

SUCESSO!



ANO 20 • Nº 167 • JANEIRO/FEVEREIRO 2016

7'6" ————— 7'6"

7'0" ————— 7'0"

6'6" ————— 6'6"

6'0" ————— 6'0"

5'6" ————— 5'6"

5'0" ————— 5'0"

4'6" ————— 4'6"

TB

TONY & BRYAN

CRIME CULPADO

Participações Especiais

• **Michel Teló** • **João Neto e Frederico** • **Bruninho e Davi**

contatos

(21) 3437 - 3815 / (41) 3501 - 5311 / (41) 9524 - 2996

AS
PRODUÇÕES



BRUNO LACENE

NOVA TURNÊ 2016

Quinta Feira

NOVA MÚSICA



OUÇA NO **You Tube** E NAS
PRINCIPAIS PLATAFORMAS DIGITAIS



CONTATO PARA SHOWS

11 94132-3330 | 11 98445-2299
11 2373-2697 | 11 2373-2897

vendas@brunolacene.com.br

/BRUNOLACENE

WWW.BRUNOLACENE.COM.BR

PAULIA *fernandes* AMANHECER



DISPONÍVEL NAS LOJAS
FÍSICAS E DIGITAIS



/OficialPaulaFernandes



/PaulaFernandes7



/PaulaFernandesVEVO



/PaulaFernandes

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

Jeito
de Mato

DIRETO DE NOVA YORK
CAPITAL INICIAL PROMOVE
O PROJETO ACÚSTICO NYC,
GRAVADO NA CIDADE AMERICANA
E PUXADO PELO SINGLE VAI E VEM



2015 ABENÇOADO
IRMÃOS JADS & JADSON
FESTEJAM O MELHOR ANO DA
CARREIRA DA DUPLA E LANÇAM
NOVO ÁLBUM - PELA SOM LIVRE

EM CRESCIMENTO
FORTES NO PARANÁ, TONY & BRYAN
GRAVAM COM CONVIDADOS DE PESO
(ENTRE ELAS, MICHEL TELÓ) VISANDO
CRESCER EM NÍVEL NACIONAL



MUITO MAIS MÚSICA
BH FM LIDERA AUDIÊNCIA NA
CAPITAL MINEIRA AO TOCAR
MAIS MÚSICAS POR HORA QUE
AS EMISSORAS CONCORRENTES

DIGITAL FORTE
JOSÉ EBOLI, PRESIDENTE DA
UNIVERSAL MUSIC, FALA DO
CRESCIMENTO DAS VENDAS
DIGITAIS NA COMPANHIA EM 2015
E DAS APOSTAS PARA 2016



- .RECADO. 06
- .PAULO RICARDO. 08
- .FUNDAÇÃO GRAMMY. 12
- .NALDO. 14
- .SANDRA DE SÁ. 16
- .ISRAEL NOVAES. 18
- .BRUNO LACENE. 22
- .RIONEGRO & SOLIMÕES. 26
- .AMADO BATISTA. 28
- .JOÃO NETO & FREDERICO. 30
- .PE LANZA. 32
- .BIEL. 34
- .SUCEDE. 35
- .LUCAS FERREIRA. 38
- .ANÁLISE. 40
- .ONERPM. 46
- .CLIQUE. 48
- .MOVIMENTO. 52
- .LENO. 54

A photograph of Bruna Viola, a Brazilian viola player, smiling and playing her instrument. She is wearing a large, light-colored straw hat with a white and black patterned band, a blue denim vest over a pink and black paisley bandana, and several gold and silver bracelets and rings. The background is a blurred outdoor setting with green foliage and a white railing.

BRUNA
VIOLA

www.brunaviolaoficial.com.br

LIVE
-TALENTOS-

Juninho Nunes
contato@brunaviolaoficial.com.br

Tel: (11) 3889-5801
Cel: (11) 99958-0025



[/brunaviolamt](https://www.instagram.com/brunaviolamt)



[/brunaviolaVEVO](https://www.youtube.com/brunaviolaVEVO)



GTS

GLOBAL
TALENT
SERVICES

UNIVERSAL
MUSIC

2015 NÃO FOI ASSIM TÃO RUIM

Para praticamente todos os setores da economia brasileira, 2015 é um ano pra ser esquecido. Instabilidade política e erros na condução da economia levaram nosso país a mergulhar fundo na crise deflagrada em 2014 com escândalos de corrupção envolvendo políticos, empresários e banqueiros.

Tal crise acabou respingando também na indústria da música. Aparentemente com menos força que a observada em outros setores. Mas respingou. Eventos foram cancelados, principalmente no mercado corporativo, patrocínios para turnês foram reavaliados e muitas prefeituras deixaram de subsidiar festas municipais por falta de recursos – fazendo com que tais eventos fossem adiados ou reduzidos em termos de estrutura e de line-up.

Mas claro que houve feitos interessantes na música brasileira em 2015, tanto na parte artística quanto nos negócios em si. O principal deles diz respeito à balança comercial envolvendo as mídias físicas e digitais. Os números oficiais só serão divulgados em abril próximo pela ABPD, mas tudo indica que a proporção ficou na casa de 55% para o digital contra 45% do físico. Na Universal Music Brasil, de acordo com seu presidente José Eboli (entrevista publicada na página 44 e 45 desta edição), até novembro dois terços dos negócios diziam respeito a itens digitais, com destaque para streaming envolvendo o catálogo internacional. "Felizmente, apesar da crise econômica, estamos mantendo nossos objetivos financeiros graças ao digital", diz Eboli na entrevista. "Como esse formato é ainda muito baseado no repertório internacional, é natural que isso ocorra com a nossa gravadora, que detém os maiores artistas do planeta".

Brilhante análise sobre essa mudança de consumo, que colocou o digital no topo da pirâmide, é feita por Marcelo Castello Branco, destacado profissional da indústria que atualmente presta consultoria, através de sua empresa (Music Content Branding), na área digital a artistas como Roberto Carlos. "Para as gravadoras, aquelas que resistiram à nova ordem mundial, o momento é mais que oportuno e festejado, depois de dez anos de dura transição e reconversão.

Quem tem catálogo manda, quem tem mais de 100 anos de investimento em fonogramas, carreiras artísticas e acervos editoriais finalmente comemora de novo. O dinheiro chega com pontualidade, aos rios, por todos os lados. Quem não tem, observa, faz conta, muita conta, faz de conta que ainda é cedo", escreve Castello Branco no artigo publicado na página 40.

Com relação a nomes e projetos que se destacaram em 2015, alguns merecem citação. A dupla Henrique & Juliano cravou definitivamente sua marca no primeiro time do sertanejo, gênero que se manteve soberano na programação das rádios e dos eventos, megas, médios ou pequenos. E pelo segundo ano consecutivo, o hit-maker Bruno Caliman figurou como principal arrecadador de direitos, graças a sucessos como *Poeira da lua* e *Escreve aí*.

O funk manteve-se no segundo lugar na preferência popular graças aos nomes já consagrados (Valesca Popozuda, Buchecha, Naldo, Anitta), à consolidação da carreira de Ludmilla e à chegada ao mainstream de artistas como Nego do Borel e Biel.

Wesley Safadão foi outro nome de destaque no ano que passou. Lotou os locais por onde se apresentou (mais de 200 shows), ampliou mercados para além do Norte/Nordeste e teve uma de suas gravações (*Aquele 1%*, ao lado de Marcos & Bellutti) entre as mais visualizadas no YouTube (cerca de 100 milhões).

Como em anos anteriores, apesar da crise, a música religiosa esteve entre as mais consumidas. O padre-cowboy Alessandro Campos, presença constante em rodeios e feiras agropecuárias, fechou 2015 entre os cinco artistas que mais venderam no país (considerando os títulos *O que é que eu sou sem Jesus?* e *Quando Deus quer ninguém segura*, este lançado em setembro). O mercado de música gospel igualmente manteve sua força, movimentando, segundo dados oficiais, cerca de R\$ 500 milhões com a comercialização física e digital.

Gilmar Laurindo e Tom Gomes

SUCESSO!

ANO 20 • Nº 167 • JANEIRO/FEVEREIRO 2016

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

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




**RODRIGO
MARIM**

www.rodriomarim.com.br

IVAN MIYAZATO

Contato para Shows:

(67) 9997-0855

contato@rodriomarim.com.br

  /rodriomarim

 /cantorrodriomarim

 **GTS** GLOBAL
TALENT
SERVICES


UNIVERSAL
MUSIC

NOVOS e VELHOS álbuns

DE VOLTA À UNIVERSAL MUSIC, **PAULO RICARDO** PROMOVE PROJETO SOLO, E APROVEITA PARA CITAR OS 10 DISCOS QUE MAIS INFLUENCIARAM SUA CARREIRA

Com mais de 30 anos de estrada, Paulo Ricardo é um exemplo de artista que soube se reinventar com o tempo. Entrou no mercado como jornalista da área musical, mas logo se tornou líder de uma das bandas mais importantes do Brasil nos anos 80, RPM. Na sequência, emplacou hits românticos em carreira solo e, mais recentemente, abriu um caminho interessante na televisão. Durante todo esse tempo, o rock sempre esteve em sua biografia, em maior ou menor quantidade. Mas nunca faltou, seja na música ou em qualquer outra atividade exercida por ele.

E é justamente o rock que dita o tom do novo disco de Paulo Ricardo. O título não poderia ser mais autoexplicativo: *Novo álbum*. Para registrar o trabalho, que marca sua volta à Universal Music após 15 anos, o artista buscou inspiração no método utilizado pelas lendas do rock and roll. “Como em tudo na vida, com o tempo a gente vai ficando mais seletivo e neste trabalho busquei métodos e resultados diferentes de tudo o que eu já fiz. Gravamos como os Beatles e os Stones faziam nos anos 60: todos juntos no estúdio, praticamente ao vivo, o que trouxe mais vida, mais suingue e uma sonoridade mais orgânica”, adianta Paulo. Ele contou com os produtores Marcelo Sussekind, João Paulo Mendonça e Guilherme Canaes nessa empreitada.

Segundo Paulo, o conceito de novo não está apenas no título, mas em tudo que diz respeito ao álbum. “A começar pela foto do meu filho (Luis Eduardo) na capa. Estou me sentindo no começo da carreira. Mas, com a experiência de 30 anos, fui buscar uma sonoridade anos 70, no blues, no folk e no velho e bom rock and roll, com um toque de psicodelia. O lado eletrônico e contemporâneo vem na faixa *Juntos*, super dançante, produzida pelo DJ FTampa”, explica. Se a capa do disco homenageia o filho, a primeira música de trabalho, já em rotação nas rádios, foi composta para a filha de Paulo Ricardo, a pequena Isabela. “Apesar de ter apresentado anteriormente a faixa *Raios-X* no *Superstar*, optamos por começar com *Isabela*. No Brasil e no mundo o rádio não está muito pro rock, e *Raios-X* é uma das mais pesadas do CD”. A nova turnê, intitulada *Novo show*, estreia no Vivo Rio, em 22 de janeiro, e depois segue pelo país.

Em 2015, o público teve a oportunidade de ver Paulo Ricardo mais vezes na televisão. O artista foi um dos jurados da segunda temporada do *Superstar* (Globo) e acabou ganhando um quadro no *Video show* (Globo), no qual relembra as trilhas que marcaram as grandes produções da emissora carioca. Com tanto conhecimento de causa, nada mais justo que pedir a Paulo Ricardo a relação dos dez álbuns que mais influenciaram sua carreira. Ele topou o desafio e criou uma lista com obras lançadas quando tinha entre 9 e 14 anos de idade. Nesse período, de 1971 a 1975, o artista formou as bases para o que viria ser o seu som nos anos seguintes. E, como vimos nas linhas acima, muito dessa fase está presente em seu novo disco. Confira:



DIVULGAÇÃO



Roberto Carlos em ritmo de aventura – Roberto Carlos (1967)

Aqui, Paulo Ricardo relembra um dos maiores clássicos de Roberto Carlos, que apresentava a trilha sonora do filme de mesmo nome, repleta de hits como *Eu sou terrível*, *Por isso eu corro demais* e *Eu só vou gostar de quem gosta de mim*. “Tanto o disco quanto o filme foram responsáveis por apontar o caminho profissional que eu queria seguir. Além disso, foi uma honra ter cantado *Namoradinha de um amigo meu* (lançada na mesma época) no especial do Rei em 2015”.



Help! – The Beatles (1965)

Assim como o disco de Roberto Carlos, *Help!* também incluía as músicas-tema do filme homônimo, lançado dois anos antes. “Esse clássico foi o primeiro disco que comprei na minha vida e representou minha filiação à beatlemania”.

Led Zeppelin IV – Led Zeppelin (1971)

Considerada uma das maiores bandas de todos os tempos, o Led Zeppelin vendeu milhões de discos e influenciou toda uma geração de artistas. Paulo escolheu um dos discos mais celebrados dos britânicos. “Eles inventaram o heavy metal e esse disco ainda traz a obra prima *Stairway to heaven*”.



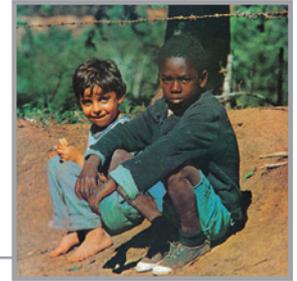
Sticky fingers – The Rolling Stones (1971)

Lançado no começo dos anos 70, esse álbum apresentou duas novidades na época: foi o primeiro com o guitarrista Mick Taylor e marcou a estreia do tradicional logotipo da língua. “Com 10 faixas (cinco em cada lado), entre elas *Bitch*, *Brown sugar* e *Wild horses*, é um clássico do rock”.



Clube da esquina – Milton Nascimento e Lô Borges (1972)

Liderado por Milton e Lô, o Clube da Esquina foi na verdade um grupo formado por Beto Guedes, Toninho Horta, Fernando Brant e Wagner Tiso, entre outros. Juntos, eles uniram a bossa nova a elementos de jazz, Beatles e música folclórica, tudo no mesmo caldeirão. Daí surgiram clássicos como *Um girassol da cor do seu cabelo*, *O trem azul* e *Cais*. “Este disco, com faixas incríveis, mostra o auge do Bituca como músico e compositor”.



Machine head – Deep Purple (1972)

Ao lado do Led Zeppelin, o Deep Purple se tornou uma das principais bandas de heavy metal dos anos 70, lançando uma sequência de álbuns clássicos. Paulo Ricardo escolheu o trabalho que apresenta sucessos do porte de *Highway star*, *Space truckin'* e *Smoke on the water*. “Eles eram os únicos realmente páreos para o Led”.



Transa – Caetano Veloso (1972)

O registro histórico aconteceu em Londres, no final de 1971, quando Caetano ainda estava exilado, por conta da ditadura militar. Nomes como Jards Macalé, Aureo de Souza, Tutty Moreno e Moacir Albuquerque foram músicos que ajudaram a formatar a sonoridade única do álbum, lançado em 1972. “O exílio fez bem a Caetano”, afirma.



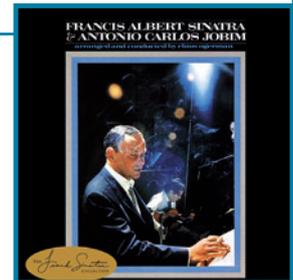
Fruto proibido – Rita Lee & Tutti Frutti (1975)

Segundo álbum lançado pela parceria entre Rita Lee e a banda paulistana Tutti Frutti, o disco é comumente listado entre os melhores da história do rock brasileiro. “Tem canções como *Ovelha negra*, *Agora só falta você* e *Esse tal de Roque Enrow*. É um verdadeiro clássico do gênero”.



Francis Albert Sinatra & Antonio Carlos Jobim – Frank Sinatra e Tom Jobim (1967)

Esse foi o resultado do encontro entre uma das maiores vozes do mundo, ícone do jazz, e o maestro que ajudou a levar a bossa nova ao mundo. Nele estão as antológicas *The girl from Ipanema* (*Garota de Ipanema*) e *How insensitive* (*Insensatez*) “São, simplesmente, dois gênios reunidos no mesmo disco”.



Let's get it on – Marvin Gaye (1973)

Após o estrondoso sucesso do antológico *What's going on* (1971), Marvin vivia um momento atribulado em seu casamento com Anna Gordy Gaye, que estava chegando ao fim. Esse fato, aliado a uma tentativa de se livrar de traumas antigos, foi o combustível para outro disco histórico. Paulo Ricardo ressalta o forte teor sexual de algumas canções, como a própria faixa-título. “É um álbum que só pode ser resumido por 'sexo puro'”, diz.





ACÚSTICO NA GRINGA

CAPITAL INICIAL PÕE NO MERCADO PROJETO GRAVADO NA CASA TERMINAL 5, EM NOVA YORK, PARA UM EMOCIONADO PÚBLICO BRASILEIRO DE 1.300 PESSOAS

Nova York, 6 de junho de 2015. Cerca de 1.500 brasileiros pulam ao som de uma das maiores bandas de rock do país. Do país desses espectadores, ávidos por festejar em português, ao lado de compatriotas, matando um pouquinho a saudade de casa. Ávidos por um grande espetáculo. Era a fome de uns se juntando ao banquete de outros. Pura sinergia. No palco, entre baladas e petardos, o vocalista às vezes parece titubear. Olha sem pressa para o público e tenta digerir o que está acontecendo. “Mais de uma vez, no meio do show, parei pra pensar em tudo aquilo. Onde eu estava, com mais de 30 anos de carreira. Onde havíamos chegado. Me segurei pra não chorar”.

O vocalista era Dinho Ouro Preto; a banda, o Capital Inicial. E a festa do rock, bem brasileira, a gravação de *Acústico NYC*, na casa de shows Terminal 5. O projeto chegou às lojas no final do ano passado (em CD, DVD e kit especial com digipack e aqueles apetrechos que enlouquecem os fãs, como réplicas de credencial e ingresso do espetáculo) e já é um grande sucesso. Mais um para a incrível trajetória de uma banda que nasceu sem grandes aspirações nos anos 80, viveu altos e baixos na década seguinte e voltou ao estrelato de maneira espetacular, no século XXI.

Poucos dias após o lançamento de *Acústico NYC*, o projeto já arrematou o certificado de DVD de Ouro, com 25 mil cópias vendidas. E o primeiro single, *Vai e vem*, com participação de Seu Jorge, alcançou a melhor posição de uma música do grupo na parada da Crowley desde 2007. Mas estamos atropelando a história desse DVD. Vamos voltar um pouquinho no tempo...

Final de 2014 e os integrantes Dinho, Yves Passarel, Fê e Flavio Lemos discutiam onde poderiam celebrar os 30 anos de carreira da banda. Já tinham decidido que seria um trabalho acústico, até porque 15 anos já haviam se passado desde o clássico *Acústico MTV*, projeto divisor de águas na história do quarteto. “Praia ou metrópole”, era a grande dúvida. Dinho relem-

bra: “Estávamos entre Fernando de Noronha, o que significaria uma atmosfera tropical, mais leve e clara; ou uma grande metrópole, num tom mais escuro. No final, achamos que o conceito de ‘urbano’ era mais a nossa cara”.

E se num primeiro momento o glamour de Nova York parecia um capricho, aos poucos os músicos foram percebendo que a opção era viável. “Fizemos contas, levando em consideração que já havíamos lotado casas em Newark e Boston. Vendendo todos os ingressos para a gravação, conseguiríamos pagar uma parte da produção. Só que aí veio um fato diferente. Com o dólar baixo, pagamos antecipadamente o aluguel da casa, as passagens e outros custos de produção. E, bem depois, com o dólar nas alturas, começamos a vender os ingressos. Na conversão, fizemos uma fortuna na porta, conseguindo um quinto de todo o valor da produção. E olha que esse projeto foi um dos mais caros da Sony em 2015. Esse DVD acabou virando um crowdfunding involuntário”, diverte-se o vocalista.

Vieram os ensaios, ainda no Brasil, já com a presença do produtor Liminha (o mesmo do EP *Viva a revolução*, projeto anterior da banda), e o que era pra ser um disco com três violões ganhou um quarto instrumento. “Na etapa de direcionar os violões, o Liminha foi muito participativo. Na medida em que dava dicas, tocava seu violão e, aos pouquinhos, foi pegando uma parte pra ele (risos). O que foi ótimo, já que acabamos juntando quatro exímios guitarristas, com personalidades bem diferentes. Fabiano Carelli (músico que acompanha a banda nos shows), que toca com precisão matemática, Thiago Castanho (ex-Charlie Brown Jr.), que usa um milhão de afinações diferentes e extrai o máximo de notas num único acorde, o Yves (Passarel), que toca de forma instintiva, com mão pesada, e o próprio Liminha, que dispensa apresentação. Um cara que tocou nos Mutantes... Esse DVD acabou se tornando também um tributo aos guitarristas”.

> ESFORÇO CRIATIVO

De uma certa maneira, o projeto lançado pela Sony Music é também um tributo à força criativa do grupo. Ao contrário da maioria das bandas que surgiram há mais de 20 ou 30 anos, o Capital tem gravado um álbum atrás do outro nos últimos tempos. Foram seis discos de inéditas, um projeto ao vivo e o *MTV Especial Aborto Elétrico* – isso de 2000 para cá. “Temos trabalhado bastante, até porque entre um CD e outro tivemos longas turnês. Ainda rola muita vitalidade criativa. Tanto que 21 músicas do *Acústico NYC* foram compostas de 2002 pra cá, incluindo três inéditas. A escolha por este repertório mais recente simboliza nosso esforço criativo. A fonte não secou”, chega a brincar o baixista Flavio Lemos, num depoimento ao making of do DVD, presente nos extras.

Além de *Vai e vem*, as outras duas inéditas são *Doce e amargo* (Dinho, Alvin L e Thiago Castanho) e *Musa* (Kiko Zambianchi). Já entre os tantos sucessos estão *Mais, Como devia estar, Olhos vermelhos, Eu nunca disse adeus e Belos e malditos* (único entre os hits oitentistas da banda resgatado neste DVD). O repertório se completa com *Tempo perdido*, clássico da Legião Urbana, com participação especial de Lenine, e *Me encontra* (hit do Charlie Brown Jr.).

