉM REUNIU O IRA! NO ANO PASSADO

sicos, estariam se apresentando há seis anos como "a nova formação do Camisa de Vênus". "Mesmo acontecendo esta briga, o verdadeiro Camisa de Vênus está de volta, lotando arenas e teatros em todo o Brasil. Esta questão não atrapalhou a divulgação da banda e, a meu ver, é um fato relativamente normal. Aconteceu com o Ira! e com outras grandes bandas de rock que decidiram reciclar-se" opina o manager.

#### ► ANTIGOS SUCESSOS

Além dos dois integrantes originais, o Camisa de Vênus segue também com Drake Nova, filho de Marcelo, além de outros mú-

sicos que também tocam na banda solo do cantor. E toda esta segurança de estar em família e entre velhos amigos foi importante para Marcelo Nova, que precisou reaprender as antigas canções da banda. Quanto ao fato de seu filho integrar o Camisa, Marcelo justifica: "Não é nepotismo, não. O moleque é bom na guitarra. Se não tocasse bem, não estaria na banda".

Apesar de contar com todo aparato gerencial da Agência Produtora, os planos do Camisa de Vênus por enquanto resumem-se ao cumprimento da recheada agenda de shows. E Marcelo não faz muita questão de pensar em novos CDs ou DVDs com sua banda. "Bicho, eu quero somente fazer shows, me divertir e levar o nome do Camisa de Vênus com respeito para os novos e velhos fãs. Nunca fui muito de traçar planos e metas porque pode me dar um problema de saúde e eu morrer agora, por exemplo. Então, vamos com calma", brinca ele.

O show do Camisa de Vênus tem quase duas horas de duração e nada mais é do que uma grande festa de rock and roll, em que a banda toca os grandes clássicos da carreira. *Simca Chambord*, *Hoje, Eu não matei Joana D'Arc*, *Deus me dê grana*, *Silvia*, *Só o fim* e *Bete morreu* são só alguns dos hits que os roqueiros colocaram no set-list da tour.

Ao ser questionado a respeito do segredo da remanescência das letras, Marcelo culpa a profundidade dos versos. "Sempre escrevemos coisas que marcam a vida das pessoas. Nossas músicas, se cantadas hoje, se encaixam perfeitamente no cotidiano da galera que frequenta nossas apresentações, que tem entre 16 e 60 anos. Não somos igual novela da Globo que faz sucesso e some rapidinho", diz o cantor. !

## VOCÊ ESTÁ PRONTO PARA O FUTURO? COM QUEM VOCÊ QUER TRABALHAR NOS PRÓXIMOS ANOS?

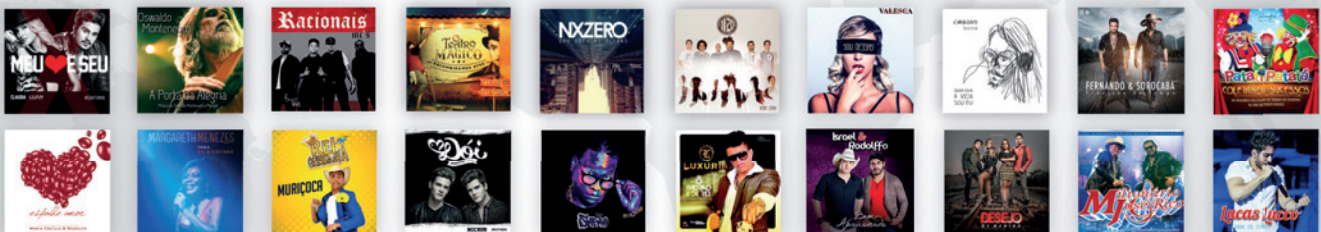


### FAÇA PARTE DA MAIS INOVADORA EMPRESA DE MÚSICA DA AMÉRICA LATINA

E TENHA UMA EQUIPE DE MARKETING PARA DESTAQUES À SUA DISPOSIÇÃO IMEDIATA SEM CUSTOS ADICIONAIS

iTunes
 Google play
 Spotify
 DEEZER
 rdio
 + 50 PLATAFORMAS

CONHEÇA ALGUNS DOS NOSSOS ÁLBUNS E ARTISTAS



Maior Agregadora da América Latina
 + de 23 mil artistas
 + de 300 gravadoras
 Parceira Preferencial do iTunes



onerpm.com

/ONErpmTV

/onerpm

SP + 55 11 4112-4313  
RJ + 55 21 2285-6318

# ELE ESTÁ DE VOLTA

APÓS CINCO ANOS LONGE DOS PALCOS, **FELIPE DYLON** SURGE COMO ARTISTA EXCLUSIVO DA MUSIC BUZZ, PREPARA CANÇÕES INÉDITAS E PLANEJA TURNÊ

**F**elipe Dylan está há algum tempo distante da programação das rádios, mas nem por isso deixou de apostar em sua carreira artística. Investindo em aulas de canto e guitarra, o jovem se reciclou artisticamente e em 2015 pretende alcançar novamente o topo das paradas. Seu novo escritório artístico, Music Buzz, garante que não medirá esforços para ajudá-lo nessa empreitada.

Felipe já foi um dos artistas mais badalados do Brasil. Seus hits *Musa do verão* e *Deixa disso* foram tocados à exaustão nas rádios em meados dos anos 2000. O sucesso o levou a flertar com a televisão, onde comandou programas (MTV) e fez participações em seriados (Globo). E foi apostando em todo esse sucesso que os diretores da Music Buzz se aproximaram do cantor com um projeto de resgate de sua carreira. Segundo o sócio da empresa Marcelo Reis, a ideia inicial é colocar Felipe novamente entre os mais tocados do eixo Rio-São Paulo. “Para isso, estamos divulgando sua imagem nas redes sociais. Em paralelo, Felipe está trabalhando em canções inéditas”, detalha o empresário.

Marcelo Reis ressalta que o cantor ainda conta com um poder midiático muito grande. Mesmo longe dos palcos, os passos do artista sempre se tornam notícia em portais de entretenimento. “Semanalmente Felipe é seguido por paparazzis ou repórteres de programas de TV quando está na academia, no estúdio, na praia ou restaurantes. A Music Buzz tem um compromisso de canalizar para as novas músicas do cantor toda essa curiosidade criada acerca de sua vida”, analisa Marcelo.

Além das redes sociais, a empresa vem divulgando o artista em programas de TV. “Felipe faz a linha ‘gente boa’, é low profile. Todo mundo simpatiza com ele. Até hoje ele é muito querido por apresentadores e diretores de grandes programas”, comenta o manager.

A segunda fase do projeto da Music Buzz diz respeito ao lançamento da turnê chamada *Ano novo lunar*. “Já tenho apresentações marcadas em São Paulo e Rio de Janeiro, mas a ideia é ampliar o leque para outras capitais”, avisa Dylan. A turnê começará no segundo semestre. Além de músicas inéditas e grandes sucessos de carreira, no show o artista também fará releituras de hits do rock nacional – de nomes como Lulu Santos e Capital Inicial.

## › MANTENDO O ESTILO

Felipe Dylan realmente acredita no estilo que o consagrou no passado. Suas canções inéditas seguem a mesma linha pop rock romântico de *Musa do verão* e *Deixa disso*. As faixas inéditas *Amanhecer* e *Só uma canção* já podem ser conferidas no site oficial do artista. “Também refiz os arranjos de *Corpo nu*, que gravei há quatro anos, deixando a música com uma cara totalmente moderna”, completa.

Por enquanto, Dylan divulgará suas canções somente em for-

mato virtual, embora não descarte a ideia de incluí-las num futuro CD. “Apresentarei as três faixas citadas e, se os fãs gostarem, partiremos para a finalização de um projeto físico”, detalha o cantor. “Faço música para garotas que valorizam o amor, por isso acredito que, além de cativar meus fãs antigos, conseguirei conquistar o público mais jovem”, comenta Dylan.

O cantor ressalta ainda sua maturidade musical. Durante o período em que ficou afastado dos palcos, ele aproveitou para se dedicar ao violão e à guitarra. As aulas particulares quase que diárias refletem diretamente na criação de arranjos bem elaborados. “Suas músicas tem bastante influência de Maroon 5 e Foster The People. Sua voz está mais grave e as músicas que já fizeram sucesso vêm com outros arranjos”, finaliza o manager. !

ESTILO “GENTE BOA”  
E SONORIDADES  
MODERNAS DEVEM  
FACILITAR VOLTA DE  
FELIPE DYLON  
AO MERCADO

DIVULGAÇÃO





# Maycon & Vinicius

Lançamento Nacional

29/08 - Sábado

Barretos 2015

Duas da manhã  
tour



mayconevinicius

[www.MAYCONeVINICIUS.com.br](http://www.MAYCONeVINICIUS.com.br)

# REGGAE DO BRASIL

COM SOM MARCADO CADA VEZ MAIS POR INFLUÊNCIAS DA MÚSICA BRASILEIRA, **ONZE:20** ENSAIA O INÍCIO DE UMA PROMISSORA CARREIRA INTERNACIONAL

**R**oots, rock, reggae. É com essa vibe regueira e ao mesmo tempo roqueira que a banda mineira Onze:20 segue uma bem sucedida trajetória em solo nacional – e, agora, internacional. Em junho, lançou na Argentina seu primeiro EP em espanhol. O repertório é composto por quatro faixas, com destaque para *Sin miedo de amar*, versão do hit *Sem medo de amar*, que aparece no último álbum de estúdio da banda, *Vida loka* (2014). A música também foi lançada como single em serviços de streaming como Spotify e Deezer. “Aceitamos o convite de gravar noutro idioma porque queremos levar nosso som cada vez mais longe”, comemora o vocalista Vitin, que revela ter fãs em várias partes do globo, como na própria Argentina, Chile, Portugal e Japão. No caso do país asiático, a banda estreitou a relação após mini-turnê realizada em setembro do ano passado. “Fomos muito bem recebidos e fizemos shows em Gunma e Hamamatsu, que ficarão guardados na nossa memória. É sensacional ver nossa música chegar ao outro lado do mundo. Também foi uma ótima oportunidade para conhecer a cultura oriental”.

Essa incursão internacional chega justo no momento em que o Onze:20 incorpora mais brasilidade ao seu som. O álbum *Vida loka* escancara isso em faixas como *Mau olhado* e *No pagode*, que trazem levadas de samba, música de capoeira e baião misturadas ao reggae e rock de sempre. “Com o lançamento do disco *A nossa barraca* (2012), passamos a viajar pelo país. Isso reavivou em nós um lance de brasilidade, que acabamos colocando no *Vida loka*”, diz Vitin. A música que dá nome ao trabalho também traz essa pegada brasileira. Sua letra transmite uma mensagem de fé na melhora da qualidade de vida das classes menos abastadas.

