

# SUCESSO!

ANO 20 • Nº 166 • NOVEMBRO/DEZEMBRO 2015



RICCHIETE

## Victor & Leo

NOVA TURNÊ  
IRMÃOS

CD e DVD  
JÁ NAS LOJAS

34 3230 6900 [www.victoreleo.com](http://www.victoreleo.com)



som livre





TEL.: (21) 2323-3334  
SHOWS@SOMLIVRE.COM.BR  
WWW.SOMLIVRE.COM



JESUTON



SCALENE

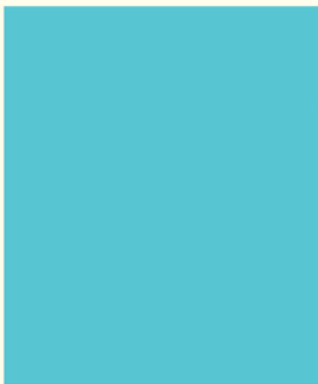
PABLO



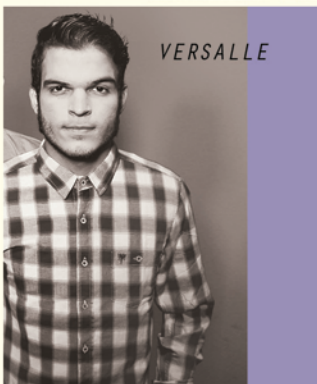
MALTA



THIAGO BRAVA



JADS & JADSON



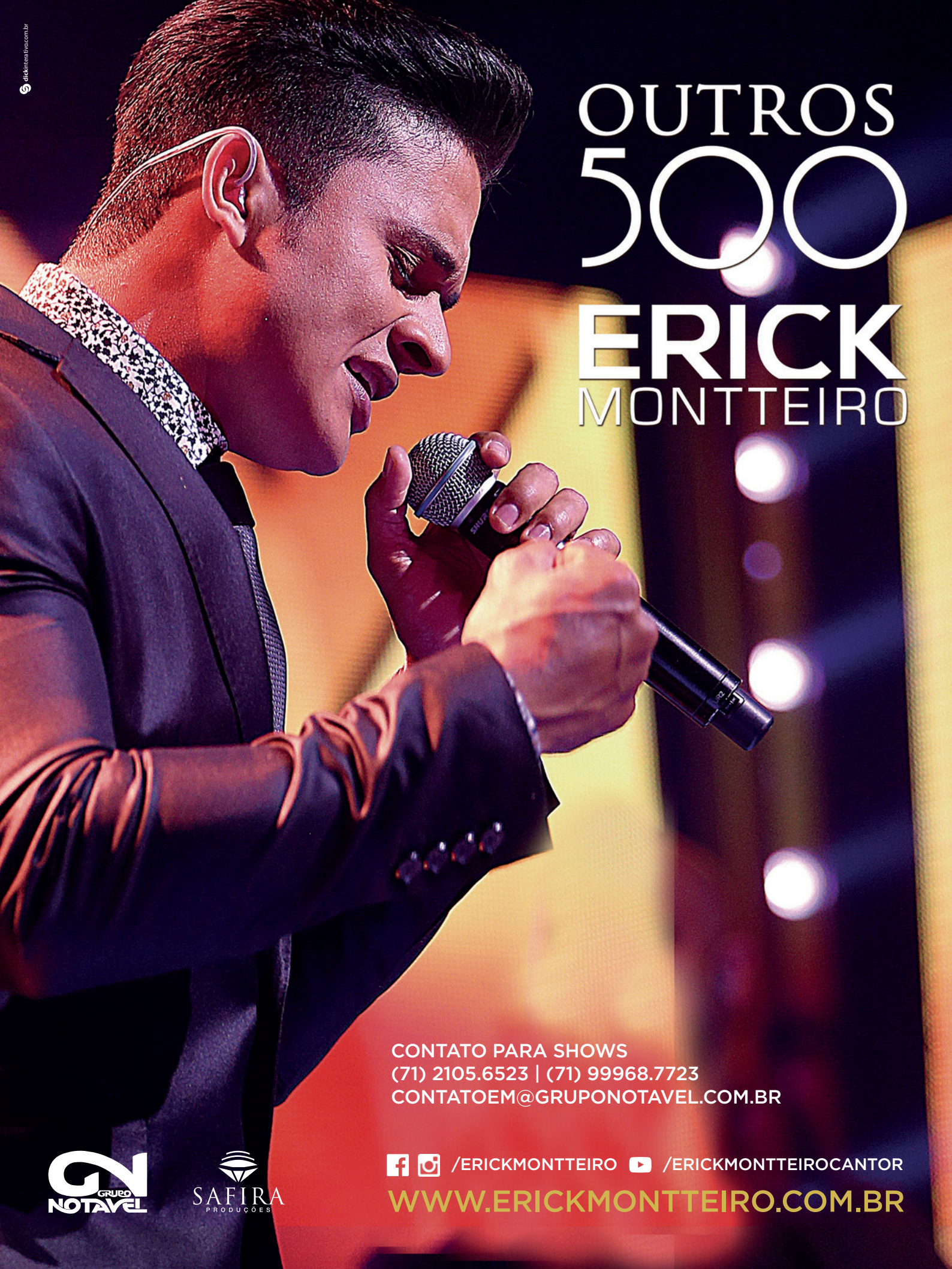
VERSALLE



MARIA GADÚ

PARA SHOWS,  
ENTRE EM CONTATO COM A GENTE.





# OUTROS 500 ERICK MONTTEIRO

CONTATO PARA SHOWS  
(71) 2105.6523 | (71) 99968.7723  
CONTATOEM@GRUPONOTAVEL.COM.BR

  /ERICKMONTTEIRO  /ERICKMONTTEIROCANTOR

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





### COMO GENTE GRANDE

RECÉM-INTEGRADOS AO PRIMEIRO TIME DO SERTANEJO, **HENRIQUE & JULIANO** GRAVAM EM RECIFE NOVO DVD (AO VIVO), COM MEGA ESTRUTURA



### IRMÃOS INSPIRADOS

**VICTOR & LEO** VOLTAM AO FOLK EM NOVO SINGLE, *TEMPO DE AMOR*, E MOSTRAM COMO CAMINHAR ENTRE ESTILOS SEM ABRIR MÃO DO FEELING



### MEIO SÉCULO DE SHOWS

AS HISTÓRIAS DE **RUBENS DE OLIVEIRA**, RESPEITADO CONCERT PROMOTER QUE CHEGA AOS 50 ANOS DE ATUAÇÃO NO MERCADO



### SEM PARAR

DIRETOR GERAL DA SOM LIVRE, **MARCELO SOARES** FESTEJA O ÓTIMO MOMENTO DA EMPRESA E PROJETA CRESCIMENTO PARA 2016



### LAPIDADOR DE TALENTOS

**SERGIO AFFONSO**, PRESIDENTE DA WARNER MUSIC, FALA SOBRE O BOM MOMENTO DA COMPANHIA E SUA VOCAÇÃO EM LANÇAR NOVOS TALENTOS

- .RECADO. 06
- .SUCEDE. 08
- .WANESSA. 10
- .DJ MARLBORO. 12
- .GUSTTAVO LIMA. 16
- .MARCOS & BELUTTI. 18
- .CARLOS & JADER. 20
- .ZÉ NETO & CRISTIANO. 24
- .JEANN & JULIO. 26
- .KITA. 28
- .SAMBÔ. 30
- .SEM REZNHA. 32
- .CIDADE NEGRA. 34
- .MC DEDE. 36
- .VOZES FEMININAS. 38
- .CANTORAS. 40
- .FÁBRICA DE SUCESSOS. 42
- .AUDIOBLESS. 50
- .LUIZ BENITE (MASSA FM). 52
- .MOVIMENTO. 58
- .CLIQUES. 60
- .KIKO ZAMBIANCHI. 62



# Estrelas da nossa música num só tom: a defesa do direito autoral.



Os artistas participam de forma gratuita desta campanha.



**Voices**  
em defesa do  
**direito autoral.**  
E que vozes!

Grandes talentos da nossa música se uniram para participar desta campanha. São vozes cheias de argumentos e afinadas com a defesa dos direitos autorais de execução pública musical. Junto com as associações de gestão coletiva e o Ecad, esses artistas se mobilizam para que o nosso país se torne mais consciente da importância do pagamento da retribuição autoral. Afinal, compositores, intérpretes e músicos merecem ser valorizados e remunerados pelo seu talento.

Confira os depoimentos desta campanha no canal do Ecad no YouTube.

[www.ecad.org.br](http://www.ecad.org.br)

Acompanhe o Ecad |



abrac - abranus - amar - assin  
sademba - sbacen - sicam - sociopro - ubc



# TRIBUTOS MERECIDOS

Um dos destaques desta edição de SUCESSO! é a reportagem especial sobre os 50 anos de atividade de Rubens de Oliveira, respeitado profissional do mercado de shows. Natural de Minas Gerais, Rubens de Oliveira fez história tendo como base a cidade que o adotou ainda jovem, Apucarana, no norte do Paraná. Foram mais de 15 mil shows comercializados nessas cinco décadas. "Já trabalhei com centenas de contratantes e vendedores de shows ao longo da minha carreira. Conheci muitos profissionais honestos, mas nenhum deles supera o Rubens de Oliveira nesse quesito. O que ele combina, ele cumpre", enfatiza Sergio Reis, um dos nomes com os quais o concert promoter mais trabalhou.

Na reportagem (que começa na página 44), Seu Rubens relata passagens engraçadas e interessantes de sua trajetória. Revela que vivenciou a abertura do mercado de eventos para outras atrações além das bandas de bailes (que dominaram a cena por muito tempo) e que foi um dos primeiros concert promoters a incluir artistas de rock na programação de eventos rurais. Relata ainda que viu nascer a era das superproduções de shows. "Antigamente os artistas se apresentavam usando o som e a luz da banda de bailes que abria e fechava os eventos. Com a melhoria da produção, aumentaram os custos para a realização dos shows. Então levou um tempo até os clientes entenderem que tais mudanças gerariam impacto positivo junto ao público", lembra ele.

Sabemos que são profissionais como Rubens de Oliveira – que se relacionam com prefeituras, comissões organizadoras de festas e eventos de toda a natureza – os responsáveis por fazer girar a roda deste mercado que movimenta bilhões de reais ao ano e emprega milhares de pessoas. Portanto, neste momento em que festejamos os 50 anos de atuação de Rubens de Oliveira, aproveitamos para parabenizar todos os concert promoters e vendedores de shows do Brasil.

•••

**ROBERTO CARLOS E DJAVAN** - A edição deste ano do Latin GRAMMY, cuja premiação acontece no MGM Grand Garden Arena, em Las Vegas, no dia 19 de novembro, terá um sabor mais que especial aos brasileiros. Isso porque, além dos artistas finalistas em diversas categorias do prêmio – as gerais e as específicas para produtos no idioma português –, nosso país terá dois ícones sendo homenageados.

Djavan, que na primeira edição do prêmio, em 2000 (Los Angeles), foi ovacionado pelo público presente ao se apresentar no formato violão e voz, receberá o troféu Lifetime Achievement, oferecido a artistas com carreira lonjeva e discografia que privilegia a excelência artística. Esta premiação, que em anos anteriores reconheceu o talento e a obra de outros brasileiros, como Milton Nascimento, Jorge Ben Jor e Sergio Mendes, acontecerá na tarde do dia 18, no Mandalay Bay Resort. À noite, no South Pacific Ballroom do mesmo Mandalay Bay Resort, os brasileiros terão outro motivo para se orgulhar. Roberto Carlos foi escolhido "Person of the Year" e ganhará um show-tributo em meio a um jantar de gala, com a participação de artistas consagrados, de vários países, interpretando alguns de seus maiores sucessos.

"O Board of Trustees do Latin GRAMMY discute anualmente a respeito de 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", justificou Gabriel Abaroa, presidente do Latin GRAMMY, ao anunciar a escolha do Rei.

Parabéns Djavan, parabéns Roberto Carlos!

Gilmar Laurindo e Tom Gomes

## SUCESSO!

ANO 20 • Nº 166 • NOVEMBRO/DEZEMBRO 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

### Repórter / Redator

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

### Colaboradores

**GUSTAVO GODINHO**

**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

### 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

**Jornalista Responsável**

**GILMAR LAURINDO**



### 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





NOVA MÚSICA

# 'Ela sabe ser Sexy'

**B&D**

BRUNINHO & DAVI

[bruninhoedavi.com.br](http://bruninhoedavi.com.br)

[contato@bruninhoedavi.com.br](mailto:contato@bruninhoedavi.com.br)

67 9631 6200  
11 3582 2337

JEYSON  
GOMES





## A ESCOLHA DE SOPHIA

Após se destacar em algumas produções da Rede Globo – a última delas foi na novela *Alto astral* (2014/2015) –, **SOPHIA ABRAHÃO** decidiu focar na carreira de cantora. Em junho, assinou contrato com a FS Produções, empresa comandada pela dupla Fernando & Sorocaba, e anunciou o seu primeiro disco. O projeto, que traz 11 faixas inéditas, conta com produção de Fernando Zor.

Além de apresentar Sophia ao mercado musical, o álbum ainda se destaca por ser o primeiro projeto não sertanejo da FS Produções. “É incrível lançar minha carreira com caras tão bacanas e experientes como o Fernando e o Sorocaba. Meu som é mais pop romântico, mas a química com eles, que representam o sertanejo, deu super certo. É por isso que eu digo: tenho os melhores padrinhos!”, comemora Sophia. E, se depender da dupla, o sucesso já está garantido. O primeiro single lançado pela cantora, *Náufrago*, logo caiu nas graças do público e já toca nas principais rádios de São Paulo.

Lançado no final de outubro, o disco de Sophia Abrahão é dirigido à juventude, mas em vários momentos flerta com o público mais maduro – por conta das letras. “Foi uma experiência incrível, eu acabei amadurecendo muito no estúdio. E as letras expressam isso. Falam basicamente de situações do cotidiano”, explica a cantora, revelando ainda que a turnê do lançamento do projeto só acontecerá em 2016.



SOPHIA ABRAHÃO

DIVULGAÇÃO

## PONTE AÉREA ESPECIAL

Após uma temporada de seis meses em Los Angeles, nos Estados Unidos, onde estudou no Musicians Institute, o ator e cantor **RAFAEL ALMEIDA** está de volta ao Brasil para trabalhar na divulgação de seu mais novo projeto, *Rio Califórnia*. O EP, lançado no final de junho, conta com cinco faixas que passeiam por ritmos como pop e reggae, além de trazer algumas influências internacionais.

O primeiro single do projeto, a faixa-título *Rio Califórnia*, já estreou em grande estilo. Isso porque o videoclipe da música, lançado no início de setembro, trouxe as participações especiais da atriz Gabi Lopes (*Malhação/Globo*) e da blogueira de moda Jade Seba. No projeto, Rafael Almeida também se destaca ao atuar e dirigir o próprio trabalho. A produção ficou a cargo de sua produtora de vídeo, Virtua Filmes.

Renovado, o cantor cita o EP como um projeto que revela sua nova identidade musical. Exatamente por isso, ele assina a autoria de três das cinco faixas – *Rio Califórnia*, *Cê que sabe* e *A mina*. Lançado pela Som Livre, o EP tem produção de Juliano Cortuah.



DIVULGAÇÃO

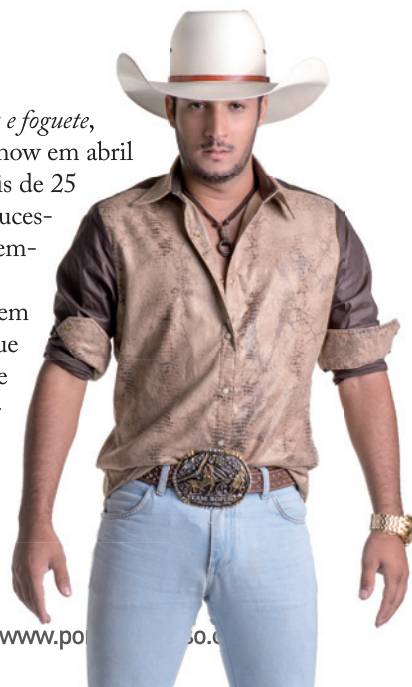
## MELHOR IMPOSSÍVEL

É espantoso constatar que **BRUNO & BARRETO**, donos do megahit *Farra, pinga e foguete*, estão apenas há alguns meses na estrada. Mas a dupla, que realizou seu primeiro show em abril deste ano, já tem muito que comemorar. No YouTube, seu canal oficial soma mais de 25 milhões de visualizações e está perto de atingir 80 mil inscritos. Nas rádios, o sucesso continua com o bom posicionamento de *Farra, pinga e foguete* que, em setembro, chegou a ficar no TOP 10 do ranking realizado pela Crowley.

Após o frisson causado pelo primeiro single, Bruno & Barretto lançaram em outubro uma segunda faixa promocional – *Eu quero é rolo*. A música, que segue na mesma linha dançante de sua antecessora, ganhou um videoclipe que continua a história apresentada em *Farra, pinga e foguete*. “Conseguimos fixar nossa marca no mercado. Agora, vamos focar na produção do primeiro DVD, que será lançado em 2016”, explica Barretto. O projeto, a ser gravado no dia 7 de novembro em Londrina (PR), apresentará diversas músicas inéditas e, claro, sucessos do primeiro disco da dupla.



FOTOS: DIVULGAÇÃO



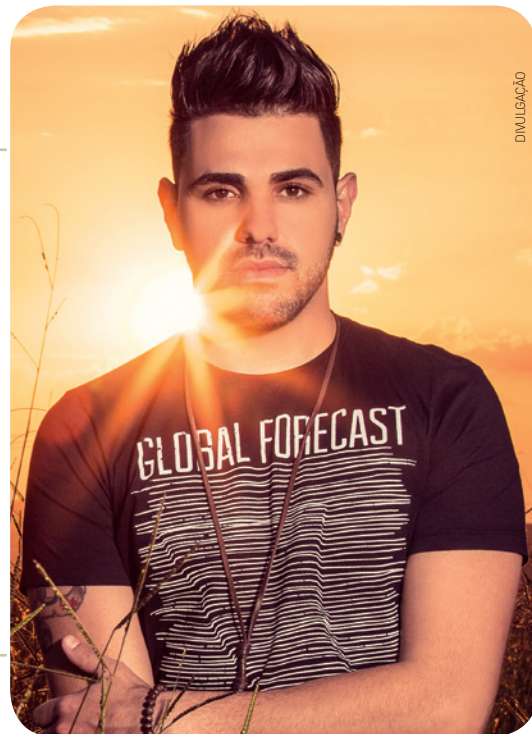
www.p...so.c



## NOME EM ASCENSÃO

O primeiro álbum de estúdio do paulistano **BRUNO LACENE** está prestes a sair do forno. Enquanto finaliza os últimos detalhes do projeto, o jovem cantor de 27 anos trabalha no primeiro single do projeto, *Até o fim*, que já soma mais de 380 mil visualizações no YouTube. Nas rádios, a faixa também conta com um bom desempenho após ganhar uma blitz nacional no início de setembro.

Com produção assinada por Taffarel, do Borning Music Studios, o disco, ainda sem título definido, contará com 12 faixas, entre as quais dez são composições do próprio Bruno. Fora da rotina dos estúdios, o cantor comemora o fato de sua agenda de shows estar cada vez mais tomada. Com o reconhecimento do público, ele chega a realizar cerca de quinze shows por mês. “Além de São Paulo, faço muito sucesso em Minas Gerais. Esse retorno é incrível, porque acabo tendo a certeza de que estou no caminho certo”, finaliza o artista – que iniciou a carreira numa banda gospel até migrar para o sertanejo.



JOSE DE HOLANDA

## RAP AFRICANO

Como esperado, o terceiro álbum de estúdio de **EMICIDA**, *Sobre crianças, quadris, pesadelos e lições de casa*, resume bem as histórias que o artista presenciou durante sua viagem pela África, em março deste ano. Eleito uma das personalidades mais influentes do nosso país, o rapper evidencia sua alma africana ao apresentar letras e sonoridades características de lugares como Cabo Verde e Angola.

Ao todo, o trabalho conta com 14 faixas inéditas e autorais e duas colaborações de peso: a de Vanessa da Mata em *Passarinhos* e a de Caetano Veloso em *Baiana*. Há também participações de J. Ghetto (*Boa esperança*), Marcelino Freire (*Trabalhadores do Brasil*) e Drik Barbosa, Amiri, Rico Dalasam, Muzzike & Raphão Alafin em *Mandume*.

Lançado em agosto, o disco já conta com dois singles – *Boa esperança* e *Passarinhos*. A faixa com Vanessa da Mata, inclusive, é sucesso nas rádios por sua temática leve e sonoridade radiofônica. Em tempo: no final de outubro, Emicida esteve em Budapeste (Hungria), apresentando-se com sua banda na feira de world music Womex.

## BELA INICIATIVA

**HUGO PENA** formou dupla com Gabriel por quase de 10 anos. Em 2011, a dupla se desfez e ele se lançou em carreira solo. Dois anos depois, reatou a parceria com o ex-colega e a dupla acabou contratada pelo escritório FS Produções. No início deste ano, o artista anunciou o fim do duo novamente e voltou a cantar sozinho. O primeiro projeto desta nova fase é bem interessante. Em DVD gravado em julho no Estúdio Hangar, em São Paulo, ele reuniu no palco as principais segundas vozes do país.

Em *Hugo Pena e os segundeiros do Brasil* o cantor contou com as participações de Hudson (da dupla Edson & Hudson), Fernando (Fernando & Sorocaba), Santiago (Guilherme & Santiago), Munhoz (Munhoz & Mariano), Marcos (Marcos & Belutti), Thiago (Hugo & Thiago), Cesar Menotti, Luciano (Zezé & Luciano), Di Paulo (Di Paulo & Paulino) e João Márcio (João Márcio & Fabiano). “Antes de falar com eles, eu amadureci muito a ideia. No começo, achei que os primeiros vozes poderiam ficar chateados com o meu convite mas, quando comecei a fazer as primeiras ligações, todos adoraram a ideia”, conta Hugo Pena. Ao todo, o DVD conta com 14 faixas inéditas e quatro regravações. “Foi uma energia muito boa no palco. O resultado final é uma verdadeira homenagem para esses segundas-vozes tão talentosos”, comemora o intérprete. O primeiro single do projeto, *Casa branca*, conta com os vocais de Fernando Zor.



DIVULGAÇÃO



# TUDO NOVO AOS 15

COMPLETANDO 15 ANOS DE CARREIRA, **WANESSA** LANÇA DISCO DE INÉDITAS E PREPARA SHOW EXCLUSIVO PARA CASAMENTOS E EVENTOS CORPORATIVOS

**E**m 2000, quando iniciou sua carreira discográfica, Wanessa experimentou uma rápida ascensão nas paradas. Na verdade, até por conta de sua origem, o mercado e o público já estavam curiosos em relação ao que aquela jovem de 17 anos tinha para mostrar. Porém, poucos poderiam imaginar que em quinze anos a cantora iria caminhar por tantas vertentes, atingindo públicos distintos. De um pop inocente e romântico, ela partiu para algo mais maduro e acabou migrando para a música eletrônica.

Agora, mantendo essa veia mutante mais viva do que nunca, Wanessa prepara um álbum diferente de seus últimos trabalhos. “Será um CD mais orgânico, com músicas românticas, folk, um pouco de eletrônico e uma certa pegada latina”, explica. A cantora também adianta que seu novo projeto, *#W15* (alusão aos 15 anos de carreira), será um dos mais autorais de sua trajetória, pois ela está participando ativamente de todas as etapas. “Inclusive estou compondo bastante. Sou melodista. Quando estou compondo a parte instrumental, a coisa flui naturalmente. Já em relação às letras, demoro um pouco mais para terminá-las”.

