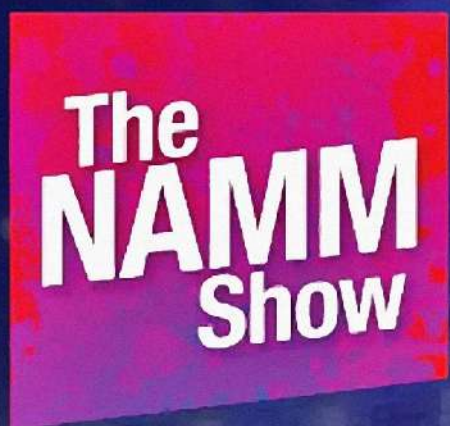


MÚSICA&MERCADO

ÁUDIO PRO & ILUMINAÇÃO | INSTRUMENTOS MUSICAIS | ENTERTAINMENT BUSINESS



the
MUSIC
begins here

COMO FOI O NAMM SHOW 2026?

Análise das experiências e aprendizados que deixou a edição desse ano.

PÁGS. 4 E 36 (EDITORIAL E MATÉRIA)

MULTILASER & SENNHEISER

Multilaser compra operação da marca no Brasil com grande investimento no mercado de áudio pro. **PÁG. 14**

ANIVERSÁRIO SONOTEC: 55 ANOS

Aniversariando e conectando músicos brasileiros às melhores marcas internacionais. **PÁG. 50**

MAIS MARCAS

Yamaha Musical do Brasil agora distribui Line 6, Ampeg, Guild e Córdoba. **PÁG. 62**

E AINDA: Benson, Hertom, AlphaTheta, Bosphorus, GB Musical, Electro-Voice e muito mais!



CONJUNTO DE SOFTWARES
E APPS PARA GESTÃO EMPRESARIAL



Software de gestão **ERP** mais ágil, mais prático e mais inteligente

ERP

Transforme sua empresa em um diferencial competitivo no mercado, com uma gestão **ERP** eficiente e proativa com o **Vipsoft iNove**.



Com o **Vipsoft iNove**, você pode:

Impulsionar vendas e garantir a tomada de decisões inteligentes com os módulos B.I e Vendas Mobile.

Contar com um time de especialistas à sua disposição para tirar dúvidas do software e suas regras de negócio e fiscais.

Emitir Nota Eletrônica de mercadorias e serviços, Cupom Fiscal Eletrônico (CF-e SAT), SPED Fiscal e Bloco K.

Leia o QR Code ao lado:
Solicite uma demonstração com um de nossos consultores e conheça as **vantagens** do Vipsoft iNove



EVERY
BEAT
BECOMES
MUSIC

ZEUS
Cymbals

RADIANT



Resonance



NOVOS ZEUS. **SOFISTICAÇÃO, EQUILÍBRIO E POTÊNCIA.**

Sonotec
MUSIC & SOUND

MUSIMAX
INTERNATIONAL

🌐 www.sonotec.com.br

📱 [f](https://www.instagram.com/sonotecbrasil) [y](https://www.youtube.com/sonotecbrasil) /sonotecbrasil

STAFF

Diretor Geral

Daniel Neves

daniel@musicaemercado.org

Diretora de Redação

Paola Abregú

texto@musicaemercado.org

Diretor de Arte

Dawis Roos

design@musicaemercado.org

Departamento Comercial (Brasil)

Denise Azevedo

comercial@musicaemercado.org

Trade Marketing e Novos Negócios

Thiago Henrique Ferreira

trade@musicaemercado.org

Administração e Finanças

Rosângela Ferreira

adm@musicaemercado.org

Assinaturas

assinaturas@musicaemercado.org

Impressão e Acabamento

Edição 100% digital

Música & Mercado®

Caixa Postal: 2162

CEP: 04602-970

São Paulo / SP / Brasil

Autorizada a reprodução com a citação da Música & Mercado, edição e autor. Música & Mercado não é responsável pelo conteúdo e serviços prestados nos anúncios publicados.

Publicidade

Anuncie na

Música & Mercado

comercial@musicaemercado.org

DANIEL NEVES

CEO DA MÚSICA & MERCADO



“A música exprime a mais alta filosofia numa linguagem que a razão não compreende.”

Arthur Schopenhauer (1788-1860) Filósofo alemão

COMO FOI A NAMM SHOW 2026?

Nos dias que seguem a NAMM — e até durante a feira — uma pergunta aparece como um ritual da indústria: “Qual foi a sua impressão?”

Parece simples, mas geralmente é uma busca por validação. E isso é revelador: muitas respostas dizem mais sobre o sentimento do mercado do que sobre o evento em si.

A NAMM não é apenas uma feira de negócios. Ela é um espelho — e um sensor.

Quem reduz a NAMM a estandes e corredores perde o ponto central. Ela é um espelho da indústria porque expõe o nível de confiança (ou insegurança) com que as empresas decidem investir, estar presentes e liderar.

Mas também é um sensor: em poucos dias, é possível captar sinais que normalmente levariam meses para se tornar evidentes — posicionamento, apetite dos canais, maturidade de mensagens, dinâmicas competitivas e o que está ganhando tração na atenção do mercado.

PÓS-COVID: O RETORNO FOI DIFÍCIL — E A CURVA MELHORA ANO A ANO

O período pós-COVID não trouxe um “retorno triunfal”. Trouxe uma retomada desgastada — financeira e emocionalmente — com baixa disposição ao risco. Isso ficou claro nas primeiras edições após a reabertura.

O ponto-chave: a curva vem melhorando ano após ano. Não por acaso, mas por um alinhamento mais

consistente de propostas de valor, reorganização do ecossistema e reconstrução gradual da confiança. Em 2026, ouvi repetidamente que os resultados operacionais B2B foram melhores do que em 2025 — e, para alguns, superiores aos de anos anteriores da retomada. Para líderes de marketing e vendas, isso indica um pipeline mais denso e um mercado que começa, novamente, a querer “se encontrar”.

O MERCADO VIROU UMA REDE — E AÍ COMEÇA A CONFUSÃO

Grande parte da confusão não está no evento, mas na mudança de paradigma.

A indústria deixou de funcionar como uma linha previsível (marca → distribuidor → varejista → consumidor). Hoje, todos vendem e todos podem ser mídia: o vendedor digital, o produtor de referência, o integrador, o artista com equipe, o varejista — e, cada vez mais, todos também atuam como criadores de conteúdo, formadores de opinião e motores de demanda.

A cadeia virou uma rede. Quem ainda enxerga o mercado como uma linha está competindo com o mapa errado.

Aqui está a parte delicada, mas verdadeira: racionalmente, muitos expositores entendem essa complexidade. Emocionalmente, muitos ainda sentem saudade do conforto do passado — quando o funil parecia mais controlável e a jornada, mais linear. A NAMM expõe a complexidade do futuro, e nem todos assimilaram isso com clareza. Por isso as respostas divergem quando alguém pergunta: “Como foi a feira?”

Isso ficou ainda mais evidente nas conversas e reuniões que participei e conduzi durante a semana — incluindo um encontro com mais de 130 executivos e tomadores de decisões de distribuição da América Latina: racionalmente, a leitura aponta para um mercado multitoque; emocionalmente, muitos ainda desejam o antigo modelo de previsibilidade.

A FEIRA NÃO COMPETE COM O DIGITAL — COMPETE COM A DISPERSÃO (E COMPRIME O TEMPO)

Comparar uma feira de negócios com uma campanha digital como se fossem substitutas é um erro de métrica. Marketing e vendas hoje são, por natureza, multitoque — e o digital amplifica isso. Mas há algo que o digital raramente entrega com a mesma intensidade: compressão de tempo em um contexto de alta intenção.

Uma feira forte acelera, em poucos dias:

- confiança entre as partes;
- leitura de sinais competitivos;

EDITORIAL

- alinhamento de expectativas;
- reuniões com potencial real de pipeline.

Para líderes de marketing e vendas, isso equivale a um raro momento presencial de “alta concentração de intenção”. É por isso que modelos clássicos de atribuição falham: feiras quase nunca são o “último clique”. Elas são influência, relacionamento e conversão cumulativa.

O DILEMA DO “CLOSED-DOOR”: PROTEGER O ROI SEM MATAR A DESCOBERTA

É natural que marcas protejam tempo, confidencialidade e ROI com agendas bem controladas. Isso funciona para quem já está no calendário.

O risco começa quando o modelo se torna fechado demais: acesso apenas por agendamento, intermediários desconhecidos, estandes que parecem bunkers, salas que blindam excessivamente o contato. Ouvi essa frustração de compradores reais.

O problema não é perder uma reunião agendada. É perder a descoberta — e é na descoberta que nasce o próximo canal: o músico que amadureceu, o distribuidor que ganhou musculatura regional, o integrador que virou especificador, o varejista que se tornou um hub de influência e compras.

A solução elegante é híbrida: agendas protegidas + “janelas de porosidade” (horários claros de porta aberta, com equipe treinada para triagem qualificada). Em termos de marketing: cobertura de topo de funil sem sacrificar meio e fundo de funil.

ONDE A NAMM ESTÁ CRIANDO VALOR: MÍDIA, CONTEÚDO E EDUCAÇÃO COMO INFRAESTRUTURA

Há um movimento que merece mais atenção — e que muitos ainda subestimam: a forma como a NAMM atua não apenas como feira, mas como infraestrutura do setor para mídia, educação e narrativa.

Global Media Day, alta densidade de conteúdo, sessões educacionais lotadas: isso não é “acessório”. É uma tentativa pragmática de organizar um mercado que se tornou mais plural, mais influenciado e menos linear — onde reputação, comunidade, criadores e aprendizado acelerado moldam a demanda e o sell-through.

Para líderes de marketing e vendas, a mensagem é simples: a feira se parece cada vez mais com um estúdio de conteúdo + um laboratório de posicionamento + um hub de relacionamentos. Poucos enxergam o desenho completo; por isso muitos interpretam ajustes de rota como “confusão”.

O SINAL QUE UM ESTANDE ENVIA AO CANAL (E POR QUE ISSO IMPORTA)

Há um efeito pouco calculado: o estande é um sinal para o canal.

Quando uma marca “aparece pequena”, distribuidores e varejistas aprendem que “investir pouco” é aceitável. E esse sinal se replica país a país — como um modelo involuntário de trade marketing.

Em outras palavras: se a marca não se apresenta bem para a festa, por que o canal se apresentaria bem no mercado local?

No fim, todos perdem — mas especialmente a marca que transmite a mensagem de que investir em si mesma não vale a pena.

A PERGUNTA CERTA

Talvez a pergunta “como foi a NAMM?” esteja ficando pequena demais.