O que começou com *Vida loka* ficará ainda mais forte no pró-

ximo trabalho dos mineiros. “Estamos preparando um EP com seis músicas inéditas. Deve sair em agosto, com um som bem brasileiro, roqueiro e namorador”, adianta Vitin. Ao usar a expressão “namorador”, o vocalista indica que a veia romântica, presente nos maiores sucessos do Onze:20, será reforçada no disco. “Zoar é fácil, difícil é lembrar que o amor existe. Claro que há pessoas que compõem muito bem nas duas frentes, mas a gente se dá melhor contando histórias que se encaixam no dia a dia das pessoas”, afirma. Uma prova disso está no canal que a banda mantém no YouTube. Dos cerca de 100 milhões de visualizações que eles já atingiram, mais de 65 milhões estão concentrados nos cinco principais vídeos, todos românticos: *Pra você, Não vai voltar, Meu lugar, Deixo você ir* e *Não devo nada*.

## ► SUCESSO EM VÍDEO

Os números demonstram a força do Onze:20 no YouTube. Mais do que refletir o sucesso dos mineiros, a plataforma foi uma das responsáveis pela popularização do som que eles fazem. “Mesmo antes de entrar no rádio, já tínhamos uma proximidade bem legal com o pessoal na internet. Isso porque pegamos uma época de efervescência, quando as pessoas começaram a assistir cada vez mais vídeos e a consumir música de forma digital. Foi através desse público que nosso som se espalhou”.

De qualquer forma, Vitin ressalta que o rádio também teve papel fundamental na carreira da banda. “Quando entramos na programação das FMs, naturalmente passamos a abranger um público bem maior, mais diversificado e de todas as regiões do país”, explica. Os números comprovam isso, bastando analisar as listas das mais tocadas, principalmente do sul e sudeste.!

EM ÓTIMO MOMENTO, BANDA TEM CERCA DE 100 MILHÕES DE VIEWS EM SEU CANAL DO YOUTUBE E O NOVO SINGLE, *SEM MEDO DE AMAR*, É DESTAQUE EM VÁRIAS REGIÕES

Depois do Sucesso nas rádios com a música: "Saudade diz pra Ela"

manuicapelo.com



 **OUÇA AGORA:**  
[SOUNDCLOUD.COM/OFICIALPAULINHOREIS](https://soundcloud.com/oficialpaulinhoreis)

Também disponível:



O cantor Paulinho Reis lança sua nova música:

# “Um dia de Princesa”



  
**Paulinho Reis**

Em breve lançamento  
de seu DVD ao vivo  
pela gravadora:



Contato para Shows:  
(35) 3335-3112  
[www.paulinhoreis.com.br](http://www.paulinhoreis.com.br)



Adicione-me nas Redes Sociais:      
[www.adicione.me/paulinhoreis](http://www.adicione.me/paulinhoreis)



# Jovens ANTENADOS

EX-ASTROS TEEN, **PEDRO DASH** E **DIEGO SILVEIRA** HOJE COMANDAM PRODUTORA DE FUNK, ONDE REALIZAM TRABALHOS PARA GUIMÊ, NALDO, PROJOTA E OUTROS

**C**riada em 2012 pelos integrantes da banda Cine, Pedro Dash e Diego “DH” Silveira, a Head Media é o tipo de empresa que cresceu graças ao olhar atento dos jovens. A produtora fez seu nome no mercado apostando em produções de funk e hoje é procurada por importantes nomes do gênero como MC Guimê, Projota e Naldo. “Um amigo nosso foi trabalhar na Maximo Produtora e fez a ponte para começarmos a gravar alguns artistas de lá. Desde então, a procura por nossos serviços só tem aumentado”, explica Dash. “Hoje, o mercado de funk é muito rico e promissor”, completa.

Mas como o segredo do sucesso é não se acomodar mesmo quando a maré está boa, Dash e DH alçaram a Head Media a outro patamar. Além de produtora, a empresa passou a cuidar da identidade visual dos artistas e a produzir clipes. “Em agosto, daremos os próximos passos rumo à conquista do mundo”, diverte-se Dash. O produtor refere-se à nova parceria que está firmando com o videomaker Rafael Kent: juntos eles montarão um selo para gerenciar a carreira de novos talentos. Conheça um pouco mais do business e dos trabalhos realizados pela produtora na entrevista a seguir, feita com Pedro Dash.

## » SUCESSO! - Qual o papel da Head Media hoje no mercado?

**Pedro Dash** – Depois de muitos anos, finalmente conseguimos agregar todos os serviços possíveis sob um mesmo guarda-chuva. Além de produzir discos e canções, oferecemos ao artista a produção de fotos, clipes, webséries, identidade visual e social media.

## » Vocês trabalham de acordo com a demanda de cada artista ou oferecem sempre o pacote completo?

*O trabalho é sob demanda. Há casos de cantores que nos procuram querendo orientação e apoio em todas as áreas. Mas também trabalhamos muito com nomes consolidados no mercado que, claro, já tem gravadora, diretor artístico e todo um case de sucesso – então, nesses casos, atuamos como compositores, arranjadores ou produtores (às vezes apenas de algumas faixas).*

## » Que artistas famosos já apostaram na produção e direção musical da Head Media?

*O mais emblemático deles é o MC Guimê. Ele revelou que fomos a primeira produtora que acreditou no seu trabalho e o incentivou a incluir outros elementos em sua música. Somos bem amigos e logo que o conheci, percebi que ele tinha um ótimo potencial. Apesar de continuar a ser respeitado nas ruas, Guimê conseguiu atingir também o mundo pop com a música País do futebol, que teve a participação do Emicida e leva a assinatura da Head Media.*

## » Vocês são especializados apenas em funk?

*A ideia da produtora nunca foi fazer funk. Até 2012 tanto eu quanto o DH nunca tínhamos trabalhado com o gênero. Mas na época descobri que a Maximo Produtora estava procurando profissionais para gravar com seus artistas, então me candidatei. Passei um dia inteiro tentando entender os loops e beatbox do estilo e mandei algumas bases para o pessoal da empresa. Eles curtiram os trabalhos, mas preferiram não firmar uma parceria de imediato. Nesse meio tempo, os artistas da Maximo adoraram os nossos beats e passaram a nos procurar. Foi então que surgiu a parceria informal entre Maximo e Head Media. A primeira música de funk que fizemos foi Plim plim, do MC Danado. Daí passamos a trabalhar com outros nomes do*



**DIEGO SILVEIRA E PEDRO DASH, DA HEAD MEDIA**  
ALÉM DE PRODUZIR E ARRANJAR, EMPRESA  
PRETENDE LANÇAR NOVOS TALENTOS, CUIDANDO  
DO MANAGEMENT E VENDA DE SHOWS



DNULGAÇÃO

escritório, como MC Rodolfinho, MC Lon e, mais recentemente, MC Taz, Pikeno & Menor e MC Dedê. Hoje, além da Maximo, trabalhamos em parceria com outras três produtoras.

» Além de Guimê, quem são os outros artistas importantes com os quais a Head Media já trabalhou?

São vários. Recentemente, produzimos três faixas do próximo disco do Naldo, que sairá em julho. Juntamente com o produtor Marcelinho Ferraz (LCM Studios) fizemos o CD do Projota, Foco, força, fé. Deste CD, também assino a letra da faixa de trabalho O homem que não tinha nada e Elas gostam assim, juntamente com o próprio artista e Danilo Valbusa. Ainda falando de Projota, o instrumental da faixa Cobertor, hit do artista em parceria com Anitta,

foi feita na Head Media. Atualmente estamos produzindo o primeiro CD do Guimê e recentemente finalizamos a faixa Solta na noite, parceria entre Sorriso Maroto e Pollo.

» Fora o trabalho de produção, vocês pretendem lançar novos artistas no mercado?

Sim. Para trabalhar este lado, fechamos parceria com o videomaker Rafael Kent, da Okent Films. No segundo semestre, estaremos com o nosso selo e, além de produzir, cuidar da gravação de vídeos, da identidade visual e redes sociais dos artistas, também assumiremos o gerenciamento artístico e agenda de shows. Por enquanto, estamos apostando em uma nova cantora de black music chamada Leona. Há também a Milkee, cantora nacional que será trabalhada apenas nos Estados Unidos com a ajuda de parceiros que moram lá.

» Vocês também têm editora própria? Há a necessidade de toda produtora ter uma editora?

Se você já está fazendo toda a direção musical do projeto, não tem porque não cuidar da edição. Não é necessário, mas é legal ter a própria editora tanto pelo retorno financeiro quanto pelo controle sobre as obras. A edição come um quarto da arrecadação do bruto da música.

» Você ainda acredita no CD como mídia?

Sim e não. O fã ainda compra o produto, por causa do encarte, daquela coisa física em mãos, de acompanhar as letras. Várias bandas vendem muito mais CDs em shows do que em lojas, por exemplo. Mas acho que logo mais vai surgir um substituto melhor pra essa mídia, que una a facilidade da música digital com o lance do gift. !

# 16ª ENTREGA ANUAL LATIN GRAMMY



será transmitida ao vivo pela Univision  
diretamente do  
MGM Grand Garden Arena, em Las Vegas  
quinta-feira, 19 de novembro

Latin GRAMMY and the gramophone logo are registered trademarks of The Recording Academy and are under license.

# ÍDOLOS E FÃS

ADMINISTRANDO LOJAS ONLINE DE ARTISTAS, **BANDUP!** SE TORNA A PRINCIPAL EMPRESA DO PAÍS NO RELACIONAMENTO E VENDAS ENTRE FÃS E SEUS ÍDOLOS



**O DIRETOR BRUNO DE MARCHI**  
EMPRESA TAMBÉM ADMINISTRA AS LOJAS ONLINE DE BEATLES, MADONNA, GLOBO MARCAS, DC COMICS E MAURÍCIO DE SOUSA

Criada há cinco anos, a bandUP! é hoje referência em comércio eletrônico no segmento de entretenimento. Na época, o sócio Bruno de Marchi e sua pequena equipe ingressaram no mercado criando produtos para a banda Restart e os comercializando via internet e nos shows dos garotos. Explorando com competência e seriedade esse filão que é sucesso em países como EUA e Japão, a bandUP! cresceu rapidamente e passou a ser um importante canal de comunicação e consumo entre ídolos e fãs. Hoje, com 50 funcionários, a empresa, sediada em Barra Bonita (SP), gerencia mais de 60 lojas, de artistas como Luan Santana, Ivete Sangalo e Anitta, além de marcas como Beatles, Madonna, Kiss e Elvis Presley. Fora do segmento de música, a bandUP! responde pelo comércio online de produtos da Maurício de Sousa, SBT, Globo Marcas e Warner Bros/DC Comics. Recentemente, Bruno de Marchi e equipe inauguraram a bandUP Store, megaloja onde o público pode ter acesso a todos os produtos criados e lançados pela bandUP!. Ele fala um pouco mais dos negócios da empresa na entrevista a seguir:

**» SUCESSO! - Como foi o processo para conseguir lançar por aqui as lojas de artistas como Beatles, Elvis e Madonna? BRUNO DE MARCHI -** A primeira licença internacional que conseguimos foi "Roger Waters", junto à Livenation. Ele viria para uma tour no Brasil e aproveitando este ponto como um motivo para

a venda de seus produtos oficiais, entramos em contato apresentando a bandUP! e toda a operação de full commerce e criação de produtos que já fazíamos com os artistas nacionais. A Livenation se interessou e permitiu que fizéssemos um piloto de seis meses. Os resultados foram satisfatórios, o que permitiu que abrangéssemos este acordo para Madonna e posteriormente Beatles. A partir dessas parcerias importantes, passamos a conversar com outras companhias, como a Warner Bros/DC Comics, que fechou um acordo conosco tendo como exemplo nossa operação com a Maurício de Sousa Produções.

