

eFestival abre inscrições para categorias **Instrumental** e **Canção** e traz novidades aos participantes

O palco mais digital da música tem como objetivo revelar novos talentos

Considerado uma das plataformas precursoras na valorização da cultura e no estímulo a novos talentos, o eFestival, que em 2021 completa 20 anos, retorna com a importante missão de reerguer o cenário cultural, impulsionando e dando visibilidade a revelações da música.

Lançado em 2001, em uma época em que apenas 5 milhões de brasileiros usavam a internet ativamente, o festival foi pioneiro ao alcançar mais de 1,5 milhão de acessos, revelando os novos talentos do Brasil por meio da web.

Com as restrições impostas pela pandemia da COVID-19, o concurso musical, que tem a internet como sua principal ferramenta de realização, tem todas as condições de ampliar o sucesso das edições passadas, que somam milhares de artistas inscritos e internautas conectados, além de alto alcance e engajamento proveniente das redes sociais e das estratégias de cada participante para angariar votos.

Assim como nas edições anteriores, o projeto acontece ao longo de oito meses, divididos em quatro etapas, sendo a primeira relacionada às inscrições, a segunda à análise curatorial, a terceira à votação popular e, por último, à premiação.

O festival é dividido em duas categorias - eFestival Instrumental e eFestival Canção – e três subcategorias - público geral, profissionais da saúde e corretores de seguros, sendo que, para inscrição nas duas últimas, é obrigatória a apresentação do registro de atividade ativo (CRM, Susep, entre outros).

Durante a primeira etapa, que acontece entre os dias 1º de março e 30 de junho, os artistas devem acessar o site www.efestival.com.br para conhecer o projeto, seu histórico, o tutorial com o passo a passo de como se inscrever, o regulamento detalhado e, claro, efetivar suas inscrições.

Já na segunda etapa, os curadores do projeto – o jornalista, editor e crítico musical Carlos Calado, e o maestro, arranjador, produtor, compositor e pianista Ruriá Duprat, em parceria com dois especialistas do júri técnico, irão selecionar os dez finalistas de cada subcategoria, julgando aqueles que melhor atendem os critérios expostos no regulamento oficial - criatividade, originalidade, harmonização, interpretação e voz (este último apenas na categoria Canção). Os

finalistas serão divulgados no dia 29 de julho e a votação popular na internet acontecerá a partir do dia 30 do mesmo mês e ao longo do mês de agosto.

Os vencedores serão conhecidos no dia 15 de setembro, premiando os cinco primeiros colocados de cada subcategoria com *coaching* ministrado pelos curadores e premiação em dinheiro para os três primeiros. Além disso, os grandes campeões de cada subcategoria irão dividir o palco com importantes nomes da música nacional.

O eFestival Instrumental conta com patrocínio master da SulAmérica e apoio da Uninassau. Já a categoria Canção é assinada pela Chilli Beans e também pela seguradora, que acaba de completar 125 anos de história.

Idealizado e realizado pela Dançar Marketing, que neste ano inicia as celebrações de seus 40 anos como a mais consistente empresa de marketing cultural do Brasil, a plataforma eFestival é uma parceria com o Ministério do Turismo, através da Secretaria Especial da Cultura, e do Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa.

Sobre a SulAmérica

A SulAmérica é uma companhia de 125 anos que se dedica a entregar Saúde Integral para seus mais de 7 milhões de clientes por meio de produtos e serviços de Saúde, Odonto, Vida, Previdência e Investimentos. A companhia tem como missão melhorar a vida das pessoas, oferecendo apoio, segurança e autonomia em cada momento e decisão de saúde física, emocional e financeira. Para isso, conta com colaboradores engajados e comprometidos, além de uma rede de distribuição com milhares de corretores de seguros em todo o Brasil. Em 2020, a companhia registrou receitas operacionais de R\$ 20 bilhões, além de mais de R\$ 45,9 bilhões sob gestão de sua asset.

