



MÚSICA ELETRÔNICA

E a festa nunca termina

Pesquisa da Nielsen mostra que brasileiro gosta mesmo é de se divertir. De olho nisso, duas grifes europeias dos festivais de música eletrônica trazem seus eventos para o País

Por RAISSA COPPOLA E RENATO PEZZOTTI rcoppola@grupomm.com.br e rpezzotti@grupomm.com.br

Uma nova edição da Pesquisa Global sobre Confiança e Intenções de Gasto do Consumidor, do Instituto Nielsen, revelou na semana passada que quando o brasileiro tem dinheiro sobrando ele não pensa duas vezes: investe em diversão. A pesquisa, realizada com mais de 28 mil consumidores de 56 países das regiões Ásia-Pacífico, Europa, América Latina, Oriente Médio, África e América do Norte, mostrou que o entretenimento fora do lar é a primeira opção de gasto para 39% dos brasileiros — à frente mesmo do pagamento de dívidas. O índice é superior ao de todos os demais países latino-americanos.

“A possibilidade de ascender economicamente e consumir novas categorias de produtos e serviços se reflete nesse ponto. Havia uma demanda reprimida por produtos e serviços com maior valor agregado, inclusive, entretenimento e lazer fora do domicílio”, afirma Claudio Czarnobai, analista de mercado do instituto. Seduzidas por esse clima de “A festa nunca termina” (filme originalmente chamado de “24 Hour Party People”, que mostra a transformação da cidade inglesa de Manchester no centro da música europeia da década de 80) que tomou conta dos jovens brasileiros com dinheiro no bolso e disposição para o agito, duas grifes europeias dos festivais de música eletrônica viram no Brasil o palco ideal para a expansão de seus negócios. Mas já encontrarão concorrentes de peso, alguns deles, inclusive, criados por aqui (veja mais no quadro).

A última novidade é a chegada ao País da empresa holandesa ID&T. A companhia, promotora de festivais de música eletrônica, acaba de inaugurar um escritório no Brasil em parceria com a Playcorp — uma das

mais tradicionais produtoras de eventos do mercado nacional, que assina o Réveillon da Paulista há 15 anos. Com uma previsão de investimentos de R\$ 40 milhões apenas em 2012, a união já tem seu primeiro fruto: o Rio de Janeiro será sede, em outubro deste ano, do One Rio, festival que será realizado na Cidade do Rock, na Barra, e que espera receber 150 mil pessoas em três dias.

O Brasil terá, ainda, duas festas que já são realizadas pela ID&T em outros países: o Mysteryland, confirmado para 2013, e o Dirty Dutch, ainda sem data. O primeiro é o mais tradicional festival da empresa, já realizado em três países (Holanda, Bélgica e Chile) e que reúne 200 mil pessoas por ano. O segundo até agora foi realizado apenas na Holanda e seu foco é a cultura de música urbana.

“A música eletrônica mudou a maneira de como as pessoas viviam e pensavam. E um dos objetivos da vinda da ID&T para o Brasil é fazer eventos criados pelos brasileiros e pensado para os brasileiros”, conta Duncan Stutterheim, fundador da companhia. “Não desejávamos apenas vir ao Brasil para o Sensation (festival já realizado três vezes, em São Paulo, com patrocínio da Skol e em parceria com a própria Playcorp). Queremos firmar raízes no País”, diz Maurício Soares, gerente-geral da companhia no Brasil. “A ID&T tem DNA de inovação e conteúdo jovem. Nesses eventos, as pessoas querem novas propostas e a companhia tem essas novas propostas. Buscamos marcas que se engajem no processo todo”, define Marcelo Flores, diretor da Playcorp.