As presenças de Lenine e Seu Jorge também representam um “ponto fora da curva”, segundo Dinho. “Queríamos algo diferente. É difícil definir, por exemplo, que tipo de música faz o Lenine. Ele e o Jorge não seriam os primeiros nomes de uma lista de possíveis convidados para um acústico de uma banda de rock”, brinca. O pernambucano também canta *Não olhe pra trás*, enquanto Seu Jorge divide os vocais com Dinho em três faixas, incluindo *À sua maneira*.

Uma grande turnê nacional acontecerá em 2016. A estreia será no Citibank Hall, em São Paulo, no dia 30 de janeiro. O quarteto de guitarras sentirá o desfalque de Liminha, ocupado com outros compromissos profissionais. “Teremos, no entanto, o Thiago e o Fabiano, além de toda a estrutura da gravação. Vamos reproduzir na estrada o que foi o show em NY”, empolga-se Dinho. O vocalista também acredita que a turnê chegará à Europa, Japão e Estados Unidos. “Há um verdadeiro exílio econômico atualmente, com mais de três milhões de brasileiros espalhados por esses continentes. Não faltará público”.

Quando voltar à estrada, é provável que Dinho Ouro Preto se emocione em mais algum palco do planeta. Volte a lembrar da adolescência, quando se apaixonou pelo rock, numa época em que sequer sonhava com a fama. “Nunca achei que a música seria meu sustento. Mesmo quando gravei pela primeira vez. Não acreditava que faria um segundo disco. Depois, que não teria o terceiro... Acho que só me dei conta mesmo que viveria de música, que essa seria minha profissão, quase aos 40 anos, um pouco antes do *Acústico MTV*”, conta.

E depois de tantas conquistas nunca sonhadas, ainda falta algo ao Capital, pergunta este jornalista ao final da entrevista. “Talvez eu devesse responder de outro modo, mas a vida já foi tão generosa comigo, com uma carreira surpreendente e três filhos maravilhosos e saudáveis... Acho que nem tenho o direito de querer muito mais”, emociona-se. Os fãs, no entanto, mal acostumados, ainda esperam por muito mais da “fonte”.!

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

INTÉRPRETES TÊM:



18 gêneros musicais para ouvir e salvar na sua playlist



Playlist disponível offline



Solicitação de autorização de gravação direto do app

COMPOSITORES TÊM:



Estúdio integrado



Estatísticas de acesso à composição



Envio de obras direto para a pasta dos intérpretes



www.fabricadesucessos.com



PELO BEM DA MÚSICA

ROBERTO SUGERE QUE RENDA DE SHOW EM SUA HOMENAGEM, REALIZADO EM LAS VEGAS NO FINAL DE 2015, VÁ PARA FUNDAÇÃO CULTURAL LIGADA AO PRÊMIO



GESTO DE ROBERTO CARLOS AJUDARÁ JOVENS ESTUDANTES DE MÚSICA DE PAÍSES LATINOS, INCLUINDO O BRASIL

GETTY IMAGES



No final do ano passado, nos Estados Unidos, Roberto Carlos provou mais uma vez porque é chamado de Rei. Eleito Person of the Year 2015 do Latin GRAMMY, Roberto foi homenageado com um show-tributo realizado no Mandalay Bay Resort, em Las Vegas. Várias vezes o Rei ficou visivelmente emocionado durante o show, no qual artistas latinos interpretaram alguns de seus sucessos. Numa delas, quando o colombiano Carlos Vives e a mexicana Julieta Venegas interpretaram a versão em espanhol para *O progresso*, os olhos do Rei denunciaram sua emoção. Carlos Vives testou um pouco mais o coração do homenageado, ao afirmar, segurando Julieta pela mão: “você tem, somados, entre a Colômbia e o México, mais de 100 milhões de amigos”, afirmou ele, referindo-se ao clássico *Um milhão de amigos*. A platéia, obviamente, aplaudiu com entusiasmo.

Ao todo, dez canções foram interpretadas por convidados da organização do evento, com um gran finale estrelado pelo próprio homenageado. Ao invés de ícones da música com longa trajetória, optou-se sobretudo por convidados jovens, até como forma de aproximar ainda mais o cancionário do Rei das novas gerações. Romeo Santos (*Un gato en la oscuridad*), Leslie Grace e Maluma (*Jesus Cristo*), Seu Jorge e Ana Carolina (*A distância*), Alejandro Sanz (*Lady Laura*), o duo Jesse & Joy (*A montanha*), Dionne Warwick (*Honestly/Falando sério*), Malu e Melendi (medley de *Eu te amo* e *Ilegal, imoral ou engorda*), Paula Fernandes e a banda mexi-

cana Camila (*Proposta*) e Victor Manuelle (*Desabogo*) completaram o time. Ao final, o próprio Roberto subiu ao palco e encerrou a noite cantando *Emoções* e *Um milhão de amigos*, esta última acompanhada por boa parte das 1300 pessoas presentes. A propósito, o presidente da LARAS, Gabriel Abaroa, afirmou na ocasião que a festa em homenagem a Roberto Carlos foi a mais concorrida considerando os 16 anos de sua realização.

No dia seguinte, no MGM Grand Arena, durante cerimônia de entrega de prêmios exibida ao vivo para vários países de língua hispânica, Roberto – que após um hiato de mais de 10 anos somente retomou às turnês internacionais em 2014 – testou mais uma vez seu prestígio. Num evento em que se apresentaram ícones como Ricky Martin, Will Smith e Alejandro Sanz, o Rei foi aplaudido várias vezes pelas 16 mil pessoas presentes, ao cantar versões em espanhol dos clássicos *Eu te amo*, *Proposta*, *A distância* e *Um milhão de amigos*. Dois dias depois, ele se apresentaria novamente com êxito, desta vez no grandioso centro de eventos do Mandalay Bay Resort. Ao constatar que ainda goza de excelente prestígio junto aos profissionais e ao público latino americanos, Roberto revelou que planeja para 2016 novidades em termos de lançamentos e turnês voltadas aos países de língua hispânica.

> GRAMMY FOUNDATION

Por sugestão de Roberto Carlos, a receita do show-tributo foi destinada para a Latin GRAMMY Cultural Foundation (LGCF), criada pela LARAS, entidade responsável pelo prêmio. "Esse gesto mostra a preocupação de Roberto com os jovens músicos", afirmou Abaroa. Respeitados líderes da LARAS tomaram a iniciativa de supervisionar, financiar inicialmente e conduzir a criação da instituição, inaugurada em 2014. Manolo Díaz, conhecido executivo da indústria e membro fundador da LARAS, foi designado vice-presidente da Fundação, com responsabilidades executivas. Basicamente, a LGCF fornece bolsas de estudos em conceituadas escolas para músicos e cantores, subvenciona trabalhos de pesquisa e preservação da música latina e realiza programas educativos, como o Latin GRAMMY In the Schools (palestras de artistas e músicos em escolas).

Além de Roberto Carlos, outros nomes conhecidos já contribuíram com a entidade nesses dois anos de atividades – com doações em dinheiro ou presença física em eventos em escolas –, entre eles Enrique Iglesias, Carlos Vives, Juan Luis Guerra, Diego Torres, Juanes e grupo Calle 13. As doações em dinheiro ajudam a custear as bolsas de estudos. "Elas são oferecidas a talentosos estudantes, interessados na música latina, preferencialmente entre 18 e 24 anos de idade, que necessitem de ajuda financeira para estudar em instituições educativas de prestígio de música em nível universitário. A seleção é realizada pelo Comitê de Bolsas de Estudo sob rigorosas normas desenvolvidas



MANOLO DÍAZ E ENRIQUE IGLESIAS
CANTOR JÁ FEZ DOAÇÕES À INSTITUIÇÃO DIRIGIDA PELO EXECUTIVO

pela LGCF", explica o site da fundação. Em 2015, foram oferecidas 33 bolsas a alunos de música de países da América Latina. "Ficamos impressionados com o excepcional nível de preparação musical que nossos bolsistas demonstraram durante o processo de seleção", afirmou Manolo Díaz. "Estamos honrados em conceder nossas primeiras bolsas para estes alunos superdotados, o que irá lhes proporcionar apoio financeiro para continuar seus estudos, perseguir seus objetivos profissionais e, finalmente, realizar seus sonhos".

Das 33 bolsas oferecidas, sete foram conquistadas por estudantes brasileiros – Mauro Oliveira (saxofone), Rodolfo Guilherme (trompete), Rafael Abdala (baixo), Renato Alves (guitarra), Diego Pereira (bateria), Mirella Costa (canto) e Joabe Reis (trombone). Foram seis bolsas no valor de 10 mil dólares cada e uma bolsa especial para Mirella Costa estudar na renomada faculdade Berklee (Boston, EUA), no valor 100 mil dólares.

Aos 25 anos, Mirella Costa, pernambucana que vive em São José dos Campos (SP), desde cedo teve contato com a música. Aos oito anos, começou a estudar teclado. Anos mais tarde, passou a integrar grupos de música católica e a cursar, na capital paulista, a Faculdade Souza Lima (bacharelado em Música Popular, MPB e Jazz). Em 2015, antes de ser selecionada no programa de bolsistas da Latin Grammy Foundation, ela começou a gravação de um projeto ambicioso, *#GrandesDivas*, no qual homenageia importantes cantoras (Elis Regina, Nana Caymmi, Alcione, Leny Andrade e outras), interpretando grandes clássicos do samba gravados por elas, mas com arranjos atuais. !



MIRELLA COSTA
BRASILEIRA GANHOU BOLSA PARA ESTUDAR EM BERKLEE

Escute o Papa Mute nas principais plataformas de streaming e download



papa mute

Spotify | Apple Music | DEEZER | Google play | rdio



papa mute



DISTRIBUÍDO POR



CIRCUITO MUSICAL
(11) 5071-9555
circuito@circuitemusical.com
www.circuitemusical.com

UM DEGRAU ACIMA

COM O NOVO ÁLBUM **#SARNIÔ**, **NALDO BENNY** APOSTA EM REPERTÓRIO MAIS ELABORADO, MOSTRANDO QUE PODE IR ALÉM, COMO CANTOR E COMPOSITOR

Se o funk conquistou status de música pop do Brasil nos últimos anos, muito se deve ao trabalho árduo de artistas como Naldo Benny. Claro que não é de hoje que o batidão surgido no Rio de Janeiro ganhou os bailes de norte a sul. Porém, o carioca da comunidade da Maré foi um dos primeiros a apostar em uma estrutura grandiosa, inspirada principalmente em astros da música pop norte-americana. Isso ficou bem claro nos DVDs *Na veia tour* (2011) e *Multishow ao vivo Naldo Benny* (2013).

No ano passado, Naldo trabalhou duro e levou cerca de sete meses para criar aquele que considera o melhor disco da carreira. O título não poderia ser mais emblemático: **#Sarniô**. Na gíria da Maré, essa expressão quer dizer “fazer bem feito”. “Nesse disco, eu vou além do que havia feito até então. Muita gente me conhece por músicas como *Amor de chocolate*, que tem pegada, mas não permitem que eu mostre a técnica vocal. Então, quis fazer algo mais rebuscado, sem deixar de ser dançante. *Em Meu bem* – single anterior –, por exemplo, tem a gaita do Milton Guedes”, explica o cantor, referindo-se ao músico que já produziu trabalhos de nomes como Lulu Santos. A capa é assinada por Romero Brito, artista plástico pernambucano baseado em Miami (EUA). “Eu o conheci em uma das minhas primeiras idas aos Estados Unidos, há três anos. Daí, surgiu uma amizade e ele prometeu pintar um retrato meu. No fim das contas, o Romero acabou criando a arte da capa do álbum”.

Entre novembro e dezembro, Naldo colocou duas músicas de **#Sarniô** em rotação, cada uma com uma finalidade diferente. Começamos por *Latinha*, que teve seu clipe lançado em 24 de novembro. Em clima de verão, o vídeo intercala imagens de Naldo rodeado de mulheres em uma festinha na piscina e takes registrados em uma comunidade do Rio de Janeiro. O som, que une o funk com pitadas eletrônicas, foi concebido para bombar nas pistas de dança. E é isso que deve acontecer. “Realmente, essa música vai ser direcionada para os bailes. Ela tem uma pegada bem forte, tem a cara do verão”, diz o cantor.

Nas rádios, a grande aposta de Naldo é *Benny e Brown*, faixa que abre o disco e conta com a participação do rapper Mano Brown, do Racionais MC's. Um dos pontos altos do trabalho, a faixa funde rap e funk em uma letra que fala sobre dois negros vindos da periferia que se dão ao luxo de ostentar um carrão importado, fruto do trabalho.

Talvez a parceria mais insólita de **#Sarniô** nem seja com Brown, mas com Erasmo Carlos. Assim como Naldo, o

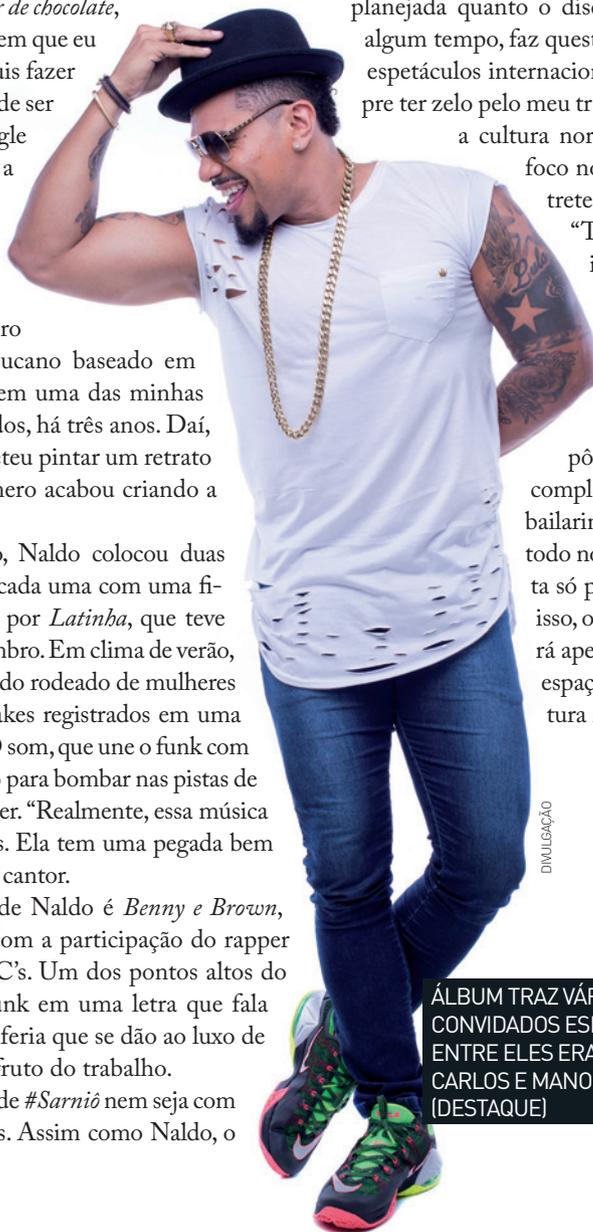
Tremendão também teve seu som questionado no início da carreira, simplesmente por ter inserido guitarras elétricas na até então imaculada música brasileira. O dueto ocorre em *Primeira vez*. “Gravar com Erasmo foi tão emocionante que quase chorei”, conta. O álbum ainda apresenta parcerias de Naldo com MC Guimê e Catra na faixa-título, com a norte-americana K. Rose em *Faz sentir*, e com Pablo Jorge (seu filho) em *Nu grau*. A produção ficou a cargo Naldo e de Batutinha. Mas o cantor também convidou o paulistano Pedro Dash e o duo norte-americano The Mekanics para atuar em algumas faixas.

► TEM QUE CHEGAR, CHEGANDO

Para dar suporte a **#Sarniô**, Naldo coloca na estrada uma turnê tão planejada quanto o disco. Assim como vem acontecendo há algum tempo, faz questão de usar uma estrutura inspirada em espetáculos internacionais. “É uma coisa minha. Quero sempre ter zelo pelo meu trabalho, ser caprichoso. Mas é óbvio que a cultura norte-americana, com toda essa coisa de foco no espetáculo, em oferecer o melhor entretenimento, me influencia muito”, explica.

“Tanto que em todos os shows que faço, inclusive na Europa, as pessoas ficam surpresas. Alguns ainda esperam que o MC chegue acompanhado apenas de um DJ”, completa.

Na estreia da nova tour, dia 3 de dezembro, no Rio de Janeiro, o público pôde conferir as novidades. “É um show completamente diferenciado. Trouxe novos bailarinos, mexi na banda, o cenário também é todo novo”, afirma Naldo. A estrutura completa só pode ser utilizada em grandes casas. Por isso, o segundo show nesse formato acontecerá apenas após o carnaval, em São Paulo. Para espaços menores, o cantor levará uma estrutura renovada, mas adaptada. !



ÁLBUM TRAZ VÁRIOS CONVIDADOS ESPECIAIS, ENTRE ELES ERASMO CARLOS E MANO BROWN (DESTAQUE)

DIVULGAÇÃO

MARCELO PRETTO

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



PÉROLAS SONORAS

SANDRA DE SÁ LANÇA EP COM SETE FAIXAS, SENDO CINCO REGRAVAÇÕES DE MÚSICAS QUE NÃO FORAM TRABALHADAS QUANDO DE SEUS LANÇAMENTOS

Intérprete de clássicos como *Bye bye tristeza*, *Sozinho*, *Joga fora* e *Demônio colorido*, Sandra de Sá há tempos divide-se entre a carreira de cantora e a de líder de classe e ativista social. Neta de cabo-verdiano e nascida no subúrbio de Pilares, no Rio, Sandra se consagrou como intérprete de canções com levada de soul e black music, além de outros gêneros carregados de africanidade. Porém, sempre bebendo de várias fontes brasileiras. Por tudo isso, é figura frequente em temas ligados à cultura afro, além de ser atuante no setor de direitos humanos, igualdade social e direitos autorais – foi durante anos diretora da União Brasileira de Compositores (UBC) e em 2015, com a morte de Fernando Brant, assumiu a presidência da associação.

Mas quem nasceu pra cantar não pode ficar longe dos estúdios e dos palcos. Por isso mesmo, Sandra de Sá acaba de lançar, de forma independente, um EP “encorpado”, com sete faixas e diversas participações. Intitulado *Lado B*, está sendo lançado por sua empresa Val Produções (na qual tem como sócios Beto Coutinho e Jorge de Sá) em parceria com a Sonora Música. “Fiz uma pesquisa minuciosa na minha discografia e descobri algumas pérolas com potencial artístico enorme, mas que ficaram escondidas nos álbuns, porque não houve tempo de serem

trabalhadas quando de seus lançamentos”, justifica.

Sobre os participantes, ela explica: “são todos meus amigos, não estão ali porque estão na moda. Não tenho mais tempo nem interesse de fazer coisas com pessoas com as quais não me identifico”, afirma a cantora, dizendo que no projeto ela “convidou para ser convidada”. Sandra explica melhor, entre sorrisos: “parece estranho, mas não é. Na verdade, convidei meus amigos pra participar e deixei que eles criassem os arranjos e opinassem durante as gravações, como se fossem eles os donos do projeto. Assim, eu chegava no estúdio pra gravar e tudo já estava definido, sempre com bom gosto, pois todos são excelentes profissionais”.

► TIME DE PRIMEIRA

Um desses convidados é Thiaguinho, que divide os vocais no bellissimo samba romântico *Contrato assinado*, de Chico Roque e Paulo Sergio Valle, gravado originalmente em 1991. Também em levada de samba aparece *Perdidamente apaixonada* (Jorge Cardoso/Beto Correa), lançada no álbum *D’Sá* (BMG-Ariolla), de 1993. Na regravação de *Perdidamente apaixonada* Sandra faz duo com seu conterrâneo Xande de Pilares. “Originalmente esta música tem sopros, mas com o Xande ficou um sambinha romântico, acelerado, gostoso pra dançar”, explica a artista.

Bucheça e Dennis DJ transformaram em funk a originalmente disco music *Usa e abuse* (de Sandra e Junior Mendes), gravada em 1986. O DJ cuidou dos arranjos e o cantor participa da gravação com a anfitriã. O grupo Melanina Carioca também está presente na suingada *Quero ver você dançar* (Tom Saga), que integra o disco lançado por Sandra em 1982. Na versão do novo projeto, o grupo empresta sua criatividade para juntar funk com rap. O bloco de regravações é fechado com uma faixa em homenagem às mulheres – *Lucky*, composição de Renato Rocketh de 1991, que deu título ao álbum lançado no mesmo ano por Sandra pela BMG Ariolla.

Lado B traz ainda duas inéditas. Uma delas é *Freneticão*, com bases assinadas pelo DJ Detonna, que deixou a melodia próxima dos batidões cariocas. “O Detona é muito amigo do meu filho, não sai lá de casa. Tenho muito carinho por ele. Por isso, quando pintou esta música, concordei na

hora que ele participasse da produção”, explica Sandra sobre o profissional que já trabalhou com nomes como Naldo Benny e Mc Marcinho. Outra inédita é a balada *Vou ficar* (Sandra/Beto Coutinho/Edmon). “Esta é a mais romântica do repertório. Tem uma sonoridade forte, radiofônica, por isso espero que toque muito por aí”, afirma. !

FOTOS: DIVULGAÇÃO



NOVO PROJETO DE SANDRA TRAZ VÁRIAS PARTICIPAÇÕES ESPECIAIS, ENTRE ELAS A DO SEU CONTERRÂNEO XANDE DE PILARES (DESTAQUE)



Paulinho Reis

A revelação do sertanejo romântico Paulinho Reis vem conquistando o Brasil e fazendo muito sucesso por onde passa. Com uma trajetória marcada por lutas, hoje o cantor colhe os frutos de muito trabalho, persistência e dedicação. Paulinho nasceu em uma pequena cidade no sul de Minas Gerais, Conceição do Rio Verde, é o caçula de 11 irmãos. Ainda criança perdeu sua mãe e enfrentou uma triste realidade de fome e muita dificuldade.