Apesar de apostar em um trabalho diferente, a cantora mantém a bem sucedida parceria com o produtor Mister Jam, com quem vem trabalhando desde o álbum *DNA* (2011). “A gente está descobrindo tudo junto, ouvindo referências e testando sonoridades”, explica.

A escolha do repertório é um dos processos mais trabalhosos na concepção dos discos de Wanessa. No caso atual, ela e o produtor selecionaram mais de 40 músicas, das quais 15 entrarão no trabalho. “Eu não tenho esse apego às minhas músicas. Costumo trabalhar no repertório de forma bem criteriosa. Como é um processo autoral, liguei para alguns compositores pedindo músicas específicas, que se encaixem em determinado contexto”, explica. A principal indefinição fica por conta da data de lançamento de



ALÉM DE LANÇAR NOVO ÁLBUM - COM SONORIDADES DIVERSAS E MENOS E-MUSIC -, ARTISTA ESTREIA NOVA TOUR, EM QUE CANTA HITS ANIMADOS, ALGUNS DE SUA DISCOGRAFIA

*#W15*. “Não gosto de falar sobre datas. Gosto de fazer tudo com calma, de testar vários arranjos. Às vezes, você não dá nada pela música, mas ela cresce durante a produção. Mas espero lançá-lo até o final de novembro”, diz.

O disco de inéditas é só mais um projeto em um ano especial na carreira de Wanessa. Completando 15 anos na estrada, a artista também usa o título *#W15* na turnê que resgata alguns dos principais sucessos dessa trajetória. “Nesse show, apresento músicas de todas as fases da minha carreira. Mas não tem um setlist fixo. Algumas músicas entram em um show e não entram em outro. Depende do público e do contratante”, diz a artista, que recentemente entrou para o cast da SB Entertainment.

## ➤ CASAMENTOS

Nessa década e meia, Wanessa acumulou hits e histórias suficientes para fazer um grande show comemorativo. Porém, ainda sentia a necessidade de ir um pouco além do seu repertório. “Em um show de carreira, fico limitada em alguns momentos, pois quero cantar coisas que não se encaixam naquele contexto”, explica. Nada melhor do que quando um desejo pessoal se encontra com uma necessidade do mercado. Wanessa sentiu isso e decidiu

criar um show específico para festas de casamento e eventos corporativos. “Já me apresentei em casamentos, mas nunca tive um show voltado a este tipo de festa. Agora, decidi criar um show totalmente diferente, festivo, no qual canto sucessos da minha carreira e hits animados de outros artistas”, explica.

Wanessa revela que a ideia partiu do apresentador Fausto Silva. “Ele sugeriu até o título, *Wanessa canta divas*, com músicas de grandes cantoras internacionais. Gostei muito da ideia, mas falei que também curto outras coisas, como Cazuzza, Lulu Santos, clássicos da dance music, Miami Bass e até sucessos populares, como *Eva* (Radio Taxi). Então, peguei a ideia e acabei montando um show mais eclético em termos de repertório”, finaliza.!



**19**  
ANOS  
DE ESTRADA

# TB

# TONY BRYAN

TOUR  
2015/2016



ASSISTA O CLIPE

ACESSE

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



TONYEBRYAN



SHOWS

(41) 3501-5311 (41) 9524-2996 [CONTATO@TONYEBRYAN.COM.BR](mailto:CONTATO@TONYEBRYAN.COM.BR)



# Funk made in **BRAZIL**

UM DOS PAIS DO FUNK CARIOCA, MULTIPROFISSIONAL **DJ MARLBORO** CITA OS DEZ NOMES QUE INFLUENCIARAM SEU TRABALHO DE ARTISTA E PRODUTOR



DIVULGAÇÃO

**DJ MARLBORO**  
"VI O FUNK  
BRASILEIRO SER  
CONHECIDO E  
RECONHECIDO"

A história de Fernando Luiz Mattos da Mata, o DJ Marlboro, mistura-se com a do funk no Brasil. Afinal, ele é considerado um dos criadores da versão carioca do gênero. Na década de 70, apenas o funk americano (oriundo do jazz, blues e soul) era consumido por aqui – basicamente em festas familiares e discotecas. Mas logo o gênero começou a fazer sucesso em nosso país. No Rio de Janeiro, os bailes cresciam a cada fim de semana e o público triplicava a cada apresentação.

Foi aí que, no início dos anos 80, Marlboro resolveu inovar, criando letras em português. Os versos, focando o dia a dia das comunidades, logo caíram na boca do povão. "Me apresentava para dez mil pessoas. Aquilo saiu do controle. O sucesso era absurdo, apesar de ninguém saber quem eu era", explica Marlboro que em 1989 lançou seu primeiro disco, *Funk Brasil*. "Esse trabalho é um marco. A história do funk carioca começou aí".

Claro que, com o sucesso, veio o preconceito. Por exprimir a cruel realidade das favelas e contar com um linguajar cheio de erotismo, gírias e sarcasmo, o gênero começou a ser mal visto por camadas da sociedade e chegou até a ser proibido. Mas, claro, não foi extinto. Ao contrário, recebeu reconhecimento formal em 2009, quando a Assembléia Legislativa do Rio de Janeiro decretou ser o ritmo um patrimônio cultural do estado. A luta acabou? Não. "O funk

está em constante metamorfose. Hoje temos grandes nomes, como Ludmilla, MC Marcinho e Anitta, mas aquele funk proibidão, aquele funk de favela, ainda sofre com o preconceito. Eu não toco proibidão, acho que DJ não deve fazer apologia ao crime, mas aqueles jovens das comunidades são salvos pela música. Ao cantar sobre a sua realidade, eles deixam de ver o traficante como o herói e passam a sonhar com o sucesso, passam a ter o MC como referência", explica.

Se os proibidões ainda se mantem nos guetos, outras vertentes do gênero ganharam, ao longo dos anos, milhões de adeptos, inclusive da classe A. E, influenciado pelo melody, pop e rap, passou por mudanças, ganhou diversas vertentes e acabou invadindo o Brasil e o mundo. Prova disso é que em 2003 DJ Marlboro se tornou o primeiro brasileiro a discotecar no SummerStage, tradicional festival nova-iorquino. Essas realizações crescem de tempos em tempos, fazendo de Marlboro um artista que compõe, discoteca, produz e até empresaria. "Alguns precisaram morrer para serem reconhecidos. Eu não precisei disso – afinal, vi nosso funk ser conhecido e reconhecido internacionalmente", comemora. Com uma bagagem cultural enorme e tantas histórias para contar, o artista aceitou o desafio de revelar as dez maiores influências musicais de sua trajetória. Confira a lista:



## **Earth, Wind & Fire**

"Para mim, é a maior e melhor banda de funk de todos os tempos. Eles são um marco. O que fizeram pelo gênero ainda se reflete no que ouvimos hoje em dia. E tem o Maurice White (vocalista e líder do grupo), que é um músico incrível".

## **Shalamar**

"Três excepcionais dançarinos, que ditavam tendências, foram colocados para cantar. Algo arriscado, não? Errado. Não sei se foi sorte ou destino, mas eles fizeram muito sucesso entre 1975 e 1990. Isso só prova que, muitas vezes, o talento está escondido e só precisa de uma oportunidade".







### Kraftwerk

“Considero o marco zero da música eletrônica. Esse grupo era formado por caras que mais pareciam técnicos de computador do que músicos. Isso que é bacana! E o som do grupo era tão revolucionário que ele acabou influenciando o mundo inteiro”.



### Blue Magic

“Quando escuto algumas das coisas que fazem sucesso atualmente, percebo que até hoje copiamos o que esses caras fizeram. A seleção de timbres, a energia e a musicalidade desse quinteto são referências para artistas de R&B e soul”.

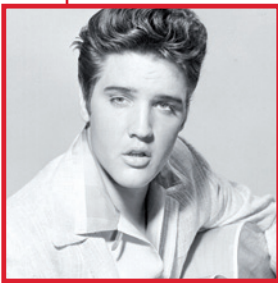
### Michael Jackson

“Podem passar cem, duzentos anos, que não veremos outro artista como ele. O Michael não é considerado Rei do Pop por acaso. Ele era talentoso, carismático, genial. E era um cara disciplinado, afinado até quando dançava. Um fenômeno!”



### The Whispers

“Esta banda nascida em Los Angeles na década de 60 me influenciou bastante ao longo dos anos, principalmente nas minhas colocações musicais. Quando surgiu, fazia um trabalho extraordinário mesclando música eletrônica com sons acústicos. Algo inédito até então”.



### Elvis Presley

“Elvis tem uma história muito bonita. Toda sua versatilidade, o fato de ter sido ator, dançarino e cantor... Tudo isso me influenciou. Aliás, que artista surgido a partir dos anos 60 não foi influenciado de alguma forma pela magia do rei do rock? Quem tem esse poder hoje em dia? Quase ninguém”.

### The Beatles

“Aprendi a fazer música comercial com esses caras. Eles me influenciaram muito nas letras. Acho que todo artista que quer fazer sucesso deve escutar Beatles, porque eles dão uma verdadeira aula de como criar hits. Veja o caso de *Help*. Repetem essa palavra mais de dez vezes e mesmo assim as pessoas adoram”.



### Chic

“Esta banda revolucionou o pop. Sucessos da disco music como *Dance, dance, dance* e *Everybody dance* até hoje bombam nas pistas. E a alma do Chic era o Nile Rodgers. Recentemente, ele tocou com o Daft Punk e se mostrou o mesmo gênio de outras épocas. Impressionante a sonoridade que o Nile conseguia tirar de sua guitarra”.



### James Brown

“Como não falar de James Brown? Ele foi uma verdadeira quebra de conceito na música. Cantava e dançava muito. Disco de funk naquela época exibia flores e modelos, mas ele chegou e estampou sua cara na capa do álbum. Pelo fato de ser negro, isso acabou rompendo as primeiras correntes, abrindo espaço para os negros na música”.

Só no Portal SUCESSO você encontra os rankings semanais\* de todas as praças monitoradas pela CROWLEY!



\*inclui os rankings Top Brasil e Top Gospel



# PRA SE CONSAGRAR

APÓS EMPLACAR TRÊS HITS EM SEQUÊNCIA – E ENTRAR PARA O PRIMEIRO TIME DO SERTANEJO –, **HENRIQUE & JULIANO** GRAVAM NOVO DVD, AO VIVO, EM RECIFE

As coisas tem acontecido bem rápido na carreira de Henrique & Juliano. Não parece, mas faz pouco mais de um ano que os irmãos de Palmeirópolis (TO) surgiram para o Brasil. O sucesso nacional veio com o single *Até você voltar* e seguiu com outros dois hits em sequência, *Cuida bem dela* e *Mudando de assunto*. Todas essas músicas fazem parte do DVD *Ao vivo em Brasília*, que chegou ao mercado no segundo semestre de 2014. Gravado no Estádio Mané Garrincha, na Capital Federal, o projeto chamou atenção por mostrar um repertório consistente e um lindo cenário, que aproveitou a arquitetura do local. Desde então, Henrique & Juliano não saem mais da lista dos mais tocados, a performance digital da dupla só melhora a cada dia e sua agenda está sempre lotada.

Com essa introdução, desenhamos bem o panorama para a gravação do novo trabalho dos sertanejos. Para resumir, podemos falar em expectativa e pressão. Registrado em Recife, no dia 19 de setembro, o novo DVD de Henrique & Juliano, *Novas histórias*, é o primeiro da fase atual, em que eles são uma realidade no mainstream nacional. Por isso, é compreensível que mercado e público esperem ansiosamente pelo que está por vir. Afinal, a dupla já é conhecida de norte a sul do país, mas é esse DVD que poderá consagrá-la, definitivamente, no Olimpo da música sertaneja. Também por isso, tudo parece ter sido feito para não dar brecha ao azar. A cartilha de um DVD de sucesso foi seguida à risca, desde a escolha do local até a cenografia, efeitos e, principalmente, o repertório.

Começando pelo local da gravação, o Marco Zero, no centro histórico de Recife. Gravar um DVD no nordeste a essa altura do campeonato é reconhecer a importância de uma região onde o sertanejo só tem crescido em popularidade, como explica o empresário da dupla, Wander de Oliveira. “Recife foi uma escolha de H&J, pela acolhida que eles sempre tiveram na cidade. Também contou o fato de o nordeste ter abraçado muito o gênero sertanejo nos últimos anos. Então, decidimos fazer diferente e não gravar no sudeste ou centro-oeste, onde o gênero é fortíssimo. Optamos por Recife para mostrar que o sertanejo não é mais um ritmo regional e, sim, do Brasil”.

Maior do que a do DVD anterior, a estrutura foi montada a céu aberto, ocupando dois quarteirões e utilizando a parede de um prédio vizinho para projetar o nome da dupla e outros elementos. No palco, imensos painéis de led exibiam projeções diferentes a cada faixa. Do outro lado, o mar e embarcações de luxo completavam o cenário. Tudo chamou atenção pela beleza e grandiosidade – até o drone que passava bem pertinho do público, captando imagens.

Todo esse capricho com o local onde a gravação aconteceu não teria valido de nada se o repertório não estivesse à altura. E aqui vemos que Henrique & Juliano priorizaram as canções românticas. É natural, já que as faixas que falam de amor foram o grande

destaque e geraram todos os singles do último trabalho dos sertanejos. “Pode ser que esse DVD realmente fique marcado pelas canções sentimentais. Afinal, escolhemos as músicas que mais nos tocaram”, ressaltou Henrique em certo momento da apresentação. “Basicamente, seguimos o mesmo caminho dos dois trabalhos anteriores, que vem dando certo e que conquistaram o Brasil inteiro. É claro que puxamos um pouco mais para o romântico, porque o mercado é favorável a esse estilo. Mas também tem uma ‘pimenta’ em certos momentos”, explica Wander de Oliveira. Durante o show, a dupla intercalou músicas inéditas com alguns sucessos. “Vamos combinar assim: a cada duas inéditas, a gente canta uma conhecida de vocês”, disse Henrique.

Como esperado, o primeiro single do DVD *Novas histórias* é uma música que toca o coração. *Na hora da raíva* já chamou atenção do público no momento em que foi gravada. Primeiro por ter sido a faixa escolhida para abrir o show, tornando-se um belo cartão de visitas, pois escancarou o apelo radiofônico do projeto. Depois, porque Juliano, que costuma fazer a segunda voz da dupla, inicia a música na primeira, cantando os versos iniciais sozinho no palco. Algum tempo depois, Henrique entra e assume o posto de primeira voz. Os sertanejos não perderam tempo e lançaram a faixa nas rádios apenas 20 dias após a gravação. É claro que também não demorou muito para *Na hora da raíva* aparecer entre as mais tocadas do país e para que seu vídeo se tornasse sucesso no YouTube – em menos de 24 horas, já havia batido a marca de 1 milhão de visualizações, gerando 25 mil likes e mais de 1500 comentários.

Esses números só ratificam o ótimo desempenho de Henrique & Juliano nas plataformas digitais. Recentemente, a dupla ultrapassou a marca de 100 milhões de views, quase simultaneamente, em dois vídeos, *Cuida bem dela* e *Até você voltar*. Ao todo, o canal dos sertanejos no YouTube (com 1,3 milhão de inscritos) já ultrapassou 800 milhões de visualizações. Recentemente, o Spotify divulgou o ranking das músicas mais executadas em seu primeiro ano de operação no Brasil, com destaque para H&J. A dupla emplacou nada menos que três músicas no Top 10, incluindo as duas primeiras colocadas, *Recaídas* e *Cuida bem dela*, respectivamente. *Até você voltar* aparece na quinta posição. É importante ressaltar que o sertanejo como um todo aparece muito bem na lista do serviço de streaming. Das dez primeiras colocadas, oito pertencem ao gênero mais popular do país. Na lista de artistas mais ouvidos pelos brasileiros, o sertanejo ocupa, simplesmente, todas as dez primeiras posições.

## > TUDO EM CASA

Não por acaso, a única participação do novo DVD de Henrique & Juliano é feita pela cantora Marília Mendonça. Ao lado da dupla, ela interpreta a guarânia *A flor e o beija-flor*, uma das faixas mais festejadas pelo público. Há mais de cinco anos, Ma-



rília faz parte do cast da WorkShow, que gerencia a carreira de Henrique & Juliano. Durante todo esse tempo, a artista se destacou como uma das compositoras mais requisitadas do país. Contudo, nesse ano, com a gravação de seu primeiro DVD, ela aparece como aposta entre as cantoras da nova safra. “Essa parceria se deu após Henrique & Juliano terem participado do DVD dela. Aí, a Marília compôs essa faixa para os meninos e eles decidiram convidá-la para cantar no DVD”, explica Wander.

Mesmo sem participar do show, os demais artistas da WorkShow marcaram presença na plateia em Recife. Zé Neto & Cristiano, Marcos & Fernando e Maiara & Maraísa vibraram junto às quatro mil pessoas que prestigiaram a gravação. Vale destacar também o reconhecimento de Henrique & Juliano aos compositores dos hits que marcaram a trajetória da dupla. Ao final da apresentação, todos foram convidados a subir ao palco e cada um cantou a música que compôs para H&J. !

MENOS DE UM MÊS APÓS GRAVAR O DVD, DUPLA LANÇOU NO MERCADO PRIMEIRO SINGLE DO PROJETO, A ROMÂNTICA NA HORA DA RAIVA

MAURICIO ANTONIO





# NO CONTROLE DO BUTECO

FELIZ COM O RUMO DE SUA CARREIRA – AGORA SOB SUA ADMINISTRAÇÃO –  
**GUSTAVO LIMA** PROMOVE DVD COM RELEITURAS DE CLÁSSICOS SERTANEJOS

**L**aunched no final de julho, o CD e DVD *Buteco do Gustavo Lima* mantém-se entre os mais vendidos do Brasil. O projeto mistura canções inéditas com vários clássicos da música sertaneja e traz as participações especiais de Leonardo, Jorge & Mateus, Bruno & Marrone e Zezé Di Camargo e Luciano, além de Alcino Landim, pai do cantor.

Ao gravar tal projeto, Gustavo juntou-se a um time de peso do sertanejo atual – Leonardo e Eduardo Costa, Michel Teló, César Menotti & Fabiano e João Bosco & Vinícius –, que nos últimos meses lançaram álbuns em homenagem às duplas tradicionais. “Eu e meus colegas estamos tentando mostrar um pouco da autêntica música do campo para as novas gerações”, afirma. “Escolhi o repertório com base naquilo que ouço e que canto quando estou com minha família. Nas festas que acontecem lá em casa não faltam rodas de viola. Eu realmente vivo a música sertaneja desde pequeno”, completa.

Segundo o cantor, a ideia de prestar tal tributo aconteceu naturalmente. “Os jovens precisam conhecer o que veio antes da fase atual do sertanejo, antes do gênero se tornar a maior expressão cultural do Brasil. Eles precisam saber o quanto os fãs do gênero sofriam preconceito. Hoje, todos tem orgulho de ouvir as músicas em seus carros e nas baladas. Mas nem sempre foi assim”, declara Gustavo. O cantor ainda traça um paralelo entre os sucessos atuais e os clássicos de outras épocas. “Por se tornar um fenômeno pop, o sertanejo se aproximou de outros gêneros e ganhou novas influências. Isso não significa que o estilo ‘universitário’ seja melhor ou pior que o tradicional. Toda música tem seu valor. E se o público gosta, é preciso reconhecer o fato”, detalha.

*Buteco...* conta com a participação de Zezé & Luciano nas faixas *Saudade* (Chrystian & Ralf) e *Do outro lado da moeda* (gravada originalmente pelo trio em 2014). Jorge & Mateus dividem os vocais com o anfitrião em *Olha amor* (Gian & Giovanni) e na inédita *Tã faltando eu*. Bruno & Marrone participam em *Nem dormindo consigo te esquecer* (Gian & Giovanni) e Leonardo na fai-

xa *Rumo a Goiânia*, gravada por ele e seu irmão Leandro em 1997. “Tudo foi lindo, mas o momento deste projeto que mais me emocionou foi cantar com meu pai os modões *Morena bonita* (Tião Carreiro e Pardinho), *Cama fria* (Chrystian & Ralf) e *Doce e amada* (Chitão & Xororó)”, conta Gustavo.

Apesar de ter sido gravado no final de 2014, o projeto só foi lançado em julho deste ano por conta de questões burocráticas envolvendo a liberação da master do projeto.

## › NOVOS CAMINHOS

Desde o início deste ano, Gustavo Lima gerencia a própria carreira, através de sua empresa Balada Eventos, em parceria com a Mega Produções, de Cláudio Roberto dos Santos. “Antes eu era contratado, empregado. Agora, me sinto melhor porque posso dar a palavra final sobre tudo que envolve minha carreira. O Cláudio Roberto e sua equipe cuidam da parte de shows e gravações, mas eu sempre estou a par de tudo. Confio no meu time. Acho que minha decisão foi acertada. Estou muito feliz nesta nova fase”, afirma.

Apesar da carreira relativamente curta (Gustavo Lima lançou seu primeiro CD em 2010), uma das principais queixas do cantor aponta para o esgotamento físico decorrente da atribulada agenda de shows que manteve até o final de 2014. Agora, com as rédeas da carreira, ele optou por uma rotina mais tranquila. “Após passar por um problema grave de saúde, repensei várias coisas. E a rotina foi uma delas. Estipulei um limite máximo de 16 shows por mês. Cheguei à conclusão de que sou muito jovem e preciso ter tempo para mim, para minha família e para minhas coisas. Acho que todo artista precisa disso para não perder o foco e não deixar o estresse tomar conta de si. Temos que estar felizes com nosso momento, porque isso transparece para o público, que quer ver alegria sempre. O artista tem a obrigação de levar alegria às pessoas que consomem seu trabalho”, finaliza. !





/BRUNOLACENE

WWW.BRUNOLACENE.COM.BR

# BRUNO LACENE

CONTATO PARA SHOWS  
(11) 4971-8577 | (11) 9-8305-4341  
contato@brunolacene.com.br

## NOVO CD **ATÉ O FIM**



A musicalidade e o carisma de **BRUNO LACENE** viraram CD! O cantor e compositor tem a alegria de apresentar o disco "Até o Fim", com a música chefe de mesmo nome que já conquistou o coração de centenas de milhares de fãs.



**BRUNO  
LACENE**

**ATÉ O  
FIM**

GLOBAL FORECAST





## Fórmula do SUCESSO

MARCOS & BELUTTI REPETEM NO RECÉM-LANÇADO ACÚSTICO TÃO FELIZ O FORMATO EXITOSO DO PROJETO ANTERIOR, PUXADO POR DOMINGO DE MANHÃ

Estamos chegando ao fim de 2015, mas é impossível começar esse texto sem dar uma passadinha no ano passado. Em 2014, Marcos & Belutti lançaram *Domingo de manhã*, música que dividiu a carreira deles em duas fases e colocou a dupla entre as principais do país. Foi com o CD/DVD *Acústico* que os sertanejos alcançaram o status buscado por todo artista — de ser conhecido até por quem não é fã do gênero que ele representa. Resultado: fecharam o ano com a música mais tocada nas rádios do país. Legal, né? Muito, mas a pressão por um hit do calibre de *Domingo de manhã* veio na esteira desse sucesso.

A vantagem de Marcos & Belutti é que eles não são novatos no mercado. Há oito anos cantando juntos, ambos já tinham uma longa estrada quando decidiram formar a dupla. O estouro nacional chegou no momento certo, quando já haviam experimentado estilos variados e sabiam exatamente o que funciona com o público. Ficou comprovado que entre os trunfos da dupla está a técnica vocal. E o formato acústico privilegia essa característica — por isso, nada mais natural do que repetir a fórmula. Assim, M&B promovem agora o CD/DVD *Acústico tão feliz*.