A pergunta real é: já aceitamos que o mercado virou uma rede — e estamos prontos para liderar dentro dela? ■

CONTATOS

Instrumentos

Benson	51 3034 8100 proshows.com.br • 17
D-One	18 3941 2022 sonotec.com.br • 13
Novation	51 3034 8100 proshows.com.br • 77
Zeus Cymbals	18 3941 2022 sonotec.com.br • 3

Outros

Conecta+	conectamusica.com.br • 65
Vip Soft	11 3393 7100 vipsoft.com.br • 2

Acessórios

Dunlop	11 94138 3694 izzomusical.com.br • 83
PowerClick	21 2722 7908 powerclick.com.br • 87
Sparflex	11 2535 8900 sparflex.com.br • 75
Vandoren	11 3602 7100 izzomusical.com.br • 91
Williams	43 3037 1329 williams-drumheads.com • 53,81

Amplificadores / Áudio Profissional

Behringer	51 3034 8100 proshows.com.br • 98
DBR	51 3034 8100 proshows.com.br • 9

Parcerias

NAMM[®]

CONECTA+

music
CHINA

Associados

anafima 
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA DA MÚSICA

FREMÚSICA 
FRENTE PARLAMENTAR SUPRAPARTIDÁRIA
EM DEFESA DA INDÚSTRIA DA MÚSICA

SUMÁRIO

36 CAPA NAMM SHOW 2026

+60 mil participantes, 1.650 expositores representando +5.400 marcas, cerca de 15.000 artistas e +200 sessões educacionais com 550 palestrantes. O que aprendemos da NAMM 2026?



4 EDITORIAL

- 10 **DJ** AlphaTheta lança o DJM-V5, novo mixer compacto de 3 canais
- 14 **MERCADO** Multilaser compra operação da Sennheiser no Brasil em aposta de R\$ milhões no mercado de áudio profissional
- 18 **CONTRATAÇÃO** GB Musical anuncia Alexandre Nascimento como novo Head de Vendas
- 20 **GRAVAÇÃO** Laura Zimmermann garante som em Ainda Estou Aqui com Lectrosonics
- 22 **INSTALAÇÃO** Duecanali impulsiona a rede de unidades do Sesc São Paulo
- 24 **CORPORATIVO** Electro-Voice anuncia nova liderança para a América Latina
- 26 **TOUR** Ayrton Veloce Profile e Domino LT iluminam a turnê mundial de Shakira
- 28 **NOVO** Cameo apresenta a segunda geração da luz wash Zenit
- 30 **SHOW** Dave Matthews Band renova sua turnê de verão com Robe
- 34 **PROFILE** Elation amplia a série Paragon com o Paragon LT
- 50 **ANIVERSÁRIO** Sonotec celebra 55 anos conectando músicos brasileiros às melhores marcas internacionais
- 54 **PEDAL** Artur Menezes colabora com a Dophix em novo pedal
- 56 **LANÇAMENTO** Benson Instrumentos apresenta linha de guitarras Brave Series
- 60 **GLOBAL** Fender nomeia Edward "Bud" Cole como novo CEO
- 62 **DISTRIBUIÇÃO** Yamaha Musical do Brasil assume distribuição de Line 6, Ampeg, Guild e Córdoba
- 66 **PRATOS** Do Brasil para o mundo: a Hernan Voyzuk Project Series entra no catálogo global da Bosphorus
- 70 **VIOLÃO** Hertom Guitars lança Série Stage, nova linha de violões voltada para o palco
- 72 **NOVIDADE** Auratec lança RollUp, rampa dobrável e modular
- 74 **EDUCAÇÃO** Academia do Rock cresce 39,5% em faturamento, consolida expansão em 2025 e projeta novas unidades para 2026
- 78 **IA** Moises lança AI Studio, plataforma de IA que gera instrumentais adaptados à criação do artista
- 80 **FEIRA** Adeus, Frankfurt! Prolight + Sound deixa de ser realizada na Alemanha
- 84 **DICAS** Cuidado com instrumentos acústicos em clima tropical
- 88 **LOJISTAS** A Geração Z e Alpha: o novo comprador que está redefinindo as lojas de música
- 92 **PRODUTOS**

DBR

LANÇAMENTO

VA 5000 XT MK2

EXTREME SERIES

Mais versatilidade. Mais controle.

Agora com ainda mais recursos para quem entende do assunto.

O VA5000XT MK2 une potência real, conectividade moderna e controle absoluto para quem precisa de resultado em qualquer palco.

Agora com Bluetooth integrado e tecnologia TWS, o sistema permite conexão estéreo sem cabos, facilitando a montagem e garantindo mais liberdade operacional.

Com 1600W de potência RMS, subwoofer de 18" com bobina de 4" e duas torres com 6 falantes de 3,5", o VA5000XT MK2 entrega resposta de frequência completa, excelente definição sonora e SPL máximo de 132dB — ideal para igrejas, eventos ao vivo, casas de show e instalações fixas.

O sistema é bivolt selecionável e conta com conexões profissionais XLR, RCA, combo (XLR + P10) e Bluetooth, pronto para se adaptar com facilidade aos mais diversos setups.

Mais performance e menos complicação. O VA5000XT MK2 é som na medida certa para quem exige qualidade e eficiência.



BLUETOOTH

TWS

TRUE WIRELESS STEREO



ProShows



www.proshows.com.br



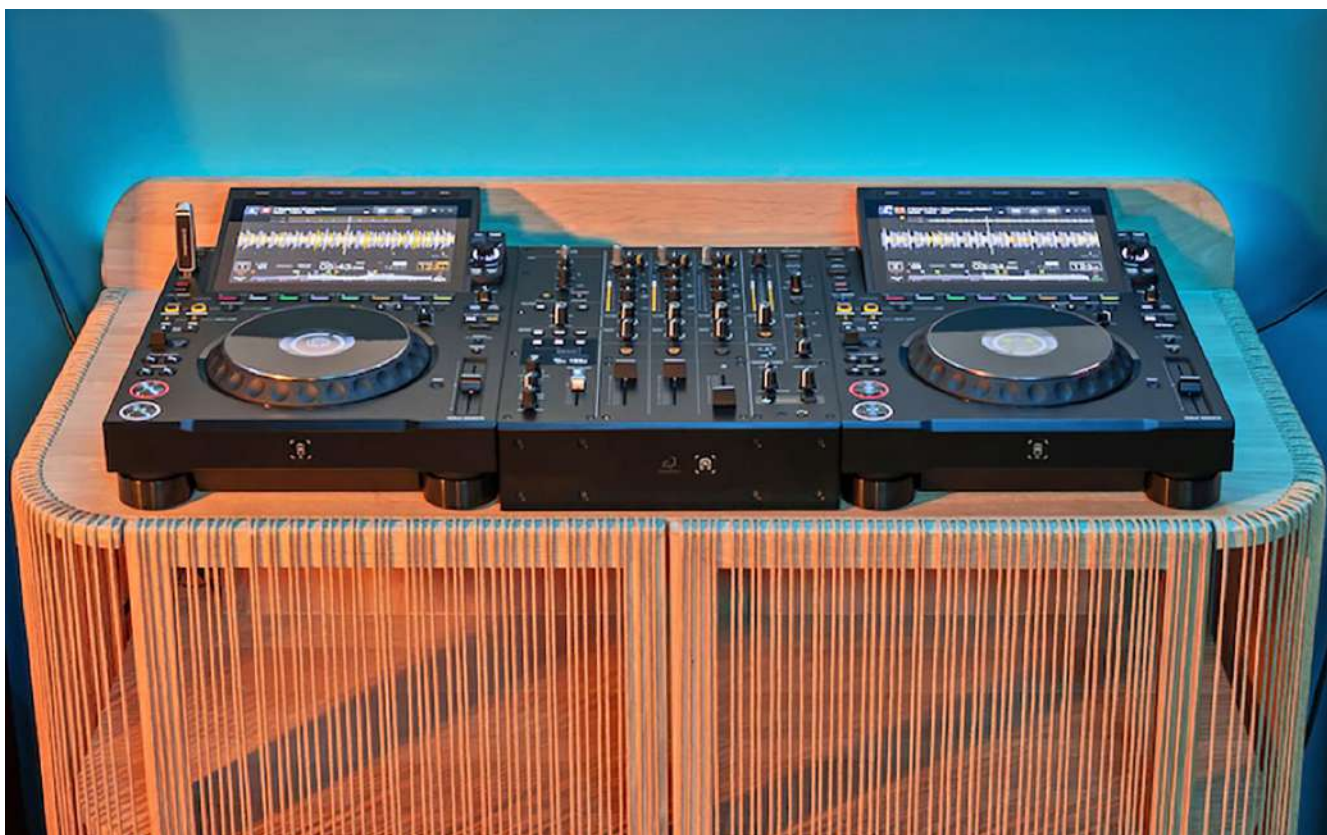
(51) 3034-8100



[proshows.oficial](https://www.facebook.com/proshows.oficial)

DJ

AlphaTheta lança o DJM-V5, novo mixer compacto de 3 canais



Modelo herda o DNA do DJM-V10 e incorpora tecnologia SonicLink para monitoramento sem cabos e com latência ultrabaixa



A AlphaTheta anunciou o lançamento do DJM-V5, um novo mixer de DJ de 3 canais que reúne as principais características do DJM-V10 — modelo profissional de 6 canais usado em grandes festivais — em um formato mais compacto e portátil, sem abrir mão da qualidade sonora e das possibilidades criativas.

Com tamanho cerca de 30% menor que o DJM-V10, o DJM-V5 foi desenvolvido para cabines com espaço reduzido, mas mantém o layout e a ergonomia familiares aos DJs profissionais, incluindo EQ de 4 bandas, compressor, filtro e Send FX. Os faders de canal de 60 mm são os mesmos do DJM-V10-LF, e o novo modo Soft Mix Curve ajuda a obter transições mais suaves ao aplicar uma leve atenuação das altas frequências durante as mixagens.

Som de alta resolução e assinatura sonora refinada

O DJM-V5 herda a reconhecida assinatura sonora do DJM-V10, com processamento interno DSP de 64 bits/96 kHz e conversores A/D e D/A de 32 bits da ESS Technology. Segundo a marca, todos os componentes de áudio foram selecionados e ajustados após testes em ambientes reais, como clubes, para garantir um som equilibrado, com maior definição espacial e excelente separação entre os elementos, mesmo em mixagens mais densas.

Efeitos avançados e mais liberdade criativa

O mixer conta com 6 tipos de Send FX: Short Delay, Reverb, Shimmer, Tape Echo, PingPong e Echo-Verb. Cada canal possui seu próprio controle de nível de efeito, e o controle de tempo muda de comportamento conforme o tipo de efeito, permitindo desde ajustes suaves e contínuos até passos sincronizados com o BPM para aplicações mais rítmicas e precisas.

Monitoramento sem fio com SonicLink

Um dos grandes diferenciais do DJM-V5 é a integração do transmissor SonicLink, tecnologia sem fio proprietária da AlphaTheta com latência ultrabaixa. Quando combinado com os fones HDJ-F10, o sistema permite monitorar a mixagem sem o uso de cabos, oferecendo mais liberdade de movimento na cabine sem comprometer a resposta em tempo real.

Compacto, potente e voltado ao DJ moderno

Com design elegante, recursos herdados do DJM-V10 e foco em criatividade, portabilidade e qualidade sonora, o DJM-V5 se posiciona como uma nova opção para DJs que buscam um mixer profissional, versátil e preparado tanto para clubes quanto para apresentações móveis. ■



Studio Maple

SOM DE PALCO. ALMA DE ESTÚDIO.