Seu dom para a música começou a aparecer ainda criança, ele sempre acompanhava um amigo na colheita de café em uma grande fazenda, amigo esse que sempre lhe ajudou muito. Enquanto acompanhava o trabalho do amigo, cantava bem alto suas músicas favoritas. O pessoal da colheita adorava escutar o garoto cantar!

Descoberto cantando em meio a um cafezal, Paulinho começava uma grande batalha em busca do sonho de viver para a música. Enquanto não conseguia se sustentar apenas dos pequenos shows, foi pescador, morou em humildes casas em condições difíceis, mas com muita garra nunca pensou em desistir. Foram anos e anos de lutas.

Hoje o Paulinho Reis vive sua melhor fase, possui uma equipe com cerca de 40 profissionais, entrou para uma grande gravadora, a Universal Music, tem uma agenda lotada de shows por todo o Brasil. Está lançando seu primeiro DVD gravado em sua cidade natal com participação do cantor Giovani e da dupla Lucas & Luan. O DVD conta com grandes sucessos como "Um dia de princesa", "Saudade diz pra ela" e até regravação da música "Fogo e Paixão", do saudoso cantor Wando. A música de trabalho é "Apaixonado por Você", que está sendo tocada nas rádios de todo o país.

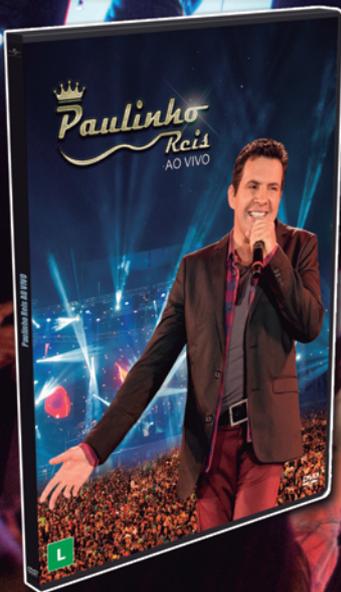
Paulinho já trabalha em seus próximos lançamentos. As músicas abordarão temas como a mulher e o sonho do casamento, homenagem a Milionário e José Rico e uma música escrita por Márcia Araújo e Bruno Caliman, grandes compositores, donos de vários sucessos como "Camaro Amarelo", "Seu Bombeiro", "Domingo de Manhã", "Fiorino" e "Te Esperando", entre outros. Essas são as próximas apostas do cantor Paulinho Reis que vem trabalhando muito para levar romantismo, muita qualidade e grandes sucessos para seus fãs.

Em breve lançamento de seu DVD pela gravadora:



Sucesso nas rádios com a música:

Apaixonado POR Você



"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

www.paulinhoreis.com.br



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



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





FORRÓ NA VEIA!

ISRAEL NOVAES LANÇA DISCO COM REPERTÓRIO PRIVILEGIANDO FUSÕES COM O RITMO NORDESTINO, – EMBALADO PELO SUCESSO *VOCÊ MERECE CACHÊ*, COM A PARTICIPAÇÃO DE WESLEY SAFADÃO

Há pouco mais de dois anos, Israel Novaes lembrou à avó, numa canção, que sua carreira começava a decolar. Depois de emplacar o hit *Vem ni mim Dodge Ram*, ele conquistava o país com outro megasucesso, *Vô, tô estourado*. Contratado da Audiomix, uma das principais agências do país, em pouco tempo viu suas músicas incluídas nas listas de mais tocadas e sua agenda de shows crescer para 25 apresentações mensais. Largou a faculdade de Direito e decidiu viver apenas de música. Pra orgulho da avó e alegria da legião de fãs! "Eu não me deslumbro com nada. Sei que estou consolidando minha carreira, mas tenho consciência de que tudo é um eterno recomeço. Hoje, estou colhendo o que plantei em anos passados. Mas não posso parar de plantar – caso contrário, não haverá mais boas colheitas", filosofa o jovem de 25 anos.

Israel gosta do gênero sertanejo, mas optou por explorar as misturas que ele possibilita. Com *Dodge Ram*, ele acredita ter sido um dos pioneiros entre os artistas da nova geração a introduzir elementos do arrocha no sertanejo. Ultimamente, vem explorando as sonoridades do forró eletrônico e misturando-as ao seu trabalho. Isso fica evidenciado em seu mais recente projeto, o CD e DVD *Forró do Israel*, em fase de lançamento pela Universal Music. Com direção artística de Marcos Araújo e produção musical de Bigair Dy Jaime, o projeto – gravado em maio passado na casa Villa Mix, de Brasília – reúne 23 faixas em seu registro de vídeo e 15 no de áudio, a grande maioria com a levada do mais conhecido ritmo nordestino.

Aliás, o destaque maior do projeto é justamente a participação de Wesley Safadão na "chicleteira" *Você merece cachê*. É a segunda vez que ambos gravam juntos. "Em 2014, o Wesley me convidou para cantar com ele na gravação de *Vou dar virote*. Neste ano, retribuiu a gentileza aceitando meu convite para participar de *Você merece cachê*", explica. Além de Safadão, outros nomes impor-

tantes participam do CD e DVD de Israel Novaes. Guilherme & Santiago dividem os vocais na romântica *O que restou (só restou)*, Cristiano Araújo em *Coração indisponível*, Matheus & Kauan em *Nada mal*, Jefferson Moraes em *Cuidando de longe* e Gabriel Diniz em *Não deu valor, perdeu*. Este último, atual revelação do gênero no Nordeste, se junta a Israel e esquentando os motores do público numa performance sacolejante. O set list inclui ainda faixas conhecidas como *Vai entender* (originalmente gravada com Jorge & Mateus), *Selvie* e *Vô, tô estourado*.

> INÉDITAS NA GAVETA

Compositor dos bons, Israel Novaes tem músicas gravadas por artistas como Cristiano Araújo (*Mente pra mim*) e Humberto & Ronaldo (*Canção perfeita*). No projeto atual, ele assina a romântica *Vai entender*, o sertanejo-xote *Natureza do homem* e a faixa gravada com Guilherme & Santiago. "Tenho umas 30 músicas inéditas, quase todas românticas. Essa é minha essência. Apesar da correria imposta pela carreira de cantor, estou conseguindo compor com frequência. Anoto as ideias quando elas surgem e gravo as melodias no celular. Não importa onde esteja – na estrada, no aeroporto, no camarim, no hotel", afirma.

Embora tenha estudado Direito, Israel Novaes confessa que não acompanha de perto as questões administrativas ligadas à sua carreira. "Claro que eu tenho uma noção de tudo que está acontecendo no management, dos negócios que são fechados. Também dou meus palpites, faço considerações. Mas eu sou artista, preciso estar alimentando a magia, porque sem magia não há público e muito menos geração de negócios", analisa. Em 2016, Israel espera manter a média de 16 apresentações por mês registrada em 2015. Melhor ainda: ele festeja o fato de seu show estar mais valorizado. "Por misturar sertanejo com outros gêneros, minha música chega muito bem nos mais diferentes estados. Por isso conseguimos melhorar o valor do cachê".



GIGANTES DO SAMBA II

O PROJETO DE MAIOR SUCESSO NO SEGMENTO DO SAMBA ESTÁ DE VOLTA EM 2016:

GIGANTES DO SAMBA 2!

LUIZ CARLOS, ALEXANDRE PIRES E BELO, QUE JÁ VENDERAM MAIS DE **60 MILHÕES DE CÓPIAS** EM SUAS CARREIRAS, SÃO **3 GIGANTES** REPRESENTANDO 3 GERAÇÕES.

JUNTOS NO MESMO PALCO, ELES FARÃO UM SHOW COM MAIS DE DUAS HORAS DE SUCESSOS QUE MARCARAM E AINDA FAZEM PARTE DA TRAJETÓRIA DE CADA UM.

A PRIMEIRA EDIÇÃO DO **GIGANTES DO SAMBA** FOI LANÇADA EM 2014 E PERCORREU GRANDE PARTE DO BRASIL, COM LUIZ CARLOS (RAÇA NEGRA) E ALEXANDRE PIRES (SÓ PRA CONTRARIAR), ARRASTANDO MULTIDÕES E BATENDO RECORDES DE PÚBLICO POR ONDE PASSOU.

O PROJETO, IDEALIZADO PELA **INFINIT MUSIC**, SERÁ SEM DÚVIDA A MAIOR E MELHOR NOVIDADE DE 2016.

A TURNÊ COM OS **GIGANTES** JÁ É UM SUCESSO! DEZENAS DE APRESENTAÇÕES ESTÃO CONFIRMADAS. O PRIMEIRO SHOW DA TURNÊ SERÁ NA ARGENTINA E, LOGO EM SEGUIDA, ELES PERCORREM O TERRITÓRIO NACIONAL.

PARA REGISTRAR ESSE ENCONTRO INÉDITO, SERÁ GRAVADO UM DVD.

“A POSSIBILIDADE DE LEVAR PARA O PÚBLICO TRÊS SHOWS EM UM SÓ, COM INTERAÇÃO A TODO TEMPO, NOS MOTIVA CADA DIA MAIS! QUEREMOS SURPREENDER QUEM SEMPRE NOS PRESTIGIU”, COMENTAM OS GIGANTES LUIZ CARLOS, ALEXANDRE PIRES E BELO.

O TRIO INTERPRETARÁ SEUS MAIORES SUCESSOS – QUE, VAMOS COMBINAR, NÃO SÃO POUCOS!



CONTATOS PARA SHOWS

11 5182.7222

www.gigantesdosamba.com.br

www.infinitlemusic.com.br

vendas@infinitlemusic.com.br

BRUTO E POPULAR

JADS & JADSON E O MANAGER NINHO TEIXEIRA COMEMORAM ÓTIMO MOMENTO DA DUPLA, QUE ESTÁ LANÇANDO NOVO CD, PUXADO PELA FAIXA NOITE FRACASSADA

Se você ligar o rádio e a música que estiver rolando for cantada por uma dupla de vocais afinados, carregados de grave, em meio a um batidão sertanejo com elementos pop, não terá dúvidas de que se trata de Jads & Jadson. Com 12 anos de carreira, a dupla de Campo Grande (MS) conseguiu, graças ao seu talento e ao apoio de um staff profissional, aquilo que todo artista sonha: reconhecimento, sucesso e marca registrada. "Desde o começo queríamos fazer música sertaneja de qualidade, misturando temas de raiz com sonoridades mais modernas e explorando nossos vocais diferenciados", diz Jads. "Lembro que em 2008, quando tentávamos ampliar o mercado para a região sudeste, o Ninho (Teixeira, manager da dupla) ouviu do diretor de uma grande FM de São Paulo que aquele estilo não tinha a menor chance de emplacar nas grandes capitais porque era muito regional. Nem esse tipo de consideração nem os modismos temáticos e sonoros que de vez em quando invadem o mercado conseguiram tirar nosso foco", completa Jadson.

Um pouco dessa autenticidade da dupla pode ser notada no álbum *Diamante bruto*, o 11º da discografia, em fase de lançamento pela Som Livre. Ninho lembra que a escolha do mês de janeiro foi estratégica. "Tomamos a decisão com a ajuda do Miguel Carriello (diretor de Marketing do Brothers, escritório da dupla). As gravadoras disponibilizam poucas novidades no mercado nesta época do ano, então optamos por explorar essa situação", afirma. No final de novembro, um aperitivo do que seria o álbum foi lançado nas rádios e redes sociais: *Noite fracassada*, faixa romântica que fala de desilusão, anteriormente gravada sem muita reper-

cussão por Felipe & Zé André. "Os compositores (Cely Jr., Gregory & Gabriel e em especial o Felipe Araújo) são amigos nossos e autorizaram a regravação. Só no YouTube ela alcançou 10 milhões de views nas primeiras semanas", explica Ninho. A música também integra o repertório do EP lançado recentemente por Felipe Araújo, agora em carreira solo.

Junto com o lançamento do CD, Jads & Jadson devem começar a promover um segundo single, a faixa que dá título ao projeto. A letra, tocante, fala da simplicidade do homem do interior, em especial do peão de boiadeiro – rude, porém apaixonado. "*Quem disse que bruto não corre atrás / Aguenta oito segundos em cima de touro bravo / Mas não aguenta o mesmo tempo sem você do lado*", diz um trecho da letra deste batidão que cita até o famoso casal Ana Raio e Zé Trovão, personagens da novela de mesmo título que fez sucesso no início dos anos 1990. O escritório Brothers pretende gravar um videoclipe da música até o início de março. Há possibilidade de o cantor Almir Sater e a atriz Ingra Liberato, que deram vida aos personagens na novela exibida pela TV Manchete, participarem do clipe.

Ao longo do ano outras faixas serão trabalhadas, entre elas *Tô com pressa de amar* e a romântica *No seu mundo*, que traz a participação de Jorge, da dupla com Mateus. "Jadson tem uma voz muito particular, marcante, e o mesmo acontece com o Jorge. Então esta gravação é especial, um presente aos fãs das duas duplas", analisa Jads.

Jads & Jadson querem usar todas as ferramentas disponíveis para promover o CD ao longo de todo ano de 2016, até como forma de se manter no primeiro time do sertanejo em termos de agenda. "Graças a Deus temos conseguido realizar feitos incríveis. Recebemos com alegria, em 2015, o pedido do Fernando Clemente para debutar no Caldas Country, em sua edição comemorativa de 10 anos. E este é um daqueles eventos que habitam os sonhos de todos os artistas. Outra surpresa foi ter feito a festa de Barretos dois anos na sequência (2014 e 2015). Como dizem as duplas, lá é o Maracanã do sertanejo. Também nos surpreendeu o convite da AudioMix para entrar na programação de várias edições do festival Villa Mix", discorre Ninho.

Falando ainda em festivais, J&J participaram do Festeja em várias cidades do país, inclusive no especial *Festeja Brasil*, realizado em Cuiabá e apresentado pela Rede Globo em rede nacional. O orgulho e a realização de poder tocar nesses eventos concorridos se estende à entrada da dupla no mercado internacional. "Ficamos muito emocionados por realizar em 2015 nossa primeira tour no exterior, que passou por quatro cidades dos Estados Unidos – Atlanta, Newark, New Jersey e Boston", afirma Jadson. "Em 2016, faremos outra turnê no território americano, que deve incluir um rodeio-show em Nova York. Também temos shows agendados em Portugal. Pra quem há 13 anos sonhava apenas em viver da música, acho que estamos indo bem longe. No ano pas-



O MANAGER NINHO TEIXEIRA

"2015 FOI NOSSO MELHOR ANO; TOCAMOS EM PALCOS DISPUTADOS E FIZEMOS A PRIMEIRA TOUR INTERNACIONAL"



DIVULGAÇÃO

sado, nos Estados Unidos, numa determinada hora a gente se olhou e se abraçou, felizes por termos rompido as fronteiras do Brasil. Foi quando o Ninho falou: 'olha até onde a viola veio trazer a gente?'" , lembra Jads.

Segundo o empresário, além de manter a agenda de shows e de divulgar o novo lançamento, a ideia é gravar no segundo semestre um novo DVD dos irmãos, contando com a participação de artistas que sempre foram influência para o trabalho que fazem, como Zezé Di Camargo & Luciano, Bruno & Marrone, Chitãozinho & Xororó e Rionegro & Solimões.

► COM MICHEL TELÓ

Jads & Jadson e Ninho reconhecem a importância de Michel Teló e seu escritório Brothers no crescimento e fixação do nome da dupla em nível nacional. "Conhecemos a família Teló desde o início do trabalho de Jads & Jadson. Os três primeiros CDs da dupla foram lançados pela gravadora Pantanal, de Campo Grande, com direção artística de Teófilo Teló. No final de 2012, fechamos com a Brothers e o Michel abriu muitas portas pra gente, tanto em grandes veículos como junto a contratantes", explica Ninho, acrescentando que a parceria foi fundamental para que, em 2013, os irmãos emplacassem o primeiro hit nacional, *Jeito carinhoso*. No escritório, Ninho cuida da agenda de shows de Jads & Jadson e participa de todas decisões ligadas à carreira da dupla, além de atuar em questões envolvendo a agenda de shows dos outros contratados – Michel, o duo Breno & Caio Cesar e a cantora Gaby Luthai.

Em paralelo, juntamente com a dupla que ele gerencia, Ninho começa a trabalhar a carreira de outro artista de vozeirão marcante, apropriado ao estilo bruto tão bem defendido por J&J. Trata-se de Manutti. No mercado desde 2006 e ex-integrante de duplas sertanejas, no ano passado ele optou pela carreira solo. "Manutti tem o perfil do público que admira eventos rurais. Aquela coisa genuinamente sertaneja – bota, chapéu e viola", explica Ninho, sobre o artista que chegou às suas mãos através do produtor Flávio Guedes, responsável pela produção musical dos últimos três trabalhos da dupla – ao lado de Jads.

Bastante conhecido em Campo Grande e no norte do Paraná, Manutti começa agora trabalho de divulgação no interior de São Paulo – com a sofrida *Outro gole* e a romântica *Caso de amor*. Mas ele também ousa, de vez em quando. Assim como Jads & Jadson – que já regravaram versões para sucessos pop como *Me adora* (Pitty) e *Apenas mais uma de amor* (Lulu Santos) –, Manutti também gosta de verter gêneros pop para o sertanejo bruto. Seu primeiro CD, a ser distribuído de forma independente, tem no setlist a romântica *Dois*, sucesso de Paulo Ricardo.

Ao analisar o mercado de shows, Ninho afirma que o sertanejo fechou o ano de 2015, sabidamente de crise, sem ser tão afetado. "O gênero se reinventa diariamente para continuar como o principal do Brasil. Os profissionais estão sempre buscando novos formatos de shows, apoiando novos artistas. E acho que esse é o momento de projetos e parcerias. Os empresários e contratantes entenderam que não dedevem ficar de picuinha uns com os outros, pois isso enfraquece o mercado", conclui. !

O CANTOR MANUTTI
ARTISTA, QUE
TEM O ESTILO
'BRUTO' DE JADS
& JADSON, ESTÁ
SENDO LANÇADO
PELA DUPLA EM
PARCERIA COM
NINHO TEIXEIRA



DIVULGAÇÃO

ROMÂNTICO e ANIMADO

NOVA APOSTA DO SERTANEJO, **BRUNO LACENE** UTILIZA A WEB PARA DIVULGAR SUAS MÚSICAS E LANÇA A ANIMADA **QUINTA-FEIRA**, CANDIDATA A HIT DO VERÃO

Uma das recentes revelações do mercado sertanejo, Bruno Lacene, cantor já bastante conhecido em Minas Gerais e em cidades do sul do país, começa o ano investindo na divulgação de seu mais recente single, *Quinta-feira*, com o objetivo de conquistar um lugar entre os principais nomes da música em 2016.

Lançado recentemente, seu primeiro CD *Até o fim* está sendo alavancado pelo êxito da faixa-título. "Lancei-a de forma virtual no segundo semestre de 2015 e ela começou a tocar de forma espontânea em Minas. O fato de os radialistas terem gostado da música, incluindo-a na programação de suas emissoras, ajudou, na sequência, sua viralização na internet. Em princípio, ela nem seria a canção de trabalho", comenta o artista.

Aproveitando todo o burburinho causado por *Até o fim*, Bruno – que assina dez faixas do álbum – aposta no novo single, *Quinta-feira*, como candidato a hit do verão. Pra combinar com a estação do ano, nesta faixa Bruno deixa um pouco de lado sua marcante característica romântica e apresenta um instrumental pra cima, próprio pra festejar. "*Quinta-feira* foi feita pra dançar e tocar em carros e em baladas, diferentemente da faixa anterior que trabalhei", explica.

Atualmente, Bruno se prepara para dar início à sua primeira turnê nacional. Em estúdio ensaiando e montando o repertório, o cantor foca no show que divulgará esta sua nova fase. No repertório, músicas próprias, já conhecidas pelos seus fãs, e clássicos do sertanejo. "Admiro muito o trabalho de Bruno & Marrone e Chrystian & Ralf, entre outras. Com certeza não faltarão sucessos dessas duplas no meu show", adianta.

> ANTENADO NO DIGITAL

Bruno Lacene faz parte da nova safra da música popular. Assim como outros, o cantor toca sua carreira de forma independente, ao lado do seu produtor e empresário Taffarel Giollo. "Com a ajuda de plataformas sociais consigo distribuir minhas músicas para todo o mundo", analisa. Sua página no Facebook tem cerca de 100 mil likes, com alto nível de interação entre seus seguidores – o que de fato é o mais importante em uma rede social. Além de divulgar suas músicas, o artista também é ligado em questões sociais e, em muitos de seus posts, age como formador de opinião sobre causas sociais. Entre os recentes posts que ele criou, estão os que abordaram o "Outubro Rosa" e o "Novembro Azul". "No Facebook, acho que o artista deve ir além do simples papel de divulgar suas músicas. Tem que dar o exemplo, ajudar e instruir seus fãs", explica.

Bruno reforça a tese da importância da internet para todo tipo de artista, em especial os independentes. "No nosso caso, o CD se tornou apenas um cartão de visita, para abrir portas para shows e grandes festivais. Com relação ao público final, prefiro disponibilizar os discos para download gratuito em meu site. O conteúdo do disco *Até o fim* já está disponível. E não me arrependo. O download gratuito é uma maneira poderosa de aumentar a base de fãs".

Além do Facebook ativo, Bruno Lacene aposta também na parceria com blogs e veículos segmentados. "Depois das rádios, os blogs segmentados são importantíssimos na difusão do trabalho dos artistas sertanejos. O público que consome este tipo de música é ávido por novidades sobre seus ídolos. Por isso, alimento esses veículos com frequência", explica. !