Uma das diferenças entre o *Acústico tão feliz* e seu antecessor está na estrutura utilizada. “Não quisemos apenas repetir o formato, a ideia foi ampliar. Por isso, alugamos um estúdio maior, tivemos cuidado especial com o cenário”, diz Marcos. De qualquer forma, a plateia, formada apenas por convidados, teve uma experiência parecida com a do DVD anterior, ficando bem próxima dos músicos. Desta vez, o repertório abre mais espaço para faixas recentes e algumas inéditas. Entre elas, estão dois singles de sucesso: *Então foge* e *Poeira da lua*. Lançadas entre o fim de 2014 e o primeiro semestre de 2015, ambas ocuparam as primeiras posições nas rádios e, somadas, seus vídeos foram vistos mais de 45 milhões de vezes no YouTube.

Nos últimos meses, Marcos & Belutti viveram uma situação atípica. Quando ainda trabalhavam a romântica *Poeira da lua* nas rádios, viram a animada *Aquele 1%* ganhar espaço, principalmente na internet. Só no YouTube, o vídeo da música, que conta com a participação de Wesley Safadão, chegou a computar 500 mil views por dia, ultrapassando rapidamente a marca de 40 milhões. Por tudo isso, *Aquele 1%* se tornou música de trabalho, atingindo em setembro a primeira colocação nas paradas. “A gente está trabalhando *Aquele 1%* porque ela atropelou *Poeira da lua*. Quando ela vazou, os blogs começaram a postá-la e tudo passou a andar muito rápido. Então, pedimos para a gravadora lançar um vídeo oficial e a música viralizou”, comemora Marcos.

Wesley Safadão não foi o único convidado do CD/DVD. A outra participação ficou por conta do grupo Roupa Nova, na faixa *Mar de lágrimas*. “Gravar com o grupo era o maior sonho da nossa vida. Fizemos o convite de forma meio constrangida, com medo que eles não aceitassem”, relembra Marcos. O cantor ainda cita as músicas *Linhas* e *Romântico anônimo* como apostas

do CD/DVD. Essa última causou burburinho tanto no dia da gravação quanto em seu lançamento no YouTube, em setembro. “Muita gente fala que ela pode vir a ser a nova *Domingo de manhã*, mas não podemos saber o que vai acontecer. Isso só o tempo vai dizer”, diz Belutti.

Consolidada no Brasil, com músicas entre as mais tocadas e outros sucessos à beira de estourar, o que falta à dupla? Belutti lembra que *Domingo de manhã* ultrapassou as fronteiras do Brasil e alcançou outros países da América Latina. Por isso, não estranhe se, em pouco tempo, a dupla partir para desbravar mercados vizinhos. Uma pista disso aparece no próprio *Acústico tão feliz*, que inclui uma versão em espanhol de *Domingo de manhã*. “É um sonho poder alçar voos maiores fora do Brasil e acreditamos que essa música tem muito potencial para nos ajudar a chegar mais longe”, revela Belutti. !



# PAULA fernandes AMANHECER



- 1 PRONTA PRA VOCÊ
- 2 A PAZ DESSE AMOR
- 3 FALAR DE FIM
- 4 DEPENDE DA GENTE
- 5 AMANHECER
- 6 PIRACÃO
- 7 ÁGUA NO BICO
- 8 E EU?
- 9 VOLTARIA AO COMEÇO
- 10 MENINO BONITO
- 11 PRA QUEM SABE SONHAR
- 12 PEDAÇO DE CHÃO  
COM ALMIR SATTER



/OficialPaulaFernandes

/PaulaFernandes7

/PaulaFernandesVEVO

/PaulaFernandes

DISPONÍVEL NAS LOJAS  
FÍSICAS E DIGITAIS

VENDA EXCLUSIVA DE SHOWS

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



# CARREIRA CONSOLIDADA

COM CD E DVD GRAVADOS NO RIO GRANDE DO SUL, **CARLOS & JADER** LEVAM MEGA PRODUÇÃO PARA A ESTRADA, APOSTANDO EM BALADAS ROMÂNTICAS

Com 15 anos de estrada, os irmãos acreanos Carlos & Jader conquistaram definitivamente o mercado. A dupla, que ganhou fãs em todo o Brasil graças às canções *Sou foda*, *Festa na piscina* e *Cala a boca e me beija*, agora apresenta o novo projeto, *Ao vivo em Santa Cruz do Sul*, lançado em CD e DVD. Distribuído pela Radar Records, *Ao vivo em Santa Cruz do Sul* tem 18 faixas e reúne os principais hits da carreira dos irmãos, além de algumas inéditas. “Entre as novas canções, apostamos muito em *Tudo é nada sem você*, *Se beber não cause*, *A beleza de uma flor* e *Sem medo e sem drama*”, detalha Jader. Por sua vez, Carlos explica a escolha da cidade gaúcha como palco para a gravação do CD/DVD. “Somos sempre muito bem recebidos no Rio Grande do Sul. Estamos entre as poucas duplas que tocam e fazem shows com frequência em todo o estado”.

O projeto traz o curioso slogan “Carlos & Jader como você nunca viu”. Jader justifica citando que a dupla vive no momento uma nova fase. “Estamos constantemente aperfeiçoando nosso trabalho. Acreditamos que subimos de nível não só na parte musical, mas na estrutura do show, na forma como nos apresentamos. Tanto que o visual do DVD está impecável, uma megaprodução”.

Embora a dupla tenha ficado conhecida nacionalmente com hit dançante *Sou foda*, nesta nova fase ela aposta em canções com arranjos mais próximos da música sentimental. “No novo disco, temos algumas românticas. *Eu, você e o amor*, composição do Jader, é uma poesia e tem tudo para emplacar nas rádios. Há também a bela balada *Pra não lembrar mais de você*. Sempre exploramos este lado apaixonado nos nossos álbuns. E como a sofrência está em alta no mercado, a ideia é divulgar bastante essas faixas”, comenta Carlos. Ele lembra, no entanto, que o repertório também reúne canções animadas. “As versões atualizadas para *Desculpa pra sair* e *Festa na piscina* deixam claro nosso DNA dançante”, completa Jader.

## > NA ESTRADA

Carlos & Jader se preparam para levar para a estrada o mesmo show apresentado na gravação do CD/DVD. A ideia é proporcionar aos fãs de outras regiões do Brasil a mesma atmosfera criada em Santa Cruz do Sul. “A produção musical do show ficou a cargo de Eduardo Pepato e queremos que todo o Brasil conheça o belo espetáculo que ele montou”, explica Carlos. Para divulgar este novo projeto, os irmãos contarão com a ajuda de parceiros escolhidos estrategicamente nas principais capitais do Brasil. “Estamos preparando as famosas blitz de rádio e investindo muito em marketing digital. Vamos atacar por esses dois lados até fazer com que o repertório de *Ao vivo* toque bastante em todo o Brasil. Depois, o planejamento inclui participar de programas de TV”, finaliza Jader.!

“COMO A SOFRÊNCIA ESTÁ EM ALTA, A IDEIA É DIVULGAR BASTANTE AS BALADAS ROMÂNTICAS”





# 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





# VOLTA ÀS ORIGENS

COM O LANÇAMENTO DO SINGLE *TEMPO DE AMOR*, VICTOR & LEO VOLTAM À SONORIDADE FOLK QUE MARCOU OS PRIMEIROS TRABALHOS DA DUPLA

No dia 5 de outubro, quando lançaram o single *Tempo de amor*, Victor & Leo mostraram, mais uma vez, porque formam uma dupla com postura tão diferenciada no mercado. A princípio, você pode perguntar o porquê dessa afirmação, já que estamos falando de uma bela música, com melodia e letra que já haviam caído no gosto de muita gente mesmo antes do lançamento. Para chegar a essa conclusão, basta fazer uma rápida retrospectiva de todas as músicas lançadas pelos irmãos nos últimos dois anos. Na primeira fase da carreira deles, a maior parte das faixas trabalhadas nas rádios eram composições de Victor e, na maioria das vezes, Leo aparecia na segunda voz. Foi a partir do disco *Viva por mim* (Som Livre, 2013) que Leo assumiu um papel de protagonismo nos trabalhos da dupla, carregando consigo uma bagagem com pegada mais pop que a de seu irmão. Da mesma forma, ele passou a ocupar mais espaço no palco, interagindo com a plateia. Público e crítica gostaram do que viram e ouviram – basta ler os recorrentes elogios e pegar as listas de mais tocadas, nas quais com frequência Victor & Leo ocupam as primeiras posições.

Fórmula de sucesso garantido, certo? Mas quem disse que Victor & Leo se prendem a fórmulas de sucesso? Quando todos esperavam mais uma canção na mesma vibe pop de *Na linha do tempo*, *Tudo por você* ou *10 minutos longe de você*, eles novamente mudam de rota. Na verdade, *Tempo de amor* pode ser considerada uma volta àquele som que consagrou a dupla ainda na década passada. Essa é a primeira composição de Victor a se tornar single desde 2013. Também é a primeira nesse período a chegar às rádios com ele fazendo a primeira voz.

A sonoridade folk, que se aproxima da apresentada pela dupla nos primeiros anos, ajuda a reforçar essa impressão de retorno às origens. “Alguém disse que aquilo que parte de mim nos discos é a continuidade, porque a base sonora da dupla, desde o início, está ligada às minhas canções. De 2013 para cá é que o Leo se inseriu mais fortemente na composição e produção das músicas. No caso de *Tempo de amor*, eu me senti na obrigação artística de lançá-la. Essa música tem a minha digital. Não que eu faça sempre canções parecidas, porque elas vão do blues ao chamamê”, explica Victor. Ele justifica que, como o single anterior (*10 minutos longe de você*) foi escolhido por seu irmão, coube a ele escolher a nova música de trabalho. “Essa canção tem tudo a ver com o que a gente sempre fez. Uma letra poética, que vai totalmente contra as tendências de hoje. Sempre buscamos algo diferente, que tenha originalidade, inovação e que agregue valor”, complementa Leo.

Apesar de ter chegado às rádios com uma versão de estúdio, *Tempo de amor* também faz parte do DVD *Irmãos*, gravado por Victor & Leo no início do ano. Desse trabalho, também surgiu o single anterior, *10 minutos longe de você*, que conta com a par-

ticipação de Henrique & Juliano. Aliás, a troca de músicas de trabalho aconteceu quando a anterior ainda estava entre as mais tocadas nas rádios. Esse cenário é algo bem comum na carreira dos irmãos de Abre Campo (MG). “Acho que isso acontece quando você sabe o que o público quer ouvir, entende a linguagem das pessoas. Claro que também conta o ótimo relacionamento que temos com nossos parceiros na venda de shows e radialistas”, analisa Leo. “Eu já acho que é um negócio inexplicável, sem receita. Mas acredito que a veia artística é fundamental para fazer um negócio soar bem. É igual ao passarinho. Ele canta porque tem que cantar, não pra fazer sucesso”, diz Victor.

## ► NOVO ÁLBUM SÓ EM 2016

No que depender de V&L, essa não será a última música de *Irmãos* a ser trabalhada. Com as influências de ambos bem condensadas no repertório do álbum, tudo indica que eles ainda poderão explorá-lo por bastante tempo. “Em 2016, a gente pretende trabalhar ao máximo o DVD. É triste observar a forma como o mercado é cruel com os discos. Ele obriga que você tenha novos lançamentos com frequência, mas o público não tem tempo de absorver o produto por inteiro. Dá dó gravar outras coisas e deixar para trás boas canções. Então, não pretendemos gravar nada até o fim do ano que vem” explica Victor.

Além de gerar mais singles, o CD e DVD *Irmãos* pode ser mais um projeto premiado na carreira de Victor & Leo. Em setembro, o trabalho foi anunciado como finalista do Latin Grammy 2015, na categoria Melhor Álbum Brasileiro de Música Sertaneja. Eles concorrem com discos de Jorge & Mateus (*Os anjos cantam*), Leonardo & Eduardo Costa (*Cabaré*), Renato Teixeira & Sérgio Reis (*Amizade Sincera II*) e Michel Teló (*Bem Sertanejo*). “Ficamos seis meses nos dedicando apenas a esse projeto, fazendo laboratórios, criando novos arranjos. Fizemos um planejamento, usamos todo o tempo para gerir tudo da melhor forma. Isso faz a diferença”, completa Leo. A cerimônia de entrega acontecerá em Las Vegas (EUA), no dia 19 de novembro. Caso Victor & Leo sejam anunciados vencedores, esse será o segundo Grammy do duo. O primeiro veio com o CD e DVD *Ao vivo em Floripa*, na premiação de 2013. A dupla também foi finalista em outras cinco oportunidades.

De certa forma, isso representa a coroação de uma carreira que desde o início primou pelo alto nível. Como você já percebeu nas linhas acima, Victor & Leo nunca se deixaram levar pelo sucesso fácil. Eles nunca foram obcecados pelo hit a qualquer custo, em detrimento da qualidade do produto que apresentam ao público e, conseqüentemente, daquilo que acreditam ser o melhor dentro da verdade deles. “Quando surgimos, o sertanejo estava se modificando. Entre 2007 e 2009, ficamos meio que isolados num mercado novo. A ideia, desde o início, sempre foi contribuir em ter-



DUPLA PRETENDE CONTINUAR TRABALHANDO ATUAL CD/DVD ATÉ O FINAL DO ANO QUE VEM, PARA NÃO DESPERDIÇAR O ÓTIMO REPERTÓRIO DO PROJETO



mos sonoros e poéticos. Acredito que devemos oferecer algo que enobreça a vida das pessoas. Existem dois tipos de livros: aquele que faz de você uma pessoa melhor após lê-lo e o que não acrescenta nada na sua vida”, reflete Victor.

### ► FEELING X MERCADO

Um dos trunfos do sucesso de Victor & Leo é o fato de ambos serem excelentes compositores, ainda que com características diferentes. Essas diferenças presentes na sonoridade das músicas de cada um também são percebidas no método de composição – ou na falta dele. “Sou vestido de feeling. Faz cinco anos que não ouço rádio, nem assisto TV. Então, não sei o que é comercial. Sempre estive alienado com relação ao que o mercado dita”, revela Victor.

Leo se aproxima de Victor quando prefere compor baseado em seu feeling, mas abre outras possibilidades. “Sou um pouco diferente do meu irmão. Acho que tudo é possível, se a intenção for emocionar. Levo em conta o lado comercial – afinal, vivo disso. Mas a música tem que arrepiar. Não faço música só por fazer. Costumo ficar ligado em tudo que está acontecendo, inclusive nesses aplicativos novos de streaming”, explica Leo.

Talvez por trabalhar com parceiros, Leo tenha mais facilidade em fazer uma música sob encomenda. Atualmente, a dupla participa de uma ação de marketing em parceria com a Algar Telecom, na qual o público foi convidado a enviar histórias reais à empresa, sendo que uma delas deveria ser transformada em música e gravada por Victor & Leo. De acordo com Márcio de Jesus, diretor de marketing da Algar, todas as histórias foram avaliadas por um grupo multidisciplinar. As 10 melhores foram enviadas à dupla, que fez a adaptação e posterior gravação. A música foi executada pela primeira num show promovido pela companhia em 24 de outubro.

Também nesse semestre, V&L foram convidados para criar o tema da edição 2015 do Teleton, promovido pelo SBT. Como não costuma compor dessa maneira, Victor não se comprometeu com os organizadores, mas deixou uma porta aberta. “Eles fizeram esse pedido e eu respondi que, se conseguisse me expressar dentro da proposta, informaria. Um dia, quando estava em casa, o tema me veio a cabeça e eu comecei a cantar. Em meia hora a canção estava pronta”, lembra Victor. “Na semana seguinte, produzi e gravei com o Leo. Então, dei a música pronta e doei todos os direitos para o Teleton”, completa o artista. !



# UNIÃO DE FORÇAS

**TONINHO SANTOS** SE ASSOCIA A **WANDER DE OLIVEIRA**, DONO DA WORKSHOW, PARA GERENCIAR A CARREIRA DA PROMISSORA DUPLA ZÉ NETO & CRISTIANO



**WANDER DE OLIVEIRA E TONINHO SANTOS**

O PRIMEIRO DÁ SUPORTE FINANCEIRO ÀS AÇÕES DE MARKETING ENQUANTO O SEGUNDO CUIDA DA AGENDA DE SHOWS DA DUPLA

Recentemente, dois importantes profissionais do mercado juntaram forças para gerir a carreira da dupla Zé Neto & Cristiano. Contratada da Workshow, de Wander de Oliveira, o duo ganhou o poderoso reforço de Toninho Santos, ex-empresário de Cristiano Araújo. Pelo repertório radiofônico e combinações vocais, a dupla, atualmente divulgando o projeto em CD e DVD *Ao vivo em São José do Rio Preto*, está entre as revelações de 2015. “Nosso objetivo para 2016 é fechar o ano com a dupla no Top 3 das mais tocadas do Brasil”, afirma Wander. “Estamos trabalhando firme pra isso. Por exemplo, fizemos uma mega-divulgação na Festa do Peão de Barretos – distribuição de CDs e DVDs promocionais –, cujos frutos ainda estamos colhendo”, completa Toninho.

A parceria entre Toninho e Wander foi firmada logo após o acidente que vitimou Cristiano Araújo. “Eu estava avaliando o que iria fazer a partir de então, quando o Wander me convidou para ser sócio da marca Zé Neto & Cristiano”, explica Toninho. Só para questão de registro, a Workshow é responsável ainda pelas carreiras de Henrique & Juliano, Marília Mendonça, Maiara & Maraisa e Marcos & Fernando. Confira a seguir o breve bate-papo de SUCESSO! com os dois empresários.

## » SUCESSO! - Falem um pouco sobre esta parceria.

**Toninho** - Com a morte do Cristiano, em junho, resolvi fechar meu escritório (*Duetto*) e aceitar o convite do Wander para me associar

ao projeto envolvendo Zé Neto & Cristiano.

**Wander** - Já havia trabalhado com o Toninho entre 2006 e 2009. Juntamos nossas forças novamente para fazer com que mais um artista conquiste o Brasil. Além de sócio em ZN&C, Toninho tem carta branca para trazer novos produtos para o escritório. Foi ele quem trouxe a dupla Maiara & Maraisa para a Workshow.

## » Como aconteceu a aproximação entre ZN&C e a Workshow?

**Wander** - O produto chegou no escritório em 2014. As composições autorais são lindas e foi exatamente essa a primeira característica que me chamou atenção. Tem ainda o fato de cantarem super bem e serem carismáticos.

**Toninho** - Conheço essa dupla há algum tempo. Quando eu ainda era parceiro da Talismã por causa de Cristiano Araújo, fui convidado para conhecê-la em uma mega-apresentação realizada em São José do Rio Preto, que originou o atual CD e DVD da dupla. Eu gostei muito do show e desde aquela época tinha interesse em trabalhar com esses meninos. Na ocasião não deu certo, mas como o mundo dá voltas, nos encontramos novamente em 2015.

## » Qual é o papel de vocês no gerenciamento da dupla?

**Wander** - Como nosso escritório tem vários produtos, eu participo sobretudo dando suporte financeiro necessário à divulgação e promoção da dupla. Toninho cuida da agenda de shows e de outras questões envolvendo a carreira de Zé Neto & Cristiano.



**ZÉ NETO & CRISTIANO**  
REPERTÓRIO  
RADIOFÔNICO,  
CARISMA E  
HARMONIA VOCAL

» **Quais as metas estabelecidas para a dupla?**

**Wander** - Conquistar o Brasil num breve espaço de tempo. Eles já estão estourados no Paraná e em São Paulo. Nossa meta é terminar 2016 com o Zé Neto & Cristiano tocando no Top 3 das rádios. Além de intérpretes, ambos são excelentes compositores. Isso é fundamental pra conseguir entrar no ranking dos mais tocados do Brasil.

**Toninho** - O crescimento da dupla no mercado está sendo impressionante. Só em outubro, fizemos 16 shows. As rádios abraçaram o repertório deles, estão tocando muito faixas como Te amo e Eu ligo pra você, entre outras. Os fãs também estão aumentando. O vídeo de Eu te amo alcançou seis milhões de views em outubro.

» **Fale um pouco sobre a mudança física do escritório.**

**Wander** - Continuamos sediados em Goiânia, mas em outubro nos mudamos para um espaço bem maior, com 800 m<sup>2</sup>. Sentimos a necessidade de fazer essa mudança porque o escritório está crescendo muito, com novos artistas entrando. Então, é natural procurar um lugar melhor, aumentar a equipe de trabalho e dar mais conforto aos contratados e aos clientes que nos visitam.!



DMULGACÃO

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



**TOCSUCCESSO!**

Rapidez - Eficácia - Baixo Custo - Segurança



(11) 3889-3300 | 2165-5155 | (21) 2495-9815 | 3486-5155  
contato@portalsucesso.com.br





THIAGO MOURATO

AGENDA DE SHOWS DA DUPLA AUMENTOU PARA 18 POR MÊS GRÇAS AO HIT *ISSO CÊ NUM CONTA*

## DE CASA NOVA

RECÉM-CONTRATADOS PELA AR LIVE, DE ANDERSON RICARDO, **JEANN & JULIO** FESTEJAM O SUCESSO DE *ISSO CÊ NUM CONTA* E PREPARAM DISCO DE INÉDITAS

**J**eann & Julio já são velhos conhecidos no mercado de shows. A dupla conseguiu destaque na mídia graças a músicas como *Ela não deu (mais ou menos)*, *Tô querendo ocê* e *Beúdo apaixonado*. Mas em 2015, a carreira dos sertanejos explodiu de vez graças ao hit *Isso cê num conta*. O êxito foi tanto que Bruno & Marrone quiseram regravar com eles a canção. “B&M gostaram muito da música, pediram autorização pra gravá-la e nós propusemos a parceria. Eles toparam na hora e a nova versão de *Isso cê num conta* rapidamente explodiu na internet e nas rádios do Brasil, provocando um boom gigantesco em nossa carreira”, detalha Julio. No YouTube, a parceria rendeu mais de sete milhões de cliques.

Recém contratados da AR Live, de Anderson Ricardo, Jeann & Julio estão no melhor momento da carreira. Devido ao êxito de *Isso cê num conta*, a dupla vem participando de programas de rádio e TV e viu sua agenda de shows saltar para 18 em média por mês. “O Anderson é um dos managers mais respeitados do Brasil. Assim que ele assumiu nossa carreira, sentimos que as coisas mudariam para melhor, o que de fato vem acontecendo”, comenta Jeann. “E como o Anderson retornou a Londrina recentemente, tudo tende a melhorar ainda mais. Nossa base é justamente o norte do Paraná, o que nos deixa muito mais próximos dele e do seu escritório”, completa Julio.

Atualmente, a dupla tem realizado shows principalmente nos estados de São Paulo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Roraima e Pará. “Mas graças a *Isso cê num conta* estamos abrindo ou reforçando novas praças, como Minas Gerais, Santa Catarina e Rio Grande do Sul”, diz Julio.

### ► POPULARIDADE GARANTIDA

Além da recheada agenda de shows e da exposição na mídia graças à música composta por Caco Nogueira, Douglas Cesar e Thiago Teg, a dupla também comemora o fato de o novo público estar descobrindo singles do passado. No YouTube, músicas como *Tô querendo ocê*, *Ela não deu (mais ou menos)* e *Beúdo apaixonado* – esta última com a participação de Cristiano Araújo – receberam uma quantidade significativa de novos cliques.

