

“Se ligaê”: sucesso de Sergio Mendes, Baby do Brasil e Rogério Flausino viraliza e ganha clipe

Canção que foi especialmente criada para enaltecer o espírito olímpico e a alegria do povo brasileiro, ganha clipe e campanha, e se transforma em hino não oficial das Olimpíadas

O hit "Se ligaê" está em toda parte, seja ruas, nas arenas dos jogos, na TV, nas rádios e agora ganha seu videoclipe oficial. Tudo começou há menos de seis meses, quando a **Musickeria** reuniu um grupo de compositores para criar uma canção capaz de enaltecer nosso povo diante da chegada do maior evento esportivo do mundo no Brasil. Um trio campeão de compositores se uniu à outra "trinca" de ouro da música brasileira, que se juntou para gravar a "**Se Ligaê**", que já é apontada como o "hino não oficial" da Rio2016.

O encontro de **Sérgio Mendes**, ícone da Bossa Nova e um dos nomes brasileiros mais consagrados no exterior, **Baby do Brasil**, uma das cantoras mais versáteis e representativas da cultura do país, e **Rogério Flausino**, astro do pop nacional, resultou na canção "**Se ligaê**", eleita pelo Bradesco como música tema para sua campanha dos jogos olímpicos. O encontro ganhou um clipe, dirigido por Bruno Murtinho, que finalmente é lançado.

A música já está estourada nas principais rádios pop do Brasil, segundo a Crowley. Alcançou o primeiro lugar em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba e Salvador. Nos outros estados, a canção também está presente no Top 5. O tema caiu no gosto popular e acabou sendo eleita a canção tema da campanha do Bradesco durante os jogos.

"**Se Ligaê**" é assinada por **Rogê, Pretinho da Serrinha** e **Leandro Fab**, três grandes compositores que também são responsáveis por sucessos de artistas como Seu Jorge e Arlindo Cruz. O refrão faz referência a uma expressão coloquial, que também será usada para alerta de assuntos importantes, como "*Se ligaê na educação*" e "*Se ligaê no meio ambiente*".

"A nossa idéia foi mostrar como o brasileiro tem força. Não importam os obstáculos, a gente ergue a cabeça e segue em frente", conta Pretinho da Serrinha.

A sintonia dos três artistas no estúdio chamou atenção de Sergio Mendes.

"Esse encontro inusitado trouxe um resultado mágico que nasceu da espontaneidade de um processo colaborativo. De cara, adorei", diz Mendes.

"Três pessoas distintas para atingir um Brasil que é altamente criativo. Garra, ousadia, musicalidade e alegria. Entramos nesse momento gritando 'Se Ligaê' porque agora é o momento da alegria em cima de qualquer problema. Alegria para a galera!", ressalta Baby.

"É uma música pra galera cantar junto. Eu gosto de fazer e de ouvir música assim", completa Rogério Flausino.

Sobre a Musickeria

A Musickeria, dos sócios Afonso Carvalho, Flavio Pinheiro e Luiz Calainho, atua em duas frentes. A primeira, criando e realizando projetos proprietários, como o MIMO Festival, o maior evento de música gratuito do país, e o Sambabook, que homenageia grandes compositores do samba como João Nogueira e Dona Ivone Lara – em um modelo multiplataforma – com interpretações memoráveis de artistas como Caetano Veloso, Criolo, Djavan, Seu Jorge, Diogo Nogueira, Maria Rita, Martinho da Vila, entre muitos outros. Outro exemplo é o projeto ‘Rock in Rio Box Brasil’, que celebrou os 30 anos do festival contando com artistas do calibre de Skank, Frejat, Pitty, Paralamas do Sucesso entre outros.

Já na área corporativa, a empresa desenvolve soluções criativas e inovadoras – junto às agências de publicidade e ao mercado – com o propósito de promover ativação e posicionamento de marcas através da plataforma de música. Direção artística, curadoria, planejamento e execução de alavancagem editorial, plataformas digitais, experiências de branded content são algumas das suas áreas de atuação. A companhia já realizou grandes cases para marcas como Sky, Bradesco, VIVO, Ambev, P&G, Itaú, Gol, Estácio, FIAT, ELO, L’Oreal, Cerveja SOL e agências como Africa, WMcCann, GREY, Leo Burnett, Artplan e DPZ. Entre os cases recentes estão o Re-Colour da canção EX4GERADO, de Cazuza, e a reedição do Circo Voador na praia do Arpoador, desenvolvidos para a VIVO, o musical “SamBRA – 100 anos de samba”, realizado em parceria com a Aventura Entretenimento, e ainda a direção artística e alavancagem editorial de “Divas de Amor” e “Prontas pra Divar”, dois singles com participação de Ivete Sangalo e Claudia Leitte para a marca Gillette Vênus.