PREMIUM

Maple Shell

AROS
DIE-CAST

Foto Ilustrativa. Pratos não inclusos.

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS:

- Bordas 30 graus
- 6 folhas Maple/Poplar
- Tom Holder duplo
- Peles Remo
- Ferragem reforçada
- Estantes com 2 níveis de altura
- Sistema Suspenso

Kit de ferragens robustas e reforçadas e pedal de bumbo com corrente dupla.



Para mais detalhes, cores e configurações.

Sonotec
MUSIC & SOUND

MUSIMAX
INTERNATIONAL



www.sonotec.com.br



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

D-ONE

Multilaser compra operação da Sennheiser no Brasil em aposta de R\$ milhões no mercado de áudio profissional



Grupo que fabrica eletrônicos populares assume distribuição exclusiva de marca alemã premium, enquanto ex-parceira CMV sobe para comando regional na América Latina.

A Multilaser, conhecida por produzir TVs, computadores e eletroportáteis para o varejo de massa, acaba de entrar no segmento de áudio profissional pela porta da frente: assumiu a distribuição exclusiva da Sennheiser no Brasil, uma marca alemã de 80 anos que equipa estúdios, emissoras e salas de reunião corporativas no mundo inteiro.

O movimento não é uma simples troca de distribuidor. É uma reorganização estratégica que revela como fabricantes globais estão repensando suas operações na América Latina — e como empresas brasileiras com infraestrutura robusta podem capturar oportunidades em mercados de nicho e alto valor agregado.

Da parceria local ao comando regional

Por mais de uma década, a CMV Audio Group foi a parceira nacional da Sennheiser no Brasil. Agora, foi promovida a Regional Partner para toda a América Latina, exceto México. A mudança libera a empresa para focar em desenvolvimento de mercado e alinhamento estratégico regional, enquanto a Multilaser assume importação, logística, gestão comercial e estoque local.

Não é uma saída — é uma divisão de papéis. A CMV sobe na hierarquia e amplia território. A Multilaser entra com músculo operacional.

Para garantir a transição, Daniel Reis, sócio da CMV e executivo responsável pela operação latino-americana da Sennheiser, passa a integrar o quadro executivo da Multilaser. Parte da equipe técnica da CMV acompanha o movimento.

Por que a Multilaser?

A escolha tem lógica empresarial clara. A Multilaser opera um complexo industrial em Extrema (MG), duas fábricas na Zona Franca de Manaus e mantém laboratório de engenharia na China. Distribui mais de 3 mil produtos em 40 mil pontos de venda. Já trabalha com marcas internacionais como DJI, Targus e Toshiba.

Ou seja: tem escala, capilaridade e experiência em importação e logística. Exatamente o que faltava para a Sennheiser expandir no Brasil sem depender de estruturas externas ou prazos longos de importação.

O portfólio que a Multilaser passa a operar inclui microfones sem fio, sistemas de conferência, equipamentos de monitoramento e soluções para produção musical. O público-alvo não é o consumidor final, mas o canal profissional: integradores, locais, revendedores e subdistribuidores.

MERCADO

O que está em jogo

Para a Sennheiser, trata-se de ganhar velocidade em um mercado que cresceu e se sofisticou. Eventos ao vivo voltaram com força, empresas investiram em salas de conferência híbridas, igrejas e universidades modernizaram infraestrutura de som. A demanda existe — mas só com operação local é possível atendê-la com agilidade.

Para a Multilaser, é a chance de migrar para segmentos de margem mais alta. Fabricar eletrônicos de consumo é um negócio de volume e margem apertada. Distribuir equipamentos premium para canais B2B é outra história: margens melhores, clientes recorrentes, contratos de maior ticket médio.

Para a CMV, representa consolidação regional. Sair da operação brasileira para assumir a América Latina não é rebaixamento — é expansão de mandato.

O desafio da execução

A infraestrutura está montada. A equipe de transição, definida. Mas resta a pergunta estratégica: a Multilaser conseguirá traduzir a filosofia de uma marca construída sobre precisão técnica e atendimento consultivo?

Áudio profissional não é mercado de prateleira. É relacionamento, suporte técnico, conhecimento de aplicação. A Sennheiser atende engenheiros de som, diretores técnicos de TV, gerentes de TI corporativo. Gente que não compra pelo preço — compra pela confiabilidade.

A Multilaser tem escala. Agora precisa provar que tem expertise.

Sinais de um mercado maduro

O acordo Sennheiser-Multilaser-CMV é sintoma de algo maior: o mercado brasileiro de tecnologia atingiu maturidade suficiente para que marcas globais confiem em estruturas nacionais para operar segmentos sofisticados.

Não é mais sobre importar e revender. É sobre ter capacidade de gerenciar cadeias complexas, manter estoque técnico, treinar canais especializados e garantir suporte pós-venda em escala nacional.

Para empresas brasileiras com ambição de crescer além do varejo de massa, esse é o caminho: capturar operações de marcas internacionais que precisam de infraestrutura local, mas não querem construí-la do zero.

A Multilaser apostou nisso. Agora é entregar. ■

benson

Hardy Series Bass



Hardy Jazz Bass 4C

Hardy Jazz Bass 5C

Hardy Bass Precision 4C

Hardy Modern Bass 5C

Hardy Modern Bass 4C

GB Musical anuncia Alexandre Nascimento como novo Head de Vendas



Executivo assume a gestão comercial com foco em expansão, fortalecimento da rede de representantes e lançamento de novos produtos em 2026.

A GB Musical anunciou a chegada de Alexandre Nascimento ao seu time como Head de Vendas. O executivo passa a ser responsável pela gestão da equipe comercial, com foco no crescimento da empresa e no cumprimento das metas das marcas do grupo.

A contratação faz parte do movimento de estruturação da área comercial da GB Musical em um momento de expansão do portfólio e dos investimentos em novos produtos. “Fiquei surpreso com a dimensão da empresa. São mais de 500 produtos em diferentes linhas e uma fábrica com mais de 10 mil metros quadrados de área construída. A GB já está planejando o lançamento de mais de 90 itens para 2026. É uma empresa que continua crescendo”, afirma Alexandre. “Mesmo sendo o único que está chegando de fora, fui recebido com muito carinho pelo Rafael e pelo Bruno Biondi. O relacionamento que eles constroem com as pessoas e com os lojistas é diferenciado. Tenho certeza de que será uma nova fase sensacional.”

Reforço estratégico em um momento de expansão

Fundada em 1980, a GB Musical iniciou, em 2010, suas atividades de importação e distribuição de equipamentos de áudio, instrumentos musicais, iluminação e acessórios. A empresa atua com o propósito de renovar o mercado da música, oferecendo produtos, serviços e tecnologia alinhados às demandas do mercado brasileiro.

Atualmente, a GB Musical opera com quatro marcas: Soundvoice (áudio), Smart (ferragens e acessórios), Spring (instrumentos musicais) e Spectrum (iluminação), formando um portfólio reconhecido pelo alto giro e pela busca constante de melhor custo-benefício.

Experiência no mercado de áudio e MI

Alexandre Nascimento traz ao cargo uma trajetória de mais de 20 anos no setor de cabos e acessórios musicais. Antes de chegar à GB Musical, atuou em empresas como Santo Angelo, Sparflex e Datalink, além de ter liderado equipes comerciais na Mancini, onde foi responsável por reestruturar o departamento de vendas externas e implantar uma nova política comercial.

Ao longo da carreira, construiu relacionamento direto com lojistas, distribuidores e representantes em todo o Brasil, experiência que agora passa a ser aplicada na nova fase da GB Musical. Com a chegada de Alexandre, a empresa reforça sua estrutura comercial e se prepara para um novo ciclo de crescimento, apoiado na ampliação do portfólio e na consolidação de suas marcas no mercado nacional. ■

Laura Zimmermann garante som em *Ainda Estou Aqui* com Lectrosonics



Engenheira de som brasileira explica
uso de equipamento usado no filme.

A engenheira de som direto Laura Zimmermann assinou um dos trabalhos mais marcantes do cinema brasileiro recente em *Ainda Estou Aqui*, filme de Walter Salles que entrou para a história ao se tornar a primeira produção brasileira a vencer o Oscar de Melhor Filme Internacional.

Seu trabalho rendeu o Grande Otelo 2025 da Academia Brasileira de Cinema.

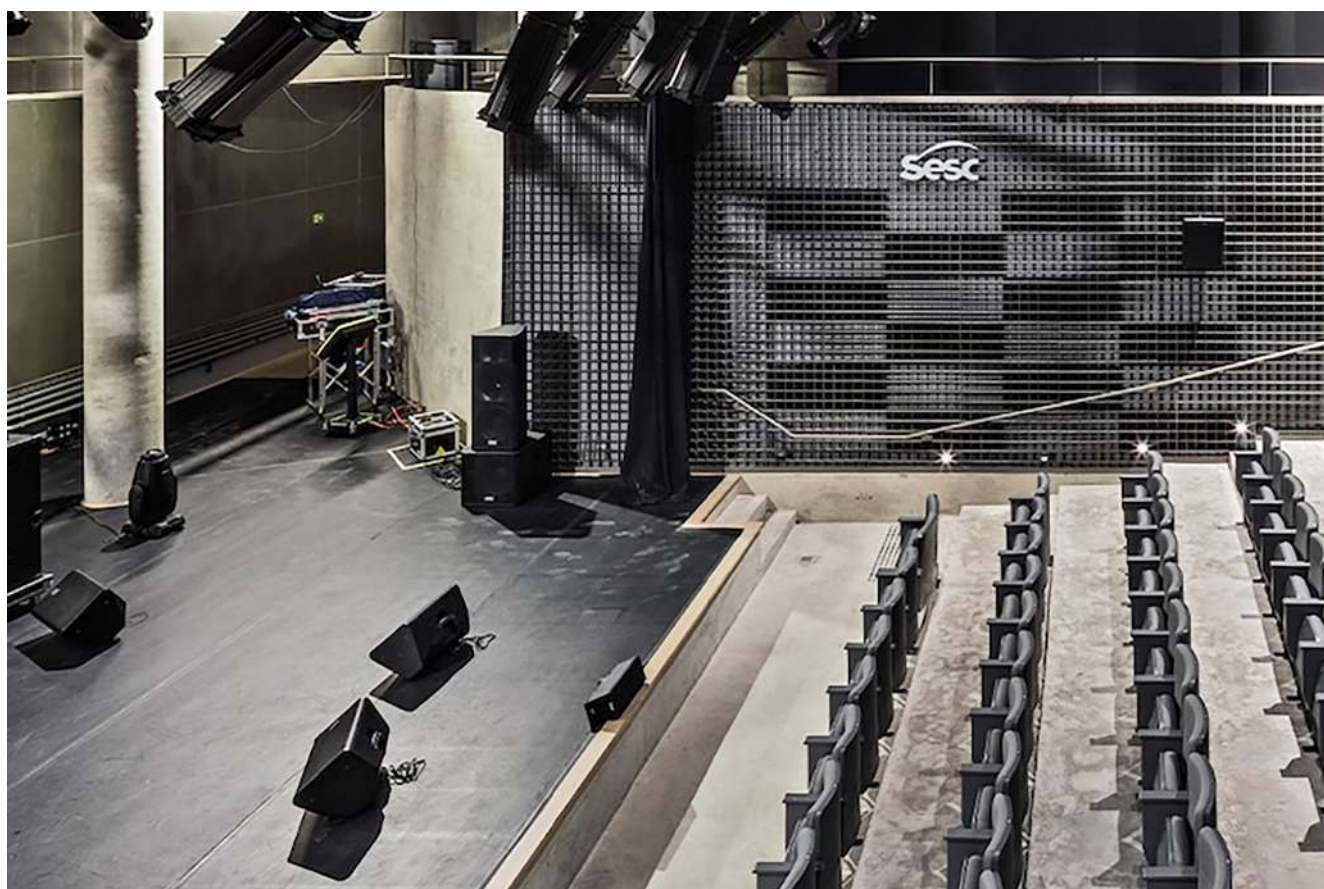
Para atender às exigências do projeto — que recria ambientes sonoros dos anos 1970 até os dias de hoje — Zimmermann utilizou transmissores SMQV, SSM, LMB e HMa, além de receptores DSR4, SRc, DCR822 e DSQD da Lectrosonics. O foco do diretor na autenticidade levou a equipe a registrar sons reais sem interferências modernas, como gravações do mar em uma ilha remota e o som de carros de época com motores originais.