Aproveitando o ótimo momento, a dupla se prepara para gravar um novo CD. O projeto, com lançamento previsto para dezembro, será feito em estúdio e terá 15 faixas. As canções terão a pegada dançante característica da dupla. “Estamos com dezenas de faixas pré-selecionadas, algumas delas de nossa autoria. Vai ser difícil escolher só 15”, diz Jeann, autor da maior parte do cancionário da dupla. Aliás, Jeann também assina sucessos de outros artistas, entre os quais *Anjo* e *Vai embora*, de Jads & Jadson; *Explodiu*, de Michel Teló, e *Metete fogo na saudade*, de Cristiano Araújo.!



SUCESSO NAS RÁDIOS COM AS MÚSICAS:

UM DIA DE PRINCESA

e

SAUDADE DIZ PRA ELA

 **OUÇA AGORA:**  
SOUNDCLOUD.COM/OFICIALPAULINHOEIS

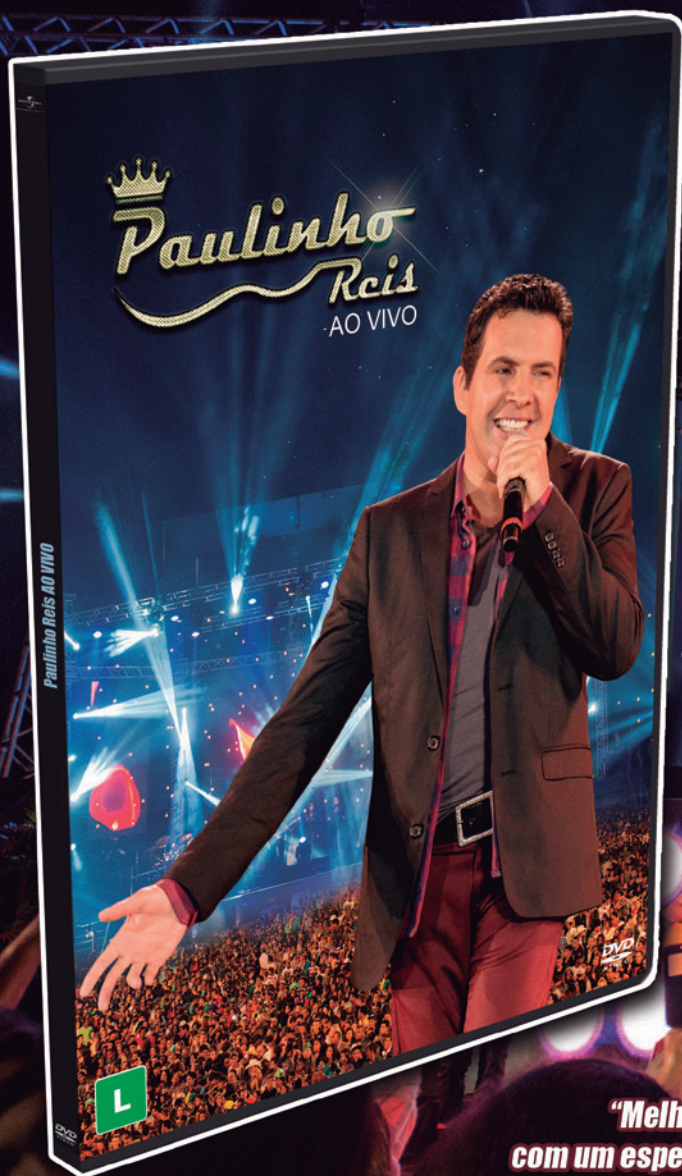
Também disponível:



  
**Paulinho**  
*Reis*

Em breve lançamento de seu DVD  
ao vivo pela gravadora:

  
**UNIVERSAL**  
UNIVERSAL MUSIC



**"Melhor Show Custo x Benefício do mercado Sertanejo  
com um espetáculo de SOM, LUZ e PROJEÇÃO DE LED em alta definição"**



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

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



(35) 3335-3112  
(35) 9 9805-5682



(11) 5051-6352  
(11) 9 9906-0116



# PEGADA GRINGA

BANDA **KITA**, QUE SE DESTACOU NO REALITY *SUPERSTAR*, CELEBRA BOA FASE E PREPARA DISCO EM INGLÊS, COM SOM PAUTADO NO ROCK-POP-ELETRÔNICO

Quem acompanhou a segunda temporada do *Superstar* (Globo), entre abril e julho, percebeu que o reality ficou marcado, principalmente, pela participação de bandas – ao contrário do *The voice Brasil*, que já está na quarta temporada, sempre mostrando muitos candidatos solo. Uma dessas bandas é Kita. Apesar de não ter vencido a competição, ela celebra o fato de estar numa das melhores fases da carreira.

A bagagem de Sabrina (vocalis), Renato Pagliacci (guitarra e teclados), Jayme Neto (guitarra), Guilherme Dourado (baixo) e Fausto Prochet (bateria) é respeitável. Na estrada desde 2012, eles já fizeram turnês pela América Latina e pela Europa e dividiram o palco com grandes nomes do rock como Marilyn Manson, Deftones e Prodigy. No Brasil, abriram o show da banda Paramore e lançaram um EP com faixas autorais. “*Twisted complicated world* (2012) expressa bem o que nós somos, porque todas as canções foram escritas por mim e pelo Renato, que idealizou o projeto da banda comigo lá em 2006. E ter uma identidade desde começo é muito importante”, explica Sabrina.

Tal identidade, marcada por letras fortes (cantadas sempre em inglês) e por um som rock-pop-eletrônico, foi o que acabou evidenciando o grupo no *Superstar*. “A Sandy ficou encantada. E se há uma coisa que eu levo dessa experiência é um conselho que recebi dela: ‘sejam sempre verdadeiros, cantem apenas aquilo que tocar vocês’”, relembra.

Exatamente por isso, o primeiro álbum de estúdio do Kita trará somente canções em inglês. O projeto, a ser lançado no início de 2016, será novamente autoral e pautado no som tão característico da banda. “Nós já ouvimos muitas críticas, claro. Mas o Kita foi idealizado em inglês. Eu fui alfabetizada nesse idioma e sempre escrevi em inglês. Então isso é algo natural pra gente”, explica Sabrina, revelando que não pretende cantar em português tão cedo. “An-

tes do *Superstar*, éramos apenas uma banda esquisita de rock com pegada de som eletrônico. Agora temos uma boa base de fãs e muita gente curiosa querendo descobrir quem nós somos. Estamos apenas aproveitando essa fase da melhor maneira possível, e não vamos mudar por mera pressão”, conta.

Sabrina revela que, em novembro, enquanto finaliza o repertório do projeto, o Kita lançará nova música inédita. Aliás, a ideia é ir soltando singles até o lançamento do disco. Desta maneira, o público ficará ainda mais familiarizado com a personalidade excêntrica de suas músicas. “Já tocamos diversas inéditas nos shows. É mais uma forma de promover o trabalho e fidelizar o público”, explica a vocalista. E por falar em shows, atualmente a banda realiza cerca de quatro apresentações por mês. “Não temos superprodução. Nos preocupamos muito mais com nossa atitude no palco do que com o cenário, por exemplo. E este é nosso maior diferencial. Acreditamos que a música precisa ser sentida”, diz.

## ► UMA BANDA DIFERENTE

Se o diferencial da Kita é sua atitude, a vocalista destaca-se pelo visual excêntrico e pelo fato de liderar uma banda só de rapazes. Essas e outras ousadias deram à banda o seu devido reconhecimento. Nas rádios, por exemplo, o quinteto foi conquistando o seu espaço aos poucos. “Credito isso ao fato de nosso som ter uma pegada pop, radiofônica”, explica Sabrina.

Então, qual seria a verdadeira essência do som do Kita? “Tocamos rock. Mas temos muito do pop e do eletrônico.

Parece louco, eu sei, mas toda vez que pedem para eu falar sobre isso, eu quase entro em parafuso”, brinca. As influências são muitas – e vão desde Foo Fighters até Incubus. “Também adoramos Muse e Queens of Stone Age. Mas no fim tudo acaba influenciando o nosso som. De situações que vivenciamos no dia a dia até o momento atual do país”, finaliza. !



ROCK COM ATITUDE E  
CANÇÕES COM PEGADA  
RADIOFÔNICA SÃO OS  
DIFERENCIAIS DA BANDA



**16ª ENTREGA ANUAL**

**LATIN GRAMMY®**



**PARTICIPE DO**

**MAIOR PRÊMIO DE**

**MÚSICA LATINA**

**DO MUNDO!**

**MGM Grand Garden Arena,  
em Las Vegas**

**quinta-feira, 19 de novembro**

Informações: +55 11 5531-2155  
[academia@espetaculo.com.br](mailto:academia@espetaculo.com.br)  
[www.latingrammy.com](http://www.latingrammy.com)



# SOUL E SAMBA

COM A SAÍDA DE DANIEL SAN, **SAMBÔ** CONTRATA **VOCALISTA HUGO RAFAEL** E PLANEJA GRAVAÇÃO DE DVD REUNINDO VERSÕES DA SOUL MÚSICA E INÉDITAS

**O** Sambô enfrentou com êxito uma complicada adversidade neste ano. O vocalista Daniel San deixou o grupo para seguir carreira solo. Em pouco tempo, outro frontman à altura estava contratado: Hugo Rafael. Após a troca, o Sambô segue com novos projetos, realizando shows em todo o Brasil – principalmente em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e estados da região Sul. “Tudo aconteceu de forma amigável, Desejo toda a sorte do mundo ao San nessa nova jornada. Conseguimos rapidamente fazer uma manobra e repor a peça que faltava no quebra-cabeça sem afetar os compromissos com o público”, explica o tecladista e produtor Ricardo Gama.

Aliás, foi Gama quem ‘descobriu’ o cantor Hugo Rafael. O tecladista recorda que recorreu ao amigo Daniel Quirino (produtor e backing vocal de Chitãozinho & Xororó e de outros medalhões da música brasileira), que prontamente indicou o novo vocalista. “O Hugo tem um enorme potencial vocal, é extremamente carismático e profissional”, declara Gama.

Hugo Rafael não é nenhum novato. Ele foi integrante do projeto de jazz 8 do Bem, ao lado dos músicos Chico Oliveira e de Derico Sciotti, da banda do *Programa do Jô* (Globo). Antes de entrar para o Sambô, o ponto mais alto da carreira de Hugo foi ter vencido o reality *Jovens Talentos*, promovido pelo programa *Raul Gil* (SBT) em 2011 e, consequentemente, ter gravado um CD solo. “Acredito que minha

experiência em outros projetos tenha contribuído para a escolha do meu nome”, avalia. “A voz de Hugo casou muito bem com a proposta sonora do Sambô. Nossa escolha foi, definitivamente, assertiva”, comemora o produtor e tecladista.

Perante o público, Hugo Rafael também não deixa a desejar. Já nos primeiros shows, os fãs do grupo aprovaram seu timbre vocal e presença de palco. “É claro que o San é único, deixou saudades, mas sei que tenho minhas características e que posso somar ao Sambô”, afirma o vocalista. “Graças às influências de Hugo, estamos nos aproximando muito da soul music, coisa que não fazíamos com o San”, complementa Gama.

## ► NOVOS PROJETOS

O Sambô acabou de gravar um novo CD, mas não pretende lançá-lo tão cedo. O projeto, registrado em estúdio, foi uma espécie de piloto para “testar” Hugo. Deste CD, a banda pinçou somente o single *Valery* (gravado originalmente por Amy Winehouse) para trabalhar nas rádios. “Estamos preparando um DVD ao vivo, que será lançado até dezembro. Apresentaremos 15 canções, algumas delas inéditas”, revela Gama.

O novo projeto será lançado pela Som Livre. É da gravadora também a penosa tarefa de correr atrás da liberação dos direitos autorais das versões a serem gravadas pelo Sambô. “Nunca tivemos maiores problemas, exceto quando decidimos gravar o clássico *Can't buy my love*. Paul McCartney só autorizou a gravação após ouvir a demo da nossa versão”, relembra. !



DIWILCAÇÃO

**A NOVA FORMAÇÃO DO SAMBÔ**  
GRUPO CUMPRE EXTENSA AGENDA  
DE SHOWS E PREPARA LANÇAMENTO  
DE DVD PARA DEZEMBRO



# *Mara Maravilha.*

## *A polêmica,*

## *a verdadeira,*

## *a autêntica.*

- PALESTRAS MOTIVACIONAIS
- SHOWS MELHOR DOS ANOS 80, GOSPEL E BANDA
- PRESENÇA VIP EM EVENTOS
- APRESENTAÇÃO DO SEU EVENTO
- CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

**Contato para Eventos**  
 11 2978.2926 e 2978.2107  
[contato@maramaravilha.com.br](mailto:contato@maramaravilha.com.br)

**Assessoria Artística**  
 11 7866.1794 ID 1\*213478  
[assessoria@maramaravilha.com.br](mailto:assessoria@maramaravilha.com.br)

-  [lojatudomaravilha.com.br](http://lojatudomaravilha.com.br)
-  [maramaravilha.com.br](http://maramaravilha.com.br)
-  [maramaravilhaoficial](#)
-  [mmaramaravilha](#)
-  [maramaravilhaoficial](#)





# PAGODE EM CASA

GRUPO **SEM REZNHA** RENOVA O PAGODE SEM PERDER A ESSÊNCIA DO RITMO E SE PROMOVE ATRAVÉS DE DVD QUE UTILIZA LINGUAGENS BEM COMUNS NA INTERNET

**M**esmo com as mudanças no consumo de música, o DVD continua sendo essencial na carreira de qualquer artista – pelo faturamento que pode representar e pelas possibilidades em termos promocionais. Quando se pensa nessa mídia, a ideia é levar o clima do show à casa das pessoas – ou a contratantes e concert promoters –, tarefa que tem sido cumprida com êxito pelos produtores. Porém, é interessante quando um artista decide lançar um DVD sem relação direta com o show, aproveitando a interatividade e a simplicidade no trato direto com seu público.

Méritos ao Sem Reznha. Com cinco anos de carreira, o grupo paulista já mostra essa proposta diferenciada em seu novo projeto. O DVD *Vem com tudo* é uma extensão do álbum de mesmo nome. O repertório é exatamente o mesmo do CD, assim como os áudios das faixas. “Começou com um making of das gravações, com uma equipe registrando tudo desde quando estávamos colocando as bases do CD. Pegavam uns lances da intimidade do grupo, como alguém acertando uma partitura, conversando etc.”, explica o vocalista Douglas Nogueira. Foi durante as gravações dos bastidores que eles tiveram a ideia de gravar o DVD naquele clima de estúdio. “A partir daí, nos reunimos para definir como seriam as gravações de cada faixa, respeitando o estilo de cada uma – romântica ou mais animada. Com a ajuda da nossa equipe, também escolhemos o figurino para cada uma delas”, completa.

Mas o Sem Reznha foi além do simples registro das músicas em estúdio. Pensando em explorar esse trabalho na internet, o grupo decidiu utilizar, em algumas faixas, um estilo de vídeo bem comum nos sites de compartilhamento: o lyric video. O resultado se aproxima mais de uma coleção de vídeos, editados de forma dinâmica, quase como um programa de TV. “Nas músicas animadas, exploramos mais o lyric vídeo. Nas românticas, preferimos filmar a banda em ação, com a câmera privilegiando a interpretação”, completa o pandeirista Rafael Grego. Dois lyric vídeos já foram disponibilizados no YouTube. São eles: *Sem fama, sem grana* e *Vem comigo ser feliz* – single atual, que também já toca nas rádios de todo o país.

Além de trazer esse formato diferenciado no DVD, o projeto *Vem com tudo* também representa uma nova etapa na carreira do Sem Reznha. Dessa vez, o grupo contou com a produção de Pezinho, nome respeitado na cena do pagode. “Ele reforçou a identidade vocal da banda. Se você ouvir qualquer uma das faixas no rádio, por exemplo, identificará de cara que o intérprete é o Sem Reznha”, explica Rafael.

O vocalista Douglas aproveita para dizer que o DNA do grupo está intacto, apesar do romantismo presente no novo trabalho. “O Sem Reznha sempre priorizou músicas festivas, animadas. Isso por influência dos grupos e artistas mais tradicionais. Mas concordamos que o público também aprecia as faixas românticas, então nos rendemos a isso”, diz. Contudo, mesmo nessas músicas mais lentas, os instrumentos tradicionais do pagode tem destaque. “A batucada, a harmonia, o cavaquinho, o pandeiro, o rebolo, enfim, a cozinha sempre vai ser bem marcante no nosso trabalho”, afirma Rafael.

No palco, o Sem Reznha mostra um repertório versátil, criado para entreter públicos variados. Além de suas músicas, o grupo apresenta clássicos de gente como Fundo de Quintal, Zeca Pagodinho e Beth Carvalho. Graças a essa característica, tem surgido inúmeros convites para shows em eventos corporativos e festas de faculdades. Quando isso ocorre, os rapazes fazem pequenas alterações no repertório, de acordo com solicitações do contratante. “Se precisar, ensaiamos novas faixas para recheiar o set list. O importante é agradar o cliente”, reforça Douglas, lembrando que o Sem Reznha toca tanto em pequenas rodas de samba como em grandes festas em praças públicas. !



DIVULGAÇÃO

PEGADA JOVEM ABRIU  
AO GRUPO MERCADOS  
CORPORATIVO E DE  
FORMATURAS



# Se você é compositor ou intérprete, este é o aplicativo que estava faltando no seu celular!



## Compositores têm:



Estúdio integrado



Estatísticas de acesso  
à composição



Envio de obras direto para  
a pasta dos intérpretes

## Intérpretes têm:



18 gêneros musicais para  
ouvir e salvar na sua  
playlist



Playlist disponível offline



Solicitação de autorização  
de gravação direto do app

Baixe agora o aplicativo disponível para Android ou iOS.



Escritórios e Gravadoras solicitem uma campanha exclusiva  
de escolha do novo repertório para os seus artistas pelo  
e-mail [contato@fabricadesucessos.com](mailto:contato@fabricadesucessos.com)



[www.fabricadesucessos.com](http://www.fabricadesucessos.com)



# REGGAE RADIOFÔNICO

COM QUASE 30 ANOS DE ESTRADA, **CIDADE NEGRA** ESTREIA NO PRINCIPAL PALCO DO ROCK IN RIO E PREPARA CD DE INÉDITAS, MESCLANDO REGGAE E SONS POP

**BINO FARIAS, LAZÃO  
E TONI GARRIDO**

APERITIVO DO NOVO CD  
DA BANDA É O BELO SINGLE  
*AMOR, PERDÃO E AMIZADE*



DIVULGAÇÃO

Aproximando-se dos 30 anos de carreira, a banda Cidade Negra ainda vive experiências novas e transformadoras a cada dia. Uma delas ocorreu em 27 de setembro, último dia da edição 2015 do Rock In Rio. A banda de reggae tinha a missão de, pela primeira vez, se apresentar no Palco Mundo, o principal do festival, num dia em que as principais atrações não tinham nada a ver com o som que ela faz. Além de levar um caminhão de hits, a headliner Katy Perry ainda carregou uma legião de fãs para a Cidade do Rock. A maioria desse público tinha menos de 20 anos de idade e parte dele não sabia muito bem o que esperar daquele trio que subiu ao palco por volta das 19 horas. Situação adversa? Talvez. Mas uma banda não permanece tanto tempo na estrada por acaso. É bom ressaltar que, guardadas as devidas proporções, o Cidade Negra, assim como Katy Perry, também tem uma quantidade considerável de hits. Os maiores sucessos da banda de Toni Garrido, Lazão e Bino Farias fizeram parte da cena pop do Brasil por pelo menos duas décadas, entre os anos 90 e 2000.

Esses sons, que já eram bem conhecidos por uma parte da plateia, logo contagiaram os adolescentes que foram ver a musa teen. “Tínhamos que fazer o melhor para deixar feliz quem gosta da gente e despertar interesse em quem não tem curiosidade em relação à nossa música”, relembra Toni Garrido. Ao final, se havia alguma dúvida quanto à aceitação da garotada, ela se transformou em alegria e comemoração pelo sucesso da apresentação.

O show do Cidade Negra no Rock In Rio não foi só de clássicos. A banda aproveitou para mostrar a nova música de trabalho, *Amor, perdão e amizade*, composição de Lazão e Toni. A faixa é um aperitivo do que poderá ser ouvido no próximo disco do Cidade, cujo título é *O leão rugiu*. “Essa música antecipa uma pega-

da, sobretudo a parte instrumental, carregada de elementos pop”, afirma Toni. *O leão rugiu* conta com a produção do experiente Liminha, ao lado dos integrantes da banda.

Nos próximos meses, Toni Garrido conciliará a rotina de gravações e shows com seu outro ofício: o de ator. Ele foi escalado para o elenco da novela *Totalmente demais* (Globo), de Rosane Svartman e Paulo Haim, que estreará dia 9 de novembro, na faixa das 19 horas. Seu último trabalho na TV foi em 2010, na novela *Uma rosa com amor*, do SBT.

## ► FALTA FORTALECER A CENA

Além do reggae, o Cidade Negra tem influências de pop, rock e soul. Esse é um dos motivos para a banda circular entre públicos tão distintos. Para Garrido, conviver com outros gêneros sempre foi fundamental para manter os artistas de reggae em evidência no Brasil. “O reggae, por aqui, nunca teve um movimento solitário, nunca vendeu, chegou à casa das pessoas ou tocou em rádios sozinho. Mas como o ritmo é contagiante, acaba se adaptando. E se mostra, aproveitando as aberturas dadas a outros gêneros”, analisa.

De qualquer maneira, o cantor ainda espera que o reggae consiga caminhar sozinho e tenha mais penetração em rádio e TV, seguindo o que ocorre no mercado de shows (aquecido para os artistas do segmento). “O rádio e a TV deveriam se mobilizar e abrir mais espaço a este gênero que tem milhões de fãs e dezenas de ótimos representantes. Precisam acreditar e apostar na vibe e nas variações desse ritmo, para desmistificar essa coisa de que o reggae é só um tipo de batida, de sonoridade. Não, o reggae tem muitas possibilidades – é uma das músicas mais criativas e com mais subgêneros que eu conheço”. !





---

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

---

**JÁ NAS LOJAS**

DISPONÍVEL NAS PRINCIPAIS  
PLATAFORMAS DIGITAIS





# NA BASE e NO TOPO

**MC DEDE NÃO ABRE MÃO DE SUAS ORIGENS E MANTÉM FORTE LIGAÇÃO COM A PERIFERIA; MESMO ASSIM, CONQUISTOU O PÚBLICO DOS CLUBS CLASSE A**

**E**m 2015, assistimos à consolidação do funk no mainstream. O gênero passou a ser ouvido com frequência em trilhas de novelas e programas de TV. Artistas como Anitta, Ludmilla, Gui e Guimê se tornaram ídolos em todos os estados brasileiros. Mesmo com essa superexposição e, conseqüentemente, com a conquista de classes sociais mais abastadas, alguns artistas preferem não virar as costas para os guetos. É o caso de MC Dede, que não abre mão de se apresentar em bairros periféricos de cidades de todo o país.

MC Dede já levou seu som às mais badaladas casas noturnas do Brasil. É um dos funkeiros mais conhecidos de Florianópolis, por exemplo. Mesmo com tanta badalação, não deixa de lado os bailes realizados em comunidades. “É legal se apresentar em clubs frequentados pela classe A porque o cachê é alto. Mas o que fortalece mesmo a minha carreira são shows nos guetos e a energia dos fãs dessas comunidades. São eles que realmente consomem minha música no dia a dia e movimentam

as plataformas digitais”, explica o funkeiro.