**» Ao todo, qual a base de fãs cadastradas? Qual a faixa etária que mais consome?**

Temos uma base aproximada de 600 mil fãs, que cresce diariamente através das compras feitas por novos "visitantes" das lojas. Uma vez que praticamente todo nosso mix de produtos é focado em artistas, personagens e marcas de entretenimento, o fator "fã", com todos os atributos que a palavra carrega, é decisivo para a conversão das vendas. A bandUP! tem o desafio diário de criar produtos que carreguem um sentimento que aproxime o fã do seu ídolo. Os adolescentes e adultos até 35 anos compõem as faixas com maior representatividade de compras.

**» Qual o segredo do sucesso das lojas? Como o artista deve se engajar para potencializar as vendas?**

Não existe um "segredo", mas sim a soma de pontos muito importantes para que a loja seja um sucesso. Destes pontos, os principais são a escolha do mix de produtos e das estampas criadas, ter estes produtos alinhados à demanda específica que os fãs da marca ou artista em questão desejam, ter um e-commerce com navegação fácil, cumprir com os prazos de entrega, atender as fãs com um serviço pessoal e não eletrônico e o mais importante, claro, ter o engajamento total do artista usando os produtos e divulgando a loja aos seus fãs. A loja da Fresno é um ótimo exemplo do quanto o engajamento do artista pode trazer resultados. Fizemos um lançamento fantástico do novo CD e DVD da banda contando com o engajamento total de todos os integrantes, que trabalharam duro com a gente nisso, atuando firme nas redes sociais e autografando todos os CDs e DVDs vendidos no primeiro lote. Resultado: vendemos 10 mil cópias! Para autografar estas mídias, os músicos foram até a base da bandUP! em Barra Bonita, onde registramos todo o trabalho de autógrafos, postando nas redes sociais para alimentar os fãs e mostrar que os autógrafos foram feitos um a um pelos integrantes da banda!

**» Quais são as lojas que mais vendem?**

A loja do Luan Santana é nossa campeã de vendas, crescendo mais e mais a cada mês desde que foi lançada. Nos primeiros anos da bandUP!, o Restart teve vendas explosivas! No segmento adolescente pop/rock, a loja com mais vendas é a da Fresno. Também temos ótimos resultados com a loja oficial da DC Comics (os super heróis Batman, Superman, Mulher Maravilha e outros). No segmento inter-



## LUAN SANTANA E LUCAS (FRESNO), CUJAS LOJAS SÃO CAMPEÃS DE VENDAS

SEGREDO ESTÁ NO ENGAJAMENTO DOS ARTISTAS, PROMOVENDO OS NOVOS LANÇAMENTOS JUNTO AOS FÃS E AO PÚBLICO FINAL



*nacional, nossa loja que mais fatura é The Beatles, que pode ser acessada inclusive através do site oficial da banda, onde temos a bandeira brasileira estampada na seção "Shop". Mais: acabamos de lançar a loja oficial do Kiss, que vem obtendo bons resultados.*

### » Em termos de produtos, o que sai mais?

*As camisetas, que são substituídas no inverno pelos moletons e jaquetas. Planejamos vender neste ano mais de 100 mil peças de camisetas. Outros produtos que apresentam bons resultados são os acessórios de moda (bonés, bijuterias, gorros etc), canecas e copos, almofadas, mobile cases, artigos de cama mesa e banho e, mais do que tudo, combos especiais. No mês passado lançamos um combo do Luan Santana reunindo LP autografado, adesivos, pôsteres, uma camiseta e postais.*

### » Já pensaram em montar lojas físicas em locais públicos ou só fazem isso em shows de artistas que tem lojas bandUP!?

*Temos um planejamento montado para os próximos cinco anos, no qual as lojas físicas estão previstas para 2017 com a abertura de quiosques no formato de franquias e uma megastore em São Paulo para 2018, que servirá como centro de distribuição para os pontos de venda localizados na grande São Paulo.*

### » Qual a expectativa de vocês ao criar a bandUP Store?

*» Temos muitas expectativas com a bandUP Store, mas a principal delas é se tornar até 2020 o maior e-commerce do mundo focado em música, entretenimento e cultura pop. A ideia é termos em um único ambiente artistas nacionais e internacionais, personagens e comics, games, filmes, séries e TV, cultura geek, cultura pop e conteúdo próprio, criado e desenvolvido pela bandUP!. Através da bandUP Store levaremos aos fãs produtos e experiências dos maiores artistas e marcas de entretenimento do mundo, oferecendo não somente produtos, mas todos os componentes compreendidos no estilo de vida de cada fã específico. Cada vez mais queremos vender um "lifestyle" e não um simples produto. Todo ser humano é fã de alguém ou algo... Nós queremos estar presentes através da bandUP Store na vida de cada um destes fãs.*

### » Como fazer para que o fã de determinado artista, por exemplo, não disperse ou se aborreça com a quantidade de itens oferecidos na megastore?

*Apresentando estes itens através de uma navegação fácil, divididos em grandes ambientes de acordo com o gênero a que pertencem – música, filmes, games etc. Mais do que o risco do aborrecimento devido*

*a quantidade de itens, pode existir um sentimento similar devido a falta de novidades, que é uma das maiores preocupações da bandUP! nesse aspecto. Pensando nisso, a empresa criou uma operação própria que começa com uma equipe de criação e desenvolvimento de produtos muito dinâmica e se encerra em um modelo de produção sob demanda que permite que dezenas de produtos novos sejam lançados todos os dias, mantendo sempre a megastore atrativa através de novidades. Além disso, lançamos em média um artista novo por semana na loja, o que traz com isso novos fãs de segmentos distintos.*

### » Qualquer artista pode ter sua própria loja? E os produtos a serem lançados, como são desenvolvidos?

*Temos um formato de negócio adequado para artistas e marcas de diversos segmentos através de um produto B2B que desenvolvemos, chamado SuperLoja!. Ou seja, a bandUP! desenvolve o ambiente e-commerce customizado deste artista dentro da bandUP Store. Os produtos oficiais são criados e desenvolvidos pela nossa equipe, e posteriormente analisados e aprovados pelo artista.*

### » Vocês criaram e administram a loja da 89FM, outro fenômeno de vendas. Isso está ligado ao fato de a emissora promover a loja e seus produtos ao longo da programação?

*Realmente a Loja da 89 foi para nós uma surpresa fantástica, com vendas altas e fãs fidelizados pela rádio e consequentemente pela loja. Com certeza o engajamento da rádio, liderado pelo próprio dono (José Camargo Júnior), que sempre foi um grande incentivador desta parceria, foi crucial para os bons resultados que conquistamos.*

### » Que outras novidades a bandUP! está preparando?

*Planejamos lançar dois grandes projetos entre 2016 e 2017 – FanBox e FanArmy. O primeiro será um programa de assinaturas que entregará aos fãs todos os meses produtos e serviços exclusivos. Esses produtos serão desenvolvidos especialmente para este programa e não serão disponibilizados em nenhum outro meio de venda. Ou seja, o fã assinante terá todos os meses produtos oficiais únicos, que nenhum outro fã que não faz parte da FanBox poderá conseguir. Já o FanArmy será um modelo de vendas porta-a-porta contando com os próprios fãs atuando como vendedores oficiais de seus ídolos. Além disso, pretendemos servir como uma opção de ganho aos jovens que precisam complementar sua renda. Através desses e outros projetos que serão executados até 2020, a bandUP! pretende se tornar uma das maiores plataformas do mundo de relacionamento e vendas entre os fãs e seus ídolos. !*



THIAGO NOURATO

## O MELHOR DE ERICK E LEO

Em 2015, a dupla **ERICK E LEO** chega aos dez anos de carreira com novidades e muita festa. A comemoração acontece na estrada, ao lado dos fãs. Para marcar essa década, os sertanejos percorrem o país com uma turnê especial. “O repertório dos shows é composto por sucessos de trabalhos anteriores, como *Locutor* e *Por quê?* e músicas do nosso disco mais recente, *Noturno*”, explica Erick, que no dia 11 de junho apresentou-se com o parceiro na badalada casa Vila Country, em São Paulo.

Mesmo sem ter relação direta com o aniversário de carreira, o último álbum de Erick e Leo tem uma essência baladeira. A grande maioria das canções apresenta batidas e melodias que remetem a esse clima festivo. A começar pela faixa título, que tem forte pegada eletrônica. “A ideia desse trabalho é fazer referência àquela galera que troca o dia pela noite, que vai para a balada, trabalha virado no dia seguinte e não está nem aí”, brinca Leo. O álbum conta com participações de Humberto & Ronaldo (*Chuva de cerveja*), Zé Ricardo & Thiago (*Jato particular*), Leonardo (*Cai na real*) e Israel & Rodolfo (*Simplesmente amor*). Ao contrário do que acontece nos palcos, Erick e Leo apostam no romantismo em sua atual música de trabalho. Tocando desde o final de maio, a inédita *Vou dar o melhor* mostra que a dupla também sabe falar de amor. E essa não deve ser a única novidade da dupla para esse ano. “Temos várias composições inéditas e devemos gravar algumas delas em breve”, adianta Erick.

## TOTALMENTE REPAGINADO

Depois de vencer a segunda temporada do *The Voice Brasil* (Globo) em 2013, **SAMALVES** lançou seu primeiro álbum de estúdio com um repertório formado somente por covers. Com o sucesso, vieram a responsabilidade e as primeiras cobranças. É por isso que, um ano depois, o cearense decidiu mostrar para o público seu lado compositor e lançou recentemente o disco *ID* – desta vez com canções inéditas. “Nesta nova fase estou mais confortável e confiante para subir no palco. Meu show se tornou mais dinâmico, alegre”, explica o artista, que atualmente roda o Brasil com a turnê que divulga o novo projeto. Sobre o repertório, ele afirma que todas as faixas são autobiográficas. “São 11 músicas, cinco delas assinadas por mim. Por eu ser muito ligado à cultura americana, trago quatro em inglês e sete em português”, conta. O primeiro single, *Nosso vídeo*, é sucesso no YouTube e principalmente nas rádios. Por duas semanas, a canção ficou em primeiro lugar em São Paulo, segundo a Crowley. Agora, ele promove uma segunda faixa, *I wanna fall*. Mais: até o fim do ano, Sam Alves quer voltar aos Estados Unidos, país onde iniciou sua carreira musical. “Quando lancei o meu primeiro disco, fiz uma turnê por lá. Agora que estou com álbum novo, quero repetir a dose”, completa.