"QUINTA-FEIRA FOI FEITA PRA DANÇAR E TOCAR EM CARROS E EM BALADAS"

THIAGO MASTRA



LANÇANDO O SEU NOVO CD



RESERVE JÁ A SUA DATA!

CONTATO PARA SHOWS:

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

(11) 97594.7991

contato@thiagomastra.com.br

www.thiagomastra.com.br



Disponível nas plataformas digitais:



Prontos para CRESCER

FORTES NO PARANÁ, **TONY E BRYAN** APOSTAM EM REPERTÓRIO DE PRIMEIRA, PARCERIAS E NOVO MODELO DE NEGÓCIOS PARA DAR UPGRADE À CARREIRA

Com mais de oito anos de estrada, a dupla Tony e Bryan se consolidou como uma das principais do Paraná. Ao longo desse tempo, os sertanejos se tornaram figurinhas carimbadas nas casas noturnas do estado, sempre chamando atenção pela animação, qualidade vocal e pela banda de apoio impecável. Tudo isso é fruto de um enorme zelo da dupla por tudo que envolve o que é apresentado ao público.

Nada mais natural do que, com uma base regional tão forte, Tony e Bryan decidam ampliar os horizontes. Essa virada na carreira acontece com o lançamento do novo álbum *Crime sem culpado*, encabeçado pelo single homônimo no qual eles dividem os vocais com Michel Teló. Lançada em dezembro, a música cumpriu seu primeiro objetivo, o de ampliar a luz sobre o trabalho da dupla. “É uma música romântica, mas com pegada moderna, sem ser melosa”, explica Bryan. “Tem um pouco de balanço, é boa pra dançar”, completa Tony.

Contar com a participação de um nome de projeção internacional, como Michel Teló, já é um fato a ser muito comemorado, principalmente para uma dupla em ascensão. Porém, o novo disco de Tony & Bryan tem outros convidados de grande relevância na música sertaneja. A dupla João Neto & Frederico aparece em *Edição limitada* e os irreverentes Bruninho & Davi participam da animada *Não se apaixona que eu não presto*.

Para a dupla, o segredo para atrair tanta gente boa no mesmo disco está na consistência do trabalho. “Antes de topar participar,

Michel Teló e Bruninho & Davi fizeram uma pesquisa sobre a gente, sobre a nossa história. Um artista consagrado não põe a assinatura dele num projeto descartável. Esse filtro também será adotado por nós. Hoje, estamos buscando oportunidades, mas quando chegar o momento de gerá-las, teremos o mesmo pensamento. Não adianta apenas ajudar, tudo tem que ser feito de forma a não estragar um trabalho”, avalia Bryan.

A produção do novo álbum de Tony e Bryan ficou a cargo de Anderson Nogueira. O produtor também faz parte de um processo de mudança na sonoridade

da dupla. Nos últimos meses, os sertanejos vem incluindo novos temas e arranjos em suas músicas. “Podemos dividir nossa carreira em duas fases: a primeira, apesar de dançante, era mais romântica, aquela coisa de namorinho no portão, conquista, dor de cotovelo. Então, resolvemos remodelar, pensando muito na energia dos shows. Por isso, o último EP já veio com muito mais músicas dançantes e histórias mais quentes. É um trabalho mais adulto”, explica Tony.

Apesar desse novo direcionamento, Tony e Bryan afirmam que uma característica fundamental dos seus shows continua intacta: as apresentações podem ser curtidas por pessoas de todas as idades. “Já tocamos até em festas organizadas por igrejas, que costumam atrair desde o netinho até a vovó. Montamos o show de uma forma que fique sadio, alegre. Apesar de subliminarmente algumas letras falarem sobre bebida e pegação, o jeito como cantamos e como nos comunicamos com o público não passa nada de apelativo”, diz Bryan.

Assim como garante que suas apresentações possam ser apreciadas por pessoas de diferentes faixas etárias, o duo também procura agradar públicos de gostos musicais variados. Essa capacidade de se adaptar ao local e a plateia é, por vezes, um trunfo em eventos corporativos. “Podemos fazer um espetáculo acústico, por exemplo, em lugares onde esse tipo de apresentação cabe bem. Também é importante sentir o público. Em algumas apresentações, incluímos até MPB no repertório e mais sertanejo de raiz. É importante frisar que temos uma identidade, mas nos adaptamos a qualquer tipo de evento”, afirma Tony.

► SHOW DE ORGANIZAÇÃO

Seguindo o cronograma de nacionalização do trabalho, Tony e Bryan já começam a expandir sua agenda para as regiões sudeste e nordeste. Algumas cidades de Minas Gerais e Bahia já se preparam para receber a dupla ainda no primeiro semestre. Porém, no que depender do público, tudo indica que os sertanejos deverão acumular mais milhas em breve. “O interessante é que no Instagram, nossa menor base de seguidores está em Curitiba. A maior parte está em lugares como Rio Grande do Sul, Paraíba e Mato Grosso, onde já temos fã-clubes. Ainda não fizemos essas regiões, mas recebemos muitos pedidos para levar nosso show. A música já chegou, só falta a gente”, brinca Bryan.

Para chegar a esses lugares, os cantores prometem uma experiência diferenciada não apenas para o público. A ideia é, antes de tudo, ser um verdadeiro parceiro do contratante, atuando em todas as etapas. “A partir do momento que o contrato for assinado, daremos todo o respaldo ao cliente em termos de divulgação e material promocional”, completa Bryan.

O interessante é que essa visão de que o negócio deverá ser bom para todas as partes começa antes mesmo da assinatura do contrato. O planejamento está sendo feito de forma que, quan-



do a equipe comercial da dupla entrar em contato com um parceiro ou contratante, já terá em mãos uma ótima oportunidade de negócio. “Uma das formas de pesquisa das nossas datas se dará a partir do movimento das redes sociais. Com isso, teremos um feedback semanal sobre os melhores locais para a realização de um show. Na sequência, entraremos em contato com os parceiros, mostraremos nossos números e tentaremos a negociação. Enfim, para nós não funciona aquela máxima: ‘o contratante assinou, agora é problema dele’. Brincamos que não vamos vender e sim fazer shows. Nossa equipe estará ao lado do contratante, produzindo e participando. A intenção é que o risco seja zero para nosso parceiro”, diz Bryan.

> FÃS DIVULGADORES

Se a relação de Tony e Bryan com os contratantes será tão próxima, por que ser diferente com os fãs? Afinal de contas, eles estão entre os principais divulgadores do trabalho de um artista.

Pensando nisso, a dupla sempre fez questão de trazer o público para seu lado, colocando-o quase como parte do negócio. Um exemplo disso está na maneira como eles fazem a música chegar até as pessoas de forma espontânea. “Entendemos que nossos fãs tem um poder enorme para multiplicar o alcance do trabalho. Por isso, costumamos enviar lançamentos para as chefes de fã-clubes pelo WhatsApp. A partir daí, elas replicam para mais e mais pessoas”, comenta Tony.

Mais do que distribuir, os fãs são convidados a criar conteúdo para Tony e Bryan. No próprio site dos sertanejos, há um espaço dedicado para os representantes de fã-clubes atuarem quase como assessores dos seus ídolos. “Trata-se de um blog no qual elas escrevem ‘artigos’ e nos mandam. Nossa equipe faz a filtragem e coloca no ar. O texto vai com a foto da fã que escreveu e um breve perfil dela”, explica Tony. Os artistas também fazem questão de manter no site os trabalhos anteriores disponíveis para download gratuito. !



MICHEL TELÓ (AO LADO)
APROVOU O TRABALHO
DA DUPLA AO ACEITAR
PARTICIPAR DA FAIXA
PROMOCIONAL *CRIME
SEM CULPADO*

DIVULGAÇÃO

PRA TODOS OS PÚBLICOS

RIONEGRO & SOLIMÕES APOSTAM NA APROXIMAÇÃO COM JOVENS NA INTERNET E EM MÚSICAS DANÇANTES E IRREVERENTES PARA A RENOVAÇÃO DE PÚBLICO

A dupla Rionegro & Solimões é um capítulo à parte na história da música brasileira. Com estilo próprio, irreverente, mas sem deixar de fazer alusão às raízes do campo, ela conquistou público em todas as faixas etárias e classes sociais. E é exatamente esta pegada que segue o novo single, *Playboy fazendeiro*.

Apesar da crise, a dupla fechou 2015 com um saldo extremamente positivo. Fez quase 200 shows ao longo do ano e conseguiu emplacar a música *Furacão* entre as mais tocadas do Brasil, além de manter nas paradas os hits *Cavalão tá doidão* e *O cowboy vai te pegar* – ambos de 2013.

Para 2016, o duo aposta na força de *Playboy fazendeiro*, sobretudo entre o público jovem. Esta música marca a parceria em produção musical de Rionegro com Fernando Zor (que faz dupla com Sorocaba) e carimba o sucesso do duo, responsável por êxitos como *Cavalão tá doidão*. “Fernando é um profissional antenado com as novidades da música e isso agrega muito ao repertório de Rionegro & Solimões. Não podemos deixar de nos atualizar”, analisa o primeira voz.

Por sua vez, Solimões justifica que é perfeitamente normal a dupla flertar com outros estilos, como o country e o sertanejo universitário. “Um artista não pode agradar somente a um público específico. Ele tem que chegar ao máximo de pessoas e é isso que estamos conseguindo fazer. Temos nos reinventado a cada novo single”, declara. “Além disso, somos uma dupla com quase 30 anos de estrada e é preciso renovar nosso público”, completa.

Só para questão de registro, Rionegro & Solimões é uma das duplas do mainstream que mais utiliza elementos da música country. Apesar de seus últimos sucessos terem sido focados em batidões, eles não deixam de lado as linhas e riffs de guitarra. Essa ligação com o gênero norte-americano ficou explícita em *Furacão*, lançada em agosto do ano passado. A música conta com alguns instrumentos diferenciados, como banjo. “Nossa proposta é a fusão do caipira com o country. Quem nos ajudou muito nisso foi o maestro Pinocchio. Há algum tempo ele nos apresentou toda a tecnologia envolvida na música nor-

te-americana e a partir de então passamos a nos interessar por este crossover”, detalha Rionegro.

A irreverência de Solimões nas redes sociais foi o fator decisivo para a dupla conquistar de vez a popularidade entre os fãs mais jovens. O cantor é um dos grandes destaques da música no Instagram graças às suas poses e cliques inusitados. Com mais de 215 mil seguidores na plataforma, o artista segue com louvor a cartilha de webcelebridade. Posta selfies, grava vídeos e interage diretamente com seus seguidores.

Uma de suas fotos mais curtidas é a que ele se veste de personagem de faroeste, com direito a sobretudo e chapéu de aba. “Faço essas brincadeiras de forma inocente. Sou irreverente e nada mais natural do que passar essa imagem em um perfil pessoal nas redes sociais. E olha que eu nunca pensei que fosse usar a internet. Comecei na web por curiosidade. Via que os fãs postavam minhas fotos e ficava intrigado”, revela o baixinho. “Essa popularidade nos ajudou muito. Adolescentes e crianças passaram a frequentar os nossos shows e a cantar nossas músicas graças a identificação com Solimões. A conectividade com o público mais jovem é muito importante para nos manter no mercado”, completa Rionegro.

▶ PLANOS E METAS

Para 2016, a dupla promete não deixar de lado seu público mais conservador. Entre um hit pop e outro, RN&S afirmam que gravarão novas modas de viola para incluí-las no repertório do novo show que está por vir. “Não podemos, de maneira nenhuma, esquecer o público que nos consagrou. A ideia é montar um set-list com modões antigos, novas músicas românticas e intercalar com batidões para o público dançar e tomar algumas pingas”, brinca Rionegro.

2016 também será o ano em que finalmente RN&S gravarão seu mais novo DVD. Mas para isso a dupla busca empresas patrocinadoras. “O mercado mudou muito e precisamos de parcerias para gravar um projeto com qualidade audiovisual e de produção. Estamos com o show novo e músicas inéditas engatilhadas para este novo produto”, declara Solimões. !



SINGLE ATUAL,
PLAYBOY
FAZENDEIRO,
REPETE PARCERIA
DE SUCESSO ENTRE
RIONEGRO E O
MÚSICO E PRODUTOR
FERNANDO ZOR

DIVULGAÇÃO



EM 2015, NÓS ALCANÇAMOS

500%
DE CRESCIMENTO
NO STREAMING

32 MI
DE FÃS
NO YouTube

1.2 BI
DE VIEWS/MÊS
NO YouTube

E ESTAMOS **APENAS COMEÇANDO**
2016 VAI SER MELHOR AINDA

JUNTE-SE AO MELHOR PARCEIRO PARA LANÇAR A SUA MÚSICA E CRESÇA COM A GENTE!

Distribuição + Marketing + Direitos Autorais + Maior network de YouTube do Brasil = 

YouTube

A CERTIFIED A PESADA AQUI É DIFERENTE!

 /ONErpmTV

 /onerpm

onerpm.com

SP + 55 11 4112-4313

SEMPRE AMADO

COM 40 ANOS DE CARREIRA, **AMADO BATISTA** LANÇA DVD COMEMORATIVO COM HITS POUCO TOCADOS NOS SHOWS – COMO *BORBOLETAS* E *VITAMINA E CURA*

Em 2015, Amado Batista chegou aos 40 anos de uma sólida carreira. Nessas quatro décadas, 30 discos foram gravados, que se converteram em mais de 35 milhões de cópias vendidas e um cardápio generoso de hits. A celebração dessa história acontece com o lançamento do DVD *Amado Batista – 40 anos*. Gravado em Brasília, o trabalho conta com 20 canções, sendo 17 sucessos e três inéditas. Dando uma mostra da força de seu repertório, Amado decidiu apresentar, entre as regravações, canções não tão óbvias. “Coloquei músicas que as pessoas costumam pedir durante os shows, mas que em geral não integram o setlist”, explica. Entre as faixas, estão *Borboletas* (1977), *Vitamina e cura* (1986) e *Tã com raiva de mim* (2000). Ele justifica a ausência de hits como *Princesa* e *O fruto do nosso amor (Amor perfeito)*, alegando que já foram gravados em DVDs anteriores.

Uma das três inéditas é *A pé na estrada*, de Amado e Vicente Dias, já gravada por nomes como Valderi & Mizael, Paixão & Paxá e Milionário & José Rico, entre outros, mas que nunca havia sido registrada por ele. Completam o grupo *Peão de obra* e *Eu sou igualzinho a você* – esta última, escolhida como primeiro single. “Ela foi composta por um amigo do Espírito Santo, o Elias Wagner, cadeirante desde criança. A letra conta a história de uma menina que se interessa por ele, mas acha estranho o fato do seu pretendente viver em uma cadeira de rodas. Então, ele explica que, na verdade, é igual a ela, tem o mesmo sentimento no coração”.

O próprio Elias Wagner participa da música, ao lado de Amado, tornando-se o único convidado no palco. As outras participações aparecem nos extras do DVD. “Como a gravação aconteceu no fim de semana, alguns convidados não puderam participar, mas aparecem dando depoimentos”.

Como um projeto especial, o DVD *Amado Batista – 40 anos* apresenta números à altura. Durante a gravação, o artista foi acompanhado por uma orquestra com 21 músicos. Ciente de que um show desse porte não pode ser comportado em qualquer espaço, Amado abre a possibilidade para espetáculos em diferentes formatos. “Na verdade,

eu faço show em qualquer lugar. Normalmente, levo uma banda com sete músicos. Mas se algum contratante quiser o show do DVD e o local puder recebê-lo, a gente também faz”, explica.

> DIVERSIDADE É O SEGREDO

Uma das marcas da discografia de Amado Batista é a variedade de ritmos. Enquanto a maior parte de suas músicas fala sobre amor, campo e a vida dos brasileiros de origem humilde, as influências vão além. Analisando sua produção de um mesmo período, é possível encontrar baladas, canções com batidas que lembram forró, outras influenciadas pelo sertanejo e até o rock feito no Brasil na época da Jovem Guarda. “Uma salada musical. A intenção sempre foi tentar manter minha origem, mas sem deixar de acrescentar elementos dos gêneros em evidência em cada época em que estou gravando”, avalia.

Amado faz questão de ressaltar que a opção por diversificar seu som sempre partiu dele mesmo. O cantor afirma que nunca tolerou pressão para gravar determinada música ou estilo. “Sempre fui livre”, reforça. E ele nem precisou ficar famoso para exigir essa liberdade. Amado lembra que, antes de iniciar carreira na música, era dono de uma loja de discos. Foi aí que surgiu o convite para realizar a primeira gravação. “Aquele trabalho acabou me aproximando das gravadoras, já que eu lidava com representantes de todas elas. Um dia, conheci o dono da discográfica Chororó e ele me convidou para gravar. Eu falei: ‘mas você vai me deixar gravar como eu quiser? Se for assim, aceito’”.

É importante destacar que estamos falando de um artista que, durante os primeiros anos de carreira, vivia à parte da programação das FMs. Só a partir da segunda metade dos anos 80 o dial FM passou a dar espaço para os artistas que faziam sucesso com o estilo romântico popular. “Tinha um baita preconceito. Algumas pessoas falavam que, por ser popular, a música não era boa. Só que esse tipo de avaliação dependia muito de quem estava sendo avaliado. Por exemplo, o Chacrinha era super popular e ninguém tinha coragem de chamá-lo de brega, como acontecia com alguns cantores”, questiona. “Só que não tenho raiva de ninguém. Aos poucos, o mercado e a mídia passaram a perceber que esses rótulos eram insignificantes”.!



PROJETO DE AMADO TRAZ TRÊS FAIXAS INÉDITAS, ENTRE ELAS *EU SOU IGUALZINHO A VOCÊ*, DE ELIAS WAGNER, QUE PARTICIPA DA GRAVAÇÃO



CONTATO PARA SHOWS:
TEL: (11) 2537.4210

JÁ NAS LOJAS

DISPONÍVEL NAS PRINCIPAIS
PLATAFORMAS DIGITAIS



FESTA COM MODÃO

JOÃO NETO & FREDERICO COMEMORAM DEZ ANOS COM O PROJETO *SÓ MODÃO II* E PREPARAM DVD REUNINDO HITS E INÉDITAS, COM PARTICIPAÇÕES DE PESO



JN&F E O CD DUPLO, COM 18 CLÁSSICOS
"ESSE DISCO RESGATA ALGUMAS CANÇÕES QUE A GENTE TOCAVA NO INÍCIO DA CARREIRA, EM BARES E FESTAS"



modão. O primeiro foi lançado em 2009, sendo que em 2006 eles já haviam lançado o álbum *Modão – Ao vivo*.

Já entre as inéditas, o destaque fica para a canção escolhida como primeiro single do álbum, *Moda derramada*. "Quisemos lançar uma música que tivesse mais a ver com as faixas tradicionais.

Moda derramada tem esse clima. A letra é bem sofrida, fala sobre a história da mulher que 'pisa' no cara", diz João Neto, ressaltando ainda, no grupo de inéditas, *Toda mulher é assim e Vício*, esta com a participação de Jads & Jadson.

João Neto & Frederico ficaram tão empolgados com o projeto que não descartam a possibilidade de criar um show apenas com faixas tradicionais. Mas por ora, continuam com a turnê atual, na qual apresentam hits de todos os álbuns da carreira, mas sempre abrindo um espacinho para os sucessos de outras épocas.

► DEZ ANOS EM UM DVD

Depois de reviver grandes sucessos da música sertaneja, chegará a vez de JN&F celebrar seu próprio repertório. Ainda no primeiro semestre, os irmãos gravarão um DVD comemorativo, no qual vão passar a limpo os dez últimos anos – e mostrar novidades. "A ideia é apresentar dez canções inéditas e regravar outras dez conhecidas do nosso repertório, cada qual com a participação de um grande nome do sertanejo", explica Frederico.

O cantor não confirma nomes, mas informa que Leonardo, Gustavo Lima e Bruno & Marrone acenaram com a possibilidade de participar do DVD. Outro ponto interessante é que o projeto não se restringe apenas ao show. João Neto & Frederico aproveitarão a oportunidade para deixar um pouco da sua trajetória registrada em depoimentos. "A gente vai contar nossa história através de cada música envolvida no DVD. Então, antes de cantar, vamos informar quando e como aquela música foi composta, em que época a gravamos e ainda apresentaremos o artista que fará dueto conosco", adianta Frederico. !

Quando se fala em um projeto comemorativo de aniversário de carreira, nada mais natural do que imaginar algo que lembre os grandes sucessos de determinado artista. Celebrando uma década na estrada e com muitos hits na bagagem, a dupla João Neto & Frederico não pretende contrariar essa tradição. Mais que isso: os irmãos de Goiânia aproveitam a oportunidade para homenagear aqueles que abriram caminho para a consolidação do sertanejo no mainstream.

Essa é a proposta do CD duplo *Só modão II*. Disponibilizado inicialmente em plataformas digitais, o trabalho de JN&F ganha versão física ainda em janeiro. Ao todo, são 24 músicas, incluindo 18 clássicos e seis inéditas. "Esse disco resgata algumas canções que a gente tocava no início da carreira, em bares e festas", explica João Neto. "São sucessos de artistas importantes, que marcaram gerações e influenciaram muita gente", completa Frederico. O repertório resgatado pela dupla inclui *Ainda ontem chorei de saudade* (João Mineiro & Marciano), *A loira do carro branco* (João Paulo & Daniel), *Pão de mel* (Zezé Di Carmargo & Luciano), *Fusão preto* (Almir Rogério), *Vida vazia* (Bruno & Marrone), *Decida* (Milionário & José Rico) e *Faz um ano* (Chitãozinho & Xororó).

Para os irmãos, poder trazer essas músicas ao seu público, principalmente a juventude, é motivo de orgulho. "Há milhares de jovens que começaram a ouvir o gênero com os cantores da nossa geração – e muitos deles não conhece a importância dos ídolos que nos inspiraram", afirma João Neto. Essa não é a primeira vez que JN&F reverenciam os ídolos do gênero. Como o próprio título do novo trabalho indica, esse é o segundo volume de *Só*

SÓ JESUS NA CAUSAAA!