No Facebook, o cantor é seguido por 1,5 milhão de fãs e seu engajamento na rede social supera 10%. Seu canal oficial no YouTube ultrapassa 7 milhões de visualizações – mas, se somar todos os views vindo de outros canais, o número salta para 20 milhões. “Apesar de lançar músicas em formato físico, o forte da minha carreira está no consumo digital. Os fãs de funk acessam diariamente o YouTube e é por esta plataforma que meço minha popularidade”, detalha.

Atualmente, MC Dede trabalha o single *Os mlk é mídia*. A letra, de sua autoria, ressalta a gíria utilizada principalmente nos bailes do Rio de Janeiro. “Trouxe o termo 'os moleques é mídia' aqui para São Paulo. A expressão significa que determinada coisa ou situação é extremamente boa. No caso, falo na música que as minas, os moleques e o baile são mídia”, explica o funkeiro. O clipe foi filmado por Kondzilla e, embora não toque nas rádios, *Os mlk é mídia* conta com mais de seis milhões de visualizações no canal da empresa.

Artista exclusivo da Máximo Produtora, MC Dede é reconhecido em todo o Brasil. O cantor já participou diversas vezes de programas exibidos em nível nacional, como *Esquentando*, da Rede Globo. Mas o funkeiro se empolga ao falar que sua música é muito ouvida nas “quebradas” de São Paulo. “Não há satisfação maior para um funkeiro do que ouvir sua música sendo tocada nos carros estacionados em postos de gasolinas ou nos famosos rolezinhos. É dessa forma que a nosso trabalho vai ganhando destaque. Não há nada melhor do que este tipo de divulgação orgânica”, comenta.

Apesar de basear sua carreira principalmente no mundo virtual, MC Dede também lança seus álbuns no formato físico. O novo trabalho, que leva o mesmo nome do atual single, foi prensado como material promocional e é distribuído em shows e bailes. Dede conta também com a ajuda de amigos para emplacar uma distribuição “informal”. “Como sou conhecido na periferia da zona leste paulistana, meus parceiros frentistas ligam e pedem discos pra distribuir nos postos de gasolina da região. Em troca, presenteio os 'manos' com caixas de cerveja. Assim vou divulgando meu trabalho”, conta.

Para promover o novo disco, MC Dede está negociando nova participação no *Esquentando*, além de outros programas da Globo. “A Regina Casé me deu muito espaço. Numa das ocasiões em que fui ao seu programa, cantei três músicas”, relembra. “Vou continuar me apresentando nos bailes de comunidades, mas também farei o roteiro de badaladas caras. Se tenho públicos na base e no topo da pirâmide, vou ao encontro de ambos”, finaliza. !

**MC DEDE** →  
TRABALHO  
ALAVANCOU PELA  
PARTICIPAÇÃO  
NO PROGRAMA  
*ESQUENTANDO* E PELA  
DISTRIBUIÇÃO DE  
SINGLES EM POSTOS  
DE GASOLINA



DIVULGAÇÃO



# VEM AÍ A EDIÇÃO Nº 100!



(11) 3889-3300 | 2165-5155 - (21) 2495-9815 | 3486-5155  
showbusiness@espetaculo.com.br

18 MIL  
EXEMPLARES

A única publicação que atinge todo o mercado brasileiro de shows!

## DATECON

CONSULTORIA TRIBUTÁRIA

• PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO • ACESSORIA CONTÁBIL, FISCAL E TRABALHISTA •

HÁ 25 ANOS CUIDANDO DA CONTABILIDADE DE ARTISTAS,  
EMPRESÁRIOS E PRODUTORAS DE SHOWS E EVENTOS

11 2065.7766

marcos@datecon.com.br



Conheça mais sobre a DATECON no site [www.datecon.com.br](http://www.datecon.com.br)



# O MERCADO É DELAS!

NOVA TENDÊNCIA NA MÚSICA SERTANEJA, ARTISTAS FEMININAS GANHAM DESTAQUE NO MERCADO E SE TORNAM APOSTAS DE SUCESSO PARA 2016

O segundo semestre de 2015 trouxe boas novas para o mercado da música sertaneja. Vozes femininas pouco conhecidas começaram a pipocar na mídia e tudo indica que esta será a grande tendência para o ano que vem. É o caso de Marília Mendonça e da dupla Maiara & Maraisa, que trabalham para consolidar suas carreiras através de ações de marketing e divulgação sobretudo em rádio.

Reveladora de talentos – vide João Neto & Frederico, Henrique & Juliano e Zé Neto & Cristiano –, a WorkShow, sediada em Goiânia, é uma das protagonistas desta nova cena. O diretor Wander de Oliveira e sua equipe apostam nesses dois produtos femininos para estourar em 2016. “Acredito que o próximo ano vai consolidar muitas cantoras e duplas femininas. As perspectivas são excelentes para Marília Mendonça e Maiara & Maraisa. Tanto a cantora quanto a dupla estão tocando em várias regiões. Poderíamos, se quiséssemos, estar vendendo várias das dessas artistas. Mas vamos trabalhar melhor as marcas, criar conceitos, pois percebemos que o mercado busca diferenciais”, detalha o empresário.

Apesar de ter lançado seu primeiro disco no segundo semestre deste ano, Marília Mendonça tem contrato com a WorkShow

desde 2010. Durante cinco anos, ela atuou nos bastidores do escritório e emprestou suas composições para outros artistas. Marília assina diversos hits sertanejos, entre os quais *Minha herança* (de João Neto & Frederico) *Bonde dos solteiros* e *Calma* (Jorge & Mateus), *É com ela que eu estou* (Cristiano Araújo) e *A flor e o beija-flor* (Henrique & Juliano).

Distribuído pela Som Livre, o primeiro lançamento de Marília como intérprete reúne CD e DVD e traz apenas seu nome e sua foto na capa. O repertório conta com 17 músicas, todas assinadas por ela. Henrique & Juliano fazem participação especial na faixa *Impasse*. “Quando contratei a Marília, ela tinha apenas 14 anos de idade. De lá pra cá, foi evoluindo principalmente como compositora e passou a se relacionar com profissionais do mercado. Acho que agora ela está amadurecida, preparada para emplacar como cantora”, afirma o manager, enfatizando o poder da cantora no YouTube e outras plataformas. “Nos shows promocionais, o público presente sabe de cor todo o repertório”, diz.

Marília avalia seu crescimento artístico como mais uma conquista feminina no mercado sertanejo – levando em conta que Paula Fernandes foi a última mulher a fazer sucesso nacional no segmento. “Acho que as mulheres que estão buscando emplacar na carreira artística atualmente apostam em novas propostas. Nós escrevemos sobre dores de amores, sobre beber e festejar com as amigas e falamos de relações não correspondidas. Antigamente as cantoras faziam outro tipo, exploravam nas letras a imagem de santinha”, comenta.

## > IRMÃS AFINADAS

Outra aposta da WorkShow, a dupla de irmãs Maiara & Maraisa chegou ao escritório pelas mãos de Toninho dos Santos, profissional com larga experiência no meio, que foi o manager de Cristiano Araújo até o acidente que interrompeu a carreira do cantor. “As artistas têm um talento ímpar. Apresentei o produto para o Wander e, na mesma hora, ele fechou contrato”, comenta Toninho. “A dupla segue a mesma linha de Marília Mendonça. Compositoras de sucesso, são bem conhecidas nos bastidores da música”, completa Wander.

Antes de assinar com a WorkShow, as irmãs já haviam se aventurado nos palcos do país. Em 2014, Maiara & Maraisa colocaram no mercado o CD *No dia do seu casamento* e, em julho deste ano, lançaram o CD *Ao vivo em Goiânia*. “Jorge, que faz dupla com Mateus, nos ajudou a viabilizar este segundo trabalho, além de ter dado ótimas sugestões com relação à produção musical”, comenta Maiara.

**MARÍLIA MENDONÇA**  
CD/DVD TEM A PARTICIPAÇÃO DE HENRIQUE & JULIANO

DIVULGAÇÃO





## MAIARA & MARAISA

ALÉM DO SHOW SOLO, DUPLA SE APRESENTARÁ  
COM MARILIA MENDONÇA NA FESTA DAS PATROAS

Com contrato assinado com a WorkShow, as meninas agora trabalham o *Ao vivo em Goiânia* em todo o território nacional. “No momento, estamos fazendo divulgação através de visitas a rádios e TVs. Trabalharemos a agenda de shows somente a partir do início de dezembro”, explica Maraísa.

### > FESTA BOA

Como a WorkShow abocanhou dois dos principais produtos femininos prestes a estourar no mercado, os managers Wander e Toninho criaram o show feminino *Festa das Patroas* – um “bailão” com apresentações de Marília Mendonça e da dupla Maiara & Maraísa. “Somos amigas e desde o início deste ano discutíamos a possibilidade de cantar juntas no mesmo palco. Mas como não éramos do mesmo escritório, havia algumas complicações. Agora tudo ficou mais fácil”, explica Marília.

Como não poderia deixar de ser, o repertório do show é baseado em composições assinadas tanto por Marília quanto pelas irmãs Maiara e Maraísa. “Haverá também a parte de modões, quando interpretaremos grandes clássicos sertanejos”, detalha Maraísa.

Por ter sido elaborado no formato de festival, *Festa das Patroas* abre margem para a participação de outras mulheres. “Já temos alguns nomes escalados para futuras parcerias. Assim que a ideia começar a dar certo, convidaremos outras cantoras para se apresentar com a gente”, diz Maiara. “O melhor é que já estamos recebendo consultas de todo o Brasil para este show”, festeja Wander, afirmando que futuramente gravará um DVD da *Festa das Patroas*.!



www.alexeyvan.com.br

# Tour 2016

YouTube NOVO SUCESSO

## Amante Carinhoso

sbt

RAUL GIL



@alexeyvanOficial

/duplaalexeyvanOficial

# ALEX & YVAN

Os Violzeiros de Bodoquena MS

CONTATOS PARA SHOW  
(67) 3385-2489 / 9981-4067 / 9699-1515



# ARTISTA ÚNICA

ÓTIMA VIOLEIRA, AFINADA E CANTANDO SERTANEJO RAIZ COM PITADAS POP, **BRUNA VIOLA** DESPONTA NO MERCADO

Ela tem 22 anos de idade e ostenta o título de “maior violeira do Brasil”. Em julho, quando lançou seu primeiro disco, *Sem fronteiras* (Universal), Bruna Viola já carregava consigo credenciais suficientes para se colocar como realidade entre as vozes femininas do sertanejo. No álbum, com produção de Paul Ralphes, a cuiabana apresenta toda sua técnica com a viola empunhada, indo do sertanejo romântico ao pagode caipira.

Seu primeiro single, *Se você contar*, traz a participação da dupla César Menotti & Fabiano. A composição é de Fátima Leão e Cesar Menotti. Outros destaques do disco são *Derramando saudades* e *Melodias do sertão* (ambas de Fernanda Calazans), *A saudade mandou te dizer* (Euler Coelho/Diego Souza) e *Espero mais* (Liah Soares). Na linha mais tradicional, aparecem canções como o pagodão *Sistema da bruta* (Katia Cerezer/Jessica Santos/Jennifer Santos e João Santos) e *Saco de ouro*, já gravada por Tião Carreiro & Pardinho e Chitãozinho & Xororó.

Entre os críticos, os maiores elogios em relação ao trabalho de Bruna Viola falam justamente sobre a questão de ela ir na contramão do que tem sido feito no sertanejo. Só o fato de tocar viola muito bem e carregar o instrumento até no nome já a diferencia de outras cantoras que estão no mainstream. Seu estilo é fortemente inspirado no ídolo Tião Carreiro. Porém, Bruna também ouve outros gêneros e tenta imprimir um tom mais moderno ao seu som. “Sou uma pessoa bem eclética. A moda de raiz é minha paixão, evidentemente, mas eu ouço de tudo. Adoro samba, MPB e sons internacionais. Até por isso, crio essa característica mais moderna para a viola caipira, através de um batidão mais jovem”, afirma.

Bruna toca o instrumento desde os onze anos, quando o pediu de presente à sua mãe. A coisa começou a ficar mais séria na adolescência. “Aos 15 anos, fiz uma participação na novela *Paraíso* (Globo), cantando *Moradia*, sucesso de Tião Carreiro”, conta ela, lembrando que a faixa integra o setlist de novo CD. !



## TALENTO PAULISTANO

COMPOSITORA DE HITS SERTANEJOS, **PAULA MATTOS** QUER EMPLACAR CARREIRA DE INTÉRPRETE, AO LANÇAR DVD COM VÁRIAS PARTICIPAÇÕES

Compositora de sucesso, Paula Mattos promove seu primeiro lançamento como intérprete. Distribuído pela Warner Music, o DVD da artista traz as participações de Zé Felipe, Thaeme e Thiago e Munhoz e Mariano. O projeto, em formato acústico, teve produção musical de William dos Santos e direção de vídeo de Haitham Smile. As participações reúnem amigos pessoais da cantora e parceiros de composição. “Se dependesse de mim teríamos muito mais participações de amigos queridos. Mas faltariam faixas no DVD”, lamenta Paula Mattos.

*Que sorte a nossa*, também gravada por Matheus & Kauan, foi escolhida como primeiro trabalho promocional de Paula nas redes sociais. Divulgado recentemente, o clipe teve ótima repercussão e tocou o coração das pessoas, por conta de uma alta dose de emoção. Trata-se de uma composição dela com Fernando Paloni e Luiz Henrique Paloni. “Essa música não tinha a menor possibilidade de ficar fora do repertório. Primeiro porque realmente tem força radiofônica, segundo porque perdemos esse amigo e irmão Fernando Faloni a menos de dois meses da gravação. Tanto que eu quis manter a voz dele, presente na guia que fizemos, como uma segunda voz na minha gravação. Foi a forma que encontrei de eternizar a passagem do Fer pela minha vida”, conta Paula, que no momento divulga um segundo single, *Quem vê cara não vê coração*.

Apesar da carreira artística bem recente, Paula já foi apadrinhada por uma das grandes cantoras sertanejas do Brasil, Roberta Miranda. “Pedi o telefone de Paula Mattos para a minha assessora pois queria conhecer esse nome que está se destacando no mercado. Ela é uma ótima cantora e compositora”, ressalta Roberta. !





# THIAGO MASTRA

LANÇANDO O SEU NOVO CD



NOVO SHOW  
**NOSSO MUNDO**  
TOUR 2015

**RESERVE JÁ A SUA DATA!**

**CONTATO PARA SHOWS:**

(22) 7811-4490 | (21) 99793-8526

(11) 97594.7991

[contato@thiogomasttra.com.br](mailto:contato@thiogomasttra.com.br)

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



Disponível nas plataformas digitais:





# TAMBÉM NO APP

**FÁBRICA DE SUCESSOS**, PLATAFORMA QUE APROXIMA COMPOSITORES DE INTÉRPRETES E PRODUTORES, INOVA AO LANÇAR APLICATIVO DO SERVIÇO

**E**m outubro último, a plataforma Fábrica de Sucessos, criada pelo cantor Marlon de Oliveira para aproximar compositores de intérpretes e produtores, completou um ano. Nesse período, mais de 1000 autores e quase 300 intérpretes se cadastraram no serviço. "Num primeiro momento, queríamos criar um banco de dados com compositores dos mais diversos gêneros e de todo o país. Conhecidos ou não – o importante é que a música esteja postada na plataforma para que os intérpretes interessados possam acessá-la", explica Marlon, que tem no negócio dois sócios especializados em Tecnologia da Informação. Recentemente, a Fábrica de Sucessos lançou um aplicativo que visa facilitar ainda mais a relação entre quem compõe e quem grava. "Hoje em dia, tudo que fazemos no nosso cotidiano praticamente é pelo smartphone. Acessar email, redes sociais, pagar contas etc. Por isso lançamos o app, para plataformas Android e iOS. Agora o compositor vai disponibilizar suas obras e os intérpretes vão poder ouvir todo o banco de dados direto do celular", explica Marlon, cuja meta é ter 50 mil compositores em três anos e um banco com 500 mil obras inéditas. Na entrevista a seguir, ele esclarece questões relativas ao serviço.

» **SUCESSO - Cite algumas facilidades que os usuários da plataforma terão ao acessá-la via aplicativo.**

**Marlon** - O aplicativo tem recursos inéditos no mercado como, por exemplo, um gravador integrado para o compositor gravar suas obras inéditas direto no smartphone e uma estatística on line de onde sua obra está sendo ouvida – num mapa que indica o estado, a cidade e a localização exata da execução. Já o intérprete pode selecionar o gênero e criar dentro de sua playlist pastas com suas composições favoritas e ouvi-las a hora que quiser mesmo estando off line – além de fazer a solicitação para a gravação direto pelo aplicativo.

» **Bacana essa ideia do gravador integrado do sistema...**

O gravador integrado foi uma exigência minha. Percebo que

*Temos uma série de validações para que o intérprete ou produtor tenha acesso às obras inéditas, o que garante a proteção autoral da obra desse compositor. Temos o controle de quem acessa e a partir de qual IP está sendo executada a obra. Nossa plataforma foi criada para ser uma vitrine para o compositor, mas acima de tudo tem a preocupação de garantir o maior patrimônio desse autor: sua composição.*

» **O compositor pode enviar suas obras para análise dos artistas a partir do app? Essa possibilidade só envolverá artistas cadastrados na plataforma ou qualquer artista e gravadora poderão receber as obras pelo app da Fábrica?**

← **MARLON**  
COM APP E  
DIVULGAÇÃO,  
CANTOR-  
EMPRESÁRIO  
PLANEJA  
ALCANÇAR 50 MIL  
COMPOSITORES  
E 500 MIL OBRAS  
INÉDITAS EM  
TRÊS ANOS





Antes do aplicativo, os intérpretes e produtores faziam uma busca por gênero e, se fosse o caso, por temas ou palavras-chave que eles buscavam em uma obra – tags de busca que os autores cadastravam em cada música hospedada. Assim ficava mais fácil o filtro para ouvir via streaming e selecionar as obras que eles buscavam pra gravar. A partir do lançamento do aplicativo faremos acordos com grandes artistas para que eles forneçam o descritivo de seu próximo trabalho com os temas e gêneros que pretendem gravar. Essas informações serão passadas aos compositores, que poderão pinçar faixas do seu cancionário que já estejam em sua conta na Fábrica de Sucessos ou mesmo compor nova obra, gravando-a através do 'estúdio' do aplicativo. Caso a música não seja aprovada ou gravada pelo artista, ela volta para a plataforma e fica disponível para os outros intérpretes que acessam nosso serviço.

#### » Como os intérpretes podem se cadastrar na Fábrica? Tem que pagar algum valor?

O cadastro é gratuito. É preciso preencher um formulário bem como aceitar os termos e política de uso do site ou aplicativo. O intérprete só paga pela música que vai gravar. É cobrada uma antecipação conforme a quantidade de cópias solicitadas. Nós fazemos toda a intermediação, como a cobrança e execução do contrato de licenciamento direto da obra junto ao autor – quando não houver a editora. Caso contrário ela mesma emitirá a liberação para o intérprete. Além disso efetuamos a cobrança e o repasse desse valor ao compositor, apenas com o desconto de uma comissão pela intermediação. Todos os direitos autorais são reservados ao dono da obra.

#### » Fale sobre os valores que os autores devem pagar pela hospedagem e os ganhos que podem ter quando alguém os grava.

O autor paga uma taxa única de R\$ 20,00 por cada obra hospedada em nossa plataforma pelo prazo de um ano. Ao final do contrato ele tem a opção de renovar ou não essa hospedagem. Além disso, se ela for gravada, ele recebe 100% dos direitos autorais (caso não tenha editora) sobre a execução pública e privada e sobre a venda física e di-

show  
Onde você en

ARTISTAS  
Música  
Vídeo/Teatro/Cinema

PRODUTORES

SERVIÇOS

Anuncie  
Rio de Janeiro  
(11) 3489-5155

São Paulo  
(11) 3467-4333  
(11) 3889-3300  
(11) 2165-5155

Outras estações  
(11) 3889-3300  
(11) 3467-4333

2015 - Showbusiness  
os direitos reservados

ARTISTAS A B C D E

MAESTRO JOÃO CARLOS  
MCS

MAFALDA MINNOZZI

MAGARY LORD

MAIARA & MARAISA  
Work Show

MAKE U SWEAT  
Live Talentos

MALLU

MALTA

MANEVA  
Base 4 Music

base 4  
MUSIC  
(11) 4354-0000

MANU GAVASSI

MARCELLO CAMPOS

MARCELO CAMELO

MARCELO D2

MARCELO JENE (I)

Pessoa Produtora

JEN  
Pessoa (11)

MARCELO LIMA & ALESSA  
PC Eventos

MARCELO MIRA

MARCELO NOVA

MARCELO RAMAZOTTI



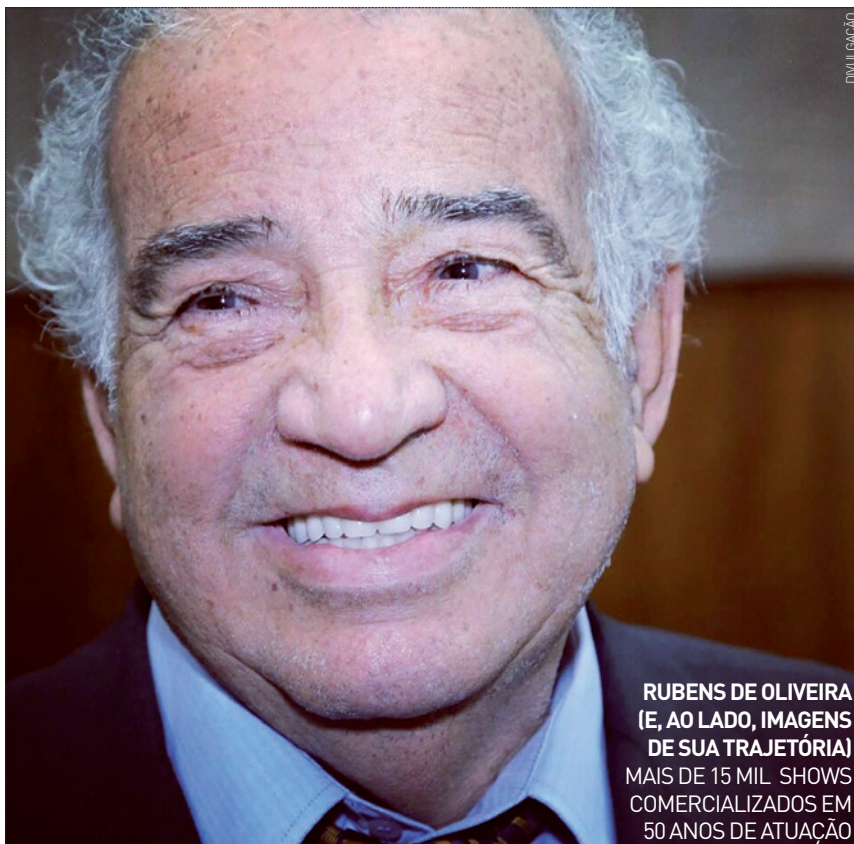
# UMA LENDA VIVA!

UM DOS GRANDES NEGOCIADORES DE SHOWS DO PAÍS, E RECONHECIDO CONCERT PROMOTER, **RUBENS DE OLIVEIRA** COMPLETA 80 ANOS DE VIDA E 50 DE MERCADO

**R**ubens de Oliveira está completando 80 anos de vida e meio século de atuação na área de shows. É um dos mais respeitados profissionais do país. Com seu jeito tranquilo, voz mansa, este mineiro de Espera Feliz deixou a cidade aos 17 anos para fazer história no norte do Paraná. "Quando eu era criança, ficava fascinado sempre que algum avião cruzava os céus da pequena cidade onde eu morava. Eu pensava: 'um dia ainda vou pegar um desses 'bichões' e vou pra longe'". Não foi de avião, nem se mudou para um lugar tão distante assim, considerando a fábula *O Pequeno príncipe* (*Longe é um lugar que não existe*). Apucarana, no Paraná, onde ele se fixou, dista 1.300 quilômetros de sua terra natal. Não importa. O fato é que Seu Rubens voou, no sentido figurado, e foi longe sim. Muito longe. Foi em direção às estrelas.