Outro projeto da nova companhia é a instalação, no Brasil, do NatchLab, um “laboratório da noite” que terá como missão ser uma incubadora criativa. A cidade de

São Paulo foi escolhida para receber a novidade, que ainda não tem data de inauguração, este ano teremos no País uma nova edição do Sónar São Paulo, festival de música que conta também com a exibição de novas tecnologias aliadas à criação artística, além de uma mostra de arte new media. O evento nasceu em 1994, em Barcelona, e já passou por Chicago, Nova York, Frankfurt, Lisboa, Londres, Roma, Tóquio e Buenos Aires, além de ter sido realizado em 2004, sob outro título, na capital paulista. O evento deste ano conta com apresentação de Doritos e patrocínio de Citroën e Samsung.

Direto da Espanha

Com produção da Advanced Music e da Dream Factory, este ano teremos no País uma nova edição do Sónar São Paulo, festival de música que conta também com a exibição de novas tecnologias aliadas à criação artística, além de uma mostra de arte new media. O evento nasceu em 1994, em Barcelona, e já passou por Chicago, Nova York, Frankfurt, Lisboa, Londres, Roma, Tóquio e Buenos Aires, além de ter sido realizado em 2004, sob outro título, na capital paulista. O evento deste ano conta com apresentação de Doritos e patrocínio de Citroën e Samsung. As principais estrelas serão a islandesa Björk e a dupla francesa Justice.

O Anhembi receberá cinco espaços diferentes: o SonarClub, palco principal para 15 mil pessoas; SonarVillage, que mostrará tendências e estilos da música avançada; SonarHall, auditório para três mil pessoas com apresentações de DJs; SonarCinema, que terá filmes sobre o panorama da criação audiovisual mundial e o SonarPro, espaço para apresentações mais intimistas com destaque para propostas audiovisuais.

Eletro Folia

O Rio de Janeiro recebe, a partir desta terça-feira 14, a etapa nacional da 4ª edição do Rio Music Conference (RMC), um dos maiores encontros de música eletrô-

Principais eventos do primeiro semestre no País

Rio Music Conference 2012

De 17 a 25 de fevereiro, no Rio de Janeiro (RJ)

Patrocinadores: Budweiser, Sminorff, Souza Cruz, Hotéis Marina, Alcatel e Redbull.

Principais atrações: Armin van Buuren, Chuckie, Fedde Le Grand, Steve Angello e Felguk

Music On Board Festival 2012 (MOB)

De 9 a 12 de março, em um cruzeiro, com destino não revelado

Patrocinadores: Absolut, Chivas, José Cuervo, Red Bull e Triton.

Principais atrações: Kaskade, Jonathan Ulysses, Lee Foss, DJ Mau Mau, Life is a Loop

Kaballah Circus Festival

Dia 21 de abril, em Itu (SP)

Patrocinador: Red Bull

Principais atrações: DJ Sven Väth, Steve Aoki, Dimitri Vegas & Like Mike, Bruno Barudi.

Sónar São Paulo

Dias 11 e 12 de maio, em São Paulo (SP)

Patrocinadores: Doritos, Samsung e Citroën

Principais atrações: Björk, Justice, Emicida, Gui Boratto e DJ Marky

Spirit of London

19 de maio, em São Paulo (SP)

Sem line-up definido

Skol Sensation

2 de junho, em São Paulo (SP)

Patrocinador: Skol

Sem line-up definido



nica e entretenimento da América Latina. O evento terá três dias a mais do que a edição passada: as conferências e festas durarão dez dias, até 25 de fevereiro.

“Depois de visitar nove cidades, chegou a hora de juntar todas as pessoas que fazem esse mercado acontecer no Brasil para discutir assuntos de relevância nacional. Não poderia haver lugar melhor para isso do que o Rio de Janeiro, especialmente durante o Carnaval”, explica Claudio da Rocha Miranda, um dos organizadores do RMC. Nos três primeiros dias serão cursos, workshops e palestras, com expectativa de receber 40 mil pessoas e movimentar R\$ 30 milhões em negócios. Os outros sete dias estão reservados para festas e performances de DJs de todo o planeta: serão mais de 60 atrações. “Acrescentamos essas duas noites no pós-Carnaval porque percebemos que a cidade continua cheia e o público ainda está com aquela vontade de sair e se divertir”, explica Miranda.