O novo single e
clipe da dupla

Léo e Junior

Assista em
www.youtube.com.br/leoejunior

Artista Exclusivo



Contato:

Chicarelo (11) 5042-1030

(11) 97414-9999

contato@leoejunior.com.br

HENZZU

HÁ 25 ANOS A ÚNICA PUBLICAÇÃO QUE ATINGE TODO O MERCADO BRASILEIRO DE SHOWS!

18.000
exemplares

Edições
Trimestrais

(11) 3889-3300 | 2165-5155

(21) 2495-9815 | 3486-5155

showbusiness@espetaculo.com.br



BOM RECOMEÇO

APÓS FIM DA BANDA RESTART, **PE LANZA** MUDA O VISUAL E LANÇA PROJETO SOLO PAUTADO POR AMADURECIMENTO MUSICAL E LIBERDADE ARTÍSTICA

Em março de 2015, o Restart anunciou, por meio de sua página oficial no Facebook, o encerramento de suas atividades. Desde então, cada integrante segue seu caminho. Pe Lu e Koba passaram a atuar como produtores, Thomas realizou parcerias musicais com outros artistas e Pe Lanza, vocalista e líder do grupo, lançou-se em carreira solo. Este último, inclusive, foi quem viu a carreira sofrer mais mudanças. E, apesar das críticas iniciais por parte dos fãs do quarteto, o cantor conseguiu mostrar que aquele menino que vestia roupas coloridas e cantava para adolescentes cresceu. E está mais do que pronto para trilhar novos caminhos.

Após o fim da banda, Pe Lanza conheceu diversos compositores e se aproximou de Heitor Gomes. "Ele me convidou para uma parceria. Gravamos juntos *Drive*, do Incubus. Foi um momento muito importante para mim, porque descobri um outro lado meu. E aí, quando algumas pessoas que não gostavam do Restart começaram a me olhar com outros olhos, a curtir o meu som, descobri que uma carreira solo poderia dar certo", explica o cantor que, em setembro de 2015, lançou um EP com três faixas. "Tudo ainda era muito novo para mim. Tínhamos a ideia de lançar um disco completo, mas decidi fazer um EP pra sentir o público, já que com esse lance de streaming as novidades são consumidas muito rápido", conta.

E as novidades foram muitas. Engana-se quem pensa que Pe Lanza continuaria em sua zona de conforto. Nessa nova fase, ele adotou um visual mais sóbrio, optando por tirar o colorido de seu guarda-roupa. O som também mudou, ficando mais maduro e com mais personalidade. "Eu fiz 23 anos, ainda tenho muito que aprender e amadurecer. Mas sinto que nos últimos meses cresci bastante. Quando criei esse projeto, percebi que tinha que quebrar aquele paradigma que tinha com o Restart e conseguir novos públicos. Foi um processo natural, sabe? Aposentar



aquelas roupas", explica. Ao se desprender da imagem adolescente do grupo, ele também conseguiu atingir uma galera mais velha e ter liberdade maior na hora de compor. "Foi um desafio que veio a calhar. Toda a dinâmica mudou: eu não tive com quem dividir as ideias, mas também, se eu fracassasse, o erro seria só meu. Por isso, agora digo que sou o dono do meu destino", comemora.

O primeiro single do projeto, *Fica mais um pouco*, estreou em agosto no YouTube. Meses depois, já com mais de 500 mil visualizações na plataforma, a faixa continua destacando-se nas rádios e em paradas de clipes na TV. Enquanto isso, nos palcos, Pe Lanza enfrenta mais uma guinada. Agora, ele toca em casas noturnas e bares, com foco no público mais adulto. "Eu nunca tinha feito um show onde menores de 18 anos não pudessem entrar. Foi uma experiência incrível. E, analisando esse meu momento, tudo que eu quero é que as pessoas prestem atenção nas letras, nas canções, e não só nesse lance de identidade visual. É um show para adultos, não para crianças", diz ele, cuja carreira vem sendo administrada pela Art Mix em parceria com a Maynard Music.

TRABALHO EXPERIMENTAL

A ideia por trás desta nova fase de Pe Lanza é totalmente experimental – não foram atribuídos temas ou rótulos para o disco. "É um trabalho pop, claro. Mas em *Quando a saudade apertar*, por exemplo, eu uso várias referências do reggae. Ainda estou descobrindo o meu som", conta. Exatamente por isso, o cantor revela que dessa vez quer fazer tudo com calma. "Não quero fazer muitos planos. Lancei o EP, que foi muito bem recebido pelo público, e estou fazendo os meus shows. Não sei o que quero do futuro". Se tudo der certo, mais músicas inéditas serão lançadas até o final de 2016. Mas enquanto isso, o artista luta para conseguir o seu lugar no mercado. "Estou buscando o meu espaço. Hoje eu sei o que quero, onde quero chegar. Estou seguro, e isso é algo muito bom", finaliza.!

O CANTOR, SOBRE A NOVA FASE:
"EU NUNCA TINHA FEITO UM SHOW ONDE MENORES DE 18 ANOS NÃO PUDESSEM ENTRAR"

THE LATIN RECORDING ACADEMY®

Torne-se **membro** do
Latin GRAMMY®
Assim você poderá inscrever
seus produtos para concorrer ao
mais importante prêmio
da música latina do mundo.



INFORMAÇÕES: + 55 11 5531-2155
academia@espetaculo.com.br

www.latingrammy.com/pt/calend-rio-departamento-de-afilia-o

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

ELE TÁ CHEGANDO!

PRESTES A LANÇAR O PRIMEIRO ÁLBUM DA CARREIRA, **BIEL** TROÇA O INTERIOR DE SÃO PAULO PÉLO RIO E MUDA ATÉ O SOTAQUE DE OLHO NAS RÁDIOS CARIOCAS



DISCO DE BIEL, PRODUZIDO PELOS REQUISITADOS MÃOZINHA E HUMBERTO TAVARES, TRAZ OS DESTAQUES QUÍMICA E DEMORÔ

Do alto de seus 19 anos, Biel é o caçula entre os funkeiros do casting da Warner Music. A major, que lançou o fenômeno Anitta em 2013 e Ludmilla no ano seguinte, ainda tem o veterano Buchecha e Duduzinho entre seus contratados. À primeira vista, a principal diferença entre o jovem de Lorena (SP) e seus colegas está, justamente, no local de nascimento: Biel é o único paulista do quinteto. Todos os outros são cariocas da gema, vindos do berço do batidão que deu origem a todas as vertentes do funk feito no Brasil.

Em comum, todos passaram pelo rito de excluir o “MC” do nome artístico, como indicativo de uma mudança significativa em suas obras. Agora, o funk é a base do som dessa galera, mas as músicas ganharam um tom bem mais pop, muitas vezes caminhando pelo universo eletrônico e incluindo outros ritmos como r&b, hip hop e até reggae. No caso de Biel, esse flerte com o pop é anterior à assinatura do contrato com a Warner, em abril de 2015. Dois meses antes, ele lançou o clipe de *Boquinha*, faixa produzida por Rick Bonadio de forma bem mais elaborada que as de suas primeiras músicas. “No começo, eu compunha e me apresentava apenas com um DJ. Não cantava, era só batida e voz. Então, conheci o Rick Bonadio, que me convidou para produzirmos algo juntos. Não tinha como não aceitar. Desde pequeno ouvi vários artistas produzidos por ele, era fã de Mamonas Assassinas, NX Zero... Rouge! Eu ouvia Rouge, cara”, diverte-se Biel. “O Rick me ajudou muito, foi o primeiro a sugerir que eu fizesse aula de canto, por exemplo”, completa.

Desde então, o funk pop tem sido o som de Biel. Esse será o ritmo predominante em seu primeiro álbum, que chegará ao mercado no fim de janeiro. Dessa vez, a produção está a cargo dos requisitados Umberto Tavares e Mãozinha, figuras carimbadas em trabalhos bem sucedidos de artistas como Anitta, Ludmilla, Belo e Naldo, entre outros. O disco vem puxado pelo single *Química*, lançado em novembro. Além de cantar e atuar, o garoto também é o responsável pelo

roteiro do clipe. “Eu gosto muito de escrever e de estar presente em todas as etapas. Então, sempre participo do roteiro ou da direção dos meus clipes”, conta Biel.

O repertório ainda inclui outras de suas músicas mais conhecidas, como *Demorô*, *Pimenta* e a própria *Boquinha*. De resto, o cantor apresenta material inédito e, ao que tudo indica, bem diversificado. “Quando falei que estava fazendo o disco, muita gente começou a me enviar músicas. E tinha muita coisa legal, com ritmos diferentes. Acabei escolhendo mais músicas dos outros e deixei as minhas um pouco de lado”, explica. “Vai ter de tudo: o batidão do funk, uma batidinha mais pop, faixas em voz e violão, reggae e outras surpresas”.

> DE MALA E CUIA

Desde que assinou contrato com a Warner Music e fechou parceria com a A3B Music para a venda de shows, a carreira de Biel passou a ser tocada a partir do Rio de Janeiro. Com isso, o cantor decidiu trocar o interior de São Paulo pela Cidade Maravilhosa. A mudança ocorreu porque, não apenas sua gravadora e escritório, mas todo o resto também está no Rio. “Por mais que boa parte da mídia esteja em São Paulo, meu escritório, banda, dançarinos, produtores, enfim, tudo fica baseado no Rio. Então, morar na cidade facilita quando se tem reuniões, ensaios etc.”.

Contudo, a questão logística é apenas um dos pontos dessa fase carioca de Biel. De olho no mercado, principalmente nas rádios do Rio, o paulista adotou o sotaque dos novos vizinhos. “É como dizem, aqui no Rio não entra 'porrrta', né?”, diverte-se, referindo-se ao sotaque arrastado do interior paulista. “Por isso, resolvi seguir o conselho e adotei o “carioquês” nas minhas músicas, até porque vamos entrar nesse mercado com tudo. *Química* já foi aprovada pelas rádios, está indo muito bem”, comemora. Essa mudança de sotaque também é muito perceptível na nova versão do hit *Pimenta*, que foi incluída na trilha do filme *Vai que cola*, estrelado por Paulo Gustavo. !



GUIPAGANINI



RAINHA DO POP

Antes mesmo do lançamento, em outubro, o terceiro álbum de Anitta, *Bang*, já fazia muito barulho na mídia.

Após o lançamento, as expectativas se confirmaram. O clipe da faixa-título caiu como uma bomba no YouTube, atraindo quase 70 milhões de visualizações até o fechamento dessa edição.

Todos correram para ver o novo hit da cantora que dominou o pop brasileiro no ano que passou. Além da música chiclete, o vídeo ainda apresentou o acertado projeto gráfico assinado pelo diretor de arte Giovanni Bianco, que já trabalhou com nomes como Madonna. Sucesso de público, **ANITTA** também encerrou 2015 com alguns troféus em sua estante. Entre eles, estão o prêmio de melhor cantora no Melhores do Ano (Globo) e melhor artista da América Latina no MTV Europe Music Awards, que aconteceu em Milão (Itália).

Alguns desavisados podem se perguntar: será que Anitta vai manter o mesmo sucesso em 2016. Bom, não dá pra duvidar de uma cantora que só tem ganho mais destaque desde 2013, quando emplacou *Show das poderosas*. Para se manter entre as artistas mais populares do país, a carioca aposta em *Essa mina é louca*, na qual divide os vocais com o cantor Jhama. Como não se mexe em time que está ganhando, Giovanni Bianco é o responsável pela direção de arte do vídeo. Porém, o time, que já é vencedor, ganha um reforço de peso: a atriz Isis Valverde é uma das estrelas do clipe, que deverá chegar às telas em breve.

Falando em tela, Anitta é a nova apresentadora do programa *Música boa ao vivo*, do canal Multishow. A cantora substituiu Thiaguinho, que comandou a atração (nas noites de segunda-feira) nas duas primeiras temporadas.

SANGUE LATINO

“Vesti a camisa da música pop do nosso continente”. Com essa frase, **LATINO** inicia uma nova etapa na sua carreira, na qual o nome artístico tem muito mais a ver com o trabalho proposto. Com o lançamento do disco *Soy Latino*, o cantor abre os braços para gêneros musicais muito presentes nas paradas pop dos nossos vizinhos, mas que não costumam ter o mesmo desempenho no Brasil. A não ser que sejam associados a algum ritmo brasileiro – o caso da bachata, que ganhou o som da sanfona e tem sido aposta de alguns sertanejos.

“Fiz um CD que prioriza justamente a bachata. Mas ele vai além. Aliás, a música latina vai além, com várias cadências diferentes, como reggaeton e o zouk, por exemplo”, explica o cantor. Apesar de ter privilegiado a bachata na montagem do repertório, Latino optou pelo zouk *Todo seu* como primeira música de trabalho. “Essa música foi produzida pelo Well, que também canta comigo. Ele é um grande cantor, que pouca gente conhece”, afirma Latino.

Segundo ele, o novo disco é um divisor de águas em sua carreira. “Não se parece com nada que eu tenha feito nesses quase 25 anos de carreira. Foram três anos de laboratório para trazer a verdadeira música pop latina para o nosso país”, explica. “Inclusive, o pessoal da Sony Music quer que eu seja uma conexão com esse mercado que não tem nenhum representante no Brasil”.



DIVULGAÇÃO

AQUECIMENTO PARA A FOLIA

Se tem alguém que entende de Carnaval, é **IVETE SANGALO**. A baiana, que cresceu rodeada de músicos, descobriu, ao longo de anos em cima do trio elétrico, como fazer os foliões pularem por horas, vibrando como se, por alguns momentos, o mundo se resumisse àquele clima de alegria, festa e confraternização.

Com tanto know-how, ninguém melhor do que Ivete para preparar toda essa gente para os dias de folia. É exatamente isso que a cantora tem feito desde 2012, com a série *O carnaval de Ivete Sangalo*. A cada ano, um novo álbum é lançado, sempre com sucessos de sua carreira solo e do período em que foi vocalista da Banda Eva. Em 2016 não é diferente. *O carnaval de Ivete Sangalo – Sai do chão* conta com 18 músicas, entre elas os hits *Arerê*, *Flor do reggae*, *Acelera aê (Noite do bem)*, *Tempo de alegria*, *Carro velho* e *De ladinho*.

Contudo, um dos principais destaques do trabalho fica para a inédita *O farol*. Composta por Ramon Cruz, a música foi escolhida como single e principal aposta de Ivete Sangalo para o verão. Para se ter uma ideia do cuidado com a faixa, Ivete deixou sua mixagem aos cuidados do inglês Robert Orton. O engenheiro de áudio já levou três Grammys para casa. Dois deles pelo seu trabalho em *The fame* (2010) e mais um por *The fame monster* (2011), ambos de Lady Gaga.

O Carnaval de Ivete Sangalo... também marca uma significativa mudança na forma de distribuição do trabalho. Pela primeira vez, será possível encontrá-lo em versão digital, CD físico e DVD.



NO BRASIL E NA EUROPA

O carioca **DIENIS** mantém-se em destaque na cena musical brasileira. Desde o lançamento de seu primeiro álbum de estúdio, em 2014, já emplacou três músicas em produções globais: *Pilha forte* (*Malhação*/2013), *Demorô, já é* (*Império*/2014) e *O ar que eu respiro* (*I Love Paraisópolis*/2015). A faixa *Pilha forte*, inclusive, também invadiu as telonas, ao entrar para a trilha do filme *Vai que cola* (2015). "As coisas vem acontecendo muito rápido. Eu ainda estava finalizando o disco quando *Pilha forte* entrou em *Malhação*. Depois disso, tudo mudou", conta o cantor. Com canções produzidas por Rodriguinho (Travessos), Miguel Plopschi e Michael Sullivan, o álbum *Dienis* (Warner) traz 14 faixas e participações de Negra Li em *O ar que eu respiro* e Martinho da Vila em *De bobeira na parada*. "O alcance das novelas é muito grande, ou seja, a repercussão não acontece só no Brasil. Minhas músicas também começaram a tocar na Argentina, Chile, Portugal e Espanha, o que é incrível", diz. Por conta disso, Dienis está focado no lançamento de sua carreira internacional. Em dezembro, ele viajou para a Espanha, onde divulgou seu trabalho em rádios e programas de TV. "Fui o primeiro brasileiro a ser convidado para cantar no Carnaval da Europa, que acontece em janeiro e fevereiro em Las Palmas, nas Ilhas Canárias", comemora.



A VOLTA DE DANNI CARLOS

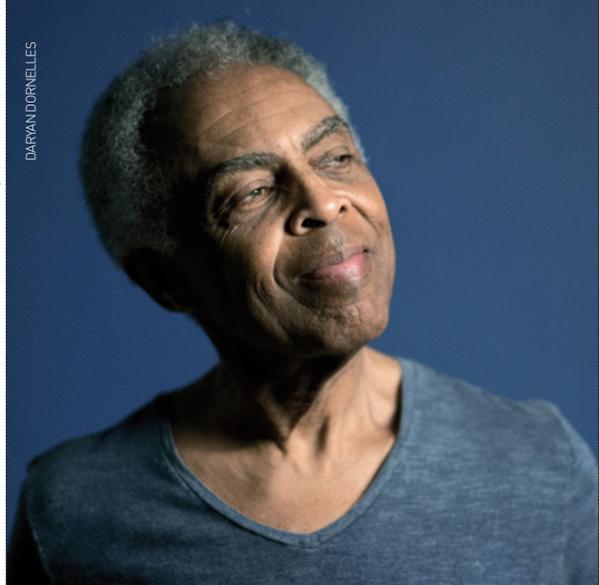
Após três anos longe dos estúdios, **DANNI CARLOS** está de volta com um projeto inteiramente autoral – o segundo desde que se lançou na música. Trata-se de *Livre*, disco lançado de forma digital pela Coqueiro Verde em novembro, que conta com 12 faixas, entre elas os singles *Amo você* e *Vem me dizer*. "O álbum veio do meu silêncio. Precisava passar um tempo longe de tudo, para conseguir entender minha voz – e não o mundo ao meu redor. Por conta disso, o disco acabou se tornando muito feminino e extremamente autobiográfico", explica a cantora. Outros destaques do repertório são a versão roqueira para a canção de ninar *Se essa rua fosse minha*, a sensual *Anzol* e a animada *Embalagem*. Nesta nova fase, Danni Carlos optou por criar seu próprio selo musical (Arcanjo), além de abrir um escritório artístico para administrar sua carreira.

A volta aos palcos aconteceu no mesmo mês do lançamento do disco, no Teatro Sesi, no Rio de Janeiro. Inicialmente focada no público carioca, a turnê *Noite livre* também passará por São Paulo e outras capitais. "É um show intimista, para ser sentido. Apresento minhas novas músicas e também faço releituras de outros artistas, como Marina Lima, Britney Spears, Blondie, Madonna e Pink Floyd", conta.

AS FLORES DE BRANKA

No final de 2015, **BRANKA** lançou o primeiro EP da trilogia *Flores douradas*, projeto criado com o intuito de firmar sua entrada no mercado do samba. Ao todo são sete faixas, sendo três autorais. O primeiro volume, *A raiz*, traz a participação especial de Arlindo Cruz em *Banho de mar*. A divulgação do trabalho foi puxada pelos singles *Batismo de pé* e *Lágrimas de chuva*. "É um projeto muito especial para mim, que chega em um formato bem diferente. Era para ser um álbum completo, mas acabei recebendo muitas composições. Por isso, essa ideia de divisão, em que o público pode degustar aos poucos", explica a artista. Para começar bem 2016, Branka se prepara para lançar o segundo volume do projeto. Trata-se do EP *O caule*, que além de conter fortes influências do samba, também apresenta canções pautadas em outros ritmos, como xote, forró e maxixe. "*A raiz* foi um trabalho mais focado no Rio de Janeiro. *O caule* é diferente. Trabalhei com compositores da Bahia, e o som é muito mais animado", explica a cantora. A trilogia *Flores douradas* terminará com o lançamento do EP *A flor*, programado para o segundo semestre. De acordo com Branka, o volume apresentará seu lado romântico.





TEM BRASIL NO GRAMMY

O Brasil estará representado no 58º Grammy Awards, que acontece no dia 16 de fevereiro, em Los Angeles (EUA). **GILBERTO GIL** concorre na categoria Melhor Álbum de World Music, com *Gilbertos Samba – Ao vivo*. A versão ao vivo do álbum lançado em 2013 apresenta uma seleção de sambas originalmente gravados por João Gilberto e compostos por nomes como Tom Jobim e Vinícius de Moraes. Entre as faixas, estão clássicos como *O pato*, *Desde que o samba é samba*, *Desafinado* e *Tim-tim por tim-tim*, entre outros.

Gil já foi laureado duas vezes na mais importante premiação da indústria da música. A primeira em 1998, com o álbum *Quanta live*, na categoria Melhor Álbum de World Music. Em 2005, o baiano levou a estatueta de Melhor Álbum de World Music Contemporânea, por *Eletoacústico*.

Mais: a cantora Eliane Elias, que vive nos Estados Unidos desde 1981, alcançou sua sexta indicação ao prêmio com o disco *Made In Brazil*. O trabalho concorre como Melhor Álbum Latino de Jazz. Por sua vez, a pianista Catina DeLuna, que também vive nos Estados Unidos, foi indicada a Melhor Arranjo Instrumental e Vocal, ao lado de Otmara Ruiz, por sua versão de *Garota de Ipanema*.

JÓIAS ENCAIXOTADAS

RITA LEE ganhou uma caixa à altura de sua obra. Nela, estão reunidos 20 CDs com a produção da cantora desde o LP *Build up* (1970), seu primeiro projeto solo, quando ainda integrava a banda Os Mutantes. De lá para cá, a paulistana lançou peças fundamentais para o rock nacional, principalmente no período em que foi acompanhada pela banda Tutti Frutti – entre elas *Fruto proibido* (1975) e *Entradas e bandeiras* (1976). Há ainda pérolas pop, como *Rita Lee* (1980), *Saúde* (1981) e *Rita Lee e Roberto de Carvalho* (1982).