A preparação dos cenários também foi essencial. A casa principal recebeu tratamento acústico para permitir que os atores atuassem com liberdade sem comprometer a captação. Com filmagens entre Rio e São Paulo, Zimmermann destacou a estabilidade do sistema sem fio em um espectro de frequências complexo: durante seis semanas de gravação em interiores, não precisou alterar a frequência.

“Mesmo sendo o maior projeto da minha carreira, os equipamentos funcionaram com total consistência”, afirmou.

Ainda Estou Aqui está disponível na Netflix, Apple TV, Amazon Prime Video e outras plataformas. ■

Duecanali impulsiona a rede de unidades do Sesc São Paulo



Amplificadores italianos potenciam o som por traz dos eventos nas unidades em SP.

A plataforma de amplificação Duecanali, da Powersoft, tornou-se a base sonora de concertos, oficinas e atividades comunitárias na rede de unidades do Sesc São Paulo, que já conta com mais de 100 amplificadores Duecanali 1604 instalados em todo o estado.

O projeto é liderado pelo designer e consultor Reinaldo Pargas, da AVM Projetos e Consultoria em Tecnologia, parceiro do Sesc desde 2003. A instituição — fundada em 1964 e com 43 unidades ativas em 2025 — oferece diariamente cursos, exposições, espetáculos e programas educativos em diversas cidades paulistas.

Os amplificadores Duecanali 1604 garantem áudio de alta qualidade com baixo consumo de energia e mínima dissipação de calor, algo essencial em espaços que recebem, em um mesmo dia, oficinas pela manhã, shows à tarde e palestras à noite. O modelo entrega 800 W por canal (4/8 Ω) e até 2.000 W em bridge, permitindo alimentar caixas de baixa impedância ou linhas distribuídas de 70/100 V.

A AVM optou pela versão DSP+D, com processamento interno e conectividade Dante/AES67, possibilitando roteamento via IP e ajustes diretos no ArmoníaPlus, sem necessidade de DSP externo.

Segundo Pargas, a combinação de tamanho compacto, eficiência e baixa distorção tem sido decisiva para garantir sonoridade consistente em salas de diferentes formatos, otimizar rack rooms e reduzir o consumo energético. Além disso, o sistema permite atender às diretrizes técnicas rigorosas do Sesc e às demandas de artistas em circulação.

A rede Sesc seguirá em expansão nos próximos meses, com novas unidades previstas em Marília e no Parque Dom Pedro II, onde a Powersoft deve novamente integrar a infraestrutura principal de áudio. ■

Electro-Voice anuncia nova liderança para a América Latina



Reorganização estratégica busca fortalecer presença regional e ampliar foco no cliente.

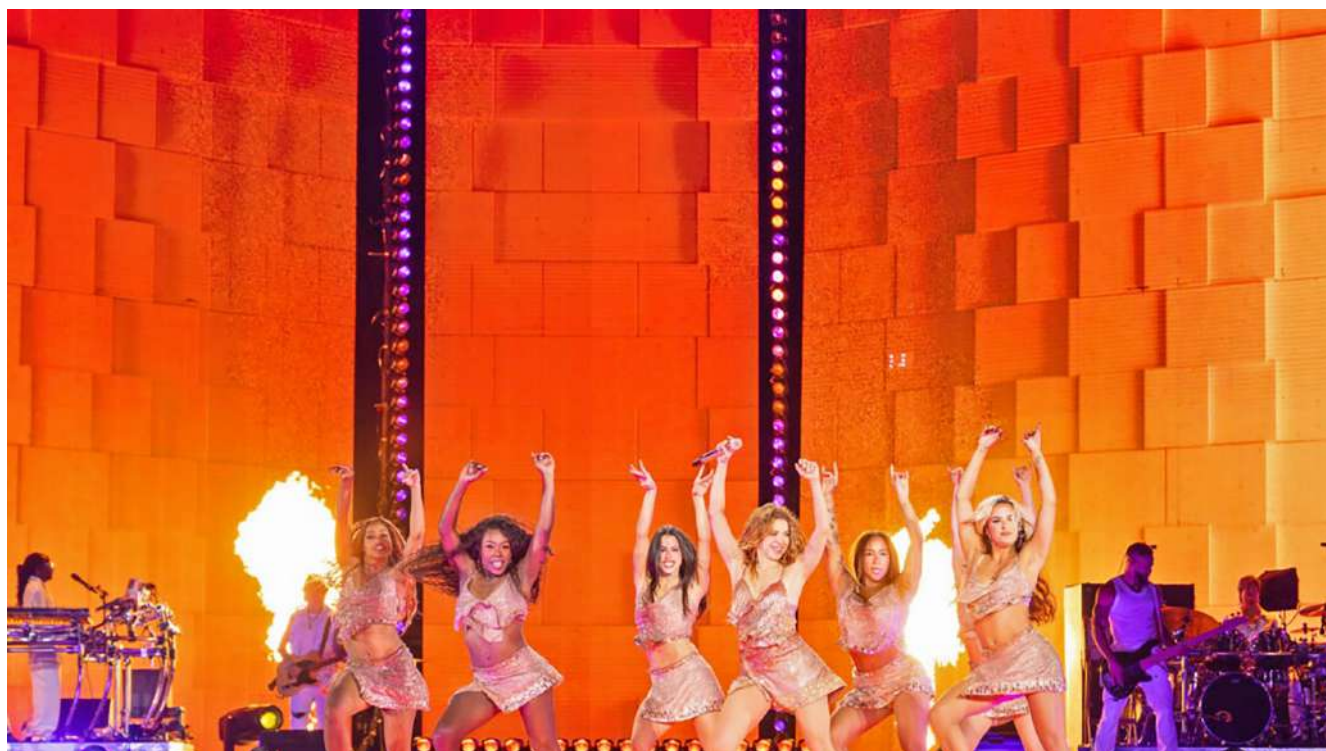
A Electro-Voice confirmou uma importante mudança organizacional na América Latina como parte do processo de transformação em curso no Grupo KEENFINITY. O objetivo é tornar a operação mais ágil e alinhada às necessidades do mercado de áudio profissional, reforçando a atuação das marcas do grupo na região.

Desde 1º de outubro de 2025, Robson Marzochi assumiu o cargo de Head de Vendas e Marketing para o negócio de Áudio na América Latina, tornando-se o responsável pelas estratégias comerciais e de marketing das marcas Electro-Voice, Dynacord, RTS, Telex e Bosch.

Marzochi já havia ocupado função semelhante no mercado brasileiro, período no qual contribuiu para o crescimento da marca e para a consolidação de seu portfólio entre integradores, distribuidores e usuários profissionais. Segundo a empresa, sua experiência e conhecimento técnico serão fundamentais para fortalecer a presença do grupo em todos os países latino-americanos.

A nova estrutura integra ações de vendas, marketing, relacionamento com clientes e iniciativas voltadas a inovação. O foco agora está em crescimento sustentável, fortalecimento das marcas e maior proximidade com o mercado, aprimorando a resposta às demandas do setor de sonorização, instalação, broadcast e áudio ao vivo. ■

Ayrton Veloce Profile e Domino LT iluminam a turnê mundial de Shakira



Os equipamentos da Ayrton são destaque no projeto de iluminação da “Las Mujeres Ya No Lloran World Tour”, que segue em turnê até fevereiro de 2026.



A turnê mundial de Shakira, “Las Mujeres Ya No Lloran World Tour”, conta com um grande projeto técnico de iluminação baseado em refletores Ayrton. O lighting designer Dan Norman, da Silent House, utilizou 72 Veloce Profile e 76 Domino LT, em um desenho pensado para grandes arenas e longas distâncias de projeção.

A PRG foi responsável pelo fornecimento de iluminação, vídeo, câmeras e equipe técnica da turnê, que começou no Rio de Janeiro em fevereiro de 2025 e tem encerramento previsto para 27 de fevereiro de 2026, na Cidade do México. Na América do Norte, a Ayrton é distribuída exclusivamente pela ACT Entertainment.

Os Veloce Profile foram escolhidos pela alta potência e versatilidade em grandes palcos, enquanto os Domino LT assumiram papel central nas projeções de longo alcance, com alto nível de precisão, foco e controle de zoom, especialmente em shows em estádios.

“Shakira quebrou recordes de público no México e em diversas cidades ao longo da turnê”, afirma Burton Tenenbein, vice-presidente de vendas para música da PRG. “A Ayrton é uma das marcas que mais gera feedback positivo entre nossos clientes, graças ao seu nível de inovação e desempenho em grandes produções”.

A PRG foi a primeira empresa da América do Norte a incorporar os novos Veloce Profile ao seu inventário, além de já contar com equipamentos Ayrton Diablo, Perseo e Domino LT. Segundo Tenenbein, o suporte global da ACT Entertainment e da equipe da Ayrton foi fundamental para garantir a operação em uma turnê de alta complexidade logística. ■

NOVO

Cameo apresenta a segunda geração da luz wash Zenit



O modelo ZENIT W600 G2 foi lançado em dezembro e amplia a potência e a flexibilidade do padrão de iluminação wash para uso externo.

A Cameo anunciou o lançamento da segunda geração de sua consagrada linha de projetores wash para exteriores com a apresentação do ZENIT W600 G2, modelo desenvolvido para atender desde produções teatrais e televisivas até grandes palcos de festivais.

O novo ZENIT W600 G2 mantém a base que transformou a série em um padrão do setor, incorporando um motor LED de 660 W, fluxo luminoso de 32.000 lúmens, CRI de 98 e TLCI de 95, voltados para garantir reprodução cromática precisa em aplicações profissionais.