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

## COM A BENÇÃO DO PAI

No fim de abril, o cantor **THIAGO MATHEUS** surpreendeu ao lançar o single *Moon álcool*, cujo clipe soma cinco milhões de views no YouTube. Com pegada de arrocha, a faixa faz referência à *Billie Jean*, hit de Michael Jackson. O título é uma adaptação de sua dança mais famosa, o “*Moonwalker*”. Até aí, está tudo mais ou menos dentro do normal. Porém, chamou atenção a participação no vídeo do pai do rei do pop, Joseph Jackson. “A ideia surgiu numa viagem que fiz para Las Vegas (EUA). Eu estava num evento e acabei encontrando o Joseph. Claro que não perdi a oportunidade de dizer que faria uma música em homenagem ao Michael”, relembra o cantor. Com este inusitado single que faz referência ao rei do pop, Thiago Matheus também exercita sua faceta filântropa. “Já que em vida, Michael participou de inúmeras ações para ajudar pessoas ao redor do mundo, nada mais justo do que reverter os ganhos com a execução de *Moon álcool* a instituições de caridade”, diz. Ele escolheu a Jackson Family Foundation e Heal The World, ambas ligadas a Michael e sua família. A faixa fará parte do EP que Thiago Matheus lançará em breve. Além de mostrar seu lado irreverente, o trabalho também contará com uma dose de romantismo.

# A ESTRUTURA É UM SHOW À PARTE.

grafiti



## PALCO

- Painéis de led de alta resolução
- Iluminação
- Efeitos pirotécnicos

## SONORIZAÇÃO

- 72 caixas JBL VT4889-1
- 48 subs VT4880
- 12 monitores VTX F15
- 01 mesa de som Digico SD8 37 faders
- 01 mesa de som Digico SD8 24 faders

## SISTEMA DE CAPTAÇÃO DE VÍDEO

- 7 câmeras 4k
- Sistema de gravação individual de câmeras mais resultado da edição ao vivo em até 4k
- Mesa de corte e preview black magic 4k para 10 câmeras
- Sistema de comunicação

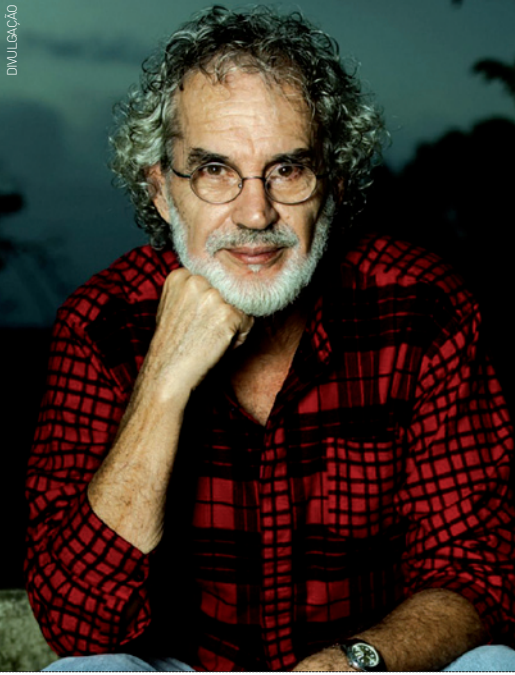
## SISTEMA DE ILUMINAÇÃO E CO2

- 01 mesa de iluminação Clarity LX300
- 12 mythos Clay Park
- 12 B-EYE K20 CC Clay Park
- 24 jacks DTS
- 12 raptors DTS
- 04 Stormy C1090 Clay Park
- 04 Stormy CC C71091 Clay Park
- 12 beams 300 PR light
- 20 beams 200 PR light
- 14 strobos
- 18 jarags 25 lâmpadas
- 20 jarags 05 lâmpadas
- 16 moving leds acme 300
- 12 ribaltas tilt
- 08 ribaltas SGM
- 02 canhões seguidores DTS
- 96 canais de pro power
- 24 canais de dimmer
- 08 máquinas de fumaça
- 12 CO2

## PAINÉIS DE LED DE ALTA RESOLUÇÃO

- 65m<sup>2</sup> painel de led P4





DIVULGAÇÃO

## PARCERIA E AMIZADE

Nos últimos anos, **RENATO TEIXEIRA** vem produzindo diversos projetos musicais ao lado de amigos. O último deles foi com Sérgio Reis. Da relação próxima dos músicos, surgiram os DVDs *Amizade sincera vol. 1* (2010) e, mais recentemente, *Amizade sincera vol. 2*. Agora, o cantor embarca em nova produção, envolvendo Almir Sater – seu parceiro em clássicos como *Tocando em frente* e *O violeiro toca*. Programado para ser lançado entre setembro e outubro, o disco *AR* reunirá diversas canções inéditas, todas assinadas pela dupla. A produção, a cargo de Eric Silver, foi realizada entre o Brasil e Nashville (Estados Unidos). “Nos divertimos bastante neste projeto. O clima das gravações foi leve – e é exatamente por isso que é tão bom gravar com os amigos”, explica Renato Teixeira. “Preparem-se para uma sonoridade bem diferente. Será algo baseado no rock and roll dos anos 70”, revela. Enquanto trabalha nos últimos ajustes de *AR*, Renato segue com sua agenda de shows – que desde 2010 engloba dois formatos. O primeiro é a tradicional apresentação solo e a segunda, com Sérgio Reis (*Amizade sincera*).

## O BAIÃO SOLO DE GONZAGA

Há 15 anos **ADRIANA SANCHEZ** integra o grupo Barra da Saia. Mas desde 2014, a cantora vem divulgando seu primeiro projeto solo, o DVD *Salve Lua*, em que presta homenagem a Luiz Gonzaga. Com o sucesso, a cantora lançou em março deste ano um álbum (igualmente intitulado *Salve Lua*) reunindo versões próprias de estúdio para alguns dos sucessos do rei do baião. São 11 faixas, com arranjos modernos. “É uma sonoridade urbana, mas mantendo a essência do Gonzaga”, explica a cantora. As participações especiais são de peso: Zeca Baleiro (em *Assum preto*), Gero Camilo (*O xote das meninas*), Lola Membrillo (*O último pau de arara*) e Rapadura (*Qui nem jiló*). “A música precisa ser dividida, compartilhada. E eu gosto de expor o que meus amigos e eu temos a dizer”, afirma.

Se antes Adriana Sanchez tinha receio de não agradar os apaixonados pela obra de Luiz Gonzaga, hoje ela tem certeza que está no caminho certo. No nordeste, *Salve Lua* já é um sucesso. “Eu tive medo, porque a obra dele acabou se tornando intocável. Por isso, foi um grande desafio, mas respirei aliviada quando descobri que em Recife as pessoas adoraram. Também me surpreendi ao saber que, no Japão, o disco também está indo muito bem, por conta das batidas”, conta. Devido ao sucesso do projeto no exterior, a artista levará sua turnê nos próximos meses para a Argentina, países da Europa, Estados Unidos e Japão.



DIVULGAÇÃO

## SUCCESSO NAS PISTAS

Em 2013, **GABRIEL VALIM** viu *Piradinha*, tema da novela *Amor à vida* (Globo), estourar nas rádios. Desde então, vem emplacando diversos singles que misturam o sertanejo universitário com as batidas animadas da e-music. Um exemplo é *Blusa branca*, sua atual música de trabalho. Lançada em maio, a canção ganhou clipe gravado no deserto do Atacama, no Chile. “*Blusa branca* estourou nas rádios do sul e de Minas Gerais, praças onde foi inicialmente trabalhada. No YouTube está com mais de 700 mil visualizações. Os resultados são bem positivos”, comemora Gabriel. Em julho, ele promete o lançamento de um novo single, *Esquema vip*, que seguirá os mesmos moldes de seus últimos sucessos. “Essa música já vem sendo trabalhada nos shows. Ela é bem para cima, na pegada de *Gatinha assanhada* (hit de Gustavo Lima assinado por Gabriel). Desta vez, o videoclipe será filmado no Brasil”, revela. E por falar em shows, o cantor segue com a agenda cheia. “Trabalho muito no sul e sudeste. Mas agora no segundo semestre, pretendo viajar para o nordeste, região onde nunca me apresentei”, conta.



DIVULGAÇÃO

# MAYCK & LYAN

A dupla mais **BRUTA** do Brasil defendendo a tradição da viola.

## OS MIÓ QUE TÁ TENO!



# TOUR 2015



CENTRALX PRODUÇÕES - (11) 3672-2547



WORLD MUSIC PRODUÇÕES - (11) 4013-4637

WWW.MAYCKELIAN.COM.BR



# CELEBRANDO O AMOR

EM SEU PRIMEIRO TRABALHO SECULAR, **THALLES ROBERTO** REÚNE CANÇÕES ROMÂNTICAS COMPOSTAS EM HOMENAGEM À SUA ESPOSA, DANIELA CAMPOS

MARCUS CASTRO



DISCO NOVO (CAPA ABAIXO) ESTÁ SENDO BEM ACEITO TANTO PELO PÚBLICO EVANGÉLICO QUANTO PELO SECULAR



**T**halles Roberto nunca se considerou um cantor gospel. Em outubro de 2014, inclusive, chegou a afirmar que sua música não ficava restrita ao público religioso – afinal, seu objetivo sempre foi levar sua mensagem para o maior número possível de pessoas. Este pensamento, aparentemente

polêmico na cena gospel, começou a tomar forma em *Ide* (2014). Neste ano, ele foi reforçado com o lançamento do primeiro álbum secular de sua carreira – *As canções que eu canto pra ela*, que traz 14 faixas românticas escritas por Thalles e dedicadas à sua mulher Daniela Campos, com tem três filhos.

O que pode ter sido considerado por muitos uma jogada arriscada, para Thalles Roberto foi uma “novidade já esperada”. Afinal, antes de ser destaque no cenário gospel, o mineiro de 37 anos havia trabalhado com Jota Quest e Jamil e Uma Noites. E em seus trabalhos anteriores, trouxe canções que remetiam à religião,

mas que conseguiram perambular pelas rádios não religiosas. “Nunca quis fazer parte dessa divisão entre ‘secular e gospel’, nunca quis ser classificado apenas como cantor evangélico. Quando estou em casa, gosto de ouvir Diana Ross, Aretha Franklin, Gilberto Gil, Djavan. Não ligo para o gênero – afinal música é música. O importante é ter conteúdo, ter uma boa mensagem”, explica o cantor, que comemora o fato de finalmente seu novo trabalho ter quebrado o paradigma que o acompanha desde o início da carreira. “É uma realização muito grande poder falar para todos, independente de religião. Sempre registrei minhas vivências nas canções. Desta vez estou falando de amor, da minha paixão pela minha esposa”, completa.

Mesmo entrando para o universo secular, o cantor continua sendo um dos artistas mais famosos do gospel nacional. E se você achou que os mais de sete milhões de seguidores que o acompanham no Facebook iriam “entrar em curto circuito” ao ouvir Thalles Roberto cantando letras românticas, se enganou. “A receptividade dos fãs ao disco *Ide*, que flertou bastante com o secular – teve entre os convidados o cantor Naldo – já tinha sido muito positiva. E o mesmo ocorre agora. Não ouvi nenhuma crítica negativa ou pejorativa. Ou seja, este disco também está conseguindo ser um sucesso junto aos dois públicos”, avalia.