E haja estrelas, astros e afins. São mais de 15 mil shows produzidos ou comercializados. Tudo começou quando ele se envolveu na venda de uma apresentação da Banda do Seu Lívio (Lívio Vidal Ferreira), de Apucarana. "Eu era empregado de uma loja e conhecia o Seu Lívio. Um dia ele pediu que eu levasse um contrato até um clube da cidade para ser assinado. Chegando lá o presidente do clube perguntou se eu trabalhava com outras bandas. Eu não trabalhava, mas disse que poderia, sim, ir atrás das demandas dele. Assim, passei a oferecer atrações para o clube e logo já contava com vários clientes na região", explica Rubens de Oliveira.

Essas atrações, em geral, eram bandas de baile. E nos anos 70 haviam centenas em atividade no Brasil, uma melhor que a outra. Os clubes faziam várias festas ao longo do ano (carnaval, reveillon, baile do Havaí, baile de aniversário da agremiação, baile dos namorados etc.). Por conta disso, as bandas de baile trabalhavam muito e se profissionalizavam em termos de estrutura. Seu Rubens não queria ficar alheio a tudo e passou a cadastrar todos os grupos e orquestras de que tinha conhecimento, para aumentar o leque de opções quando algum clube o consultasse. Desta época, ele relembra um fato engraçado. "O **Guia Show Business** ainda não existia, não havia um catálogo com o telefone das atrações artísticas. Por isso eu tinha que ir atrás para descobrir como contratar as bandas. Então, quando viajava, sempre que via um caminhão ou ônibus de alguma banda, ia ao encontro para pedir o contato. Existiam as bandas Bi-



**RUBENS DE OLIVEIRA**  
(E, AO LADO, IMAGENS  
DE SUA TRAJETÓRIA)  
MAIS DE 15 MIL SHOWS  
COMERCIALIZADOS EM  
50 ANOS DE ATUAÇÃO

riba Boys, Bad Boys Band, Jet Boys... tudo tinha 'boys' no meio. Quando vi um caminhão da Seven Boys (fábrica de pães) parado num posto de gasolina fui correndo falar com o motorista e perguntei de que cidade era aquela banda. Ele ficou me olhando, sem entender nada... Até hoje eu rio muito quando me lembro desse episódio", diverte-se Seu Rubens.

## ► FIO DE BIGODE

As negociações, segundo o empresário artístico, muitas vezes eram feitas na base do "fio de bigode". "Até uns 20 anos atrás os acordos eram fechados, mas não se faziam contratos. Havia muito respeito entre os profissionais do meio. O mercado era pequeno, não existiam tantos produtores, managers, então as pessoas se ajudavam e se respeitavam. Sergio Reis e Jair Rodrigues estão entre os artistas com quem eu mais trabalhei. Não me lembro de ter feito qualquer documento envolvendo as contratações e solicitado a assinatura deles. Eu os contratava, pagava o cachê e eles iam se apresentar. Quando eu não podia viajar para o show, eles mesmos pegavam o valor ou a diferença do cachê e mandavam minha parte", relata. Sergio Reis confirma a informação: "Tenho 55 anos de carreira artística, já trabalhei



com centenas de contratantes e vendedores de shows. Conheci muitos profissionais honestos, mas nenhum deles supera o Rubens de Oliveira nesse quesito. O que ele combina, ele cumpre", afirma o cantor, que acredita ter feito perto de 1000 shows negociados por Seu Rubens.

Além de Sergio e Jair Rodrigues, o produtor relaciona vários outros nomes entre aqueles com quem mais trabalhou nessas cinco décadas. "Cada artista tem seu momento e claro que, quando isso ocorre, a procura por seus shows aumenta. Por isso, sem considerar a cronologia, posso incluir na lista dos mais negociados por mim nesse tempo todo Roberto Leal, Chitão e Xororó, Gretchen, Zezé Di Camargo & Luciano, Leandro & Leonardo, Sidney Magal, Trio Parada Dura, Milionário e José Rico, Luis Caldas, Fabio Jr., Roberto Carlos, Tonico e Tinoco, Jorge & Mateus, Michel Teló, Victor & Leo, Capital Inicial, Titãs e Daniel", explica. "Sempre tive uma gama variada de clientes compradores e de eventos com produção sob minha responsabilidade. Então, acho que dá para contar nos dedos os artistas com os quais nunca tenha trabalhado".

É verdade. Considerando o período de atuação de Rubens de Oliveira, perceberemos que foram muitos os movimentos que sacudiram a música no nosso país – desde a Jovem Guarda e a MPB, passando pelo rock, samba, axé, sertanejo e funk. "Quando comecei a trabalhar, em 1965, a maior procura era por orquestras e bandas de bailes, depois por mestres de cerimônias e apresentadores de TV, pois havia muitos bailes de debutantes e concursos de misses. Paralelamente, os shows ficavam por conta dos nomes que faziam sucesso na Jovem Guarda, dos sambistas e cantores românticos. Somente alguns caipiras conseguiam entrar nesta lista, como Tonico e Tinoco. Só a partir dos anos 80 é que o sertanejo se fortaleceu e começou a conquistar espaço na programação dos eventos", explica. De lá pra cá, a preferência do mercado é por atrações sertanejas, até porque os eventos rurais, como feiras e rodeios, hoje dominam o mercado. "Mas eu sempre vendi um pouco de tudo porque minha clientela sempre foi variada, incluindo clubes, casas de festas, prefeituras e empresas", acentua o empresário.

A propósito, se hoje os eventos rurais incluem atrações que vão além do sertanejo, Seu Rubens pode ser considerado um dos responsáveis por essa abertura. "Sempre tive espírito inovador, sempre procuro buscar soluções e novidades para os clientes. Fui o primeiro empresário a colocar uma banda de rock (Raimundos) para fazer show numa feira agropecuária – em Fernandópolis (SP), acho que no final dos anos 1980". O manager Alexandre Ramos, que ao longo do tempo tem trabalhado basicamente com roqueiros, diz que sempre manteve ótimo relacionamento com Rubens de Oliveira. "De 2001 a 2007, o rock brasileiro esteve bastante em evidência e naquele período Seu Rubens virou "habituê" dos escritórios que tinham atrações do gênero. Sempre incluía ao menos uma banda de pop rock na grade dos eventos que ele programava. Eu trabalhava com o Charlie Brown e depois com o CPM (banda com a qual estou até hoje) e acabei ficando bem próximo do Seu Rubens. Nossa relação profissional sempre foi a melhor possível – e se mantém até hoje", diz ele.

### ► PRIMEIRO EVENTO RURAL

O primeiro evento rural em que o produtor fez a programação artística foi a Feira Agropecuária de Umuarama (PR), em 1974. Desde então, segundo ele, muitos outros municípios passaram a incrementar suas festas e eventos rurais contratando shows artísticos. "Sei que tudo na vida é cíclico, mas acredito que esse formato 'evento de negócios + entretenimento' nunca vai acabar, porque envolve vários segmentos do agrobusiness, vários setores da economia da cidade sede. As atrações artísticas são e sempre serão um complemento e um forte apelo para atrair o público", avalia. A estrutura dos shows ao longo do tempo acompanhou a modernização desses eventos. Mas de acordo com Seu Rubens causaram desconforto aos contratantes num primeiro momento, pelo aumento dos custos de produção. "Deixar a apresentação mais bonita em termos visuais,



COM SERGIO BASTOS (SOC. RURAL LONDRINA) E SERGIO REIS



COM O FILHO RUBINHO E DANIEL



CONDECORADO CIDADÃO HONORÁRIO DE APUCARANA



EM NOVA YORK, COM TEODORO, APÓS SHOW NA CIDADE



COM TOM GOMES, NA EXPO SHOW BUSINESS



AO LADO DE NININHA FARIA E PINGA



umentar a equipe e exigir equipamentos de ponta obviamente significava e significa aumento de custos para o comprador. Então levou um tempo até os clientes entenderem que tais mudanças gerariam impacto positivo junto ao público. Antigamente contratava-se uma banda de bailes para abrir e fechar as noites do evento e todos os artistas faziam o show usando a sonorização e iluminação daquela banda", relembra. "Claro, com algumas exceções. O Roberto Carlos sempre fez questão de viajar com o que há de mais moderno. Só se apresentava com seus equipamentos. Numa ocasião, o caminhão que transportava seu som e sua luz não chegou ao local da apresentação a tempo (Umarama) e ele, profissional que é, fez o show com os equipamentos da banda contratada. O público adorou e todo mundo, incluindo a equipe do Roberto e eu, saiu satisfeito".

As histórias envolvendo nosso personagem e outros profissionais do mercado com relação a eventos rurais são muitas. Silvio Luciano Alves está no mercado há mais de 30 anos. Há mais de 15 cuida da agenda de Zezé & Luciano. Mas seu contato com Seu Rubens se deu por conta de outra dupla goiana, Leandro & Leonardo. O ano era 1986 e ele trabalhava para os irmãos que nos anos seguintes ajudariam a revolucionar a música sertaneja. Silvio recebeu um telefonema de Rubens de Oliveira, então preocupado pelo fato de um dos nomes da programação da Feira Agropecuária de Jales (Facip) ter tido um problema que o impediria de se apresentar no evento. "Eu disse que poderia levar a dupla para 'tapar' aquele buraco e que ele não se arrependeria, que o público iria adorar. Seu Rubens ficou apreensivo, mas acreditou em mim, apostou comigo", explica Silvio. Dito e feito: o show foi um sucesso e marcou a carreira da dupla como sendo sua primeira apresentação num grande evento rural.

Outro conhecido booker de artistas, Walter Viudes também

mantém relação de longa data com Seu Rubens. "O "Velho", como costume chamá-lo, é gente da melhor qualidade", elogia. Ambos se conhecem há exatos 30 anos, segundo Viudes relata. "Eu era um jovem em início de carreira e agenciava o cantor Adriano Santa Cruz, que emplacou um sucesso na década de 80 (tema da novela *A força do amor*). Seu Rubens tornou-se nosso principal parceiro na venda de shows. Não tinha problema. Se a gente chegasse numa cidade e o contratante se recusasse a pagar, era só ligar pro Seu Rubens que ele garantia o cachê. E sempre foi assim. Desde aquela época, nunca tivemos um senão em nossos negócios. Ele me prestigiou a vida inteira e eu procurei sempre retribuir, mantendo boas parcerias. Quando trabalhei na Sunshine e na Talismã, cheguei a negociar 30, 40 datas por ano com ele, quase sempre só na palavra, no 'fio de bigode'".

Do outro lado do balcão de negócios de Rubens de Oliveira estão seus clientes. O presidente do Sindicato Rural de Jacaré, Paulo Turci, que organiza a feira agropecuária da cidade, é um deles. "A gente sabe movimentar o agronegócio da região, sabe viabilizar a feira, mas tratar com artista é meio complicado. Então, há quase 20 anos delegamos essa tarefa ao Rubens. Ele tem credibilidade, é honesto e ótimo profissional", elogia.

#### ► MUDANÇAS NO MERCADO

Com tanto tempo de estrada, Rubens de Oliveira obviamente vivenciou mudanças não só na preferência do público com relação a nomes e gêneros artísticos como viu a evolução da produção em si. "A estrutura dos shows mudou bastante e a qualidade dos serviços prestados melhorou muito nas últimas décadas. E isso facilitou o trabalho de quem realiza shows e eventos. No começo, não existiam vans pra pegar o artista no aeroporto, diárias de alimentação, camarins, locação de painéis de led e outros efeitos.

## TRABALHO EM FAMÍLIA

Referência no mercado de shows, Rubens de Oliveira já teve várias vezes seu trabalho reconhecido. Foi condecorado pela Câmara dos Vereadores de Apucarana, ganhou troféus e homenagens em eventos realizados pelo **Guia Show Business** e, mais que tudo isso, tem o respeito e o carinho dos profissionais e artistas. Mas ele sempre faz questão de dividir as glórias com a família. "Desde o início minha mulher (Marta) foi fundamental. Eu pegava o carro e caía na estrada, visitando clientes em vários estados e indo a eventos. Quem ficava no 'QG', fazendo o meio de campo com agentes de artistas, prefeitos, presidentes de clubes etc. era a Marta. Era ela quem segurava o rojão. Por isso, acho que sem a Marta eu não teria prosperado tanto na profissão", afirma.

Além de dona **Marta**, os dois filhos do empresário, **Rubinho** e **Regiani**, aprenderam o ofício com o pai. Hoje em dia, ambos tocam a Rubens de Oliveira Produções Artísticas, com a supervisão do fundador. "Desde pequena vivi em meio a shows, atrações musicais, cantores e músicos. Nunca me deslumbrei com esta vida porque meus pais lidavam com muita naturalidade com os artistas. Soube que era uma profissão como todas as outras, com os seus ônus e bônus. Aprendi o que é ética, profissionalismo, respeito e compromisso observando a maneira como meu pai conduzia os negócios", afirma Regiani. "O caminho que ele percorreu, as estradas de terra, os pequenos aviões, a comunicação difícil – nenhum obstáculo o deteve. Hoje é fácil fazer contatos, fechar negócios. Tem celular, internet... Mas imagine como era no tempo em que ele iniciou na profissão!". Rubinho acrescenta: "Aprendo todos os dias com meu pai. Ele é um exemplo pra mim. E procuro colocar em prática todos os seus ensinamentos. É uma honra poder trabalhar ao lado dele".







# anos

Celebramos 5 décadas de trabalho, dedicação, comprometimento e credibilidade. Poucas empresas brasileiras em nosso segmento podem se orgulhar dos frutos colhidos em 50 anos de atividade contínua.

Agradecemos aos clientes, fornecedores e aos nossos colaboradores, pois sem eles não chegaríamos até aqui. Queremos compartilhar com você a grande alegria e o prazer desta comemoração.

**O Sucesso não vem por acaso.**



(43) 3423-1514  
(41) 3027-0908  
(43) 8815-1414 (TIM)  
contato@rubensdeoliveira.com.br  
www.rubensdeoliveira.com.br



Lembro que quando não era possível fazer um camarim acoplado ao palco, eu alugava trailers para dar mais conforto aos artistas. A gente suava pra levantar a produção. Hoje podemos terceirizar todos os serviços", diz ele, emendando com uma história ao mesmo tempo curiosa e engraçada. "Durante muitos anos, artistas e equipes faziam as refeições no hotel onde ficavam hospedados ou em algum restaurante da cidade. Quando começaram a exigir diárias de alimentação, a coisa pegou. Foi duro explicar aos prefeitos e diretores das festas o que era aquilo. Um valor bem acima do que se gastava pra comer no hotel e ainda multiplicado por uma equipe inteira. Alguns contratantes, fazendeiros, comparavam o valor ao preço da arroba do boi, e ficavam indignados: 'como assim, cada um vai comer meia arroba de boi? Ou meu gado está muito barato ou esses artistas são muito comilões', reclamavam os contratantes", lembra ele.

Seu Rubens e a legião de concert promoters como ele – os

veteranos e os mais jovens – que movimentam a indústria do show business, sabem que as coisas mudam e que o mercado precisa se adaptar sempre. Sabem ainda que precisam manter estreitas relações com os empresários artísticos, prefeitos, organizadores de festas e fornecedores de serviços, pois todos são engrenagens de uma máquina que só funciona se houver harmonia e respeito. Quando as luzes se acendem e o artista salta da coxia para o palco, a magia começa para o público, que em geral nem se dá conta do quão trabalhoso foi viabilizar aquela apresentação, da contratação à "montagem do circo". Rubens de Oliveira é um mestre na arte de fazer este trabalho de bastidores. Com honestidade e competência. Que as novas gerações se inspirem no seu jeito de trabalhar. Se alguém um dia escrever um livro sobre a história do show business nacional, terá que dedicar um capítulo inteiro a esta figura que o mercado aprendeu a respeitar e a admirar. !

## "NÃO SEI FICAR PARADO"

Na entrevista a seguir, Rubens de Oliveira afirma que, apesar da idade, continua na ativa. "Viajo bastante e ainda mantenho contato com a maioria dos clientes e managers", diz.

» **SUCESSO! - Quem foram os managers com quem mais fez negócios e com quem mais se relacionou profissionalmente?**

**Rubens de Oliveira:** São vários, não vou me lembrar de todos. Mas citaria Manoel Poladian, José de Sá, Franco Scarnavaca e Zé Homero Betio.

» **Tornou-se amigo de alguns artistas e managers?** Quando você faz negócios com frequência, acaba estreitando a amizade. No caso dos artistas, me tornei amigo pessoal de alguns deles, como o Teodoro (da dupla com Sampaio), Jair Rodrigues e Sergio Reis.

» **Ainda participa de negociações com prefeituras e com managers?** Trabalho regularmente, viajo bastante e mantenho contato com a maioria dos clientes e managers. Não sei ficar parado. Então, eu quanto tiver saúde, quero continuar trabalhando. Mas hoje em dia meus filhos me ajudam muito com as coisas do dia a dia da empresa.

» **Ainda vai a eventos, supervisionar a produção e fazer "relacionamento"?** Sempre que posso gosto de estar presente, mas hoje quem mais atende os clientes são o Rubinho e a Regiani. Mas há alguns contratantes que fazem questão da minha presença nos eventos, por me conhecerem há muito tempo e serem meus amigos.

» **Fale sobre seu trabalho de representação artística. Tem mercados exclusivos em alguns casos?** Hoje não estamos trabalhando com exclusividade (total ou parcial) com nenhum artista. Temos uma boa relação com a grande maioria deles, o que nos permite atender os clientes da melhor maneira possível. O mercado está muito rotativo, tanto em relação aos artistas quanto aos clientes.

» **Atua mais no Sul/sudeste ou em outros estados de outras regiões?** Atendemos o Brasil todo. Aliás, já levamos alguns shows até para o exterior – Estados Unidos, Portugal e países do Mercosul.

» **Como é a estrutura da Rubens de Oliveira Produções?** Temos a sede em Apucarana e um braço da empresa em Curitiba. Temos alguns funcionários próprios, terceirizamos outros quando necessário. E mantemos muitos parceiros da área de serviços.

» **Que dicas daria para um jovem interessado em iniciar na carreira de promotor shows?** Ser honesto, honrar sempre com a palavra e não se deslumbrar com o meio artístico.

» **Além de trabalhar com shows e artistas, tem outros negócios?** Tenho uma propriedade rural, com criação gado e imóveis de aluguel.

» **Se tivesse que agradecer alguém nesse momento em que completa 50 anos de atuação no mercado, quem o senhor agradeceria?** Primeiramente a Deus, e depois à minha esposa Marta, que está comigo nesta batalha desde o início. Trabalhou o tempo todo do meu lado e ainda cuidou com esmero dos filhos enquanto eu estava na estrada. E, claro, ao senhor Livio Vidal Ferreira, que deu o pontapé inicial na minha carreira.



Divulgação



# 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!

A MANHECER  
**PAULA fernandes**

NOVO ÁLBUM  
JÁ NAS LOJAS  
EM CD E DIGITAL

News

**show business URGENTE**

**DJAVAN**  
Um dos maiores nomes  
da música brasileira

NAS RÁDIOS  
MÚSICA INÉDITA

**NÃO É UM BOLERO**

▶ ESCUTE A MÚSICA

News

**show business Express**

**ANITTA**

CLIQUE E ASSISTA AO VÍDEO!  
CLIQUE PARA OUVIR

**BANG!**

www.ANITTAOFICIAL.com

News

**show business Express**

CLIQUE E OUÇA  
LANÇAMENTO DO SINGLE  
"VEM CÁ FAZER  
UM LOVE"

CLIQUE E OUÇA  
"SÓ LOVE"

COM: PARALAMAS  
DO SUCESSO

News

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

**RAULO RICARDO**  
NOVO ÁLBUM

NOVO SINGLE  
**ISABELA**

News

**show business URGENTE**

**NOITE FRACASSADA**  
JADS & JADSON

LANÇAMENTO NACIONAL

News

**show business URGENTE**

Capital Inicial  
acústico → NYC

**"VAI E VEM"**  
LANÇAMENTO DO 1º SINGLE NAS RÁDIOS  
FEAT. SEU BODE

▶ CLIQUE E ASSISTA

News

**show business Express**

TOUR  
**IN SUAR**  
20 DIAS

**humberto gessinger**

CLIQUE  
E ASSISTA

A VOZ DOS ENGENHEIROS DO HAWAII  
CELEBRANDO 30 ANOS DE CARREIRA E DVD DE OURO!

LEVE ESTE SUCESSO  
PARA SUA CIDADE!

News

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

**S P C**  
Nova Música  
GOIABADA E QUEIJO

News



# PARA LER E OUVIR

APOSTANDO EM FORMATO DIFERENCIADO, MK LANÇA O **PROJETO AUDIOBLESS**, NO QUAL GRANDES ARTISTAS DE SEU CAST DÃO TESTEMUNHOS EM CD E LIVRO

Desde que as plataformas digitais começaram a ocupar uma fatia maior do bolo das vendas de música, o desafio do mercado tem sido encontrar formas eficientes de levar conteúdo às pessoas e fazer o negócio girar. É comum um modelo em evidência nos dias atuais perder espaço rapidamente para outro. Tomemos como exemplo a compra de música pela internet, através de lojas virtuais que, aos poucos, vem dividindo espaço com os serviços de streaming que surgiram depois.

Porém, no gospel as coisas são um pouco diferentes. Apesar de também irem bem no digital, os artistas desse segmento mantêm um público cativo que continua consumindo mídias físicas. Por essas e outras, um dos desafios de uma gravadora como a MK Music, a maior do segmento gospel no Brasil, é criar produtos diferenciados para esse público.

O mais recente deles é o Audiobless, no qual artistas da gravadora são convidados a relatar suas histórias de vida. A grande sacada desse projeto, lançado em parceria com a MK Editora (braço editorial do grupo), é a associação de duas mídias em uma só. A cada nova edição é colocado à venda um kit com um CD MP3 e um livro, com o mesmo conteúdo. "A ideia é aproximar o fã do artista. Para isso, construímos uma linguagem de fácil acesso. E convidamos alguns cantores para relatar um pouco de sua trajetória de vida. A partir daí, gravamos esse áudio e fazemos

uma boa adaptação textual", explica o Pastor Marcelo Alexandre, editor do Audiobless. Desde julho, já foram lançadas edições com Anderson Freire, Bruna Karla, Flordelis e Giselle Nascimento. Em breve, sairão edições com Beatriz e Léa Mendonça.

A escolha do MP3 se deu justamente pelo fato de as histórias terem suas particularidades – e a mídia tradicional de áudio poderia limitar demais o tempo. Apesar de focar bastante no testemunho de cada artista, o Audiobless não tem um formato engessado. "Em meio aos testemunhos, há momentos em que o artista canta, de forma acústica. Essas faixas entram como bônus musicais, junto a um clipe do cantor", explica Marcelo. Durante a gravação, uma equipe de vídeo registra o making of, que é disponibilizado na internet. Quanto ao livro, o pastor Marcelo ressalta a linguagem simples e dinâmica, "para que o leitor consiga absorver tudo em pouco tempo".

A ideia inicial é focar as vendas do Audiobless em lojas físicas, podendo chegar às grandes redes de livrarias. Porém, os planos também incluem disponibilizá-lo em lojas virtuais, como iTunes e Amazon. A estratégia tem dado certo, com vendas superiores à expectativa. "A procura inicial nos surpreendeu, porque a demanda de livros no Brasil não é tão significativa quanto lá fora. Talvez isso tenha acontecido porque trabalhamos com nomes em evidência no gospel, com milhões de admiradores", avalia.