Os vinte álbuns reunidos pela Universal Music contemplam os catálogos lançados por Rita Lee na própria major e também os dos selos Polydor, Som Livre, EMI Odeon e PolyGram. Há ainda um disco extra, *Pérolas*, com faixas que saíram de compactos e trilhas sonoras. Esse material foi selecionado por Luiz Linhares Garcia – que também assina a gerência de projeto e idealização da caixa – e Roberto de Carvalho. Entre os destaques do CD está *Arrombou a festa*, composição de Rita Lee e Paulo Coelho, extraída de um compacto lançado em 1977 com enorme sucesso. Entre as trilhas de novela, estão *Loco-Motivas* (*Locomotivas*, Globo, 1977), *Ambição* (*O Astro*, Globo, 1977) e *Sassaricando* (*Sassaricando*, Globo, 1987).

No mais, Rita segue em seu retiro, longe dos holofotes e próxima da família. Desde que subiu num palco para cantar pela última vez em 2013, suas aparições tem sido raras. Uma delas aconteceu em abril de 2014, em São Paulo, no espetáculo *Rita Lee mora ao lado – Uma biografia alucinada da rainha do rock*. No musical, a artista foi interpretada pela atriz Mel Lisboa.



SÓ SAMBA DE PRIMEIRA

Imagine-se numa roda de samba daquelas, com um grupo de bambas de primeira tocando só música boa – ali, do seu lado. É exatamente essa sensação ao fechar os olhos e ouvir o álbum *Na veia*, de **ARLINDO CRUZ & ROGÊ**. Tanta espontaneidade é reflexo, justamente, do fato do projeto não ter sido concebido para virar CD. As 14 faixas foram extraídas de números musicais apresentados no programa *Música na veia*, comandado pela dupla na rádio MPB FM, do Rio de Janeiro. E o trabalho não parece ter sido muito fácil. No fim da primeira temporada do programa, os sambistas já tinham 45 registros de canções, todos com áudio e interpretações de primeiríssima qualidade.

Nelas, Arlindo e Rogê dividem os vocais com convidados de peso. Entre eles Maria Rita (*Maltratar não é direito / Coração em desalinho*), Jorge Aragão (*Enredo do meu samba*), Zeca Pagodinho (*Maneiras*), Seu Jorge (*Presença forte / Alma de guerreiro*) e Xande de Pilares (*Moro na roça*). A faixa que dá título ao trabalho é cantada em trio por Arlindo Cruz, Rogê e Marcelo D2, um dos artistas que mais tiveram sucesso na fusão do samba com o hip hop.



Ficando GRANDE!

RECÉM-CONTRATADO DA MAYNARD MUSIC E ARTMIX, **LUCAS FERREIRA** LANÇA PRIMEIRO DVD E SONHA ROMPER AS FRONTEIRAS DE SP, ONDE É CONHECIDO

O ano promete grandes conquistas para o jovem Lucas Ferreira, que em novembro último completou 20 anos. Natural de Lençóis Paulista (São Paulo), o cantor sertanejo viu sua carreira regional deslançar em 2010, ao gravar o single autoral *Homem apaixonado*, carro-chefe do seu disco de estreia, lançado em 2012. Já no início de janeiro de 2013, o trabalho e o nome do intérprete passaram a ter alguma repercussão em nível nacional, com o sucesso do videoclipe de *Homem apaixonado*, que ultrapassou a marca de um milhão de visualizações no YouTube. A partir daí, Lucas participou de diversos programas de TV, cantou ao lado de alguns ídolos do gênero, como Zezé Di Camargo & Luciano e Chitãozinho & Xororó (em show em homenagem a Angela Maria) e ainda se apresentou na Festa do Peão de Boiadeiro de Barretos. Agora, a consolidação efetiva de sua carreira promete chegar com a divulgação de seu primeiro DVD, *Lucas Ferreira - ao vivo*.

Por se tratar de um projeto especial, o DVD foi gravado na cidade natal de Lucas, com produção musical de Ivan Miyazato. Diante de um público de quatro mil pessoas, o cantor interpretou as músicas que o deixaram conhecido na região, além de faixas inéditas, feitas especialmente para a ocasião. Em *Papel de bala*, por exemplo, ele ainda contou com a colaboração da dupla Munhoz & Mariano. "O repertório é muito significativo. Tem músicas do meu primeiro disco, claro, como *Casa bacana* e *Me faz feliz*, mas também tem muita coisa nova, como *Vem que eu quero te dar*", conta o artista.

Apesar de ter sido lançado nas plataformas digitais e nas lojas em outubro de 2015, *Lucas Ferreira - ao vivo* ganhará forte divulgação no primeiro semestre de 2016, com blitz nacionais do single *Vem que eu quero te dar* e participação do artista em programas de rádio e televisão. O que é uma ótima estratégia, já que ele fechou o ano de 2015 com a faixa tocando bastante nas rádios paulistas. "Ela ficou entre as dez mais executadas no interior. O single também entrou nas paradas de algumas emissoras da capital e de estados como Minas Gerais. Agora o objetivo é ir caminhando pouco a pouco, crescendo de forma orgânica e consistente", afirma Lucas Ferreira.

► ARTMIX E MAYNARD MUSIC

Para esta nova fase, Lucas Ferreira conta com a experiência de dois fortes nomes do mercado musical brasileiro: Marcos Maynard e Guto Campos. Essa parceria teve início no fim de 2015, quando o selo Maynard Music lançou o DVD do cantor, ao mesmo tempo que a ArtMix, de Guto, começou a tratar

do gerenciamento de sua carreira. "A ideia é divulgar fortemente o single *Vem que eu quero te dar* até meados de março. Os shows fora dos polos onde o Lucas já faz sucesso só acontecerão depois disso", explica Guto Campos. "Pelo planejamento que fizemos, mais pro meio do ano deveremos virar a faixa de trabalho e lançar um novo videoclipe", completa o diretor da ArtMix.

Enquanto o novo clipe não é gravado, a página do cantor no YouTube é alimentada com os vídeos do DVD. Já foram divulgadas as faixas *Prática e teoria*, *Tem que ser agora* e *Movimento*. Todas essas atualizações só contribuem para os números de Lucas Ferreira na plataforma, que já ultrapassam dois milhões de views. Aliás, é nesses vídeos que o público pode conferir um pouquinho da presença de palco de Lucas e da energia que rola em seu show. "Tenho um repertório variado, não toco só as músicas do DVD. Gosto de fazer covers de axé, rock, modão... tudo para que o público se sinta em casa. É algo bem agitado e pra cima", explica Lucas, que já conta com duas estruturas de shows: uma menor, para apresentações em casas noturnas, e a completa, para eventos maiores, como rodeios e festas em praça pública. "Não vejo a hora de cair na estrada de novo. 2016 realmente promete", completa o cantor. !



DVD BEM PRODUZIDO
E PARCERIA COM
PROFISSIONAIS
RESPEITADOS
DEVEM ALAVANCAR A
CARREIRA DO ARTISTA

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!



PAULA FERNANDES CANTA NO

1ª ANIVERSÁRIA **LATIN GRAMMY AWARDS**
NOV. 19 | LAS VEGAS

19/11 - 23h - latin Grammy.com
21/11 - 23h30 - SBT

News

show business URGENTE

Beth Carvalho
50 ANOS DE CARREIRA

A Rainha do Samba

DIOGO NOGUEIRA

O maior nome da nova geração do samba

SURICATO

A maior banda de folk rock do Brasil

show business Express

ANITTA

BANG!

CLIQUE E ASSISTA AO VÍDEO!
CLIQUE PARA OUVIR

www.ANITTAOFICIAL.com

21 3424-1862 | 21 99740 3079
comercial@anittaoficial.com

show business Express

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

CLIQUE E OUÇA
"SÓ LOVE"

OS **PARALAMAS** DO SUCESSO

News

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

MULTISHOW HOJE

LULU SANTOS
clube lux

SEXTA 11/DEZ, ÀS 23H15
assista ao VIVO, na TV e na WEB www.multishow.com.br

News

show business URGENTE

AGORA O NOVO CLÍPE

ANJO DE CABELOS LONGOS

FERNANDO & SOROCABA

show business URGENTE

Capital Inicial
acústico - NYC

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

CLIQUE E ASSISTA

show business Express

A NOVA MÚSICA DE
IVETE SANGALO

CLIQUE E OUÇA
O farol

News

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

RACA NEGRA
Rei do Baile

News



2015: O ANO EM QUE O DIGITAL SUPEROU O FÍSICO

Demorou mas chegou, agonizou mas aconteceu. O parto foi demorado, interrompido, boicotado, represado. As forças da resistência sócio-demográfica agiram com sua implacável tirania – a desastrosa e burocrática realidade tributária brasileira, a banda larga de sinal inconstante, ruim, cara. A inclusão social foi atropelada pela inclusão digital, senha atual de cidadania, de pertencer a um grupo, a uma rede e a uma roda que gira global, ignorando as frutas do quintal. Algumas já apodreceram mas fertilizaram um solo nunca gentil. Como diz o rapper mineiro Flávio Renegado, diretamente de BH, "minha tribo é o mundo!"

Pela primeira vez o mercado digital reina soberano, impagável, movido pela escola da esperada maior escala do streaming, hoje discutido como futebol nas rodas de botequim, nas mesas de bar, nas telas do celular. É o preço, a tarifa, a tarefa, o serviço, o pagamento, o novo entendimento de como funciona e como remunera o novo entretenimento. Para o consumidor, é uma festa, plataformas legais com condições acessíveis, layout amigável, uma nova rede social leve e 'da pesada' para reunir amigos de perto e de longe. Simplifica os rituais. São as playlists, as novas compilações instantâneas, virais, brutais. Tem mais curador que consumidor. Tem mais opinião que discussão. Tem mais jogo que gol.

É também a era da pirataria fragilizada, do esvaziamento do vício fácil da gratuidade. É o reinado da música, o principado irrestrito da canção, mais que nunca. O artista é um condutor, um cometa raro, caro. Para a maioria deles, o fenômeno do digital, que chegou lento, gradativo, ainda é uma miragem intrigante, comprometida por novas leis de remuneração ainda imprecisas. Certamente ainda vai haver muita mutação no amadurecimento, num outro momento.

Para as gravadoras, aquelas que resistiram à nova ordem mundial, o momento é mais que oportuno e festejado, depois de dez anos de dura transição e reconversão. Quem tem catálogo manda, quem tem mais de 100 anos de investimento em fonogramas, carreiras artísticas e acervos editoriais finalmente comemora de novo. O dinheiro chega com pontualidade, aos rios, por todos os lados. Quem não tem, observa, faz conta, muita conta, faz de conta que ainda é cedo.

Curiosamente, numa regressão histórica que tem sua perversa lógica, no digital o repertório internacional volta a ser dominante, numa proporção quase de 75% a 25% (do local), com a mais que honrosa exceção dos fenômenos sertanejos e do novo melow funk carioca, cada dia sabiamente flertando mais com o pop internacional. O mercado brasileiro, que desde os anos 1980 viu sua música local revalorizada, agora no digital espregueia o repertório internacional reinar soberano, consequência de uma internet que tudo aproxima – elimina fronteiras, dissemina novas idéias e transforma tudo em urgente.

Calma!, a ansiedade desmedida impede o olhar em volta, o desapego, a observação atenta e comprometida. O mundo agora gira mais rápido, em rotação de vertigem que requer aprendizado constante, menos defensivo, menos corporativo.

Na despedida do mundo físico, vão embora o desprezo aos prazos de pagamento, a consignação mascarada de colocação, o metro quadrado de música que ainda resiste no chão. Novas métricas de sucesso entram em vigor – múltiplas, assertivas, conclusivas. A rádio, o streaming audiovisual, a arrecadação da comunicação pública crescente etc. Os departamentos comerciais das gravadoras se reorganizam dentro da nova realidade centralizadora. Os contratos digitais são globais, assinados em Londres ou Nova York. As novas práticas são globais. Estocolmo e São Paulo são cidades vizinhas do mesmo approach. NY e Goiânia falam a mesma língua. Os clientes locais são poucos, sazonais, cada vez heroicamente menores.

O marketing digital assume mais relevância ainda. O database, a nova base de quase tudo, o feeling nada mais que o feeling. Adele, sim, é a mulher de verdade. E Anitta, nossa versão nacional. *Hello* e *Bang*. Jogam com as novas leis digitais com maestria, com excelência. Mesmo quando as negam e as rejeitam. Nasceram flertando com a novas regras do mercado – o DNA e o cabelo não negam. Mas respeitam as canções, aquilo que faz toda a diferença na mesmice do uso e abuso da tecnologia bem-vinda, inevitável. Paradoxalmente libertadora e escravizante ao mesmo tempo.

Nas rádios o quadro é outro. O domínio da música sertaneja promete se manter às custas do mérito dos artistas e dos seus escritórios, cada dia mais profissionais e antenados. E do Brasil que deu certo, o do agronegócio, o que fica longe do mar e perto da terra. A MPB e o pop/rock nacional se escondem no gueto mas tem talento de sobra pra sair dos escombros e voltar a dar beijinho no ombro do sucesso, com maior reconhecimento público. Muito talento. Tem Silva, tem Jeneçé, tem Tulipa. Tem um arsenal de gente doida pra mostrar seu valor. As majors se transformam em agências de negócios, distribuição digital, desenvolvimento artístico e de administração de direitos – cada vez mais capitais na dinâmica de entender por onde vai a capilaridade da música em seu sonho e vocação de ser revalorizada. Deixar de ser commodity para ser novamente incômoda, revolucionária, artigo cultural e social de primeira necessidade.

Nada e ninguém são mais importantes que o artista, o autor, o cantautor. Os novos canais de distribuição digital, que agora finalmente triunfam entre nós, cá entre nós, depois do primeiro momento de horizontalidade, já entenderam isso.!

Marcelo Castello Branco é CEO da Music Content Branding.

ANUNCIE NO PORTAL **SUCCESSO!**

MAIS DE **600 MIL** ACESSOS POR MÊS

FONTE: GOOGLE ANALYTICS

ENTREVISTAS EXCLUSIVAS

TV SUCESSO

NOTÍCIAS

LANÇAMENTOS

RANKINGS

COBERTURA DE EVENTOS

PROMOÇÕES



CONSULTE VALORES PARA AÇÕES PROMOCIONAIS

SP (11) 3889-3300 | 2165-5155

RJ (21) 2495-9815 | 3486-5155

sucesso@espetaculo.com.br

www.**PORTAL SUCESSO**.com.br

PELA BOA MÚSICA

BH FM APOSTA EM PESQUISAS VARIADAS JUNTO AOS OUVINTES PARA MANTER SEU DNA PRÓPRIO, QUE PRIVILEGIA UMA PROGRAMAÇÃO BASICAMENTE MUSICAL

Ao longo das últimas décadas, a popularização de alguns gêneros musicais só foi possível graças ao "feeling" de programadores e diretores do rádio FM brasileiro. Profissionais que largaram na frente, tocando pela primeira vez artistas de ritmos ainda não consagrados. Um caso clássico é o da Fluminense FM, de Niterói, que desandou a tocar fitas demo de artistas desconhecidos com nomes curiosos, como Blitz, Kid Abelha e Os Abóboras Selvagens, Plebe Rude, Paralamas e Celso Blues Boy, no início dos anos 80. O resto da história do rock nacional todos lembram.

Fenômeno parecido ocorreu nos anos 90 com as primeiras emissoras da capital paulista que se arriscaram a tocar Raça Negra, Negritude Jr. e Só Pra Contrariar. Sem deixar de mencionar o boom vivido pelo sertanejo nesta mesma época. Esquecendo um pouquinho os exemplos do eixo Rio-São Paulo, chegamos a uma importante FM de Belo Horizonte. Surgida em 1977, a BH FM também teve momentos de pioneirismo. Foi, por exemplo, a primeira FM a tocar Zezé Di Camargo & Luciano e Leandro & Leonardo na capital mineira. E, mais recentemente, a primeira a tocar astros do funk, como Anitta e Ludmilla.

Funk, não. "Novo pop", como gosta de definir Jonas Vilandez, gerente de negócios musicais do Sistema Globo de Rádio, grupo ao qual pertence a FM. Acumulando o cargo com a gerência executiva da própria BH, ele confirma as informações acima, mas prefere enaltecer outra qualidade da emissora: "A BH teve sim importância para o sertanejo, assim como para o pagode e novos artistas do pop, mas acho que fundamentalmente nossa importância é para a popularização da boa música", diz.

Contratado há pouco mais de três anos, Vilandez lembra que muita coisa mudou na emissora após sua chegada. Com a expe-

riência adquirida em anos de trabalho em algumas das maiores rádios do Brasil, como Cidade FM (Rio) e redes Transamérica e Jovem Pan, ele apostou nas pesquisas para "redesenhar" a rádio. "Isso foi no começo e segue da mesma maneira até hoje. Trabalhamos sempre em cima dos resultados desses estudos. Fazemos entrevistas nas ruas, mas dedicamos o maior tempo às pesquisas pela internet, a partir de ferramentas modernas do Sistema Globo. Identificamos os gostos de nossos ouvintes, até por monitoramento nas redes sociais. Queremos saber as preferências de nosso público, para agradá-lo em cheio. Um trabalho complexo, mas essencial, para ter uma FM popular jovem, com DNA bem definido e programação bem própria", conclui.

Como também é fundamental, na opinião de Vilandez, tocar muita música. E quanto é exatamente "muita música", perguntamos. "40 minutos por hora. E isso em todas as horas, das dez da manhã à meia-noite. Só tocamos menos música durante o *Alô BH*, programa matinal líder de audiência, com informações de trânsito, notícias, bom humor e bate papo. Depois, é sucesso atrás de sucesso. Os números da Crowley mostram que tocamos cerca de 100 músicas a mais por semana do que as outras rádios".

No entanto, a emissora se preocupa em não deixar a quantidade influenciar na qualidade. E aí voltamos aos esforços concentrados pela equipe de Vilandez nas pesquisas. "Seja por telefone, seja pessoalmente, seja pelos grupos dos ouvintes no whatsapp, que se tornou uma ferramenta fantástica para aferição do que agrada e não agrada, todas essas informações nos ajudam a pautar musicalmente a programação. Até mesmo sucessos internacionais só entram depois de muita pesquisa nas paradas do exterior. Se a música é pop e vira hit nos Estados Unidos, dificilmente não estará rapidamente em nossa grade".



O GERENTE DA BH FM, JONAS VILANDEZ

"OS NÚMEROS DA CROWLEY MOSTRAM QUE TOCAMOS CERCA DE 100 MÚSICAS A MAIS POR SEMANA DO QUE AS OUTRAS RÁDIOS"

► NA LIDERANÇA

É o desempenho da BH na audiência prova que estas estratégias tem dado certo. Superada nos números apenas pela jornalística Itatiaia, a BH lidera no segmento musical, com média de 126 mil ouvintes por minuto, de segunda a sexta. Outro dado para festejar é que mesmo tendo como foco o público feminino de 20 a 29 anos, a emissora também lidera a audiência em grupos com diferentes perfis. Ouvintes que tem consagrado especialmente os ídolos sertanejos e do pagode. Prova disso é que até o final de novembro, a canção mais tocada do ano na BH havia sido *1 metro e 65*, do Sorriso Maroto. Já os artistas que mais tem alcançado sucesso com diferentes singles são as duplas sertanejas Jorge & Mateus e Henrique & Juliano.

O grupo carioca foi a atração da festa de aniversário da rádio, em dezembro último. Na oportunidade, centenas de brinquedos foram arrecadados (na troca por ingressos) e enviados para Mariana, município devastado pelo acidente na barragem de uma mineradora. Outros grandes espetáculos costumam ser promovidos pela BH, casos do festival Villa Mix, Bloco Pirraça e do Carnaval de Belo Horizonte, com a tradicional Banda Mole. Vilandez conta que a extensa relação de eventos terá um reforço em 2016: "Já promovemos os principais shows populares de BH, mas agora resolvemos criar também o primeiro festival de pagode da capital mineira. A edição de estréia terá estrutura pra comportar dez mil pessoas e acontecerá no primeiro semestre".

O novo festival mostra que a emissora sempre busca novidades para não dar espaço à concorrência. E quais seriam os concorrentes da BH? Vilandez responde: "Há ótimas rádios, como a Liberdade FM, também com audiência relevante, mas programação diferente. É concorrência de público, não na programação. Porém, eu diria que nosso maior concorrente hoje está fora do dial. E sim, na internet, no streaming, no videogame etc."

Essas novas opções acendem um sinal de alerta, porém não tiram o sono do profissional. "O FM sempre será forte. Temos que reconhecer que o celular, contemplando todas as mídias, os videogames modernos e os serviços de streaming diminuem o tempo das pessoas para ouvir rádio. Sem falar que o rádio perdeu a função de 'lançador' de sucessos. Mas mantém outra função, super importante: a de curador. Cabe ao rádio hoje identificar o que é sucesso na internet e dar sua chancela a esse hit", expõe. Vilandez se atenta ainda a outro detalhe: "Pode até ser que o aparelho de rádio desapareça e que acabe o dial, mas as marcas das emissoras permanecerão. Assim como seu conteúdo, na internet ou em aplicativos. Conteúdo que precisa permanecer relevante, interessante, divertido. Fazendo companhia ao ouvinte e identificando sucessos e tendências", completa.

Agora, engana-se quem acha que as novas mídias são o maior desafio do rádio. Sem papas na língua, o gerente executivo da BH FM sentença: "O maior inimigo do dial hoje é a evangelização do FM. E digo isso com todo o respeito aos evangélicos e a qualquer religião. Vemos muitos arrendamentos para grupos religiosos sem qualquer compromisso com a qualidade. Sem preocupação com conteúdo ou boas músicas. Nosso maior inimigo é a negligência do governo em relação à regulamentação das rádios. É algo que precisa ser revisto. Temos que zelar pelo nosso produto". Amém! !