O êxito entre os dois públicos comprova-se com os números de *Minha menina*, primeiro single do projeto. A canção, com mais de 200 mil visualizações no YouTube, também está tocando nas principais rádios seculares do país. “Sabe o que acho interessante? Nos Estados Unidos não há essa divisão – cantor é cantor! Deus continua em primeiro lugar na minha vida, mas não posso negar, eu não posso mais fugir do secular”, diz. É por isso que, a partir de agora, os projetos de Thalles Roberto envolverão sempre o lançamento anual de dois discos: um fora do universo evangélico e outro voltado ao gospel.

## › CASAMENTO E MÚSICA

Ao descrever o projeto como “um álbum que reúne mensagens de amor para casais apaixonados”, Thalles Roberto deixa claro que não pretende fazer dele um tributo a Daniela Campos. Segundo o artista, as canções com toda certeza podem servir como plano de fundo para outras pessoas. “Eu tinha todas essas letras guardadas, fui compondo durante anos, desde que conheci minha esposa. Na verdade sempre fazemos coisas especiais um para o outro, então um belo dia a Daniela me olhou e disse: ‘se quiser, se achar bacana, pode incluí-las num disco’. No começo fiquei receoso, mas quando as gravações começaram, sabia que estava no caminho certo. Defino o resultado final como um tributo ao amor, em sua forma mais pura”, explica. Das 14 canções, apenas duas são assinadas com outros artistas – *Vento velas* foi feita em parceria com Marfiza de França e *Lindos olhos* com Gabriel Asap.!

# ANUNCIE NO PORTAL SUCESSO!



- Entrevistas exclusivas
- TV SUCESSO
- Notícias
- Lançamentos
- Rankings
- Cobertura de eventos
- Promoções

[www.PORTALSUCESSO.com.br](http://www.PORTALSUCESSO.com.br)

Consulte valores para ações promocionais

SP: (11) 3889-3300 / 2165-5155 - RJ: (21) 2495-9815 / 2495-9823  
contato@portalsucesso.com.br

# PRONTOS PARA DECOLAR

REVELADA NO MERCADO CRISTÃO E PRESTES A LANÇAR PRIMEIRO DISCO SECULAR, DUPLA **MAYCON & VINICIUS** É A NOVA APOSTA DO EMPRESÁRIO SILVIO RODRIGUES

Desde pequenos, os irmãos Maycon & Vinicius estavam predestinados a viver de música. Mesmo que isso não fosse muito claro para eles durante um período – Vinicius chegou a alimentar o sonho de ser jogador de futebol –, a vocação para a carreira artística sempre se manifestou. Bastava apenas um empurrãozinho para as coisas entrarem nos eixos. Essa função está cabendo ao empresário Silvio Rodrigues, que os trata como grande aposta da música sertaneja.

Antes de tudo, é importante frisar que falamos de uma dupla que está, literalmente, dando os primeiros passos no grande circuito. Em junho, ela teve seu primeiro clipe. A música escolhida para a estreia no formato foi a romântica *2 da manhã*, que já figura entre as dez mais tocadas do Triângulo Mineiro. Dirigido por Rafael Almeida, o vídeo apresenta uma história de superação. “É um vídeo emocionante, em que a personagem principal sofre um acidente, fica dependente de uma cadeira de rodas e acaba abandonada pelo atual namorado. Porém, às duas da manhã, ela liga para o ex, que demonstra todo o amor e fica ao seu lado”, explica Silvio Rodrigues.

A faixa faz parte do disco que Maycon & Vinicius lançarão em agosto. Apesar do forte apelo romântico, o repertório será variado em ritmos. “Tem vaneira, bachata e até uma faixa que mistura arrocha e música eletrônica, chamada *Vira vira*”, revela Maycon. Em comum, todas as 14 faixas são assinadas pela própria dupla, fato que os diferencia da maioria dos jovens artistas.

O lançamento do disco e consequentemente da turnê acontecerá em 29 de agosto, na tradicional Festa do Peão de Barretos. Nesse dia, Maycon & Vinicius serão colocados ao lado de outros ídolos sertanejos, como Henrique & Juliano e Jads & Jadson. “Será nossa primeira oportunidade de tocar para um grande público. Bate aquela ansiedade, mas acredito que o show está com uma pegada que vai agradar bastante a galera”, diz Vinicius. Além das músicas do novo CD, a turnê terá espaço para um pot-pourri com hits de outros artistas, inclusive de fora do sertanejo. Não por acaso, as primeiras apresentações acontecerão em cidades mineiras como Uberaba, Ituiutaba e Uberlândia, onde o nome da dupla já vem ganhando destaque.

A parceria entre Maycon & Vinicius e Silvio Rodrigues – através do seu escritório, SDR Produções Artísticas – começou há cerca de um ano. Contudo, o empresário já os acompanha há muito mais tempo. “Conheci o trabalho da dupla há sete anos. Na época, eles eram bem jovens, então ainda faltava um pouco de estrada para investirem em uma carreira mais profissional”, explica Silvio. Assim que percebeu que era a hora certa para entrar na jogada, o empresário retomou o contato e passou a prepará-los para voos mais altos. “Acredito que estou com um produto que, com certeza, ficará entre as cinco grandes duplas do país. Não sou apenas eu que penso assim. Todos os profissionais de rádio que tem ouvido a música deles acreditam nesse potencial”, comemora

o empresário, que cita o timbre de voz dos irmãos como diferencial. “A maioria dos artistas sertanejos canta em tom alto, ao contrário de Maycon & Vinicius. Eles cantam em um tom mais baixo, com uma voz que, mesmo suave, sai gigantesca. É uma novidade que vai chamar a atenção das pessoas”.

## ► CRISTÃO E SECULAR

Quando Silvio conheceu Maycon & Vinicius, eles tinham outra orientação na carreira. Até o ano passado, se dedicavam à música cristã, chegando a ter certo destaque entre o público desse segmento. “Gravamos dois CDs de sertanejo cristão. O segundo, lançado em 2012, teve uma repercussão muito boa”, relembra Vinicius. Dessa fase, ficaram duas músicas que os irmãos trazem para a carreira secular: *Beautiful girl* e *A vida é tudo de bom*.

Cristão e secular sempre caminharam lado a lado na trajetória de Silvio Rodrigues. Enquanto Maycon & Vinicius estreiam na música secular, o empresário se prepara para lançar sua nova aposta no segmento cristão. “Estamos trabalhando firme com a banda Unidade 2, que tem tudo para se tornar um dos destaques do rock cristão”. É bom prestar atenção nas palavras de Silvio, já que ele sabe muito bem o que está falando. O empresário foi o responsável pelo lançamento nacional da banda Rosa de Saron, que segue uma carreira sólida, com uma das maiores vendagens da música cristã. No secular, ele ajudou a lançar nomes como Hugo Pena & Gabriel e João Carreiro & Capataz.!



**MAYCON & VINICIUS E SILVIO RODRIGUES**  
DUPLA INTÉRPRETE DA FAIXA *2 DA MANHÃ*  
É A NOVA APOSTA DO EMPRESÁRIO

FAÇA COMO OS MAIORES ARTISTAS DO BRASIL,  
PROMOVA SUA MÚSICA ATRAVÉS DO

# SUCESSO E-MAILING

**SUCESSO E-MAILING**  
Tudo o que acontece no mundo da música!



**DEPOIS**  
A nova música da  
**PAULA fernandes**  
com **Victor & Leo**

News

**show business** URGENTE  
A NOVA MÚSICA DO



**DIOGO NOGUEIRA**  
Tenta a sorte

CLIQUE E OUÇA

News

**show business Express**

**PROJOTA**

ELAS GOSTAM ASSIM

TEMA DA NOVELA  
I ♥ PARAISÓPOLIS



News

**show business Express**



**HOJE**  
EM TODAS AS  
RÁDIOS DO  
BRASIL

**VAI VENDO**  
LULU SANTOS

News

**SUCESSO E-MAILING**  
Tudo o que acontece no mundo da música!



**LULU SANTOS**  
NOVA TOUR  
clubelux

News

**show business** URGENTE

**MUNHOZ MARIANO**



News

**show business** URGENTE



**Ludmilla**

LANÇAMENTO NACIONAL DO NOVO SINGLE  
"NÃO QUERO MAIS"

News

**show business Express**



**Banda Catedral**  
"Amo Tanto Amar Você"

CLIQUE E OUÇA!

91 3353 3933 | 91 98166 2600 | catedralprod@hotmail.com

News

**SUCESSO E-MAILING**  
Tudo o que acontece no mundo da música!



**humberto gessinger**

TOUR  
in sul ar  
BO LUDO

CLIQUE E ASSISTA

A VOZ DOS ENGENHEIROS DO HAWAII  
COMEMORANDO 30 ANOS DE CARRERA E DVD DE OURO

LEVE ESTE SUCESSO PARA SUA CIDADE!

News

SP: (11) 3889-3300 | 2165-5155 | RJ: (21) 2495-9815 | 2495-9813  
contato@portalsucesso.com.br



**ALEXANDRE FETTER E EQUIPE DO PROGRAMA PRETINHO BÁSICO**  
"NOSSO CONTEÚDO PRÓPRIO É O PRINCIPAL DIFERENCIAL  
COMPARADO ÀS OUTRAS RÁDIOS QUE TOCAM MÚSICA POP"

# JOVEM E POPULAR

**REDE ATLÂNTIDA MANTÉM INTERATIVIDADE COM SEU PÚBLICO PRODUZINDO SHOWS E FESTIVAIS COM GRANDES NOMES NACIONAIS E INTERNACIONAIS**

**A**penas alguns meses após o estouro nacional de seu primeiro álbum, o grupo mineiro Jay Quest estreou no palco do festival Planeta Atlântida, tocando na mesma noite de Tim Maia, cujo som era uma das principais influências da banda. Autorizados pelo próprio Tim, os jovens músicos puderam ver a apresentação do ídolo ao lado do palco. Ao final do espetáculo, sempre irreverente, o veterano mandou um abraço “pra galera do Jota Quest”, trocando o nome do grupo.

Como haviam acabado de receber uma curiosa notificação dos estúdios Hanna-Barbera por uso indevido do nome do desenho (embora Jay Quest fosse diferente de Jonny Quest), os integrantes resolveram rebatizar a banda: “Evitamos problemas com a Justiça e, ao mesmo tempo, passamos a ter nosso ídolo como padrinho”, lembra o vocalista Rogério Flausino.

A história acima é mais um capítulo da importância de uma das maiores redes de rádio do país para a música pop nacional. Organizadora do Festival Planeta Atlântida, um dos principais eventos musicais do continente, a Rede Atlântida conta com seis emissoras no Rio Grande do Sul e cinco em Santa Catarina. Pertence ao grupo RBS, maior empresa de comunicação do Sul do país.

E está ligada – às vezes até de maneira involuntária, como na passagem contada acima – à trajetória de dezenas ou até mesmo centenas de nomes importantes do pop nacional e internacional. “A estrada da Atlântida é longa. Praticamente todas as ban-

das do rock gaúcho, dos anos 80 pra cá, foram lançadas pela emissora. O que não quer dizer que não tocamos o que vem de fora. Muito pelo contrário. Para nós, o pop é muito abrangente. Dizemos não ao preconceito e misturamos todos os estilos em nossa programação”, analisa Alexandre Fetter, diretor artístico e gestor de talentos da Atlântida desde 2007.

