

Band traz etapa do Grammy Latino ao Brasil

Bárbara Sacchitiello

Pela primeira vez, evento tem versão fora dos Estados Unidos e contará com festa realizada em São Paulo

Pela primeira vez em sua história, a tradicional festa do Grammy Latino terá uma edição fora do território dos Estados Unidos. E o Brasil foi o país escolhido para fazer essa experiência de versão regional, devido à iniciativa — e investimento de US\$ 1 milhão — da Rede Bandeirantes.

No dia 13 de novembro, data em que a Academia Latina de Gravação realiza a glamorosa noite de premiação dos vencedores do Grammy Latino, na cidade norte-americana de Houston, a Band reunirá mais de 800 convidados no Auditório do Ibirapuera, em São Paulo, para transmitir ao vivo a premiação dos ganhadores das categorias brasileiras do prêmio.

A idéia de trazer a "fatia brasileira" do Grammy para cá começou a ser plantada na Band no ano passado, quando a emissora realizou a transmissão do evento e notou que a etapa de seleção dos indicados nacionais ficava obscurecida dentro da festa principal. "A escolha dos premiados do Brasil era feita durante a tarde, em uma cerimônia à parte, e apenas o resultado dela era divulgado na cerimônia de gala. Por isso pensamos que, pelo porte da música nacional, o Grammy merecia um destaque maior", conta a diretora de programação e artístico da Bandeirantes, Elisabetta Zenatti.

Depois de vários meses de negociação com a Academia Latina, o grupo de mídia conseguiu os direitos de importar a cerimônia de premiação das oito categorias de artistas brasileiros. O anúncio dos músicos, bandas e cantores premiados será feito diretamente da capital paulista, com cerimônia comandada pelos apresentadores da casa Daniella Cicarelli e Marcelo Tas (do humorístico CQC). A festa será intercalada com tomadas e exibições ao vivo da cerimônia do Grammy nos EUA, que acontecerá simultaneamente ao evento da Band.

Para sustentar o seu investimento, a emissora comercializará cinco cotas de patrocínio, no valor médio de R\$ 2,5 milhões cada, que contemplará a inserção das marcas nas chamadas e na festa de premiação. Até o fechamento desta edição, nenhuma delas havia sido negociada. A Band também prepara uma campanha de divulgação da cerimônia que deve ser veiculada, em breve, em sua programação e em anúncios de mídia impressa (desenvolvidos pela Duda Propaganda).

A iniciativa de nacionalizar uma etapa do Grammy Latino é o primeiro passo de um objetivo mais ousado da Bandeirantes. De acordo com Elisabetta, a emissora irá se empenhar no projeto de criação de um possível Grammy Brasil, ou seja, uma versão independente e totalmente nacional de uma das maiores premiações mundiais da música. "Nosso cenário artístico tem porte para isso e a Band vai fazer o máximo para viabilizar a idéia", admite a executiva.

SACCHITIELLO, Bárbara. Band traz etapa do Grammy Latino ao Brasil. **Meio & Mensagem**, São Paulo, a. 30, n. 1332, p. 39, 27 out. 2008.