O equipamento utiliza 40 LEDs RGBALC de 50 W e a tecnologia XColour, que integra um sistema de mistura de cores calibrado para gerar um espectro contínuo e natural. Entre os recursos criativos estão o controle vertical por segmentos, o alinhamento preciso de múltiplas unidades na vertical e horizontal e o sistema eletrônico SnapMag FX, que permite alterar rapidamente o ângulo do fecho entre 18° e 54°.

Projetado para uso intenso ao ar livre, o ZENIT W600 G2 pesa 12,9 kg, conta com alça superior ergonômica, pontos de segurança estrategicamente posicionados e proteção IP65, facilitando montagem rápida e operação confiável em condições climáticas adversas.

Como parte de seu ecossistema digital, a Cameo adicionou compatibilidade com o app Cameo Connect, que permite configurar os equipamentos sem fio via NFC. O aplicativo também oferece acesso direto ao Portal de Serviços da Adam Hall, com diagnóstico, suporte técnico e atualização de firmware para uma gestão mais eficiente do parque de iluminação.

Em termos de investimento e compatibilidade, o ZENIT W600 G2 é totalmente compatível com filtros e acessórios da série G1 e pode operar em modo legado, permitindo o uso conjunto de unidades G1 e G2 com consistência de cor, aparência e desempenho. ■

Dave Matthews Band renova sua turnê de verão com Robe



A Dave Matthews Band (DMB) voltou a lotar arenas em sua tradicional turnê de verão com um design visual que apostou em dinamismo, elegância e uma integração precisa entre luz e vídeo.



O designer de produção Fenton Williams e o designer/programador de iluminação Aaron Stinebrink trabalharam juntos para criar um show renovado, apoiado em uma seleção de equipamentos Robe fornecidos pela TMS (Theatrical Media Services), de Nebraska.

O rig contou com 24 iFORTES, 36 Spikies, 14 MegaPointes e dois iFORTE Follow Spots operados via RoboSpot. A turnê de 15 semanas apresentou uma estrutura cênica marcada por um grande arco de truss de 54 pés de largura e 26 pés de altura, além de pods semicirculares automatizados de 15 pés com luzes integradas.



Segundo Stinebrink, os iFORTES foram fundamentais como luz principal: “O output e o CRI funcionam perfeitamente para IMAG, mantendo uma imagem limpa e consistente”. Os MegaPointes, posicionados em ângulos variados, reforçaram efeitos e acentos visuais, enquanto os Spikies emolduraram o cenário com texturas e padrões no estilo ACL.

O design deste ano nasceu de um show acústico anterior em Cancún, cujo estilo inspirou a estética da turnê 2025. A equipe também integrou seis camadas de vídeo controladas por Williams, com conteúdo produzido pela PXLField.



A flexibilidade foi essencial: o setlist mudava diariamente, exigindo uma programação adaptável para acompanhar a performance altamente improvisada da banda. “Cada noite é diferente, e o design precisava respirar com a banda”, afirma Stinebrink.

A TMS, que ampliou sua frota de iFORTES para esta produção, destacou que o equipamento se tornou uma escolha recorrente entre LDs. A longa relação entre a empresa e a DMB também ajudou a garantir estabilidade em uma turnê que combinou criatividade, precisão técnica e um ambiente de trabalho colaborativo — marca registrada da banda. ■

Elation amplia a série Paragon com o Paragon LT



Um profile LED de longo alcance projetado para grandes produções e shows em estádios.

A Elation anunciou a adição do PARAGON LT à sua premiada série PARAGON, um profile LED de longo alcance desenvolvido para gerar impacto visual em cenários de grande porte e produções de alta exigência.

O PARAGON LT se destaca por um motor LED branco de CRI variável com 1.300 W, capaz de entregar até 52.000 lúmens — especificação ideal para longas distâncias. Sua lente frontal de 200 mm e o zoom rápido de 3,7° a 48° permitem desde feixes precisos e potentes até coberturas amplas no estilo wash.

O aparelho incorpora tecnologias essenciais da linha, incluindo o sistema Tru-Tone, que possibilita ajustar o CRI entre 70 e 93, e um novo dimmer que aumenta o brilho em 4%. O modo Turbo adiciona até 20% extra de saída, enquanto o chassi redesenhado reduz peso e melhora a resistência. O modelo também traz um sistema CMY silencioso e a maior roda de gobos rotativos já produzida pela Elation.

Flexibilidade criativa e suite completa de efeitos

O PARAGON LT oferece três discos de gobos, disco de animação, prisma duplo, frost duplo, íris de alta velocidade e um sistema de framing com blackout total. É indicado para broadcast, teatro, turnês e eventos arquitetônicos que demandam cortes precisos e definição máxima.

Opcionalmente, a tecnologia SpectraColor amplia ainda mais a paleta por meio de um sistema híbrido CMY + RGB combinado com CTO variável, permitindo desde tons pastéis teatrais até cores intensas e saturadas. Seu sistema Ultra Dimming, operando a 25 kHz, garante transições suaves mesmo em níveis mínimos, evitando interferências em câmeras e gravações por celular.

Construído para múltiplos usos e condições exigentes

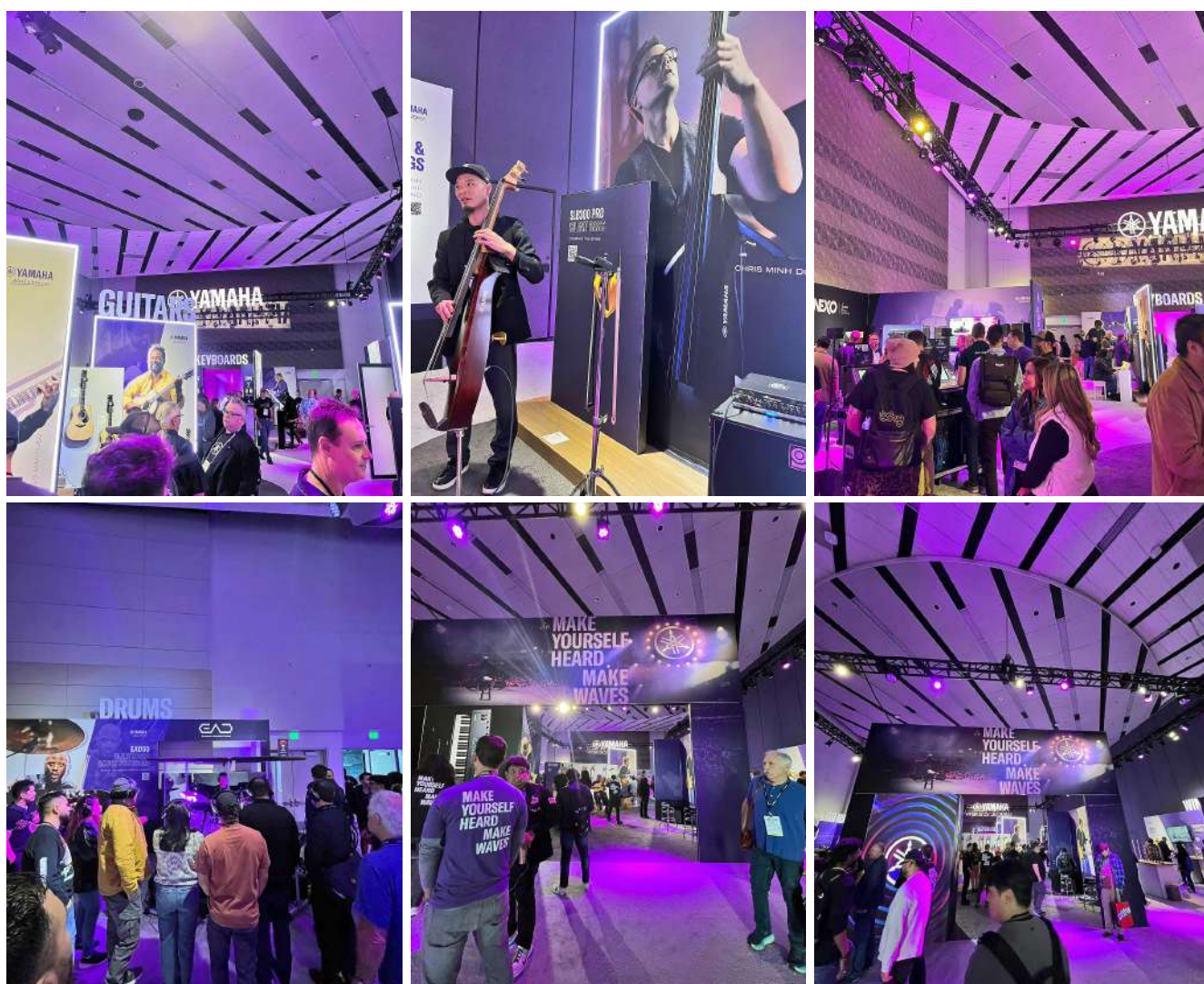
O PARAGON LT pode utilizar diferentes lentes para atuar como perfil, wash ou beam, aumentando sua adaptabilidade em qualquer projeto de iluminação. Além disso, oferece modos de baixo ruído — incluindo um Theater Mode — e conta com certificação IP54, adequada para uso interno e aplicações externas temporárias.

O moving Inclui filtragem HEPA e garantia estendida: três anos de cobertura geral e cinco anos para o array de LED, reforçando sua confiabilidade a longo prazo. ■

NAMM Show 2026: quando a pergunta “*Como foi?*” vira um teste de leitura do futuro



Reflexões sobre a edição 2026 do evento
que inicia o ano para o setor musical.



No pós-NAMM Show — e até durante a feira — existe uma pergunta que se repete como um gesto social do setor: “Qual foi sua impressão?”

Ela parece simples, mas quase sempre é validação. E isso é revelador: muitas respostas dizem mais sobre como o mercado está se sentindo do que sobre o evento. A NAMM não é apenas uma feira. É um espelho — e um sensor.

Engana-se quem reduz a NAMM a estandes e corredores. Ela é um espelho do setor, porque expõe o nível de confiança (ou insegurança) com que empresas decidem investir, se expor e liderar. Mas ela é também um sensor: em poucos dias, você enxerga sinais que, no cotidiano, levam meses para ficar óbvios — posicionamento, apetite de canal, maturidade do discurso, dinâmica competitiva e o que está ganhando tração na atenção do mercado.