Criada em 1976, ainda com o nome FM Gaúcha, a emissora conquistou inicialmente um público adulto. Porém, a partir dos anos 80, resolveu apostar numa programação mais segmentada, voltada para os jovens, algo inédito no rádio gaúcho até então. Ainda naquela década, novamente inovando, a Atlântida passou a inaugurar emissoras em cidades importantes do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, dando o pontapé para o surgimento da primeira rede de rádios no sul do país.

Quase 40 anos após o início de suas atividades, a Atlântida celebra hoje um fortíssimo vínculo com seus ouvintes. Que aliás não são poucos. Mantém uma grande interatividade com o público, produz e promove shows e festivais com grandes ídolos nacionais e internacionais (já levou ao Rio Grande nomes como Aerosmith, Madonna e Green Day), procura não deixar de lado a música local e ainda investe em programas de humor, comportamento e jornalismo.

Compromissos que enchem de orgulho seu diretor e sua equipe. Mas que também os obrigam a trabalhar num ritmo

bastante acelerado. Prova disso foi a pequena demora de Fetter para responder às nossas perguntas: “Eu tô trabalhando sem parar, mas não vou te deixar na mão, pode confiar”, afirmou o radiologista por telefone alguns dias antes do fechamento desta edição de **SUCESSO!**. Dito e feito: dois dias depois, vieram as respostas num e-mail enviado através de seu iPhone. Provavelmente escritas em algum estúdio ou sala da sede da Atlântida, em Porto Alegre. No rádio, o trabalho não cessa nunca. Confira.

» **SUCESSO! - O que diferencia hoje a Rede Atlântida das outras rádios do segmento "pop" ou "jovem" no sul do País?**

**Alexandre Fetter** – Penso que nosso conteúdo próprio, baseado em personalidades e personagens. Temos grandes nomes do entretenimento do sul do país em nosso elenco. E mais de cinco horas diárias de programas de talk e opinião. Tudo isso num grupo com 11 emissoras próprias da Rede Atlântida, sendo seis no Rio Grande e cinco em Santa Catarina. E em dois horários do dia, de segunda a sábado, afiliamos outras 16 emissoras da região sul para a transmissão de nosso programa carro chefe, chamado Pretinho básico.

» **Fale um pouco sobre essa atração.**

O programa é ancorado por mim e vai ao ar, como disse, em duas edições diárias, às 13 e 18h, sempre ao vivo. Praticamente todo o elenco da rádio participa, com muita informação e bom humor.

» **Você está na Atlântida desde 2007, mas já havia trabalhado na emissora anteriormente, certo?**

Sim, comecei no FM aqui na Atlântida, fazendo horário normal de locutor. Minha história é bem forte com a rádio. Fui revelado pela casa em 89 e fiquei até 97. Ai sai para encabeçar o projeto de uma college radio na Universidade Luterana do Brasil, em Canoas, cidade vizinha a Porto Alegre, onde desenvolvi a gestão de produto e de pessoas por dez anos na rádio, especializada em pop rock. Até que resolvi ceder aos sucessivos convites para voltar ao grupo RBS em 2007. E neste retorno, reassumi a Atlântida e também desenvolvi a Itapema FM 102.3 com um produto adulto contemporâneo.

» **Quais profissionais conhecidos nacionalmente já passaram pela Atlântida?**

Escova, Jairo Bauer e Felipe Xavier, entre outros, já apareceram em nossas frequências. Porém, profissionais excelentes, como Pedro Smaniotto, Duda Garbi, Marcos Piangers, Luciano Potter, Porã, Mr.Pi, Cris Pereira, Rafinha e outros são os caras da hora. Somos todos bastante reconhecidos do Rio Grande do Sul ao sul do Paraná. Muito em função de nossa força digital ([atlantida.com.br](http://atlantida.com.br)), com milhões de acessos por mês, e de uma peça de teatro (Pretinho básico) já assistida por dezenas de milhares de pessoas.

» **Além de pop e rock, que outros gêneros são tocados na programação?**

Pra nós, o pop é bastante abrangente. Vai de Anitta a Foo Fighters. Ou Pearl Jam, que volta ao Brasil em novembro, sendo que o show de Porto Alegre terá promoção da Atlântida. Vale lembrar que temos nosso festival de verão anual, transmitido pelo Multishow, o Planeta Atlântida, que brinda todos os públicos. Quem curte do funk da Ludmilla ao sertanejo universitário do Luan Santana, do reggae do

Armandinho ao pop eletrônico do Capital Cities, como no último verão. Não há preconceito. Juntamos como poucos todos os gêneros em nossa programação e ainda assim mantemos a liderança junto ao público jovem qualificado do sul do país (e o quinto lugar no geral do FM, tanto em Porto Alegre, quanto em Floripa).

» **Falando no festival, você diria que hoje a marca “Planeta Atlântida” é tão forte quanto a própria emissora?**

O evento é mais um subproduto da rádio. Reúne em duas noites (em número de pessoas) o que a rádio tem de audiência em minutos. Agora, sem dúvida é um dos momentos mais importantes de encontro festivo entre audiência, artistas, elenco da rádio e mercado publicitário, que são todas as pontas que fecham o pacote de entretenimento que é a Atlântida.

» **Além do Planeta, vocês produzem outros festivais e shows?**

De 2006 a 2012 realizamos em Porto Alegre o Atlântida Festival, uma espécie de Planeta de Inverno. Além disso, o Grupo RBS tem uma empresa de eventos que já trouxe Paul McCartney e Madonna. A Atlântida assina estes espetáculos.

» **Qual foi a canção mais tocada na emissora neste primeiro semestre de 2015?**

Pergunta difícil. A safra deste ano, especialmente a americana, está boa. Sam Smith, Ed Sheeran, Pharrel, Maroon5... E por aqui, Jota Quest, O Rappa, Pitty. Tã bem bom!

» **E ao longo desses anos todos, quais são os artistas mais queridos dos ouvintes da Atlântida? Aqueles que são certeza de sucesso na programação...**

Engenheiros do Hawaii, Reação em Cadeia e Nenhum de Nós.

» **Ainda é importante premiar os ouvintes?**

Ingressos de cinema, camiseta e CD não fazem mais o ouvinte da Atlântida sair de casa para buscar. Focamos em presentes que realmente seduzam nosso público qualificado. Tablets e smartphones encabeçam a lista. Sempre é importante distribuir prêmios. Temos, por exemplo, um programa patrocinado pela Adidas. Grandes presentes da marca, como tênis, mochilas e camisas oficiais de times, são dados diariamente aos ouvintes. Já em relação às promoções envolvendo artistas, seguimos fazendo, especialmente com ingressos para shows e encontros em camarins.

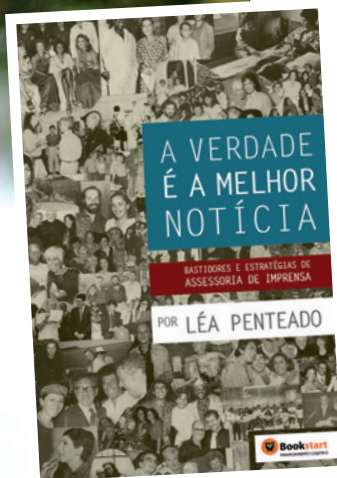
» **Pra finalizar, existe vida própria da Atlântida na internet ou o site e as redes sociais da emissora basicamente reproduzem a programação e as informações que rolam na rádio?**

Pra nós, a internet e o rádio são plataformas que se complementam. É bem claro que a internet veio pra ficar e esse é o caminho pra prolongar a vida da mídia tradicional. Temos um trabalho muito forte nesse sentido, com uma plataforma digital completa. Temos App da rádio para Android e iOS, além do app do programa Pretinho básico, com um game espetacular chamado “A fuga das aves raras”, baseado em um personagem do programa. Recebemos milhões de acessos em blogs dos mais variados assuntos com conteúdo gerado por toda nossa equipe. E saindo um pouco do virtual, é legal lembrar também que temos um caderno encartado no jornal Zero Hora, todas às sextas. !

# POR TRÁS DA NOTÍCIA

RENOMADA ASSESSORA DE IMPRENSA, JORNALISTA **LÉA PENTEADO** LANÇA LIVRO REUNINDO PRINCIPAIS HISTÓRIAS DE SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL

DIVULGAÇÃO



**LEA PENTEADO**  
LIVRO RELATA CASOS INTERESSANTES E ENGRAÇADOS ENVOLVENDO SUA RELAÇÃO COM ARTISTAS COMO ROBERTO CARLOS, TIM MAIA E JULIO IGLESIAS

**L**éa Penteado é referência quando se fala em assessoria de imprensa no mercado artístico brasileiro. No final da década de 80, ela reinventou a forma de escrever e enviar releases, agendar entrevistas e promover a aproximação entre artistas e formadores de opinião. Léa trabalhou por quase 20 anos nos bastidores da música e reuniu grande parte de suas histórias em seu novo livro, *A verdade é a melhor notícia*, lançado pela editora Bookstar.

Hoje, a jornalista tem uma vida bem menos atribulada de quando era assessora de imprensa – trabalha no gabinete de comunicação da prefeitura de Santa Cruz Cabrália (Bahia). Mas ela foi peça chave na promoção de espetáculos e na divulgação de artistas nos anos 80 e 90. “Sempre fui jornalista e me tornei assessora em 1985, a pedido da atriz Renata Sorrah. Na ocasião, ela precisava promover sua adaptação da peça *O grande pequeno*”, recorda.

A divulgação da peça foi um grande sucesso e Léa Penteado foi contratada por Aloysio Legey, Jérsen Alvim e Walter Lacet para assessorar o Canecão, tradicional casa de shows do Rio de Janeiro. E foi então que sua vida mudou completamente. À frente da divulgação dos espetáculos que passavam pela casa, Léa passou a colecionar histórias. Só para citar algumas, ela enfrentou uma ameaça de morte de Tim Maia e viu o nascimento artístico de Elymar Santos. Estas e outras passagens, registradas em *A verdade é a melhor notícia*, mostram a importância e o processo de profissionalização de um assessor de imprensa. “Como passavam pela casa artistas de diferentes estilos, aprendi a divulgar de forma objetiva, enviando releases somente para jornalistas de determinadas editorias. Um profissional que escreve sobre um espetáculo tipo o da Dercy Gonçalves não é o mesmo que resenha um show da Maria Bethânia, por exemplo”, detalha a autora.

Mas o livro aborda a vida profissional de Léa como um todo. A jornalista escreve cerca de 20 “causos” em formato de crônica, dando uma aula sobre a profissão. Entre as principais histórias estão sua participação na resolução do sequestro do empresário Roberto Medina (1990) e a engraçada passagem em que teve que burlar todo o esquema de segurança do Palácio do Planalto a pedido de Alcione – na ocasião, a artista queria bater papo com seu conterrâneo, o então presidente José Sarney.