## ► EXPANSÃO DIGITAL

Apesar das boas vendas físicas, a MK iniciou um forte processo de expansão digital nesse semestre. Essa investida acontece, principalmente, em direção aos serviços de streaming, terreno pouco explorado pela gravadora até então. Com isso, aos poucos, os catálogos dos principais artistas da MK vão chegando ao Spotify, Deezer e outros serviços do tipo. "Os altos custos operacionais do mercado físico ajudaram a determinar esse direcionamento. E nos frustrava não poder absorver os artistas independentes que sempre procuraram a MK Music. Agora, com os novos formatos de distribuição digital, podemos suprir essa demanda dos artistas independentes e investir em novos talentos", informou a empresa em comunicado recente.

No mesmo texto, a MK afirma que fará um crossover entre digital e o rádio, utilizando a 93 FM (emissora carioca de propriedade do grupo) para divulgar os novos artistas. "O grande esforço que se faz necessário é justamente selecionar, entre tantos novos artistas, os repertórios que se destacam". !

**PASTOR MARCELO ALEXANDRE, EDITOR DO AUDIOBLESS**  
PRIMEIRAS EDIÇÕES DO PROJETO TRAZEM OS ARTISTAS ANDERSON FREIRE, BRUNA KARLA, FLODELIS E GISELLE NASCIMENTO (ABAIXO)





# O SUCESSO DA MÚSICA PASSA POR ESSE PORTAL!



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

MAIS DE  
**600 MIL**  
ACESSOS/MÊS

FONTE: GOOGLE ANALYTICS

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

Consulte valores para ações promocionais

SP: (11) 3889-3300 | 2165-5155 - RJ: (21) 2495-9815 | 3486-5155  
contato@portalsucesso.com.br



# A Nº 1 NO PARANÁ!

GRAÇAS AO TRABALHO COMANDADO PELO DIRETOR LUIZ BENITE, **REDE MASSA FM**, DO APRESENTADOR RATINHO, HÁ TRÊS ANOS É LIDER DE AUDIÊNCIA NO ESTADO

**É** provável que a programação da Massa FM (97.7 MHz), emissora mais ouvida em Curitiba, nunca tenha tido em sua parada um sucesso do Ultraje a Rigor. No entanto, os versos de uma canção da banda paulista foram, mesmo que sem querer, uma espécie de mantra dos funcionários da rádio durante algum tempo: "Então tá, nem vou me preocupar. Já tá tudo armado pra eu me conformar... Por isso eu sempre sou: Terceiro... Pra mim tá louco de bom". Era uma época em que as tradicionais Caiobá FM e 98 FM não davam chance às rivais.

É aí que entra na história o atual diretor executivo da Massa, Luiz Benite. Cria do rádio paulistano, com passagens marcantes pela Kiss FM e Rede Transamérica, o radialista chegou a Curitiba em 2011, após um período de seis anos em Florianópolis, onde comandou a rede catarinense da Band FM, batendo recordes de faturamento e sempre ocupando o primeiro lugar no Ibope. Logo nas primeiras reuniões, Benite avisou a nova equipe que a meta seria buscar a liderança também no Paraná. "Alguns funcionários, de maneira tímida, me corrigiram, dizendo que brigariamos pelo terceiro lugar. Que a história mostrava ser impossível rivalizar com as duas primeiras colocadas", lembra.

Indiferente ao pessimismo presente nos corredores da nova casa, Benite começou a trabalhar, batalhando pelo objetivo inicial estabelecido pelo comunicador e empresário Carlos Massa (o Ratinho), dono não só da emissora, mas também da Rede Massa de TV e muitos outros negócios no estado. "Quando me contratou, Ratinho queria o mesmo que eu havia realizado em Santa Catarina: fazer sua rede de rádio, já estabelecida, crescer. Montei então uma equipe de confiança, passamos a valorizar mais o nome 'Massa FM' e demos ainda mais destaque à música sertaneja na programação", conta o radialista.

Em menos de um ano e meio, a rádio saltou da quinta para a quase utópica 1ª colocação de audiência. E já está há 31 meses ininterruptos no topo. O refrão melancólico de "Terceiro" foi substituído então pelo otimismo de outro hit do Ultraje: "... nós vamos chacoalhar sua aldeia. Agora... nós vamos invadir sua praia". A seguir, Luiz Benite revela à **SUCESSO!** um pouco mais sobre os ótimos resultados da Massa FM e como Curitiba foi "invadida", não pelas letras jocosas de Roger Rocha Moreira, mas pelos hits de Michel Teló, Eduardo Costa, Daniel e cia.

## » **SUCESSO!** - Qual foi sua primeira experiência com redes de rádio?

**Benite** - O primeiro aprendizado veio já no início de carreira, na American Sat (produtora paulistana que fornecia programação via satélite para centenas de emissoras do país). Aí pintou a Transamérica, que queria iniciar uma rede. O Luiz Guilherme Albuquerque, diretor superintendente até hoje, me falou: "a gente tem um satélite aí, mas não sabe o que fazer com ele". Sem esnobar, falou de um satélite como se estivesse falando de uma mesa de som (risos)! Tive

então a ideia de uma rede com programação diferente do pop rock que tocava em São Paulo. Pensei: vamos fazer uma Transamérica só de hits... e aí veio o nome (Transamérica Hits). Criei o projeto todo. A rede nasceu em junho de 2000 e, durante meses, teve apenas dois funcionários: eu e o Ronaldo Resende, que hoje está conosco na Massa. Depois, cresceu muito. Talvez seja hoje a maior do país.

## » **Depois de seis anos na Hits, surgiu a Band FM em sua carreira. Com ótimos resultados também?**

Sim, a Band de Santa Catarina foi um desafio legal. A ideia era "repaginar" tudo. Colocamos até futebol lá, algo impensável à época. A primeira FM de Floripa a transmitir futebol. Também criamos programas que saíram do estado e entraram na grade nacional. Batemos recordes de audiência e faturamento. Tenho orgulho de dizer que foi um trabalho que virou referência nacional dentro da Band.

**O DIRETOR LUIZ BENITE  
GÊNERO SERTANEJO  
RECONQUISTOU  
CURITIBA GRAÇAS AO  
TRABALHO DA MASSA FM**



DIVULGAÇÃO



### » E na Massa, você também modificou muita coisa?

Peguei uma base muito boa, deixada pelo Acácio Luiz Costa, meu antecessor e grande profissional. Dei sequência ao trabalho. Criei um novo slogan ("Minha rádio é massa") e montei uma equipe com velhos conhecidos. Entre eles, o Márcio Linhares, que estava comigo na Band, e o próprio Ronaldo Resende (gerente de rede e eventos). Passamos a explorar o nome "Massa" e o novo slogan. A ideia era tornar "Massa" um sinônimo de legal. O nome ganhou força. Demos ainda mais espaço pro sertanejo e deixamos a rádio com identidade definida. Trabalhando com o Ratinho, tínhamos que buscar o DNA da rádio (risos). Chegamos ao 1º lugar em menos de 18 meses. Líder em todas as classes e idades, em todos os períodos, todos os dias. Um fenômeno poucas vezes visto. São 65 mil ouvintes por minuto, com picos de 100 mil. E belos resultados também em Maringá, Londrina, Foz do Iguaçu, litoral (Paranaguá) e Campos Gerais, numa cobertura de quase 80% da população do estado – quase 300 municípios.

### » E quanto ao chefe? Ele tem programas na rádio?

Até pelos muitos compromissos profissionais e o trabalho na TV, o Ratinho não tem programas, nem fala na rádio. No que se refere ao comando, dá muita liberdade pra trabalharmos. Temos papos rápidos e fáceis. Embora more em São Paulo, ele está sempre ligado no que acontece por aqui. Já seu filho, Ratinho Júnior, lidera a audiência com um programa das 6 às 8 da manhã. Curiosamente, embora seja o deputado mais votado do Paraná, ele não fala de política no programa.

### » A Massa FM toca exclusivamente música sertaneja?

Acho que 99% da programação. A Massa se assumiu como rádio sertaneja e o público logo se identificou com a mudança. Hoje, escutamos no meio musical que quando um sertanejo quer fazer sucesso no Paraná, tem que estar em nossa programação. Isso dito por muitos artistas. Não quero ser prepotente, nem sei se isso é inteiramente verdade, mas é o que eles comentam. Em se tratando de Paraná, tocar na Massa virou uma chancela importante para um artista sertanejo.

### » Quais são os artistas mais tocados pela Massa?

Jorge e Mateus, Victor & Leo, Henrique & Juliano... As músicas do projeto Cabaré também. Aliás, no final de novembro, teremos dois shows deste projeto maravilhoso do Eduardo Costa e do Leonardo, em Curitiba e Foz do Iguaçu, com promoção exclusiva da Massa FM.

### » Qual a política da Massa para incluir artistas na programação da rede? Como é comum no mercado, vocês ficam com datas de artistas para comercialização em troca de execução?

Quem decide o que toca é o Márcio Linhares, diretor artístico. Ninguém se mete. Nem o Ratinho. Da mesma maneira, damos liberdade aos diretores das outras praças. Seguem nossa filosofia, mas com certa autonomia, pra cada praça cuidar de suas diferenças. E não há jabá na Massa. Nesses anos em que estou aqui afirmo categoricamente que ninguém pagou para tocar. Os artistas são parceiros. Caminhamos juntos, fazendo shows, eventos, promoções... Tem divulgador que fica bravo: "Pô, tenho dinheiro pra investir...". E a resposta é a mesma: "Desculpe, mas não trabalhamos assim". E não nos arrependemos desta escolha. Ganhamos mais, seja em audiência, seja financeiramente, priorizando a programação e fazendo parcerias.



O GERENTE DE EVENTOS RONALDO RESENDE ENTREVISTA JORGE, DA DUPLA COM MATEUS, EM SHOW PROMOVIDO PELA MASSA FM

### » Acha que o FM vive hoje um grande momento?

Sem dúvida. Mesmo com novas concorrências, o rádio passa por um momento fantástico. Nos EUA, por exemplo, foi o veículo de maior alcance no primeiro semestre de 2015. No Brasil, vem logo atrás da TV. O consumo de mídia do rádio é absurdo, até porque as pessoas não param em casa. E demoram pra chegar, porque o trânsito é ruim em todo lugar. E quem faz companhia pras pessoas no carro? O rádio. Ai vão pra academia e podem ouvir rádio enquanto treinam, com o fone de ouvido. Pesquisas também mostram que o rádio é o veículo mais consumido enquanto o internauta navega. Num mundo completamente ativo, nós somos o veículo que não concorre com atividades. Eu diria que a "Era do Rádio" é agora!

### » Com 31 meses de liderança nas pesquisas de audiência, seria correto afirmar que a Massa FM hoje exerce alguma influência no mercado musical em Curitiba?

A Massa influenciou demais esse novo momento musical de Curitiba. Quando chegamos, diziam que não se tocava mais Leonardo, Chitão & Xororó... Ai a Massa entrou rasgando, tocando não só Leonardo, mas também Leandro & Leonardo. Os caras nos chamavam de loucos (risos). E vieram mudanças nítidas. O Leonardo não fazia show em Curitiba há anos... Zezé & Luciano cantavam no Teatro Guaíra, mas sem lotar. Depois de investirmos no sertanejo, todos eles passaram a esgotar os ingressos, até com duas noites. Convencemos o Eduardo Costa a se apresentar pela primeira vez num teatro. E lotou. A Massa trouxe o sertanejo de volta a Curitiba. Luan Santana, Jorge & Mateus e outros novos ídolos igualmente tem arrebatado. Sempre com shows com promoção exclusiva da Massa. Jorge e Mateus, por exemplo, fizeram um show em agosto com 2,5 milhões de reais de bilheteria. Curitiba virou uma praça fantástica para o mercado sertanejo e a Massa FM teve um papel fundamental para isso. Investiu nesses artistas e foi para o primeiro lugar com eles.

### » Alguma surpresa está por vir neste final de ano?

A dupla Thaíme & Thiago, que também toca muito na Massa, gravará seu novo DVD no nosso show de aniversário. Um evento para mais de 30 mil pessoas. Será a primeira vez que um artista grava um DVD num aniversário de uma rádio. Estou dando essa notícia em primeira mão pra **SUCESSO!** Será uma produção enorme e, tenho certeza, teremos um lindo DVD. !



# EM BOAS MÃOS

DIRETOR GERAL DA **SOM LIVRE**, **MARCELO SOARES** FALA SOBRE OS NEGÓCIOS DA EMPRESA, QUE DEVE ENCERRAR O ANO EM PRIMEIRO LUGAR EM VENDAS

**A**o longo do ano, as listas de CDs e DVDs mais vendidos divulgadas semanalmente pela Associação Brasileira dos Produtores Discográficos (ABPD) invariavelmente trazem ao menos quatro títulos da Som Livre no Top 10. Há períodos em que a companhia domina totalmente esse ranking. Na última semana de setembro, por exemplo, tinha sete títulos no Top 10 (*O buteco do Gustavo Lima*, *Cristiano Araújo In the cities ao vivo*, *Luan Santana acústico*, *Galinha Pintadinha 4*, *Festeja 2015*, *Henrique & Juliano Ao vivo em Brasília* e *Fagner & Zé Ramalho ao vivo*). Obviamente, essa liderança no físico estendeu-se ao mercado digital.

Um dos responsáveis por esta performance elogiável da empresa é Marcelo Soares. Na companhia desde 2007, ele dirigiu a Som Livre Edições Musicais e o segmento de Novos Negócios (quando implementou a criação da Som Livre Ao Vivo, braço da empresa na área de shows) antes de assumir, em 2011, a direção geral da discográfica. Na entrevista a seguir, Marcelo fala de seu trabalho, do ótimo momento do mercado digital e dos produtos nos quais a Som Livre apostará neste final de ano.

## MARCELO SOARES

"ACHO QUE EM 2016 TEREMOS CRESCIMENTO E UM ANO BOM, APESAR DE TODA A CONJUNTURA"



DIVULGAÇÃO

» **SUCESSO!** - **Que mudanças você empreendeu nesses quatro anos à frente da companhia?**

*Marcelo Soares* - Sem dúvida o mais determinante foi a transição de uma empresa que tinha mais de 90% dos seus resultados vindos de venda física para uma operação mais diversificada, com cinco grandes linhas de negócios. Isso exigiu uma razoável mudança de cultura interna e dos próprios relacionamentos com parceiros e artistas.

» **Como funciona uma dessas linhas de negócios, a Som Livre Ao Vivo? Vocês ficam com datas de artistas para comercializar em troca de investimentos em marketing?**

*Temos vários tipos de negociações, de acordo com cada artista e cada contrato. Nossa visão é a de ter uma parceria completa com nossos artistas, de forma que o crescimento do artista seja bom para todos, independente da área onde ele cresça mais – seja shows, rádio, TV ou venda de discos. Em shows, nossa participação é mínima dentro da agenda dos artistas. Na maioria dos casos escalamos os contratados para os nossos festivais. Nos últimos dois anos o Festeja teve um crescimento muito grande e beneficiou todos os envolvidos. É o tipo de parceria positiva que temos sempre procurado fazer.*

» **Você chegou a dizer numa ocasião que quando o streaming se popularizasse por aqui, o CD se tornaria peça de colecionador. Considerando o crescimento das plataformas de streaming, acha que estamos próximos do que previu?**

*A cada dia mais próximos, sem dúvida. O CD ainda tem alguns bons anos de vida mas não é absurdo imaginar que depois desses anos a venda de CDs seja compatível com a de vinis, e os dois sejam produtos de especialidade, seja para uma experiência mais sofisticada de audição ou para coleção. De qualquer forma, para chegarmos nisso ainda precisamos de muita evolução na cobertura de banda larga.*

» **A propósito, como explicar o crescimento das vendas de vinis em todo mundo?**

*A venda de vinis é direcionada a um público que, como disse antes, quer viver uma experiência diferente com música, de mais envolvimento com um material físico para manipular, com o ritual de ouvir um disco com calma e atenção. Muito disso é pelo que o vinil, curiosamente, tem hoje de novidade. Muitas pessoas compram vinis que raramente ouvem mas acredito que ainda existe um bom campo de crescimento para esse mercado. Consigo imaginar pais de 30, 40 anos querendo ensinar aos filhos como ouvir um vinil e, quem sabe, as crianças entendendo que é mais divertido ouvir daquela maneira do que simplesmente apertar um botão – até que a idade traga a preguiça, a falta de tempo e elas descubram o maravilhoso mundo do controle remoto.*

» **Além da excepcional força das trilhas de novelas, você concorda que a Som Livre cresceu nos últimos anos quando passou a lançar vários produtos sertanejos e, num segundo mo-**





DIVULGAÇÃO



GUIL PAPANIN



DIVULGAÇÃO

### WESLEY SAFADÃO, ROBERTA SÁ E ERIC CLAPTON

NOVOS LANÇAMENTOS DO FORROZEIRO E DA CANTORA (RECÉM-CONTRATADA) ESTÃO ENTRE OS AGUARDADOS PARA O FINAL DE ANO; OUTRA NOVIDADE É O DVD COM O SHOW DE 70 ANOS DE CLAPTON (MAIOR LANÇAMENTO INTERNACIONAL DA HISTÓRIA DA COMPANHIA)

#### **mento, produtos religiosos? Você participou dessa mudança?**

*Sem dúvida o grande crescimento da companhia veio do investimento em elenco. Foi uma aposta acertada que começou antes de mim.*

#### **» Os títulos de catálogos ainda tem boa saída? E os especiais da TV Globo (séries, novelas), que a Som Livre lança em DVD e Blu-Ray, também apresentam boa vendagem?**

*A venda de catálogo é muito importante em todas as gravadoras, representa pelo menos um terço do resultado de qualquer empresa. Alguns produtos têm mais potencial de longo prazo, enquanto outros são fenômenos temporais.*

#### **» Entre os artistas gospel, quais são os recordistas de vendas?**

*Ao contrário da música católica, concentrada em alguns poucos nomes (os padres Alessandro Campos, Reginaldo Manzotti, Marcelo Rossi e Fábio de Mello são responsáveis por mais de 90% da venda total), o evangélico é distribuído em muitos nomes diferentes com um bom público. É até difícil de citar todos. Os principais nomes na Som Livre são André Valadão, Davi Sacer, Rose Nascimento e Andrea Fontes.*

#### **» A Som Livre pensa em criar novas séries, como Perfil e Coletânea, por exemplo?**

*Sempre avaliamos a possibilidade mas me parece que passou o tempo em que compilações de maiores sucessos eram garantia de venda. Atualmente nossa aposta em compilações de artistas únicos é mais direcionada a raridades ou faixas de participações que foram lançadas isoladamente. Fizemos isso com o Nós, da Maria Gadú, por exemplo. É uma forma de consolidar a produção musical dos artistas dentro da própria discografia deles.*

#### **» O site de vocês informa que a companhia tem mais de 40 artistas no cast. Desses, quantos são 100% contratados e quantos são apenas distribuídos?**

*Na verdade o site tem apenas uma pequena amostra dos nossos artistas contratados, o elenco total é bem maior. A maioria é de contratos de distribuição mas sempre com prazos longos, então nosso envolvimento é grande com todos, independentemente do modelo de contrato.*

#### **» Comente o situação atual das plataformas digitais no Brasil, especialmente no que se refere ao catálogo da Som Livre. Mais: o momento é mesmo dos serviços de streaming?**

*Streaming não é mais o futuro, já é o presente. É onde está todo o crescimento do mercado da música no mundo hoje e o Brasil não é diferente. Não tenho dúvidas de que serão muitos anos de crescimento. Minha única dúvida é se nos próximos anos o ritmo de crescimento será capaz de superar a queda do físico. A propósito, este ano o digital vai superar o físico em receitas, não só na Som Livre mas em todo o mercado brasileiro.*

#### **» Pode citar os lançamentos que serão mais trabalhados neste fim de ano pela companhia?**

*São muitos, em todos os gêneros. No sertanejo, já está nas lojas o novo CD/DVD de Marcos & Belutti (Acústico tão feliz) e está chegando o CD de Jads & Jadson. No forró, o Wesley Safadão chega com o DVD de uma superprodução realizada em Brasília e também o Avião do Forró, com sua "pool party". Dentro da música religiosa, o primeiro DVD do Padre Alessandro Campos e o DVD do Davi Sacer. Temos também o produto de 40 anos de carreira do Amado Batista. No rock, o segundo CD do Malta e o que é o maior lançamento internacional que já fizemos, o DVD com o show de 70 anos do Eric Clapton, gravado no Royal Albert Hall (em Londres). E o lindo CD Delírio, da Roberta Sá, nossa recente contratada. É música pra todos os gostos.*

#### **» O que você projeta para o mercado fonográfico brasileiro e especialmente para a Som Livre para 2016?**

*Por incrível que possa parecer, acho que em 2016 teremos crescimento e um ano bom, apesar de toda a conjuntura.*

#### **» Que tipo de música particularmente gosta de ouvir quando não está trabalhando?**

*Gosto de rock, principalmente. Dos artistas recentes, meu favorito é My Morning Jacket. Também ouço muito Bruce Springsteen, Pearl Jam, Muse, Nine Inch Nails, Led Zeppelin sempre, além de meus favoritos brasileiros, Titãs e Scalene. 🎸*



# FEELING E TRABALHO

RESPONSÁVEL POR DESCOBRIR E LANÇAR NOMES COMO ANITTA, LUDMILLA E TIË, **SERGIO AFFONSO** FESTEJA O BOM MOMENTO DA WARNER MUSIC BRASIL

AFFONSO E, AO LADO,  
A CANTORA ANITTA  
"ELA É UM  
GENIOZINHO,  
UMA ARTISTA  
ACIMA DA MÉDIA"



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

**N**ão dá pra negar. A Warner Music Brasil tem muita participação na profissionalização e glamourização do funk. O gênero, antes restrito a nichos – em suas versões melody, ostentação, batidão, proibidão etc. –, hoje é apreciado de norte a sul. Não tem contra-indicação. Todas as classes sociais se renderam ao poder do som que brotou nos morros cariocas – e, em sua versão paulistana, na periferia de São Paulo – e tornou-se, como diz Sergio Affonso, presidente da Warner Music, o verdadeiro pop brasileiro. "Tem gente que se incomoda quando digo isso, mas fica difícil contestar. O gênero é hoje o mais popular do país, depois do sertanejo".

Com 26 anos de companhia, dos quais 18 no cargo de presidente, Affonso foi o responsável pela descoberta do principal nome nome do funk nacional, a cantora Anitta. O fato deu-se pelos idos de 2010, quando ele presidia a unidade mexicana da companhia. "Nas horas vagas, ficava ouvindo música e vendo vídeos, sobretudo clipes feitos do Brasil. Foi quando me deparei com a Anitta. O primeiro vídeo que eu vi dela foi *Menina má*. Tinha pegada, malícia, os arranjos eram simples, mas bem interessantes. Os figurinos já eram apropriados. E ela tinha um olhar tão cativante, que eu pensei: 'aqui tem negócio'", conta, sorrindo. "Ao mesmo tempo, fiquei fascinado com o poder do gênero em reunir pessoas. Porque você pode gostar ou não da música feita pelos funkeiros, mas não pode negar a força popular que o movimento tem".