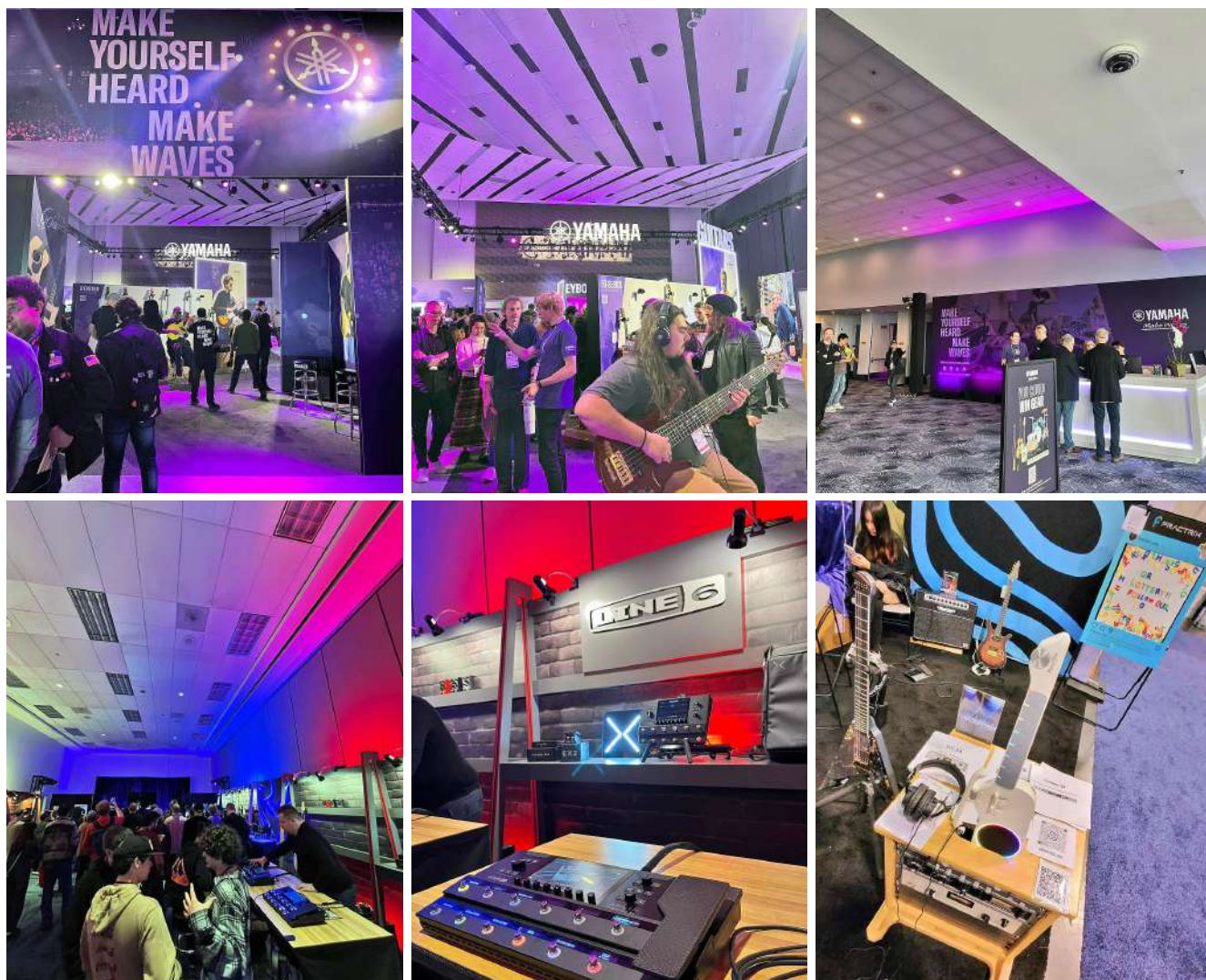
CAPA: THE NAMM SHOW 2026



Pós-Covid: a retomada começou dura — e a curva vem melhorando ano a ano

O pós-Covid não trouxe uma volta “triunfal”. Trouxe uma volta desidratada — financeira e emocionalmente — com pouca disposição a risco. Isso apareceu com clareza nas primeiras edições do retorno.

O ponto importante: a curva vem melhorando ano a ano. Não por mágica, mas por ajuste de proposta, reorganização do ecossistema e retomada gradual de confiança. Em 2026, ouvi repetidas vezes que o resultado B2B operacional foi



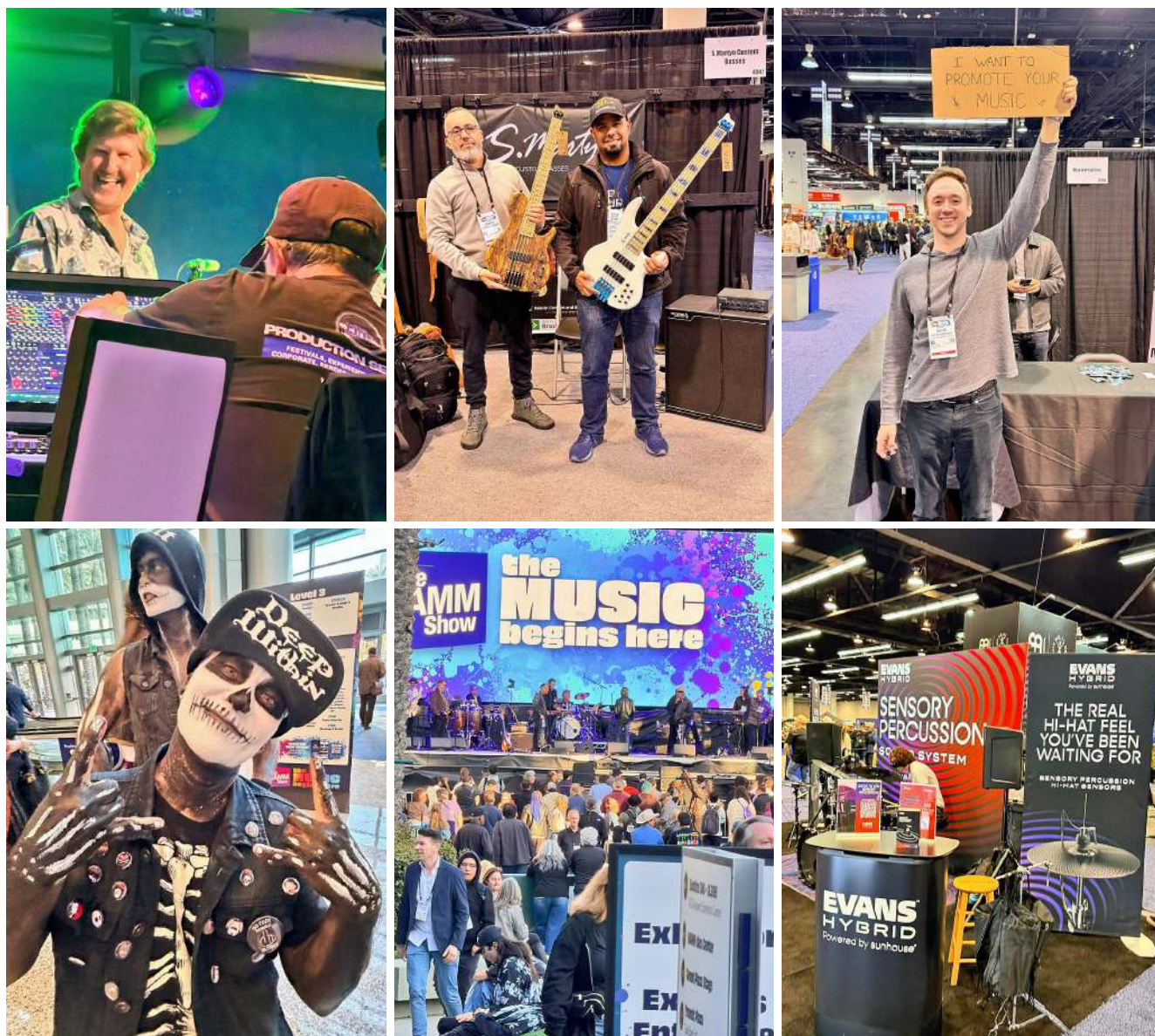
melhor do que em 2025 (e, para alguns, melhor do que anos anteriores da retomada). Para quem lidera marketing e vendas, isso é sinal de pipeline com mais densidade e de mercado voltando a “querer se encontrar”.

O mercado virou rede — e é aí que nasce a confusão

A maior parte da confusão não está no evento. Está na mudança de paradigma.

O setor deixou de funcionar como uma linha previsível (marca → distribuidor → lojista → consumidor). Hoje, todo mundo vende e todo mundo pode ser mídia:

CAPA: THE NAMM SHOW 2026

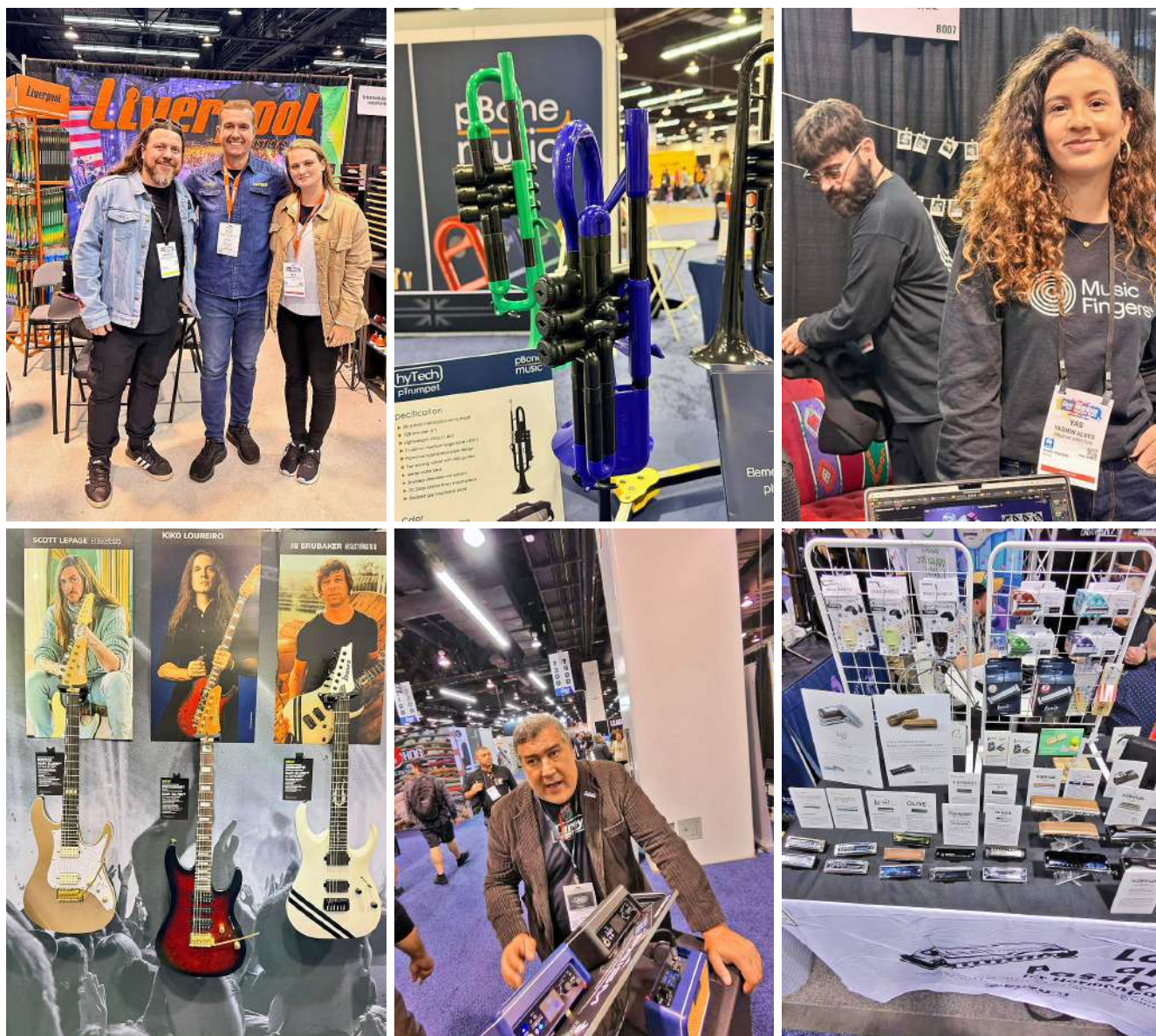


o vendedor digital, o grande produtor, o integrador, o artista com equipe, o lojista — e, cada vez mais, cada um deles opera também como produtor de conteúdo, formador de opinião e motor de demanda.