## › CAUSOS DE LÉA

Em uma das passagens de seu livro, a assessora recorda da vez em que foi ameaçada de morte por Tim Maia. Na ocasião, ela divulgava uma temporada de shows do artista no Canecão. “Consegui com que Tim atendesse toda a imprensa. A primeira noite foi maravilhosa. Entre as músicas, ele falava: ‘alô, Léa Penteado. Estou aqui. Não faltei, não’, revelando seu lado bem humorado”, recorda. Porém, com o sucesso da estreia, Tim resolveu esticar a noite e foi dormir por volta das 11h do dia seguinte. Conclusão: não apareceu

para a apresentação daquela noite. “Na segunda-feira, a manchete do jornal O Globo era ‘Tim Maia cancela show no Carnecão’. Assim que leu, o cantor me telefonou soltando fumaça pelo nariz, dizendo que ia acabar comigo”, escreve ela no livro. “Mas após denúncia e notificação da polícia, Tim Maia se arrependeu, me enviou flores e ligou me pedindo em casamento. Trabalhei com ele em diversas outras ocasiões e nunca mais tocamos no assunto”, relembra.

Léa também escreve sobre sua relação profissional com o publicitário e criador do Rock in Rio, Roberto Medina. Eles se conheceram em 1985, época em que a jornalista cobria para O Globo os bastidores da primeira edição do festival. “Ele gostou do meu trabalho e, na segunda edição, fui contratada para integrar a equipe de divulgação do evento. Porém, um pouco antes de darmos a largada no projeto, Medina foi levado por sequestradores e, em pouco tempo, a informação já tinha chegado à Rede Globo. Fui escalada pelos familiares do empresário para fazer uma espécie de triagem de informações que poderiam ou não ser passadas para os repórteres”, explica. “De assessora de imprensa de um festival de rock, passei a ser testemunha de um sequestro. Atendia telefonemas e conversava três vezes por dia com a imprensa, que tinha acampado em frente à casa do publicitário. Foi uma situação tensa e difícil, mas tudo terminou bem”, completa.

#### ► ACOMPANHANDO DE LONGE

Este não é o primeiro livro que Léa escreve. Além de *A verdade é a melhor notícia*, a assessora também é autora de *Um instante, maestro*, obra que homenageia a trajetória de Flávio Cavalcanti, e de *O rei na Terra Santa*, que documenta a passagem de Roberto Carlos por Israel, em 2011. Léa tem currículo impressionante. Trabalhou em O Globo, Editora Abril, Bloch Editores, TV Globo e TV Tupi. Fez também assessoria de imprensa para Tim Maia, Maria Bethânia, Roberto Carlos, Dercy Gonçalves, Julio Iglesias e até para o mágico pop David Copperfield. Mas mesmo com toda esta bagagem, ela não pretende voltar a trabalhar no show business. “Hoje, o mercado paga muito pouco. Substituí grandes profissionais por estagiários. No máximo, faço algumas consultorias especiais. O empresário de Roberto Carlos, Dody Sirena, é um dos meus clientes nesta área”, declara ela, que em paralelo está preparando a biografia de dois grandes artistas da música, cujos nomes ela prefere não revelar.

Segundo Léa, o mercado mudou bastante e hoje a análise feita por parte da crítica especializada carece de certo tempero. “Alguns assessores não admitem que seu artista seja criticado em veículos de imprensa. Em contrapartida, alguns jornalistas não escrevem críticas sinceras com medo de perder o lugar na primeira fila dos shows da moda”, analisa Léa. “Este tipo de análise tem que existir, até para que o artista avalie se seu trabalho é realmente bom”, detalha. A blindagem que alguns assessores impõem aos seus artistas é a outra ressalva que a profissional faz a respeito do modo de trabalho atual. “Tem que haver um vínculo direto entre artistas e jornalistas. Uma relação sólida e duradoura para que o profissional de comunicação entenda as propostas do entrevistado. Para que o fotógrafo consiga realmente fazer a foto de capa de seu veículo. Quer divulgação melhor do que essa? É de graça e tem um grande destaque”, finaliza.!

# A ÚNICA PUBLICAÇÃO QUE ATINGE TODO O MERCADO BRASILEIRO DE SHOWS!



**18.000  
EXEMPLARES**

SP (11) 3889-3300 | 2165-5155

RJ (21) 3486-5155 | 2495-9815

showbusiness@espetaculo.com.br



## IFPI PADRONIZA LANÇAMENTOS DE DISCOS

A FEDERAÇÃO INTERNACIONAL DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA (IFPI) continua criando iniciativas para tentar driblar a pirataria. No dia 10 de junho, aprovou uma data padrão para o lançamento de álbuns em todo o mundo: às sextas-feiras. De acordo com a IFPI, 50 países já aderiram à iniciativa, intitulada “New Music Fridays”. A ideia é regularizar os lançamentos internacionais, permitindo que todas as pessoas possam comprar as novidades da música ao mesmo tempo, dissimulando assim a pirataria. Isso porque, antigamente, algumas gravadoras costumavam deixar suas filiais decidirem a melhor data de lançamento em cada país ou região – permitindo que o mercado pirata funcionasse com mais rapidez e precisão.

Mas por que às sextas-feiras? Glen Barros, presidente da gravadora Concord Music Group, de artistas como Paul McCartney e Paul Simon, explica: “Existem mais consumidores ocasionais de música no fim de semana. Além de disseminar a pirataria, isso pode nos ajudar a aumentar o consumo. Ou seja, o mesmo dia de lançamento em todo o mundo reflete melhor as realidades do setor”. No Brasil, as gravadoras Sony Music, Universal Music e Warner Music aderiram à iniciativa. Alguns países, como Alemanha e Austrália, não precisarão alterar suas agendas, uma vez que os discos há tempos já são colocados à venda às sextas-feiras. De acordo com a IFPI, apenas no Japão os discos para o mercado interno continuarão sendo lançados às quartas-feiras.



## SOPHIA ABRAHÃO ASSINA COM A FS



A CANTORA, COMPOSITORA E ATRIZ **SOPHIA ABRAHÃO**, que recentemente participou da novela *Alto astral*, da Rede Globo, segue novos passos na música. Ela fechou contrato de gestão de carreira com o escritório da dupla Fernando & Sorocaba, a FS Produções Artísticas. Com 22 anos de idade e 14 de carreira, Sophia lança seu primeiro projeto em parceria com a FS ainda neste segundo semestre. O CD está sendo produzido por Fernando Zor e contará com canções inéditas. “Vou dar um tempo na TV e focar na música. Já selecionamos todo o repertório e até já gravamos algumas faixas do álbum”, adiantou a artista.

## AR LIVE EM NOVOS TERRITÓRIOS

A AR LIVE, DE **ANDERSON RICARDO**, está expandindo seus negócios. O escritório, com sede em São Paulo, abriu uma filial em junho em Londrina (PR). “Se você fica em São Paulo, não sabe o que está acontecendo no interior. Então, essa filial chega para ir ao encontro desses artistas regionais e trabalhar suas carreiras nacionalmente”, explica o empresário. A dupla Jeann & Julio é a primeira contratada da nova base da AR Live. Segundo o empresário, a tendência é que a filial paranaense se concentre em artistas sertanejos. No fim do ano, o escritório deve começar a atuar fora do país, com a abertura de uma filial em Orlando (Estados Unidos).



## SILVIO BRITO GRAVA DVD EM SP

NO DIA 21 DE JUNHO, o cantor e compositor **SILVIO BRITO** gravou seu quarto DVD. O registro aconteceu na Vila Bisutti, em São Paulo. Celebrando 41 anos de carreira, o artista relembrou sucessos como *Espelho mágico*, *Casinha*, *Tá todo mundo louco* e *Pare o mundo que eu quero descer*. O repertório trouxe também sucessos de Fred Mercury, Charles Aznavour, Beatles, Caetano Veloso, Roberto Carlos, Roy Orbison e Astor Piazzola, entre outros ícones nacionais e internacionais. A soprano Paula Piccilaks e músicos ilustres, como o arranjador Jether Garotti, o pianista erudito Rogerio Tutti e o maestro José Paulo Soares também subiram ao palco como convidados especiais. “O projeto estará nas lojas no início do segundo semestre”, garante o cantor.

## CAPITAL GRAVA EM NOVA YORK

EM JUNHO, O **CAPITAL INICIAL** gravou o segundo DVD acústico de sua carreira, em Nova York. As filmagens aconteceram na casa Terminal 5, que já recebeu grandes nomes do rock, como Guns N' Roses, Bad Religion, Interpol e The Offspring. A gravação deste novo projeto aconteceu quinze anos depois da divulgação do primeiro disco desplugado da banda, *Capital Inicial – MTV Acústico*. No repertório, sucessos consagrados de Dinho Ouro Preto, Flávio Lemos, Fê Lemos e Yves Passarelli, além das músicas do EP *Viva a revolução*, lançado no ano passado, e de algumas canções inéditas. Como convidados, o grupo recebeu os músicos Thiago Castanho, Seu Jorge e Lenine. Este último, inclusive, cantou com Dinho a canção *Tempo perdido*, quando foi lembrada a história do Legião Urbana, banda que está diretamente ligada à história do Capital. De acordo com Dinho e seus companheiros de banda, o novo DVD será lançado até o final do ano



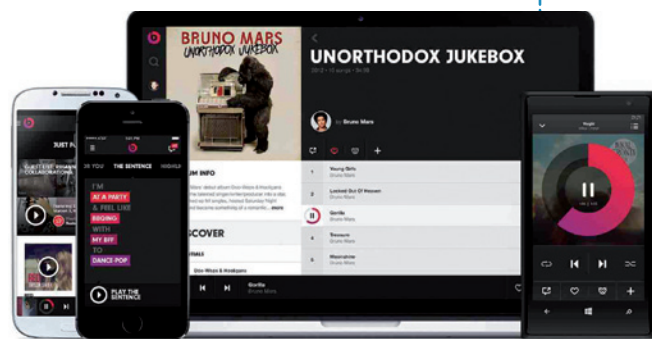
## MARCOS & BELUTTI EM CLIPE COM SAFADÃO



NA ÚLTIMA SEMANA DE JUNHO, a dupla **MARCOS & BELUTTI** lançou o clipe de *Aquele 1%*. A faixa, que conta com a participação de Wesley Safadão, está no próximo DVD dos sertanejos, *Acústico tão feliz*. Esse será o segundo trabalho da dupla em versão intimista. A estreia de Marcos & Belutti no formato, que aconteceu no ano passado, foi um grande sucesso. Basta dizer que o DVD *Acústico* trouxe a faixa de maior sucesso da dupla, *Domingo de manhã*. A música foi a mais tocada nas rádios em 2014 e uma das mais executadas nos serviços de streaming. Além do mais, o clipe com imagens extraídas do DVD já foi assistido mais de 80 milhões de vezes no canal da dupla no YouTube. Outra faixa de destaque do próximo DVD, que chegará ao mercado nesse semestre, é *Poeira da lua*. A música, lançada há dois meses, tem permanecido entre as dez mais tocadas do país, conforme o ranking Top Brasil Semanal (Crowley / Portal SUCESSO!).