Os primeiros contatos com Anitta se deram durante visitas

que Sergio fazia ao Rio de Janeiro. Quando ele voltou de vez à cidade, fechou o contrato. "Ela era uma menina, mas já sabia o que queria pra carreira. Percebi o quanto era profissional. Seu funk tinha identidade própria. Não era esculachado e já tinha elementos pop. O que fizemos foi moldar um pouco aquilo tudo, seja a questão de repertório seja a imagem. A Anitta é um geniozinho, uma artista acima da média. E ela queria crescer. Então juntou a fome com a vontade de comer", resume. Segundo ele, a relação da companhia com a cantora não se limita ao trabalho fonográfico. "O modelo é o chamado '360º passivo', ou seja, inclui tudo menos a comercialização de shows", explica Sergio, não descartando no entanto a participação da Warner na receita das apresentações. "Acho que as gravadoras precisam participar de todas ações envolvendo seus contratados, sendo remuneradas por isso. Mas venda de shows não é expertise das discográficas, por isso nunca quis abrir departamentos na companhia com essa função", explica.

Segundo Sergio Affonso, Anitta é hoje uma das prioridades mundiais da Warner, por conta de seus números físicos e digitais. Tanto que até meados de 2016 ela deve ser lançada no mercado internacional, começando pela América Latina. As primeiras incursões da artista em outros territórios foram bem sucedidas. A música *Show das poderosas* e o espetáculo de mesmo título fizeram muito sucesso em Portugal e Espanha. O mesmo ocorreu com a versão hispânica para *Zen*, dueto dela com o rapper espanhol Rasef, que tocou em vários países. "Percebemos que é o momen-



to de dar este importante passo. Vamos fazer tudo com muita calma, estudando as situações", diz. A idéia é gravar um disco em espanhol, puxado por quatro faixas do álbum em português lançado em outubro – que mais uma vez tem base de funk, mas explora outras sonoridades. "Estamos fazendo as versões e montando o repertório. Por outro lado, estamos definindo quem será o manager da artista para o mercado externo", explica.

Assim como "emoldurou" e deu um upgrade na carreira de Anitta, a Warner de Sergio Affonso repetiu a fórmula para potencializar a carreira de Ludmilla. "Pra mim, Ludmilla pode ser considerada uma diva. Além de cantar muito, ela é carismática e irreverente. Aliás, essa irreverência foi o que mais me chamou atenção desde o início, quando ela ainda era MC Beyoncé", afirma Sergio que na sequência contratou os também funkeiros Duduzinho e, mais recentemente, Biel. "Cada um deles tem suas próprias características, mas uma coisa todos tem em comum: letras sem palavrões ou apologia às drogas ou armas. O funk tem que ter atitude, mas precisa acima de tudo entreter", analisa.

### ► APOSTAS DIVERSAS

Apesar da boa performance do funk desde que Sergio Affonso retornou à companhia, a matriz da Warner chegou a cogitar, em 2012, o fechamento do A&R da unidade brasileira. Foi quando Affonso anunciou sua saída. "Não fazia sentido ficar na casa sem poder trabalhar produtos, apostar em novos talentos", afirma. Nos últimos anos, além do êxito com os funkeiros e nomes consagrados da companhia, como O Rappa e Buchecha, Affonso vem investindo em outros artistas, através do lançamento de EPs. É o caso de Bianca Chami (MPB), Dienes e Joyce Cândido (samba), Paula Mattos (sertanejo) e Tiê – que no momento toca em todo o país graças ao hit *A noite*, tema principal da novela *I love Paraisópolis*. "Tiê é uma lutadora. Estamos há alguns anos trabalhando sua carreira, por isso é uma alegria para a companhia participar deste sucesso", comenta. Sergio fala sobre a escolha de *A noite* para o repertório da artista. "Essa música tinha sido lançada na Itália. A melodia era linda, mas a letra não tinha muita força. Quando mostramos a gravação original para a Tiê, sabíamos que ela faria uma versão sensível e poética e que, se gravasse, a música faria sucesso", afirma.

Sergio vai além e emenda com uma análise do setor da música: "Adoro e respeito o gênero sertanejo, que representa mais de 70%

do nosso mercado, mas torço para que artistas de outros gêneros despontem. A MPB precisa se renovar, buscar novidades. Tiê é nossa aposta. Ela não ficou melhor porque entrou na novela. Apenas ficou mais conhecida, fato que ajuda a promover não só sua carreira mas o tipo de música que ela faz". Além de Tiê, Sergio cita com entusiasmo os trabalhos do jovem Ferrugem ("sambista que é unanimidade entre bambas como Arlindo Cruz") e dos sertanejos Rachid Camargo e Paula Mattos.

Com o incremento do cast local, a unidade brasileira da multinacional ajustou as planilhas de faturamento, historicamente montadas com base sobretudo no catálogo internacional. Hoje, 40% da receita da Warner Music Brasil refere-se a produtos nacionais, percentual bem maior do que o registrado em outros tempos. "Nosso catálogo global é realmente forte. Temos nomes que vendem muito, como Ed Sheeran, Bruno Mars, Iron Maiden, Michael Bublé e David Guetta. A riqueza do catálogo nos permite apostar em nomes locais", diz Affonso. A propósito, neste final de ano sua companhia lançará títulos de artistas como Coldplay, Seal, Laura Pausini, Maite Perroni e reedições de David Guetta e Ed Sheeran. Entre os lançamentos nacionais previstos estão Buchecha e um projeto envolvendo DJ Tubarão nos moldes dos já lançados por Calvin Harris, David Guetta e outros DJs-produtores. "Trata-se de um formato inédito por aqui. Não é uma compilação. São versões criadas por Tubarão e gravadas por artistas diversos", informa.

De acordo com o executivo, o foco principal da empresa no momento é investir no digital, setor que deve fechar 2015 respondendo por mais de 50% de suas vendas. "Temos parcerias com várias plataformas e consideramos as possibilidades de todas elas. Além do streaming, nossa receita com ringbacktones e downloads é muito boa", afirma ele. "O digital trouxe questões importantíssimas ao mercado. Não apenas a possibilidade de monetizar, mas sobretudo mudanças na maneira de promover a música. O surgimento do digital foi o fato mais relevante que eu presenciei em todo meu tempo de indústria. O artista pode se promover com mais facilidade através das plataformas e redes sociais. Se não tem a TV pra mostrar seu trabalho, posta um vídeo, que pode viralizar e alavancar sua carreira. Eu mesmo achei Anitta, Ludmilla, Biel e outros nomes na internet", enfatiza. Quanto ao formato físico, ele acredita que continuará perdendo força, estacionando, em três anos, no patamar de 25% dos negócios da companhia. !



FERRUGEM, BIEL E TIÊ

SAMBISTA E FUNKEIRO ESTÃO ENTRE AS NOVAS APOSTAS DO EXECUTIVO; TIÊ DEIXOU ESSA CONDIÇÃO AO EMPLACAR O MEGAHIT *A NOITE*



## BUCHECHA NA ÁREA

**FUNK POP** É O TÍTULO DO NOVO álbum de **BUCHECHA**, que chegará ao mercado em novembro pela Warner Music. O trabalho apresenta músicas inéditas, mas também coloca nova luz sobre sucessos que marcaram a carreira do cantor desde os tempos da dupla com Claudinho. Entre essas versões, está *Só Love*, com a participação da banda Paralamas do Sucesso. Lenine aparece em uma nova versão do hit *Conquista*, assim como Adriana Calcanhotto e Paula Toller. Outro destaque do trabalho é o single *Vem cá fazer um love*, já lançado em plataformas digitais – assim como a nova versão de *Só Love*. Aliás, a faixa que traz a participação dos Paralamas foi incluída na trilha do filme *Vai que cola*, em cartaz nos cinemas do país. A produção do álbum é de Kassim, um dos nomes mais requisitados pelos artistas da MPB.



DIVULGAÇÃO

## A 3ª RIO MUSIC BUZZ

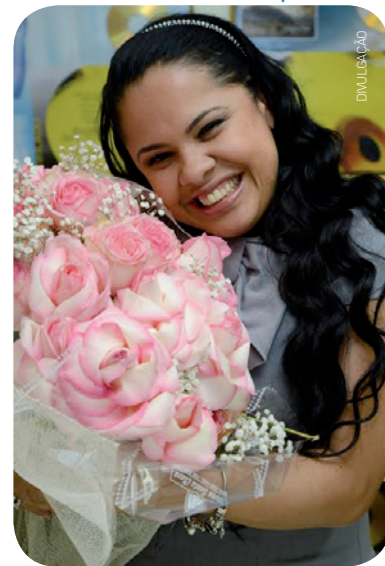
REALIZADA EM SETEMBRO, no Centro Cultural da Light, no Rio, a terceira edição do evento **RIO MUSIC BUZZ** abordou diversos temas, entre eles o comportamento do mercado de música em streaming, que tem registrado forte crescimento nos últimos anos. Para tal, foram promovidas palestras com os representantes de plataformas como Spotify, Deezer, Rdio e Napster. “O mercado de música está se reerguendo e a demanda por capacitação nos novos moldes da indústria é grande. Por isso, a questão hoje é saber quem são os intermediários e como isso interfere na remuneração de quem põe música na internet”, explicou Luciana Pegorer, curadora do evento.

Ao todo, foram três dias de atividades. Além de palestras, foram promovidos showcases de artistas brasileiros, workshops e cursos de especialização como “Sincronização de música no audiovisual” e “Arrecadação de direitos conexos no exterior”. Entre os participantes das mesas de debates, estiveram profissionais como Marcelo Castello Branco (Latin GRAMMY), Marcelo Soares (presidente da Som Livre) e Thomas Roth (produtor e presidente da ABMI).



## CASSIANE VOLTA À MK

A CANTORA **CASSIANE** VOLTOU ao cast da MK Music. O contrato foi assinado recentemente. Jairinho Maranhães, seu marido e produtor, também firmou contrato artístico com a gravadora, para lançamentos de produtos da dupla que mantém com Cassiane. Yvelise de Oliveira, presidente da MK, demonstrou alegria pelo retorno da artista à companhia. “Essa casa sempre foi dela. A Cassiane foi a primeira cantora da MK, quando ainda não éramos tão reconhecidos. Estamos muito felizes com seu retorno”, disse. Ao longo de sua carreira, Cassiane lançou onze discos e um DVD pela MK, além de participar de outros trabalhos. Sem perder tempo, a cantora já está em estúdio finalizando seu projeto solo e o novo disco da dupla Cassiane & Jairinho. A ideia é que algumas novidades cheguem ao mercado ainda nesse ano.



DIVULGAÇÃO

## TIDAL CHEGA AO PAÍS

O **TIDAL**, SERVIÇO DE STREAMING gerenciado pelo rapper Jay-Z, chegou ao Brasil no final de setembro. A plataforma, criada para concorrer com serviços como Spotify e Deezer, é apoiada por nomes de peso como Beyoncé, Rihanna e Madonna. Ao contrário do Spotify, o Tidal não tem versão gratuita. No Brasil, o aplicativo terá duas versões: a Premium (R\$ 14,90/mês) e a Hi-fi, de alta qualidade (R\$ 29,80/mês). Assim como o modelo americano do aplicativo, a versão brasileira do Tidal apostará em conteúdos exclusivos. Um deles é o “Tidal Rising”, que contará com uma série de vídeos e entrevistas inéditas com nomes da música nacional. Até o final de novembro, os assinantes da plataforma poderão ver conteúdos de artistas como Tiê, Pearls Negras, João Brasil, Don L, Família Madá e Felguk.





## DUAS LENDAS NUM MESMO DVD

CONFORME ANUNCIADO pelo **PORTAL SUCESSO!** há três meses, **MILIONÁRIO**, ex-parceiro de José Rico, e **MARCIANO**, que estourou ao lado João Mineiro, se reunirão para um projeto especial. Ambos subirão ao palco do Citibank Hall, em São Paulo, no dia 11 de novembro, para a gravação do CD/DVD *Lendas*. Nessa nova fase, a gestão da carreira dos dois ficará a cargo da FS Produções Artísticas, escritório de Fernando & Sorocaba. Aliás, o próprio Fernando Zor assinará a produção do DVD. Ao contrário do que chegou a ser cogitado, os dois cantores não irão formar uma nova dupla. Essa reunião funcionará apenas como uma “parceria especial”, criada para esse projeto específico. Após a gravação, a dupla iniciará os ensaios para uma primeira turnê conjunta, que só acontecerá no início de 2016. No repertório, estarão sucessos de Milionário & José Rico e João Mineiro & Marciano, além de faixas inéditas, feitas especialmente para o projeto. O cenário do DVD e da turnê será baseado em um circo, local onde a música sertaneja cresceu e se desenvolveu. Além da FS e de Fernando Zor, Milionário e Marciano contarão com a ajuda de Rodrigo Byça, empresário de Lucas Lucco, que cuidará da agenda de shows.



## NOVO TIME ARTÍSTICO

EMPRESA QUE GERENCIA a carreira de **RAFFAEL MACHADO**, a Rimane Music anunciou em outubro que o departamento artístico do escritório – que inclui divulgação em rádios, marketing, vendas de shows, assessoria de imprensa e publicidade – a partir de então passou a ser administrado por Marcos Dias, conhecido no mercado como “Marquinhos da Band”. O novo time conta ainda com o reforço de Larissa Ferreira, que cuidará da agenda de shows do artista. Formado em Marketing, Marcos iniciou a carreira no rádio e trabalhou nas afiliadas da Band FM, Transamérica, TOP FM e FM Diário, em São José do Rio Preto (SP). Há 23 anos no segmento artístico, já produziu diversos shows no Brasil e atualmente é um dos sócios na dupla Zé Neto & Cristiano.



## BOY BAND SERTANEJA

JÁ ESTÁ SENDO PROMOVIDA a primeira boy band sertaneja: a **TRÓIA**, formada pelos garotos Hugo Henrique, seu irmão Felipe, Michel e PH. Todos são fãs de música rural, mas também curtem outros estilos. Essa mistura de influências fica bem evidente em *Ainda*, primeiro single do grupo. O suporte à banda está sendo dado pelos managers/investidores Wilton Carlos e Rayner Sousa, da Yasmin Music, que até o fim de 2014 foram empresários de Cristiano Araújo. A estreia nos palcos aconteceu no dia 11 de outubro, no Villa Country, em São Paulo. No repertório, músicas próprias, sucessos do momento e moods. Além da Tróia, a noite também teve apresentações da dupla Gabriel & Rafael e do cantor Thiago Brava, também artistas da Yasmin Music.



## YVELISE É HOMENAGEADA

NO FINAL DE SETEMBRO, a presidente da MK Music, **YVELISE DE OLIVEIRA**, recebeu a Medalha Tiradentes das mãos do deputado estadual André Lazaroni, em sessão solene na Assembléia Legislativa do Rio de Janeiro. O prêmio é um reconhecimento do Estado do Rio ao desempenho da profissional na propagação da música gospel. Na oportunidade, o Hino Nacional Brasileiro foi interpretado pelos cantores Anderson Freire, Michelle Nascimento e André Leonno. Já o deputado federal Arolde de Oliveira, secretário do Trabalho do Rio de Janeiro e marido da homenageada, agradeceu aos artistas e amigos que marcaram presença no evento e enalteceu o trabalho de Yvelise.







**GRAVAÇÃO DO NOVO DVD DE HENRIQUE & JULIANO (RECIFE, 19/09/2015)**

1. TONINHO SANTOS, ZÉ NETO & CRISTIANO E MAIARA E MARAÍSA
2. EDSON REIS E MARIA TAVARES (PAIS DE HENRIQUE & JULIANO)
3. A DUPLA MARCOS E FERNANDO
4. DANYELLA SOARES E TONINHO SANTOS;
5. HÉLVIO RIBEIRO (PRODUTOR BABADO NOVO)
6. O JORNALISTA E ROTEIRISTA ANDRÉ PIUNTI
7. KADU MOLITERNO E PAULO RICARDO DURANTE GRAVAÇÃO DO PROGRAMA VIDEO SHOW
8. A PRODUTORA POLLYANNA FERREIRA EM VISITA À EDITORA ESPETÁCULO
9. MC GUIMÊ NO "MEUS PRÊMIOS NICK 2015"

FOTOS - 1 A 8 - THIAGO MOURATO; 9 - CLEIBY TREVISAN





1. IVETE SANGALO E CAETANO VELOSO NO CAMARIM DO ARTISTA, APÓS SHOW NO CITIBANK HALL (SÃO PAULO)
2. DANIEL E EQUIPE DA NATIVA FM
3. JADS & JADSON COM BRUNO & MARRONE APÓS SHOW NO FESTIVAL VILLA MIX (SÃO JOSÉ DO RIO PRETO)
4. PAULA FERNANDES, CLAUDIA LEITTE, SANDY E GABY AMARANTOS GRAVAM ESPECIAL DE NATAL DA GLOBO
5. JUNIOR RECEBE HENRIQUE & DIEGO EM SEU PROGRAMA VEVO SESSIONS

#### VISITAS À EDITORA ESPETÁCULO

6. O CANTOR BRUNO LACENE
7. RAUL VIEIRA JR. E LUIZ PARRA (RADAR) COM LIBER GADELHA
8. A ACESSORA DAYANNE DE VASCONCELOS COM O CANTOR MARLON, JEANN & JULIO E O PRODUTOR MARCIO CARDOSO

FOTOS - 1,3 E 4 - DIVULGAÇÃO; 2 - ROSA MARCONDES; 5 A 8 - THIAGO MOURATO





# MUITOS ACERTOS!

KIKO ZAMBIANCHI MANTÉM-SE NA ESTRADA COM VÁRIOS FORMATOS DE SHOWS, COMPÕE COM FREQUÊNCIA E NÃO DESCARTA O LANÇAMENTO DE BIOGRAFIA

**A**lém da voz marcante e do talento para compor, Kiko Zambianchi se destacou no início da carreira, nos anos 80, também pela insistência. Após o sucesso dos singles *Rolam as pedras* e *Choque*, de seu primeiro LP, o artista ouviu de um executivo da gravadora EMI que tal disco "havia acabado". "Eles já queriam gravar o próximo, mas eu acreditava muito numa terceira faixa daquele álbum", lembra.

O jovem de Ribeirão Preto, então com 24 anos, decidiu ir de rádio em rádio com o LP na mão. "De artista, passei a divulgador (risos). Minha sorte é que a 97FM, de Santo André, que começava a ditar regra entre os roqueiros, topou tocar. Outras rádios foram na onda e a música aconteceu em todo o país", orgulha-se. A canção em questão era *Primeiros erros*.

Damos um salto de mais de 30 anos no tempo e chegamos aos dias atuais, com o músico, agora cinquentão, mostrando a mesma personalidade forte no discurso. Já a empolgação com discos e divulgação é bem diferente. "Não vale mais a pena gravar CD. Um álbum agora passaria em branco. As pessoas consomem menos. Sem falar que não encaro mais aquela correria de divulgação aqui e ali, aquela confusão tão legal quando somos jovens. Quero continuar escrevendo minhas canções, mas lançando uma de cada vez, pela internet", afirma.

A paixão pelo palco, no entanto, continua intacta. "Acho que uma vantagem que tenho é que meu público independe de música nas paradas. E a emoção de tocar pra esse público é a mesma de sempre. Às vezes só eu e meu violão, às vezes com uma formação em trio e, claro, também com banda", conta. Seja qual for o formato, os shows sempre trazem inúmeros hits. Sucessos da carreira e ainda composições autorais gravadas por nomes como Zizi Possi, Marina Lima, Erasmo Carlos, 14 Bis, Iral, Capital Inicial, Luíza Possi, Paulo Ricardo e até o rapper norte-americano Lil Scrappy.

Curiosamente, no entanto, o maior hit de Kiko foi uma regravação em português de *Hey Jude*, dos Beatles. A versão (escrita por Rossini Pinto) foi gravada especialmente para a novela global *Top model*, grande sucesso no biênio 89/90. "A música tocou tanto que nem eu me aguentava", brinca. Apesar do estouro, Kiko diz ter usufruído pouco da popularidade alcançada à época. "Aproveitei mal o momento, dando uma sumida proposital depois de tanto sucesso. Eu nem imaginava que a música brasileira mudaria tanto a partir de então. Veio a febre do *Pense em mim* (Leandro & Leonardo) e nunca mais o rock teve o mesmo espaço. As bandas dos anos 80 foram acabando e quase não havia mais rádio tocando rock. Estranho demais", lamenta.

Se a década de 90 não foi marcante, o início dos anos 2000 foi ótimo. Kiko aceitou um convite do Capital Inicial para tocar violão na gravação do DVD *Acústico MTV*, com direito a regravação de *Primeiros erros* para o projeto. A música estourou de novo e ele acompanhou o grupo na estrada por três anos e meio. O músico

participaria ainda nos vocais e com uma nova composição (*Como devia estar*) do álbum seguinte da banda, *Rosas e vinho tinto*.

## > TRABALHO DE MÚSICO

Era hora então de retomar a carreira solo. Kiko gravou o CD *Disco novo*, pela Abril Music, mas não conseguiu divulgá-lo, já que a gravadora fecharia logo depois. Nesta mesma época, passou a trabalhar em parceria com o produtor americano Aaron Shyman, mais conhecido como Disco D. Kiko fazia bases de guitarra e o produtor as sampleava. "Foi um trabalho de músico. Fizemos coisas legais, inclusive o tema do *Hip hop honours*, especial anual do canal de TV americano VH1". Paralelamente à parceria, que durou até 2007, Kiko escreveu trilhas para peças de teatro, além de seguir compondo suas canções. Algumas inéditas apareceram no projeto *Acústico ao vivo*, gravado em 2013, em Ribeirão Preto. O áudio está disponível no YouTube, mas Kiko preferiu, pelo menos por enquanto, não lançar o DVD.

Neste final de ano, Kiko teve mais uma canção gravada pelos amigos do Capital. "Está no novo projeto deles. Não ouvi a gravação, mas encontrei outro dia o Yves Passarel, guitarrista da banda, que disse ter adorado o resultado". Quanto a futuros projetos, o músico prefere ter calma, destacando que sua maior diversão segue sendo "tocar o dia todo". Além de fazer muitos shows.

Porém, não descarta a ideia de escrever uma biografia. "Tenho muita vontade, mas preciso de concentração pra começar. Nesses anos todos, acumulei histórias interessantes, algumas bem divertidas. Na estrada, nos estúdios, na TV... Gostaria de contar tudo, sem censura. Dos 'primeiros erros' aos mais recentes acertos (risos)", revela. Ficamos aguardando! !

ARTISTA GRAVOU PROJETO EM VÍDEO EM 2013, COM FAIXAS INÉDITAS, MAS APENAS O LANÇOU PELA INTERNET





# LANÇAMENTOS MK MUSIC

**NOVO DVD!**  
TIM-TIM POR TIM-TIM  
ALINE BARROS



CD ETERNAMENTE  
CASSIANE



CD DESAFIO NO DESERTO  
MICHELLE NASCIMENTO

EM DEZEMBRO



DVD E CD  
EXTRAORDINÁRIA  
GRAÇA

LANÇAMENTO  
MK EDITORA



AUDIOBLESS  
BÊNÇÃO DE OUVIR  
LIVRO + CD MP3

AUDIOBLESS  
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/MKMusicOficial](http://www.facebook.com/MKMusicOficial) | [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: Terça-feira R\$ 0,20 - Quinta-feira R\$ 0,17  
0300 789 2502  
Segunda a sexta de 9h às 18h





SÃO TANTOS CASES DE SUCESSO  
QUE FOI DIFÍCIL ESCOLHER UM PARA ESTE ANÚNCIO



Network com mais de  
1 bilhão de views/mês



Maior Agregadora da  
América Latina



Parceira Preferencial  
do iTunes



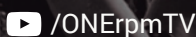
+ de 300 gravadoras



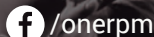
+ de 26 mil artistas

JUNTE-SE AO MELHOR PARCEIRO PARA LANÇAR SUA MÚSICA

onerpm.com



/ONErpmTV



/onerpm

SP + 55 11 4112-4313