A cadeia virou rede

Quem ainda enxerga o mercado como linha, está competindo no mapa errado.

E aqui entra um ponto delicado, mas verdadeiro: racionalmente, muitos expositores entendem essa complexidade. Emocionalmente, muitos ainda desejam o



conforto do passado — quando o funil parecia mais controlável e a jornada mais linear. A NAMM vem expondo a complexidade do futuro, e nem todo mundo assimilou isso com clareza. Daí a divergência nas respostas quando alguém pergunta “como foi a feira?”.

Essa leitura ficou ainda mais evidente nas conversas e encontros que participei e conduzi na semana — incluindo um encontro com mais de 130 executivos e responsáveis por distribuição na América Latina: a leitura racional aponta para um mercado multi-touch; a emoção ainda pede o modelo “antigo” de previsibilidade.

CAPA: THE NAMM SHOW 2026



A feira não concorre com o digital — ela concorre com a dispersão (e comprime tempo)

Comparar feira com campanha digital como se fossem substitutos é um erro de régua. Marketing e vendas hoje são multi-touch por natureza — e plataformas digitais amplificaram isso. Mas existe algo que o digital raramente entrega na mesma intensidade: compressão de tempo em contexto de alta intenção.

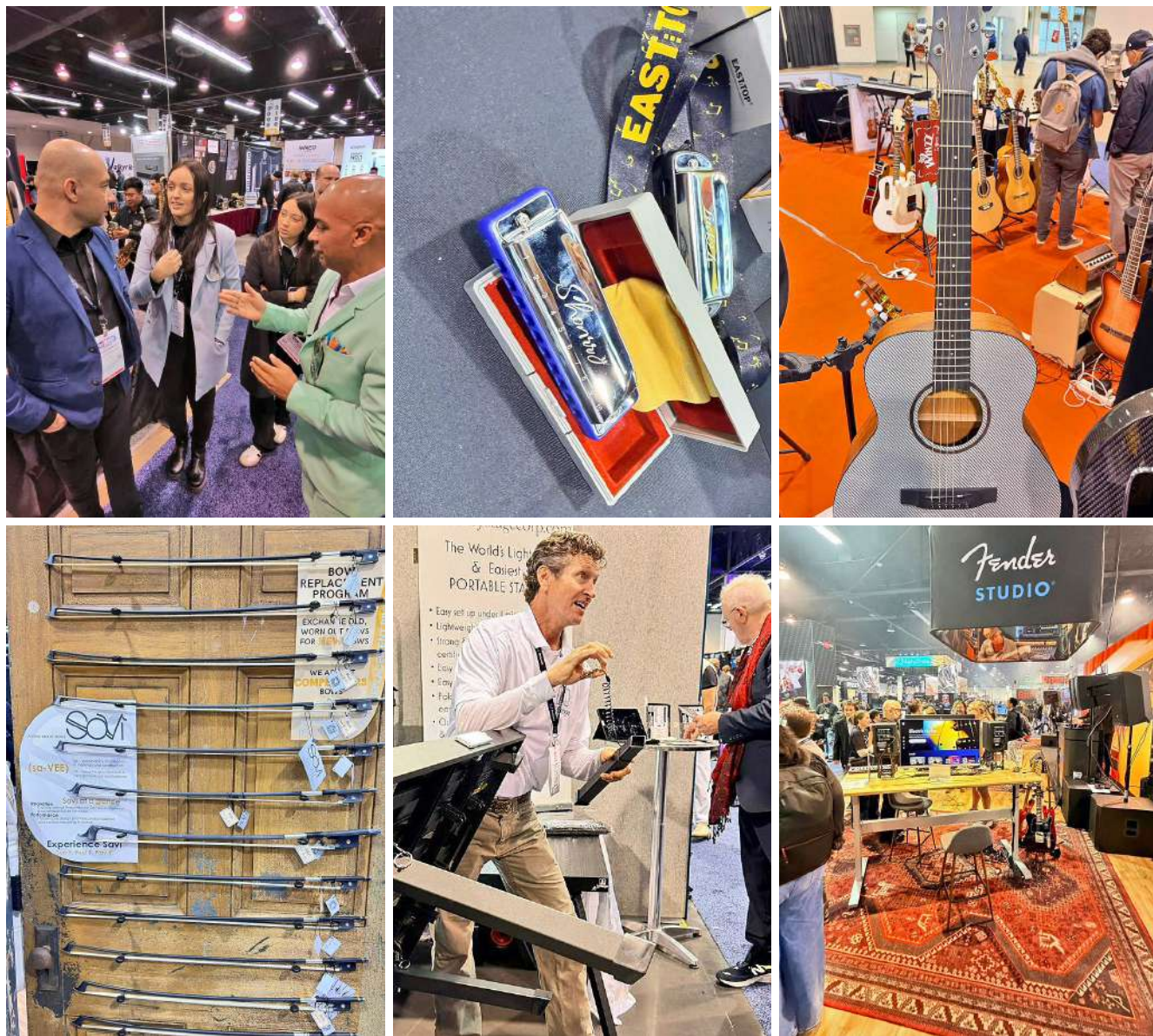
Uma feira boa acelera, em poucos dias: • confiança entre partes,



- leitura de sinais competitivos,
- alinhamento de expectativas,
- e encontros com poder de virar pipeline.

Para diretores de marketing e vendas, isso é o equivalente presencial de um momento raro de “alta concentração de intenção”. E é por isso que a atribuição clássica erra: feira quase nunca é “last click”. Ela é influência, relacionamento e conversão por acúmulo.

CAPA: THE NAMM SHOW 2026



O dilema da “porta fechada”: proteger ROI sem matar descoberta

É natural que marcas protejam tempo, confidencialidade e ROI com agendas fechadas. Isso funciona bem para quem já está no calendário.

O risco começa quando o modelo vira “porta fechada” demais: acesso só com agenda, interlocutores desconhecidos, estandes que parecem bunker, e cubos/salas que blindam o contato. Eu ouvi esse incômodo de compradores reais — especialmente na América Latina.



O problema não é perder reunião marcada. É perder descoberta — e descoberta é onde nasce o próximo canal: o player que amadureceu, o distribuidor que ganhou musculatura regional, o integrador que virou especificador, o lojista que virou hub de influência e compra.

A solução elegante é híbrida: agenda protegida + janelas de porosidade (horários claros de porta aberta com time treinado para triagem qualificada). Em linguagem de marketing: cobertura de topo de funil sem sacrificar o meio e o fundo.

CAPA: THE NAMM SHOW 2026



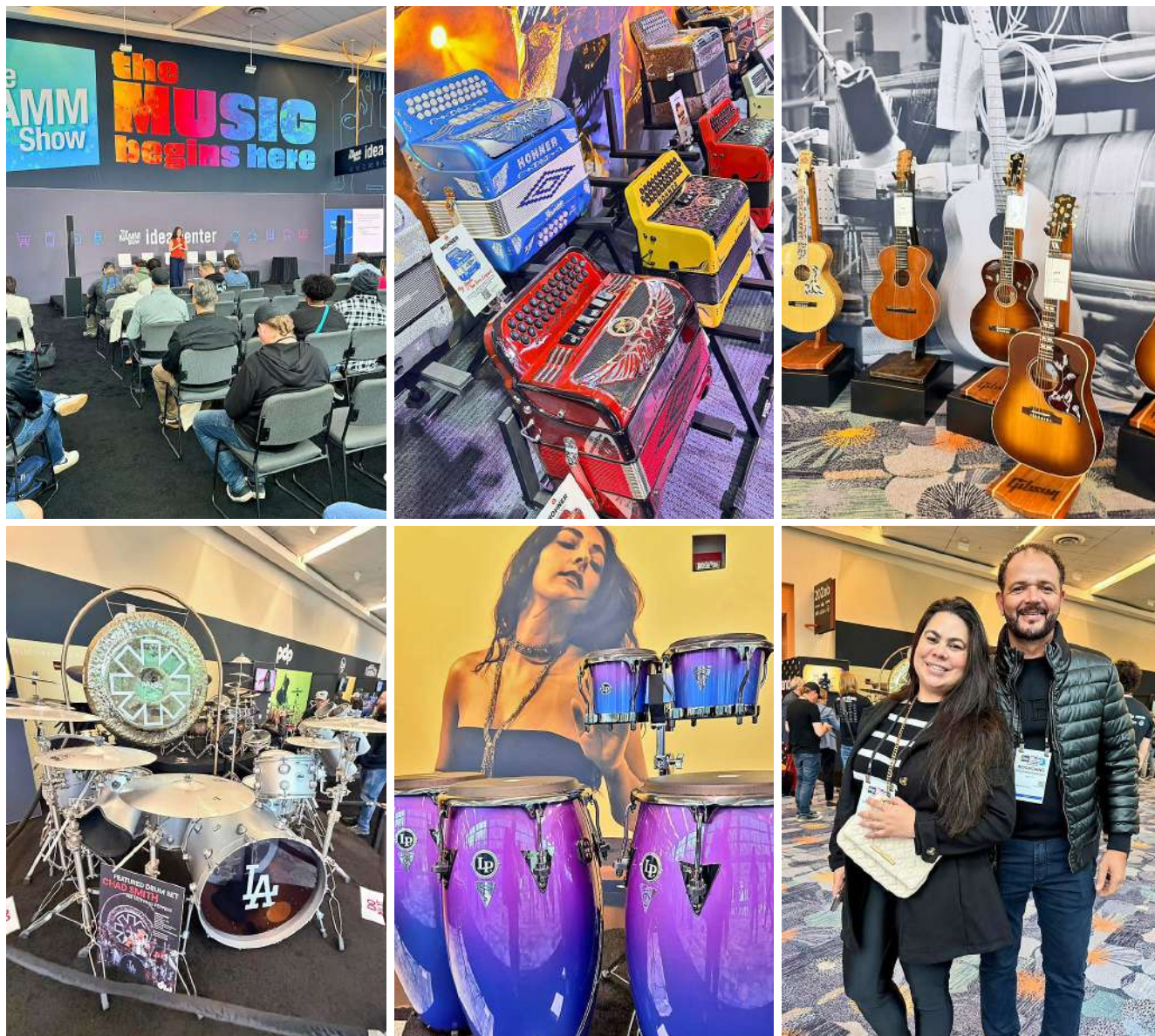
Onde a NAMM está criando valor: mídia, conteúdo e educação como infraestrutura

Um movimento que merece mais atenção — e que muita gente ainda subestima — é como a NAMM vem operando não só como feira, mas como infraestrutura de mídia, educação e narrativa do setor. Global Media Day, densidade de conteúdo, sessões educacionais lotadas: isso não é “perfumaria”. É uma tentativa pragmática de orga-



nizar um mercado que ficou mais plural, mais influenciado e menos linear — onde reputação, comunidade, creators e aprendizagem acelerada impactam a demanda e o sell-through. Para quem lidera marketing e vendas, a mensagem é simples: a feira está cada vez mais parecida com um estúdio de conteúdo + um laboratório de posicionamento + um hub de relacionamento. Pouca gente enxerga o desenho completo; por isso, muitos interpretam ajuste de rota como “confusão”.