## APPLE LANÇA SERVIÇO DE STREAMING DE MÚSICA

A **APPLE** lançou seu próprio aplicativo de streaming, desenvolvido para competir diretamente com o Spotify, Deezer, Rdio e Tidal, entre outros. Chamado de “Apple Music”, o aplicativo conta com uma biblioteca de milhões de músicas, recomendações de bandas e faixas que seguirão o gosto musical do usuário, lançamentos, vídeos e clipes exclusivos, uma rádio mundial (a “Beats Radio”, que terá canais em Los Angeles, Londres e Nova York), exibição de letras, interação com artistas e seleção de canções de uma época, de um filme ou de uma banda específicos através do dispositivo de voz Siri. O lançamento oficial da plataforma aconteceu no dia 30 de junho em mais de 100 países, inclusive no Brasil. Nos primeiros três meses, o serviço será inteiramente gratuito. Depois, o usuário poderá contratar a assinatura individual, que custará US\$ 9,99 por mês, ou o plano familiar (para seis logins), que custará US\$ 14,99.



## THE VOICE KIDS JÁ TEM DATA PARA ESTREAR



FINALMENTE A REDE GLOBO anunciou a data de lançamento de seu primeiro reality voltado para o público infantil. **THE VOICE KIDS** estreará no dia 3 de janeiro. O programa contará com crianças e adolescentes entre nove e 15 anos e os idealizadores da atração esperam trazer ao público e aos candidatos “eliminações sem traumas”. O prêmio estipulado para o vencedor do reality será de R\$ 250 mil, metade do valor da versão adulta. A apresentação será de Tiago Leifert e a definição dos quatro cantores que atuarão como técnicos dos candidatos acontecerá até o final de agosto.



1. MICHEL TELÓ ENCONTRA O AMIGO LUCAS LUCCO NO PROJAC
2. CRISTIANO ARAÚJO COM FERNANDO & SOROCABA NO RODEIO DE AMERICANA/SP
3. BELO E MUMUZINHO NOS BASTIDORES DO *ESQUENTA* (GLOBO)
4. CHITÃOZINHO & XORORÓ E PAULA FERNANDES CANTANDO NO ESPAÇO DAS AMÉRICAS (SÃO PAULO) O SINGLE *PEGANDO LÁGRIMAS*
5. EQUIPE DO PROGRAMA *GALERA SHOW* (TRANSAMÉRICA FM) COM O TRIO AMIGOS DO PAGODE 90
6. BRUNO CARDOSO (SORRISO), ANITTA, GUIMÊ, RODRIGO FARO, TICIANE PINHEIRO E RODRIGO CAPELLA NO *PROGRAMA DA SABRINA* (RECORD)
7. ENCONTRO DE JORGES NO RIO, JORGE BEN JOR E SEU JORGE
8. ZELIA DUNCAN EM SHOW DE OSWALDO MONTENEGRO EM SÃO PAULO
9. THALLES ROBERTO EM PASSEIO COM GUI REBUSTINI



FOTOS - 1 A 9 - DIVULGAÇÃO / FACEBOOK



1. LEONARDO CURTE FÉRIAS COM O FILHO ZÉ FELIPE E O AMIGO RODNEY BRAGANÇA
2. ROBERTO CARLOS POSA COM O CANTOR PORTUGUÊS PAULO GONZO DURANTE HOMENAGEM RECEBIDA NO PAÍS LUSITANO PELA VENDA DE 1,5 MILHÃO DE CÓPIAS
3. IVETE SANGALO FESTEJANDO OS 50 ANOS DE CARREIRA DE MARIA BETHÂNIA
4. ALLINE ROSA E LUDMILLA NO EVENTO CHÁ DA ALICE (SALVADOR)
5. ROBERTA MIRANDA E CAETANO VELOSO NO 26º PRÊMIO DA MÚSICA BRASILEIRA (RIO)
6. FREJAT E MARCELO FALCÃO NO CRISTO REDENTOR
7. ZECA PAGODINHO CANTA COM ALMIR GUINETO NO RIO DE JANEIRO
8. MOLEJO NO PROGRAMA MULHERES, APRESENTADO POR CÁTIA FONSECA
9. GUSTTAVO LIMA E ALCIONE EM EDIÇÃO ESPECIAL DO PROGRAMA ESTRELAS (GLOBO)



FOTOS - 1 A 9 - DIVULGAÇÃO / FACEBOOK



# BRILHO FORTE

**PLACA LUMINOSA**, BANDA QUE FEZ SUCESSO NOS ANOS 80 E 90, VOLTA AO MERCADO E PREPARA CD COM VERSÕES PARA HITS DE DÉCADAS PASSADAS



GUSTAVO GODINHO

GRUPO TERÁ SHOW PRODUZIDO POR CESAR CAMARGO MARIANO E QUER REEDITAR PERÍODO ÁUREO DO MEGAHIT *FICA COMIGO*

A banda Placa Luminosa ocupou importante espaço na programação radiofônica do país nas décadas de 80 e 90. Seu principal hit, *Fica comigo*, foi tocado à exaustão e embalou casais apaixonados. “Nosso amor é lindo, tão lindo; nada pode ser mais lindo do que o nosso amor”, dizia o refrão. Na época, o grupo fazia quase 200 shows por ano e era figurinha carimbada nos programas de TV. Contratada recentemente pela Lisa Eventos, a banda quer resgatar o prestígio e planeja um CD com releituras dos grandes clássicos do flashback nacional.

*Fica comigo*, de fato, foi o estopim para o sucesso meteórico do grupo. A faixa emplacou após ser incluída na trilha da novela *Top model* (1989-1990, Globo). Mas a banda não era tão nova na época. Fundada em 1977, ela já havia trabalhado com artistas como Cesar Camargo Mariano, Erasmo Carlos, Ney Matogrosso e Tim Maia. “Com o Ney, abrimos a primeira versão do Rock in Rio, em 1985”, lembra o vocalista Willian Santana.

Mas como tudo que é bom dura pouco, em meados de 1995 o hype da banda foi passando. Nas décadas seguintes, a execução em rádio escasseou, assim como a quantidade de shows. Mas diferentemente do que muitas pessoas pensam, o Placa Luminosa nunca encerrou a carreira. “O afastamento da mídia se deu porque deixamos a gravadora e passamos a trabalhar de forma independente. E naquela época não havia a internet, com suas redes sociais, para você se promover sem investir tanta verba. Quem não tinha contrato com uma major não sobrevivia”, analisa o sorridente baixista Ari Nascimento.

Interessado em recuperar todo esse prestígio perdido pelo caminho, o empresário Claudio Lisa se aproximou do Placa. A

ideia do manager é fazer um trabalho de gerenciamento artístico 360° e colocar novamente a banda no circuito de shows. “O momento não poderia ser melhor. O canal Viva (NET) exhibe semanalmente participações do grupo em programas como *Xou da Xuxa*, *Cassino do Chacrinha* e *Globo de Ouro*, fazendo com que muitos fãs se questionem a respeito de shows do Placa Luminosa. Com um bom trabalho de marketing, conseguiremos abrir de novo o mercado à banda”, explica Lisa.

## ► PLANOS E METAS

A estratégia de Lisa é investir primeiramente no circuito de shows oferecidos pelo Sesc. A ideia é enxugar a estrutura das apresentações da banda, de modo a reduzir custos de produção e cachê. “Destá forma já conseguimos algumas apresentações no circuito”, comemora Ari Nascimento. Em paralelo, o Placa está produzindo um mega-espetáculo com direção de Cesar Camargo Mariano. “Esta grande produção ganhará a estrada em agosto, quando os concert promoters já terão total conhecimento de que estamos na ativa. A ideia é passar então ao circuito dos grandes eventos”, completa o manager, afirmando que a tour dará origem a um DVD a ser gravado até o final do ano.

De acordo com Lisa, o projeto referente à volta do Placa Luminosa ao mercado também inclui um novo CD. O grupo está em estúdio e em breve lançará o novo álbum, o primeiro em quase dez anos. A ideia é registrar os grandes hits nacionais que embalaram os anos 80 e 90 – casos de *Não diga nada*, de Prêntice, e *Whisk a go go*, do Roupa Nova –, além dos clássicos da banda, como *Fica comigo* e *Mais uma vez*. !

# CONFIRA OS MAIS NOVOS LANÇAMENTO MK MUSIC



CD A GRANDE PESCA  
BEATRIZ



CD JANELAS DA ALMA  
GISELE NASCIMENTO



CD NÃO VOU DESISTIR  
WILIAN NASCIMENTO



CD CONFIANÇA  
JAIRO BONFIM



CD NADA TEMEREI  
IB ATITUDE CENTRAL DA BARRA



CD RAYSSA E RAVEL  
O OLHAR DE DEUS



CD LÉA MENDONÇA  
AUTORIDADE E UNIÃO

## LANÇAMENTO MK EDITORA

### AUDIOBLESS LIVRO + CD MP3

ANDERSON FREIRE



BRUNA KARLA



### FALANDO DE AMOR A COLEÇÃO CONTINUA...

WILIAN NASCIMENTO



LÉA MENDONÇA



BRUNA KARLA



JOZYANNE



AUDIOBLESS  
BÊNÇÃO DE OUVIR  
LIVRO + CD MP3

Acesse conteúdos multimídia através do QR CODE da contracapa dos CDs e DVDs

UMA EMPRESA COM  
CERTIFICADO DE QUALIDADE  
ISO 9001/2000



Rua Gotemburgo, 211 - São Cristóvão, Rio de Janeiro  
CEP.: 20941-080-RJ - Tel.: 21 3891-9300 / Fax.: 21 2589-4535  
GRUPO MK DE COMUNICAÇÃO - CRESCENDO NO PROPÓSITO DE DEUS

[www.twitter.com/mkmusicbrasil](http://www.twitter.com/mkmusicbrasil) | [www.mkmusic.com.br](http://www.mkmusic.com.br)  
[www.facebook.com/MKMmusicOficial](http://www.facebook.com/MKMmusicOficial) | [vendas@grupomk.com.br](mailto:vendas@grupomk.com.br)

GARANTA JÁ O SEU!  
[www.mkshopping.com.br](http://www.mkshopping.com.br)



TELEVENDAS:  
Valor da ligação por minuto sem imposto. Taxa fixa R\$ 0,20 - Taxa móvel R\$ 0,77  
0300 789 2502  
Segunda a sexta de 9h às 18h

*Lu &*  
**Tchelo**

**LU & TCHELO FEAT. BRUNO & MARRONE**

**PIRANDO**

**DE NOVO**

UMA DAS MÚSICAS MAIS EXECUTADAS NO BRASIL

**CONTATO**

**VENDAS**


31 8850-2375

31 8626-0353

31 3081-1509

[WWW.LUETCHELO.COM.BR](http://WWW.LUETCHELO.COM.BR)

[CONTATO@LUETCHELO.COM.BR](mailto:CONTATO@LUETCHELO.COM.BR)

 /LU.TCHELO

 /LUETCHELO

 /LUETCHELO