ARTISTAS ▼
Música
Televisão/Teatro/Cinema

PRODUTORES

Anúncie
Rio de Janeiro (21) 3486-5155
São Paulo/Outros estados (11) 3869-3300
(11) 2165-5155

Clique e veja o Guia Online



2015 - Showbusiness
Todos os direitos reservados

Onde você encontra os mais importantes artistas brasileiros

FERNANDO & SOROCABA

11 5051-7376



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

FABINHO BATISTA enviar e-mail

Acho Gospel Rio de Janeiro (21) 2137-7736

FÁBIO CARNEIRINHO enviar e-mail

João Cicero São Paulo (11) 5571-6672

FÁBIO JR. enviar e-mail

MC3 São Paulo (11) 3746-0222



FÁBIO JR. enviar e-mail

Messini Produções São Paulo (11) 99237-2222

FAFA DE BELEM enviar e-mail

FAGNER enviar e-mail

FALAMANSÁ enviar e-mail

Falamansa Produções São Paulo (11) 5594-5504



FAMÍLIA COHAB CITY enviar e-mail

Live Talentos São Paulo (11) 3977-2277

FAMÍLIA LIMA enviar e-mail



WALMIR BORGES



WORK SHOW

SHOWS: 62 3241-7163

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

ROTA ALTERADA

JOSÉ EBOLI AFIRMA QUE AS VENDAS DIGITAIS DA UNIVERSAL MUSIC BRASIL JÁ REPRESENTAM 67%, O DOBRO DO REGISTRADO COM AS MÍDIAS FÍSICAS

Já era esperado para 2015 uma mudança no resultado de vendas das gravadoras – majors e selos –, com a balança pendendo mais para os negócios digitais. De acordo com o relatório da Associação Brasileira dos Produtores Discográficos (ABPD), em 2014 o segmento físico ainda registrou pequena variação nas vendas com relação ao digital, de 52% para 48%. A tendência era que as receitas digitais superassem os 50% em 2015. Isso certamente ocorreu, porém oficialmente os números só serão anunciados pela ABPD em abril. Na Universal Music, no entanto, levantamento feito no final do ano apontou uma oscilação muito maior nos números da companhia. Até novembro, 67% dos negócios referiam-se ao mercado virtual contra 33% de receitas físicas. "Como esse formato (digital) é ainda muito baseado no repertório internacional, é natural que isso ocorra com a nossa gravadora, que detém os maiores artistas do planeta. Há uma clara tendência de mudança, como se notícia a todo momento na mídia, para o crescimento do streaming (audio e vídeo)", explica o presidente da companhia, José Eboli. Na entrevista a seguir, Eboli cita os artistas de maior venda em 2015 e mostra-se entusiasmado tanto com as perspectivas que se desenham no Brasil para a cantora e instrumentista Bruna Viola quanto com o lançamento internacional de Paula Fernandes, que deve ocorrer ao longo deste ano.

» SUCESSO! - Faça um breve balanço do ano de 2015 para a Universal Music Brasil.

José Eboli – Foi um ano de transformação, assim como para as demais gravadoras nesta indústria que teima em manter-se viva desde o início do mp3... Felizmente, apesar da crise econômica que o país vive atualmente, estamos mantendo nossos objetivos financeiros graças ao novo formato, o digital. Mal comparando, seria mais ou menos o que ocorreu com a chegada do CD (substituindo o vinil) e o DVD (substituindo o VHS). Além disso, hoje olhamos para todas as possibilidades de receitas advindas da música, como branding, shows, execução pública, sincronização e tantas outras que eu possa estar esquecendo no momento.

» A questão da incorporação da EMI no Brasil (equipe, cast e catálogo) está totalmente concluída? Todos os lançamentos tem saído com o selo Universal ou o selo EMI ainda é usado?

Sim, totalmente incorporada e integrada. Estamos todos ocupando o mesmo espaço nos dois escritórios que temos, no Rio de Janeiro e em São Paulo. O selo EMI ainda é usado e, a exemplo do que ocorre no exterior, artistas locais são lançados pelo selo original, como Diogo Nogueira e Marisa Monte. Isso, sem mencionar o catálogo, é claro.

» Temos observado muitos títulos internacionais entre os mais vendidos no Brasil, algo que há algum tempo não se via. No caso da Universal, o ranking da Nielsen trouxe em novembro,



THIAGO MOURATO

JOSÉ EBOLI

"HOJE OLHAMOS PARA TODAS AS POSSIBILIDADES DE RECEITAS ADVINDAS DA MÚSICA, COMO BRANDING, SHOWS, EXECUÇÃO PÚBLICA, SINCRONIZAÇÃO E TANTAS OUTRAS"

entre os mais vendidos (CDs e DVDs), nomes como Demi Lovato, Justin Bieber, Selena Gomez e Lana del Rey. Entre os brasileiros, apareceu apenas o nome de Paula Fernandes. Isso é um fato momentâneo ou os lançamentos internacionais da companhia estão com mais apelo que os nacionais?

Eu diria que é um fato momentâneo causado por uma coincidência de uma safra excelente de novos títulos internacionais e o timing de lançamento de nossos artistas locais e seus novos produtos. Isso já está se ajustando e em breve essa sensação irá desaparecendo à medida que estes colocarem no mercado suas novidades.

» Além das vendas físicas, como foi a comercialização digital na Universal em 2015? Que segmento gerou mais receitas: streaming, download, views?

Atualmente estamos com um percentual de 67% de nossas receitas oriundas de todos os segmentos digitais – algo um pouco acima do mercado. Como esse formato é ainda muito baseado no repertório internacional, é natural que isso ocorra com a nossa gravadora, que detém os maiores artistas do planeta. Há uma clara tendência de mudança, como se notícia a todo momento na mídia, para o crescimento do streaming (áudio e vídeo).

A propósito, cite os artistas nacionais e os internacionais de maior faturamento na Universal Music Brasil em 2015.

Isso deve mudar com a consolidação do último trimestre, mas até outubro tínhamos os seguintes destaques: Paula Fernandes/Encontros pelo caminho; Trilha sonora Fifty shades of grey, Maroon 5/V, Madonna/Rebel heart, Taylor Swift/1989, Ivete Sangalo e Criolo/Viva Tim Maia e Sam Smith/In the lonely hour.

» Fale sobre o braço de management da empresa (GTS). Quem está à frente? Quem são os principais nomes do cast? Qual a expectativa deste departamento para 2016?

É uma nova experiência para a companhia que estamos levando com bastante cuidado. Quem está à frente é a Chris Keul, que trabalhou diretamente com Claudia Leitte durante os últimos oito anos, sendo que nos associamos à Live Talentos para a comercialização dos shows. Temos dois nomes com total management e booking, que são Bruna Viola e Sam Alves. Além desses estamos também trabalhando em parceria (co-management) com Rodrigo Marin e Move Over. A expectativa é de um crescimento orgânico para 2016, ancorado nos resultados de promoção e marketing de seus produtos fonográficos.

» Bruna Viola é apontada pela crítica como a maior aposta do sertanejo para os próximos anos. Concorda com isso?

Totalmente de acordo. A Bruna, apesar de muito jovem (acaba de completar 22 anos), já se apresenta nos palcos desde os 11 anos. Ela é uma instrumentista de nível excepcional, tem em Tião Carreiro sua maior fonte de inspiração e conhece a música sertaneja de raiz como poucos. Bruna tem sido extremamente bem recebida pelos veículos de comunicação e tem tudo para se tornar um grande nome já em 2016. Talento de sobra ela possui.

» É sabido que Paula Fernandes focará o mercado internacional em 2016. O que a Universal está programando para o exterior em termos de promoção da imagem e do trabalho artístico de Paula? Que países serão trabalhados inicialmente?

A projeção da Paula no exterior tem sido orgânica e feita com muito cuidado. No fim do ano ela esteve em Las Vegas, onde se apresentou

duas vezes. A primeira, homenageando Roberto Carlos, em parceria com o duo Camila, do México. A segunda, já no telecast (transmissão de TV para todo o mercado latino, pelo canal Univisión) fazendo um dueto com Alejandro Sanz (A que no me dejas). Aliás, o mesmo que ela gravou no novo DVD do cantor (em Madri) e que será colocado no mercado em janeiro. Como sempre, Paula encantou a todos os presentes e pavimentou ainda mais seu caminho em direção a outros mercados. Vale dizer que num espaço de três ou quatro anos ela foi a única artista brasileira a apresentar-se no telecast do Grammy (a primeira vez foi com o cantor Romeo Santos). Jesus Lopez, o chairman da região Latino Americana, está à frente do projeto internacional e no momento oportuno identificará a melhor estratégia para esse trabalho.

» Entre os diversos nomes do cast nacional da companhia, certamente deve haver diferentes modelos de contratos? Pode dar mais detalhes e exemplos?

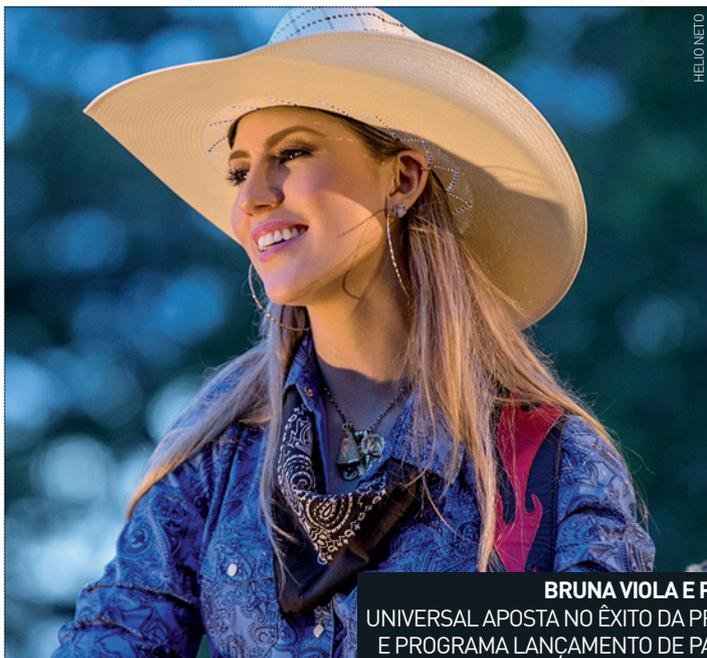
Realmente hoje o mercado trabalha com vários e diferentes modelos. Nós temos cerca de 45 artistas com vínculo contratual com a companhia. A maioria deles com contratos diferentes entre si. Há muitas variáveis (que são confidenciais) ditando as regras entre as partes. Hoje, a necessidade de ser flexível é fundamental.

» Como vocês trabalham as redes sociais da companhia?

Temos uma equipe de jovens cuidando dessa área, subordinada à Direção de Marketing e que trabalha lado a lado com os label managers dos dois repertórios. É um trabalho cuidadoso, minucioso e que se baseia totalmente em dados estatísticos para um melhor aproveitamento. Há muita análise, aplicação de best practices (dos demais países onde a Universal Music opera) e que visa a promoção do artista na internet. Fundamental hoje em dia!

» Em que situação encontra-se o selo Arsenal Music?

O selo está sendo relançado digitalmente. O Badauí (CPM22) é o nosso curador para as bandas que estejam interessadas em se lançar no mercado através do selo e a plataforma irá proporcionar a distribuição digital e a promoção na rede. Muitos lançamentos estão sendo considerados neste momento. !



BRUNA VIOLA E PAULA FERNANDES
UNIVERSAL APOSTA NO ÊXITO DA PRIMEIRA EM NÍVEL NACIONAL EM 2016
E PROGRAMA LANÇAMENTO DE PAULA NO MERCADO INTERNACIONAL

A CEREJA do BOLO

COM MILHARES DE ARTISTAS REPRESENTADOS, **ONERPM** COMEMORA CRESCIMENTO ACIMA DA MÉDIA, INDO ALÉM DA DISTRIBUIÇÃO DIGITAL

Quanto o mercado de música digital mudou no Brasil nos últimos três anos? Parece um curto espaço de tempo, mas desde 2012 o cenário se transformou completamente. Nesse período, o streaming se consolidou como o segmento responsável por alavancar o faturamento das empresas que atuam na área. Se os primeiros anos de convívio com a música digital foram de incerteza, o futuro se apresenta com ótimas perspectivas para aqueles que sobreviveram a todas essas mudanças. Essa visão é compartilhada por Arthur Fitzgibbon, responsável pela ONErpm no Brasil. Fundada em 2010 nos Estados Unidos, a empresa de distribuição de música e marketing digital fez do nosso país sua principal base, desde que começou a operar por aqui, em 2012. Atualmente, ela representa mais de 28 mil artistas e selos em todo o mundo, incluindo Michel Teló, Racionais MC's, Valesca Popozuda, Claudia Leitte, Patati Patatá, Lulu Santos e Lenine, entre outros.

Em três anos, alguns dos principais serviços de streaming se instalaram no país, tendo aumento constante no número de assinantes desde então. Por sua vez, o iTunes, loja virtual da Apple que opera desde a década passada, cresceu menos, mas continuou representando importante parcela nas receitas das disco-

gráficas. “O digital é o pilar central de toda nossa indústria, porque é dali que as pessoas vão aprender a consumir música. Por exemplo, para ir a um show, você precisa conhecer a música daquele artista. Como você vai fazer isso? No digital. Dificilmente alguém liga o rádio e fica esperando até tocar a música do artista do seu interesse”, analisa o executivo.

Os números da ONErpm são animadores e ilustram bem o ótimo momento vivido pelo mercado de música digital. “Na ONErpm, o crescimento médio mensal em 2015 foi de 20%. Num país em recessão como o nossa, quem consegue crescer a essa taxa?”, indaga Arthur, reafirmando a importância do streaming nesses números. “Entre o primeiro trimestre de 2014 e igual período de 2015, tivemos um crescimento de 500% em faturamento com streaming. Isso em um mercado muito jovem”.

A expectativa é de que haja pelo menos mais quatro anos de crescimento expressivo no segmento. “O Brasil é o segundo mercado mais importante para música digital, perdendo apenas para os Estados Unidos. Dentro da nossa estimativa, esse mercado deve se consolidar, com crescimento forte, pelos próximos dois anos. Em 2017, provavelmente começaremos a sair da recessão e, com o mercado já consolidado, ainda prevemos crescimento contínuo até 2019. Estamos falando apenas de Brasil”, avalia Arthur Fitzgibbon.

Por ir além da simples distribuição digital, a ONErpm tende a ser uma das protagonistas na consolidação do mercado de música digital, em especial o streaming, no Brasil. Em pouco tempo de atuação, a empresa já tem alguns cases que mostram o quanto é importante trabalhar de forma personalizada com cada artista, garantindo não só sua presença em plataformas digitais, como cuidando para que isso se torne um acontecimento, a ponto de chamar atenção de público e mercado.

O maior exemplo desse trabalho é a inclusão do grupo Racionais MC's no mercado digital. Só a partir de 2012 que Mano Brown e companhia aceitaram colocar a obra do grupo em lojas e serviços online. Por ter um cuidado muito grande com a imagem do quarteto, tudo teve que ser feito de forma cuidadosa. “Pra se ter uma ideia, nem canal no YouTube eles tinham, então começamos por aí. Com isso, os integrantes passaram a entender como funciona o digital. Num segundo momento, pedimos para o grupo criar uma coletânea de dez músicas e a colocamos só no iTunes – isso, em dezembro de 2012. O álbum foi o número 1 de vendas naquele mês”, lembra Arthur.

Com o sucesso da empreitada, tinha chegado a hora de testar os rappers no streaming. “Depois de uns três ou quatro meses, essa coletânea foi para o Deezer e deu certo. No final de 2014, o Google Play estava entrando no Brasil e precisava de um artista popular para ser trabalhado. Sugerimos o Racionais e a ideia foi aceita – tanto pelo pessoal do Deezer quanto pelo grupo. Essa foi a primeira vez que a discografia completa do



THIAGO MOURATO

ARTHUR FITZGIBBON
CRESCIMENTO MÉDIO MENSAL DA
EMPRESA EM 2015 FOI DE 20%, SOBRETUDO
POR CONTA DO SEGMENTO STREAMING

Racionais foi disponibilizada para streaming e download”, relembra o executivo.

Entre os discos disponibilizados no Google Play, estava o atual lançamento do grupo, *Cores e valores*. É aí que entra o “algo a mais” do trabalho da ONErpm, que vai além de colocar um artista no digital. “Esse disco estava em produção há treze anos, mas não estava finalizado. Nós entramos diretamente nesse processo, auxiliamos o pessoal do Racionais a mixar em Nova York, a masterizar. Então, nos envolvemos como uma gravadora dentro do *Cores e valores*”, relembra o executivo. Só depois de um ano com streaming exclusivo pelo Google Play, o catálogo do Racionais chegou ao Spotify, com uma grande ação de marketing que gerou um barulho imenso entre fãs e profissionais do mercado.

> INOVAÇÕES PARA 2016

Na estratégia da ONErpm, o streaming não anula o rádio, mas complementa. Entre os planos da empresa para 2016 está a criação de formatos específicos para rádios dentro das principais plataformas, como Spotify, Deezer e Google Play. A ideia de Arthur é que essas emissoras ofereçam conteúdo diferenciado, gerando uma nova experiência ao usuário, sendo remuneradas por isso. “Vamos supor que uma rádio tenha em sua programação o Top 10 (diário, semanal etc.), apresentado aos ouvintes por um locutor. Quando esse radialista fala sobre uma música, isso influencia na maneira como você vai ouvi-la. Então, se a rádio mandar as locuções, que são faixas de áudio, entre as músicas, todo mundo vai sair ganhando. O usuário vai ouvir como se fosse um programa de rádio, com uma espécie de curadoria sobre aquele material, e a rádio receberá pela reprodução do seu conteúdo”, explica o executivo, revelando que espera colocar mais de mil rádios nesse formato.



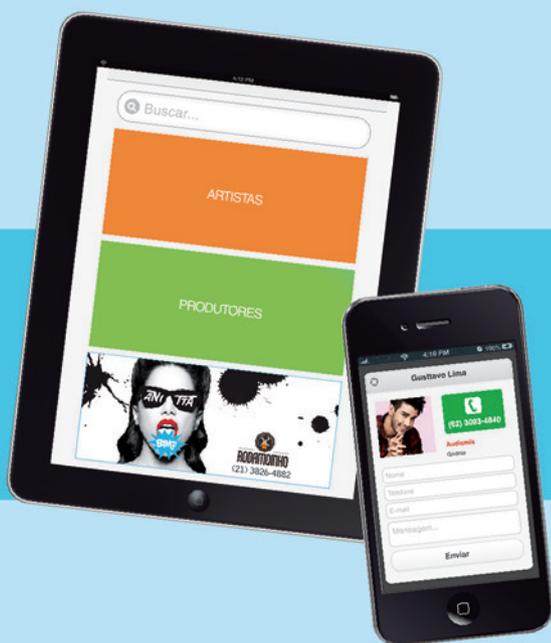
RACIONAIS MC'S
ENTRADA DO GRUPO NO UNIVERSO DIGITAL
É UM DOS CASES DE SUCESSO DA ONERPM

Outra aposta da ONErpm para esse ano está em um novo modelo de monetização de conteúdo no YouTube. Atualmente, o site da Alphabet gera lucro aos produtores de conteúdo através de anúncios publicados e concluídos. Mas quem escolhe esses anúncios? O YouTube. Porém, a plataforma de vídeos criou um novo modelo, no qual anúncios poderão ser direcionados para conteúdos específicos. “Agora, podemos vender anúncios e colocar nos vídeos dos nossos artistas. Então, posso trazer essa verba que os anunciantes já direcionariam ao YouTube e fechar dentro do conteúdo que estivermos trabalhando. O primeiro reflexo disso será um aumento no faturamento de todos os nossos artistas/clientes”, diz Arthur, afirmando que a ONErpm é uma das poucas empresas no Brasil a ter esse tipo de contrato.

Cada vez mais a distribuição digital vai se tornando apenas um braço da ONErpm. Nesse ano, a empresa também passará a fazer o recolhimento autoral das obras disponibilizadas no YouTube, não apenas dos fonogramas. “Então, qualquer editora e artista poderá recolher seus direitos através da ONErpm. Dando certo, ao longo de 2016 a ideia é fazer o mesmo em todas as plataformas nas quais atuamos”, diz Arthur. !

Já baixou o aplicativo show business no seu tablet ou celular?

Com o aplicativo do **Guia Show Business** você tem na ponta dos dedos o contato de centenas de artistas brasileiros (da música, teatro e TV). E também encontra os principais produtores do mercado de shows.