A SulAmérica apoia iniciativas sociais, culturais e esportivas desde sua fundação, há 125 anos. Com seu programa Circuito SulAmérica Música e Movimento, a companhia investiu em projetos culturais e esportivos por meio da Lei de Incentivo à Cultura. Por mais de duas décadas, patrocina a Orquestra Ouro Preto e sua Academia, uma iniciativa que forma e dá bolsas a jovens músicos. A companhia também apoia projetos sociais voltados para a saúde física, emocional e financeira, por meio de leis de incentivo como Fundo do Idoso e Fundo da Infância e da Adolescência. Os projetos têm foco em prevenção e ampliação de atendimento em saúde, promoção de saúde e bem-estar emocional e capacitação, geração de renda e educação financeira.

Para mais informações, acesse www.sulamerica.com.br

Sobre a UNINASSAU

A UNINASSAU - Centro Universitário Maurício de Nassau é uma instituição privada de ensino superior mantida pelo grupo Ser Educacional. Fundada pelo empresário paraibano Janguê Diniz, conta com unidades em diversos estados das regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste do Brasil.

A Instituição deu continuidade ao projeto do Bureau Jurídico - Complexo Educacional de Ensino e Pesquisa, fundado em 1994 e que tinha o objetivo de preparar candidatos para concorridos concursos públicos. Mais tarde, surge o BJ Colégio e Curso e, em 2003, com a publicação no Diário Oficial da União da Portaria 1109, do MEC, nasce oficialmente a Faculdade Maurício de Nassau. Já em 2012, o MEC, por meio da portaria Nº 701 do ministro Aloizio Mercadante, atestou a nova etapa da Instituição - o Centro Universitário Maurício de Nassau.

Para mais informações, acesse <https://www.uninassau.edu.br/>

Sobre a Dançar Marketing

Com uma história repleta de pioneirismo, a Dançar Marketing movimentou o mercado de marketing cultural de eventos e entretenimento brasileiro há 40 anos. A agência firmou um marco importante para a democratização cultural, sendo a primeira a realizar grandes apresentações *open air* no país, como “Concertos de Vinólia”, o maior evento de música clássica ao ar livre já realizado no Brasil. O projeto inaugurou o Parque Ibirapuera como ponto cultural das manhãs de domingo, colocando-o como um dos principais palcos para grandes eventos em São Paulo. A relevância e sucesso do projeto conquistou também a mídia brasileira, contando com transmissões dos canais de rádio, TV Cultura e Bandeirantes.

Fundada em 1982, a partir da criação do primeiro periódico especializado em dança da América Latina – Revista Dançar –, a empresa reúne milhões de espectadores em seus incontáveis espetáculos, shows, projetos proprietários e sociais. Em seu portfólio estão grandes turnês internacionais de artistas icônicos como Andrea Bocelli, Luciano Pavarotti, José Carreras, Sarah Brightman, Kiri Te Kanawa, George Benson, Joss Stone, Diana Krall, Norah Jones, Chris Cornell, Jeff Beck, Richie Sambora entre outros. A Dançar Marketing esteve sempre à frente do mercado na concepção e na realização de projetos como HSBC Music Series, Avon Women in Concert, Criação Teatral Volkswagen, Viagem Nestlé

pela Literatura, AstraZeneca Viva a Cultura!, entre outros; exposições como Riachuelo Mostra Moda e Samsung Rock Exhibition e festivais como Telefônica Open Jazz, Festival da Padroeira, eFestival e Samsung Best of Blues and Rock – o qual, nas últimas edições trouxe alguns dos maiores guitarristas do mundo, como Joe Satriani, Tom Morello e Zakk Wylde.

Visite www.dancarmarketing.com.br e conheça os projetos.

Contato imprensa:

Primeira Página | Assessoria de Comunicação e Eventos

www.ppagina.com

Telefone: 11 5908-8210

Rua Loefgreen, 579 | Vila Mariana | 04040.030 | São Paulo/SP

Jornalista Responsável: Luiz Carlos Franco

ppagina@ppagina.com

Weber Shandwick | SulAmérica

Telefone: 11 3027-0200

Livia Scatena

Paula Resende

sulamerica@webershandwick.com

Março/2021