Baixe grátis o
nosso aplicativo



Android



Apple



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10

AMIGOS QUE VISITARAM A EDITORA ESPETÁCULO:

1. JOSÉ NUNES CABRAL E ALEXANDRE MELLO (CLUBE DO COWBOY)
2. O EMPRESÁRIO E PRODUTOR DE SHOWS RUBENS DE OLIVEIRA, COM A ESPOSA MARTA E OS FILHOS RUBINHO E REGIANI
3. TAFFAREL GIOLLO (AGENTE DE BRUNO LACENE)
4. MAIRIPORÃ E WALACE MORAES (MAIRIPORÃ PRODUÇÕES)
5. CLOMAR COSTA E NINHO TEIXEIRA (JADS & JADSON)
6. WALTER VIUDES
7. MAURY D'AMBRÓSIO (BEATLES ABBEY ROAD) E LEANDRO OLIVEIRA (EDITORA ESPETÁCULO)
8. NININHA FARIA, ÉRIKA MONTEIRO E SERGINHO BIANCHINI
9. REINALDO LOPES (ERICK & LEO)
10. A DUPLA LUIS HENRIQUE & LÉO



1. LUDMILLA E ROBERTO CARLOS DURANTE ENSAIO DO ESPECIAL DO REI (RIO DE JANEIRO)
2. O FUNKEIRO GUMÊ E LUCIANO, EM SHOW DA DUPLA SERTANEJA NO CITIBANK HALL (SP)
3. A ATRIZ LAURA CARDOSO E GUSTTAVO LIMA (BASTIDORES *PROGRAMA DO JÔ*)
4. ZEZÉ DI CAMARGO E EDUARDO COSTA NO VILLA COUNTRY (SP)
5. GAL COSTA E SERGINHO GROISMAN
6. PAULA FERNANDES E THAEME (SHOW NATIVA FM-SP)
7. HENRIQUE & JULIANO COM RENATO TEIXEIRA (FESTIVAL BRAHMA VALLEY-SP)
8. ANITTA E JULIANA ALVES (GRAVAÇÃO DE CAMPANHA PUBLICITÁRIA)
9. THEDY CORREA (NENHUM DE NÓS) COM RAFAEL ESGRILIS, MEG SOUZA, MAÉRCIO RAMOS E MARCELO DO Ó (RÁDIO GLOBO-SP)



FOTOS - 1 A 9 - DIVULGAÇÃO



1. RPM E MICHEL TELÓ EM SHOW CORPORATIVO (SÃO PAULO)
2. SAMBÔ EM SHOW BENEFICENTE (RIO)
3. DIOGO NOGUEIRA E XUXA NOS BASTIDORES DO PROGRAMA DA APRESENTADORA NA TV RECORD
4. LEONARDO E ZÉ FELIPE PASSEIAM EM NOVA YORK DURANTE TOUR NOS ESTADOS UNIDOS
5. JADS & JADSON RECEBEM DIPLOMA HONRA AO MÉRITO EM CATANDUVAS (PR), CIDADE NATAL DA DUPLA
6. CÉSAR MENOTTI & FABIANO, SABRINA SATO E RODRIGO CAPELLA (PROGRAMA DA SABRINA)
7. KLB, CELSO PORTIOLI E EQUIPE DO PROGRAMA SABADÃO
8. DUO ROSA MORENO & PLATINO VISITA A EDITORA ESPETÁCULO
9. CARLOS AMORIM E O CANTOR MARIO GHANA TAMBÉM ESTIVERAM NA SEDE DA EDITORA



FOTOS - 1 A 7 - DIVULGAÇÃO; 8 E 9 - THIAGO MOURATO

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



TOCSUCESSO!

Rapidez - Eficácia - Baixo Custo - Segurança

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

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

TIME REFORÇADO

A MÚSICA E MÍDIA, de **AFONSO CARVALHO**, que gerencia as carreiras de Diogo Nogueira, Beth Carvalho e da banda Suricato – essa em parceria com a Musickeria, empresa na qual Afonso é sócio de Luiz Calainho, Flávio Pinheiro e Marcelo Megale – celebra o ótimo momento vivido por seus artistas e um reforço importante na equipe: **BEBEL XAVIER**, profissional com mais de 20 anos de experiência no mercado. “A Bebel é uma pessoa especial. Sempre foi uma grande compradora de shows da Música e Mídia. É importante ter ao lado uma pessoa com a qualidade, confiança e networking da Bebel”, diz Afonso Carvalho. Segundo ele, Bebel Xavier se junta a um time que faz questão de trabalhar muito próximo aos parceiros regionais. “Eles são braços do escritório espalhados pelo Brasil. Graças a essas parcerias, conseguimos desenvolver turnês bem sucedidas por todo o país”, analisa.

É interessante notar que os artistas da Música e Mídia vivem momentos especiais. Diogo Nogueira está promovendo o álbum *Porta voz da alegria*, depois de um 2015 cheio de projetos em diferentes áreas. O sambista atuou no musical *SambRA* e excursionou pela Europa com a turnê *Bossa negra*, ao lado de Hamilton de Holanda. Com a faixa título desse trabalho, levou o Latin GRAMMY na categoria Melhor Canção Brasileira, ao lado de Hamilton de Holanda e Marcos Portinari. Já a banda Suricato comemorou o Latin GRAMMY de Melhor Álbum Brasileiro de Rock, por *Sol-Te*. “Diogo e Suricato fecharam 2015 com chave de ouro, se apresentando no réveillon na Praia de Copacabana, um dos maiores eventos do mundo”, comemora Afonso. A outra integrante do cast, Beth Carvalho, se prepara para comemorar 70 anos de idade e 50 de carreira em 2016. Entre os projetos comemorativos, está um show com sucessos de toda sua trajetória.



MICHELE OLIVEIRA

A TRILHA DE ÊTA MUNDO BÃO

GRANDES NOMES DO SERTANEJO vão embalar a trama da nova novela das seis da Rede Globo, *Êta mundo bão*, que estreia em 18 janeiro. De temática rural, a novela é assinada por Walcyr Carrasco e tem no elenco Sergio Guizé, Débora Nascimento, Flavia Alessandra e Elizabeth Savalla.

O álbum com a trilha sonora reúne 19 canções. No time de sertanejos, destacam-se Paula Fernandes (*Pé de jaca*), Daniel (*O que o ouro não arruma*), Victor & Léo (*Estrada vermelha*), **GUSTTAVO LIMA** (*Que vem de longe*), Chitãozinho & Xororó (*No Rancho Fundo*) e César Menotti & Fabiano (*A saudade mata a gente*). Mas a trilha traz também gêneros que vão da MPB ao samba. Tem Djavan (*Se não vira jazz*), Zé Ramalho (*Avôhai*) e Elba Ramalho (*Distante D'ocê*), entre outros.



MARCELBIANCHI

EMBAIXADORA DA ONU

EM DEZEMBRO, a cantora **WANESSA** foi nomeada embaixadora do UNAIDS, programa da ONU que promove ações em resposta ao HIV e combate à discriminação. A cerimônia de nomeação aconteceu no Museu Nacional, em Brasília. Com isso, a artista se junta ao ator Mateus Solano e ao jogador de futebol David Luiz como os representantes brasileiros no grupo de embaixadores.

O envolvimento de Wanessa com a causa não vem de hoje. Em 2003, ela participou da primeira campanha relacionada ao assunto, na qual incentivava as pessoas a fazerem o teste para o HIV. Ao longo de 15 anos de carreira, Wanessa fortaleceu ainda mais sua relação com o público jovem. “Vou me empenhar para levar as mensagens do UNAIDS aos meus fãs e seguidores, seja nos shows, seja pela TV ou pelas mídias sociais. Eu falo sobre o fim do preconceito e da discriminação em relação ao HIV, porque só assim conseguiremos vencer o vírus”, declara Wanessa.



DIVULGAÇÃO

MÚSICA NOVA

A DUPLA **MARIA CECÍLIA & RODOLFO** está com uma nova música de trabalho. Trata-se de *Se você quer saber*, faixa que estreou nas rádios em dezembro, juntamente com um videoclipe. Composta por Vinícius Poeta, Vine Show, Júnior Gomes e Benício Neto, a música fala sobre a superação de uma frustração amorosa. Vale lembrar que, no meio do ano passado, Maria Cecília & Rodolfo lançaram o quarto disco da carreira da dupla – o primeiro feito em estúdio. *Espalhe amor* trouxe 15 canções inéditas e ainda a participação especial de Alexandre Pires em *Amuleto de sorte*.



DIVULGAÇÃO

TULIPA E JENECCI, EM EVENTO E NA ESTRADA

ENTRE OS DIAS 2 E 6 DE DEZEMBRO, aconteceu em São Paulo a 3ª edição da Semana Internacional de Música (SIM), que reuniu profissionais em diversas atividades, como palestras, debates, workshops, coquetéis, reuniões fechadas e abertas, e, claro, muita música ao vivo. Destaque para a ação entre a Brasil Music Exchange (BME) e a Apex-Brasil, que trouxe convidados da França, Alemanha e México – os quais tiveram contato com 27 empresas nacionais. Dentro da programação oficial da SIM 2015, os profissionais participaram de speed-meetings com bandas e empresas brasileiras, de painel sobre globalização dos grandes festivais de música e assistiram a shows. Além disso, tiveram uma agenda organizada pelo BME, com apresentações de artistas como **TULIPA RUIZ** e **MARCELO JENECCI** (nas unidades do SESC). A propósito, Tulipa e Jeneci lançaram no fim de dezembro nova versão para *Dia a dia, lado a lado*, composta pelos dois em 2009, e anunciaram que vão fazer shows juntos pelo Brasil em 2016. Em janeiro, se apresentarão em Salvador (15), Rio de Janeiro (16) e São Paulo (23, 24 e 25).



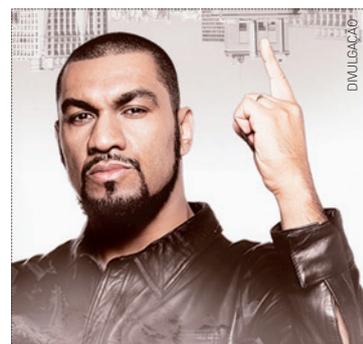
CAMINHO ABERTO PARA GERALDO GUIMARÃES

HÁ QUATRO ANOS NA MK Music, o cantor **GERALDO GUIMARÃES** segue trabalhando seu segundo disco pela gravadora, *Céus abertos*. Com 12 faixas, o álbum conta com participações especiais de nomes bem conhecidos na cena gospel: Bruna Karla aparece em *Ele escolheu os cravos* e Fernandinho em *Faz de novo*. Além disso, o time de compositores conta com Anderson Freire, Pastor Lucas, Rogério Vieira, Marcelo Bastos e Marcos Brunet. Entre os destaques do trabalho, estão as faixas *Fogo que consome*, *Deus acima de tudo* e o primeiro single, *Minha história vai mudar*. “Este CD é diferente, a começar pelo meu amadurecimento pessoal e, principalmente, espiritual. *Céus abertos* me aproximou ainda mais de Deus”, diz o cantor, agenciado pela Estação Gospel. É importante frisar que, antes de assinar com a MK, Geraldo Guimarães já havia sedimentado um longo caminho como artista independente. Seu primeiro contato com a música gospel se deu quando ainda tinha 14 anos.



PREGADOR LUO NA UNIVERSAL

APÓS ANOS COMO ARTISTA INDEPENDENTE, em 2015 o rapper **PREGADOR LUO** assinou com a Universal Music Christian Group. No segundo semestre, chegou ao mercado o primeiro trabalho dessa nova fase, o álbum *Governe!*, que apresenta 20 canções – a versão digital ainda tem a faixa bônus *Lazaro*. Como o título indica, o álbum traz à tona temas bem recorrentes nos noticiários, com bastante conteúdo crítico e político. “Com certeza, é isso que o hip hop deve ser: crítico e contestador. Acho que os problemas do mundo não estão ligados apenas à política em si, mas muito ao desinteresse das pessoas em relação ao que se faz na política”, diz o cantor. Ele afirma que as faixas tem certa relação entre si, como se fizessem parte de uma mesma história. O primeiro single do trabalho, *Testemunhe*, rapidamente alcançou os primeiros lugares nas paradas gospel.



MAIS DE 50 ANOS DE CAUSOS E MÚSICA

HÁ MAIS DE 60 ANOS, quando deixou a pequena Bom Despacho (MG) e mudou-se para Belo Horizonte, **CARINHOSO** já sabia que sua vida seria dedicada à música e ao entretenimento. Nos anos 1970, ele formou a dupla Carinhoso & Cachimbeiro, com seu irmão caçula, Paulino. Daí vieram sucessos como *Cristo maior amigo*, *A padaria da Maria* e *Sem rumo na vida*. A dupla durou até 1993, quando Carinhoso passou a lançar trabalhos solo e, paralelamente, comandar programas de rádio com grande repercussão em cidades como Bom Despacho e Belo Horizonte. Entre as marcas de sua obra, está a abrangência de estilos e temas, indo desde a música raiz (*Roceiro inteligente* e *Na fazenda onde moro*) até sátiras políticas (*O rato e o queijo*), passando por mensagens de cunho ambiental (*Mãe Terra*) e de fé (*Cristo maior amigo*).



QUANTAS IDAS E VINDAS!

ÍDOLO DA JOVEM GUARDA, **LENO** (DA DUPLA COM LILIAN) HOJE VIVE EM NATAL (RN), ONDE CONTINUA FAZENDO SHOWS E PROMOVENDO SEUS NOVOS LANÇAMENTOS

Filho de militar e nascido em Natal (RN), Leno morou em várias capitais brasileiras (Belém, Recife e Campo Grande), mas foi no Rio de Janeiro que a música entrou em sua vida. Precocemente, já aos sete anos ouvia Elvis Presley e Little Richard. Mais tarde, na adolescência, foi influenciado pelos Beatles. Vivia em Copacabana, Posto 6, perto da TV Rio. Muitos artistas frequentavam o bairro: Renato, dos Blue Caps, Lilian (sua namorada) e Erasmo Carlos, entre outros. Convivendo com eles e já compondo nesta época, aos 16 anos teve suas duas primeiras obras gravadas por Erasmo Carlos – *Disco voador* e *SOS*, esta em parceria com Getúlio Côrtes.

“Um dia, visitando a CBS (hoje Sony Music) em companhia da Lilian, com quem eu iniciava uma dupla, fomos convidados a gravar um compacto-simples com duas músicas. A gravadora escolheu o lado B para ser divulgado: *Pobre menina*. Foi uma das músicas mais exitosas da época em todo o Brasil. Graças a ela ingressamos no primeiro time do programa *Jovem Guarda*”, lembra Leno. Com *Devolva-me* no lado A, outro grande sucesso da dupla, este compacto foi um dos mais bem sucedidos da história do pop nacional. A dupla durou até o final de 1967.

“Em 1968 gravei meu primeiro trabalho solo, com o sucesso *A pobreza*”, conta ele. Em seguida, Leno obteve novo êxito com a composição *A festa dos seus 15 anos*, de Ed Wilson, que alcançou o primeiro lugar nas rádios e em vendagem em todo o país. No final de 1970, ele gravou um LP intitulado *Vida e obra de Johnny McCartney*, com algumas composições suas em parceria com o ainda desconhecido Raul Seixas, com quem convivia muito desde 1968. Inclusive é de Leno a primeira composição gravada por Raul Seixas: *Um minuto mais*.

“*Vida e obra de Johnny McCartney* foi um disco contestatório e com características musicais adiante de seu tempo. Foi um disco precursor do rock nacional dos anos 70 e 80. Mas foi censurado pelo conteúdo das letras (vivíamos numa ditadura) e um dos exemplos desta aberração foi a obra *Pobre do rei*, de Marcos e Paulo Sergio Valle, que segundo os censores ofendia os militares que dominavam o país. Enfim, o álbum não foi distribuído”, lembra Leno.

Em 1972, a CBS convidou Leno & Lilian a gravar novamente juntos. “Aceitamos. E neste álbum incluímos músicas inéditas e três composições de Raul Seixas. Considero este um de nossos melhores trabalhos, mas ele não alcançou o sucesso comercial que esperávamos”, diz. Gravaram um segundo LP que vendeu bem, mas mesmo assim a dupla decidiu se separar.

Nessas idas e vindas, em 1974, voltando à carreira solo, ele emplacou novo hit, que chegaria aos primeiros lugares no eixo Rio-SP: *Flores mortas*, uma das primeiras músicas a tratar o meio ambiente como tema. “Posteriormente trabalhei como produtor, fiz músicas para outros artistas e shows-solo. Entre 1979 e 1982, vivi em Los Angeles, me apresentando no circuito universitário”.

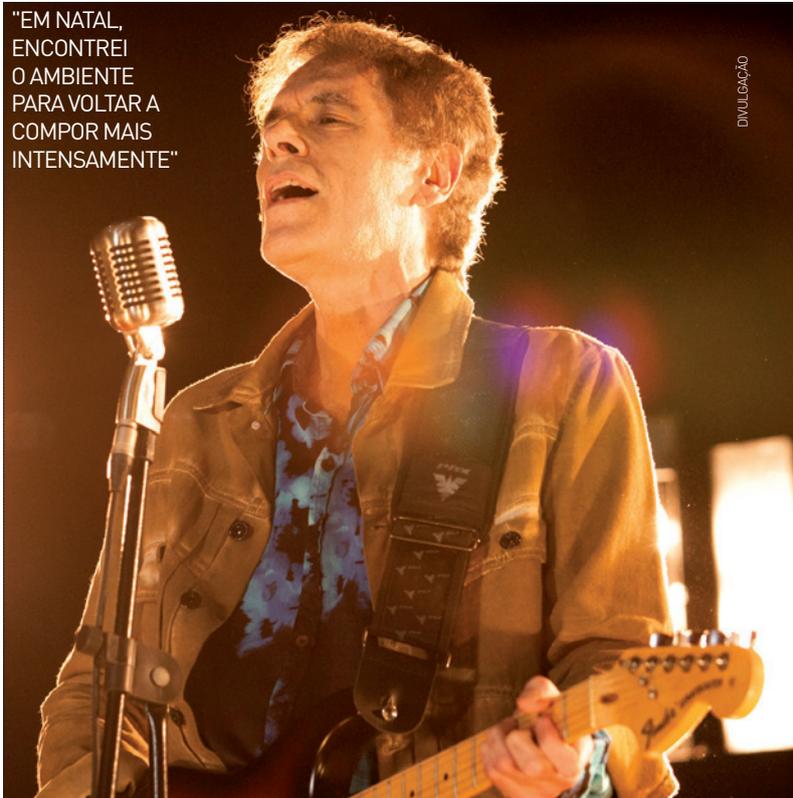
Voltando ao Brasil, Leno continuou sua carreira e teve composições gravadas por artistas como Erasmo Carlos, Amelinha, Renato e seus Blue Caps, Golden Boys, Fevers, Vanusa, Marcio Greyck e Jerry Adriani, entre outros.

Os anos passaram rapidamente. Em 1995, ele foi procurado por Marcelo Froes, jornalista e importante pesquisador musical. “Visitando o arquivo da Sony/CBS, ele encontrou as fitas perdidas do LP *Vida e obra de Johnny McCartney* e sugeriu seu lançamento. A censura já não existia mais. Fiz um acordo com a Sony e lancei o disco de forma independente”. Leno fala com carinho desta proposta de Marcelo e da alegria de ter esse trabalho redescoberto. Anos mais tarde, o álbum foi lançado pela Lion Records, de Chicago, para o mercado internacional.

Os anos continuaram passando muito rápido. Leno afastou-se dos novos tempos da música e dos novos formatos. Em 2008 mudou-se para Natal. “Estava cansado do burburinho das grandes cidades e em Natal encontrei o ambiente propício para voltar a compor mais intensamente. Retornei ao mercado, montei nova banda e passei a fazer shows. Em 2011 lancei um DVD, *Leno ao vivo*, promovendo e vendendo os exemplares pela internet e enviando para os fãs de todo o Brasil”, ele revela. Lá estão seus sucessos solo e com Lilian, músicas suas gravadas por outros artistas e duas inéditas, que compôs com Raul Seixas.

Em seguida, em 2012, Leno lançou o CD *Canções com Raulzinho*. Este trabalho independente o manteve ativo todo esse tempo. Atualmente está lançando duas novas canções: *Interstelar* e *Lado a lado*. É sua maneira de comemorar os 50 anos que a Jovem Guarda completou em 2015. !

“EM NATAL, ENCONTREI O AMBIENTE PARA VOLTAR A COMPOR MAIS INTENSAMENTE”



LANÇAMENTOS MK MUSIC



CD NADA ALÉM DA GRAÇA
DELINO MARÇAL



CD ROMPENDO
ELAINE MARTINS

LANÇAMENTO MK EDITORA



DEUS REESCREVEU A MINHA HISTÓRIA
BEATRIZ



DVD E CD ALINE BARROS EXTRAORDINÁRIA GRAÇA



CASSIANE



CD ETERNAMENTE



CD HARPA VOLUME 1



CD HARPA VOLUME 2



CD FAÇA A DIFERENÇA



CD SOMOS 1
CASSIANE
E JAIRINHO

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

UMA EMPRESA COM CERTIFICADO DE QUALIDADE ISO 9001/2000



Rua Getúlio Vargas, 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
www.facebook.com/MKMusicOficial

www.mkmusic.com.br
vendas@grupomk.com.br

GARANTA JÁ O SEU!
www.mkshopping.com.br



TELEVENDAS:
Valor da ligação por minuto sem imposto: Telexmo: R\$ 5,20 - Telexmo móvel: R\$ 6,77
0300 789 2502
Segunda a sexta de 9h às 18h



MARCELO JENECI



CÉU



SCALENE



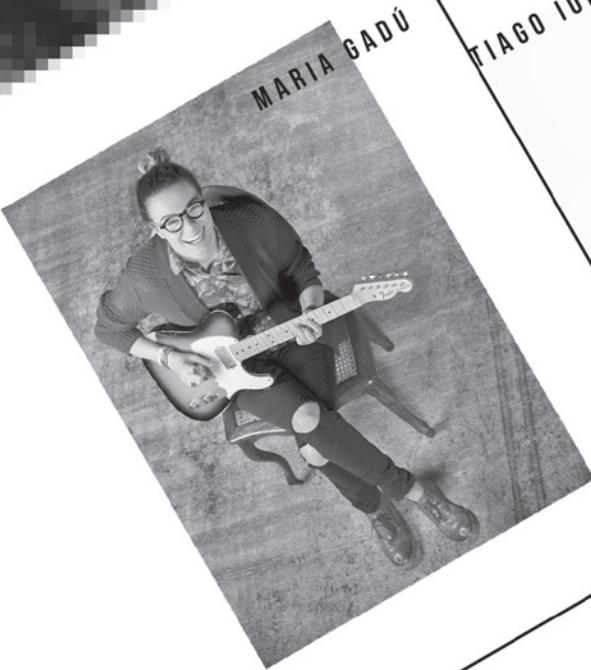
ANA CAÑAS



SILVA



VERSALLE



MARIA GADÚ

TIAGO IORC



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

slap