CAPA: THE NAMM SHOW 2026



O sinal que o estande manda para o canal (e por que isso importa)

Há um efeito pouco calculado: o estande é um sinal para o canal.

Quando a marca “chega pequena”, distribuidor e lojista aprendem que “investir pequeno” é aceitável. E essa mensagem se replica país a país — como um modelo de trade marketing involuntário. Em outras palavras: se a marca não chega polida para a festa, por que o canal chegaria polido no mercado local?



No fim, todos perdem — mas principalmente a própria marca, que pulveriza a ideia de que investir em si mesma não compensa.

A pergunta certa

Talvez a pergunta “Como foi a NAMM?” esteja ficando pequena. A pergunta real é: Nós já aceitamos que o mercado virou rede — e estamos prontos para liderar dentro dela? ■

Sonotec celebra 55 anos conectando músicos brasileiros às melhores marcas internacionais



A Sonotec Music & Sound comemora em 2026 seus 55 anos de história.

Consolidando-se como uma das mais importantes distribuidoras de instrumentos musicais e equipamentos de áudio profissional no Brasil — com uma trajetória que começou em uma pequena loja e se transformou em referência nacional no setor.

Fundada em 21 de janeiro de 1971, em Presidente Prudente (SP), a Sonotec nasceu da visão empreendedora de Renato S. Silva, então técnico em eletrônica, que identificou uma oportunidade de negócio no segmento musical em expansão. Inicialmente um ponto de varejo com apenas 14 m², a empresa cresceu de forma constante ao longo das décadas, atendendo músicos, artistas e profissionais de áudio com marcas e produtos de alta qualidade.

Com o passar dos anos, a Sonotec expandiu sua atuação, passando a importar e distribuir instrumentos e equipamentos de marcas consagradas mundialmente. Desde os primeiros contratos exclusivos, como o da Takamine para o Brasil no início dos anos 1990, a empresa consolidou uma presença marcante nos palcos e estúdios brasileiros e latino-americanos.



ANIVERSÁRIO

Hoje, com mais de 20 marcas representadas — incluindo Takamine, Strinberg, Gretsch, Zeus, D One, Antares, Cadenza, LP, Orleans e muitas outras — o portfólio da Sonotec já supera mil itens, atendendo uma base ampla e diversificada de músicos, luthiers, lojas e integradores em todo o país.

Ao longo de mais de cinco décadas, a Sonotec também expandiu sua infraestrutura: em 2009 inaugurou sua sede com 3.900 m² em Regente Feijó (SP) e, diante do crescimento contínuo, ampliou essa estrutura para cerca de 8.000 m², reforçando capacidade logística, estoque e atendimento.

“Nosso compromisso sempre foi trazer ao público brasileiro o melhor do mercado, com profissionalismo, estoque robusto e um olhar atento às necessidades reais dos músicos”, afirma a direção da empresa, destacando a importância de se manter atualizada e próxima do mercado nacional.

A Sonotec celebra seu 55 aniversário com o reconhecimento adquirido ao longo de anos de trabalho dedicado — conectando músicos a instrumentos e soluções que fazem parte do som do Brasil. ■





QUEM SOMOS NÓS?

CONHEÇA A WILLIAMS



NÓS NASCEMOS NO BRASIL, COMO UMA MARCA DE PELES PARA BATERIA, PORÉM, DESDE O PRIMEIRO MOMENTO, COLOCAMOS NOSSA VISÃO EM UM NÍVEL GLOBAL.

A WILLIAMS NASCEU COM O INTUITO DE DESENVOLVER PRODUTOS PARA BATERIA E PERCUSSÃO COM A MAIS ALTA QUALIDADE. E FOI DURANTE O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA MARCA QUE NOTAMOS QUE PRECISÁVAMOS NOS APROXIMAR DE QUEM MANTÉM O FOCO, CONSTANTEMENTE, EM TODOS OS DETALHES NA HORA DE DIZER QUE UM PRODUTO É INOVADOR: OS BATERISTAS E PERCUSSIONISTAS. COM ISSO, NOSSA EQUIPE DE DESENVOLVIMENTO NÃO FICOU SÓ.

CONTAMOS COM A OPINIÃO DE UM TIME DE ARTISTAS RENOMADOS, DO MAIS ALTO NÍVEL MUSICAL, E ASSIM, ESTAMOS A CADA DIA MAIS, CONQUISTANDO NOSSO ESPAÇO NA INDÚSTRIA MUSICAL INTERNACIONAL.

HOJE, CONCENTRAMOS NOSSO DESENVOLVIMENTO NO BRASIL E EUA, E TEMOS NOSSA FÁBRICA PRÓPRIA NA CHINA.

MAS, NOSSA MAIOR ALEGRIA, É DIZER QUE JÁ ESTAMOS PRESENTE EM MAIS DE 22 PAÍSES, OFERECENDO UMA INCRÍVEL LINHA DE PRODUTOS QUE ATENDE TANTO QUEM ESTÁ DANDO SEUS PRIMEIROS PASSOS NO MEIO MUSICAL, BEM COMO À TODOS OS ARTISTAS PROFISSIONAIS.



ARGENTINA, BRASIL, CANADÁ, CAZAQUISTÃO, CHILE, COREIA DO SUL, EQUADOR, ESPANHA, FRANÇA, GUATEMALA, HONGKONG, ÍNDIA, INDONÉSIA, ITÁLIA, MALÁSIA, MÉXICO, PERU, REINO UNIDO, REPÚBLICA DOMINICANA, RÚSSIA, TAILÂNDIA E URUGUAI

Williams

SAIBA MAIS EM: WWW.WILLIAMSALL.COM

Artur Menezes colabora com a Dophix em novo pedal

Guitarrista brasileiro tem novo pedal italiano.



A fabricante italiana de efeitos Dophix, conhecida por seus pedais analógicos artesanais feitos à mão, anunciou o lançamento do Magnifico Dual Independent Boost, novo pedal desenvolvido em parceria com o guitarrista brasileiro Artur Menezes. As dez primeiras unidades terão assinatura pessoal do músico.

Disponível mundialmente por meio de revendedores selecionados, o Magnifico é um boost de dois canais totalmente analógico, inspirado na figura histórica de Lorenzo de' Medici, o "Il Magnifico", símbolo do apogeu artístico do Renascimento italiano.

O pedal traz dois circuitos de boost completamente independentes, cada um com seu próprio controle de nível e entradas e saídas dedicadas, permitindo separação real de sinal. Ele pode ser usado tanto para empurrar o amplificador para um overdrive natural quanto para destacar solos com aumento de volume transparente.

Construído com componentes discretos de alta qualidade e resistores de padrão vintage, o Magnifico entrega a assinatura sonora da Dophix: calor, clareza e riqueza harmônica. Cada unidade é feita à mão na Itália e utiliza true bypass para preservar a integridade do timbre quando o efeito está desligado.

Com consumo de apenas 19 mA e alimentação por fonte externa de 9V DC, o novo pedal reforça a proposta da Dophix de unir design italiano, fabricação artesanal e filosofia sonora vintage em um produto voltado a guitarristas que buscam caráter analógico autêntico. ■

LANÇAMENTO

Benson Instrumentos apresenta linha de guitarras Brave Series



Linha desenvolvida em parceria com o guitarrista Deléo conta com seis modelos e destaca o uso de captadores Tipo Ftron em configurações exclusivas.

A Benson Instrumentos lançou recentemente sua nova linha de guitarras Brave Series. Desenvolvida em parceria com o guitarrista Deléo, a novidade marca uma nova etapa para a marca e já começa a movimentar o cenário musical brasileiro ao unir design autoral, inovação técnica e forte identidade sonora.

A Brave Series chega inicialmente ao mercado com seis modelos, cada um com propostas estéticas e sonoras distintas:



LANÇAMENTO



- **Brave One** – Satin Black e Satin Olympic White
- **Brave Two** – Satin Black e Satin Olympic White
- **Brave Three** – Silver Sparkle
- **Brave Five** – Satin Black e Satin Olympic White
- **Brave Six** – Lake Placid Blue Sparkle e Charcoal Sparkle
- **Brave Nine** – Satin Black

O principal diferencial da linha está na adoção de captadores modelo Tipo Ftron aplicados em guitarras inspiradas no design Jazzmaster, uma combinação ainda pouco explorada no mercado nacional. Conhecidos por oferecerem um timbre mais suave, equilibrado e com controle de agudos, esses captadores atendem especialmente músicos que buscam clareza, definição e dinâmica, características



valorizadas em estilos como o worship e o pop moderno.

Entre os lançamentos, a Brave Nine se destaca como o modelo mais inovador da série. Trata-se de uma Stratocaster em configuração HSS na qual o tradicional humbucker foi substituído por um captador Tipo Ftron, tornando-se uma proposta inédita entre guitarras produzidas no Brasil. A configuração amplia a versatilidade do instrumento sem abrir mão da identidade sonora da linha.

Além do conceito sonoro, a Brave Series também chama atenção pelo acabamento e construção. Os modelos contam com opções satin e sparkle, ferragens coreanas de alto padrão e acompanham bag exclusiva. Os preços sugeridos variam entre R\$ 4.000 e R\$ 4.800, com o intuito de posicionar a linha no segmento intermediário-premium do mercado nacional. ■

Fender nomeia Edward “Bud” Cole como novo CEO



A Fender Musical Instruments Corporation (FMIC) anunciou a nomeação de Edward “Bud” Cole como novo Chief Executive Officer e membro do Conselho de Administração da empresa.

Cole assumirá inicialmente como CEO-Designate em 19 de janeiro de 2026 e tomará oficialmente o cargo em 16 de fevereiro de 2026, sucedendo Andy Mooney, que se aposentará após uma década à frente da companhia.

Atualmente, Cole é presidente da Fender Asia Pacific (APAC) e possui uma carreira internacional de várias décadas em marcas dos setores de consumo, lifestyle e luxo. Durante seus dez anos na Fender, foi responsável pela expansão da empresa em 14 países da região Ásia-Pacífico, fortalecendo a presença global da marca.

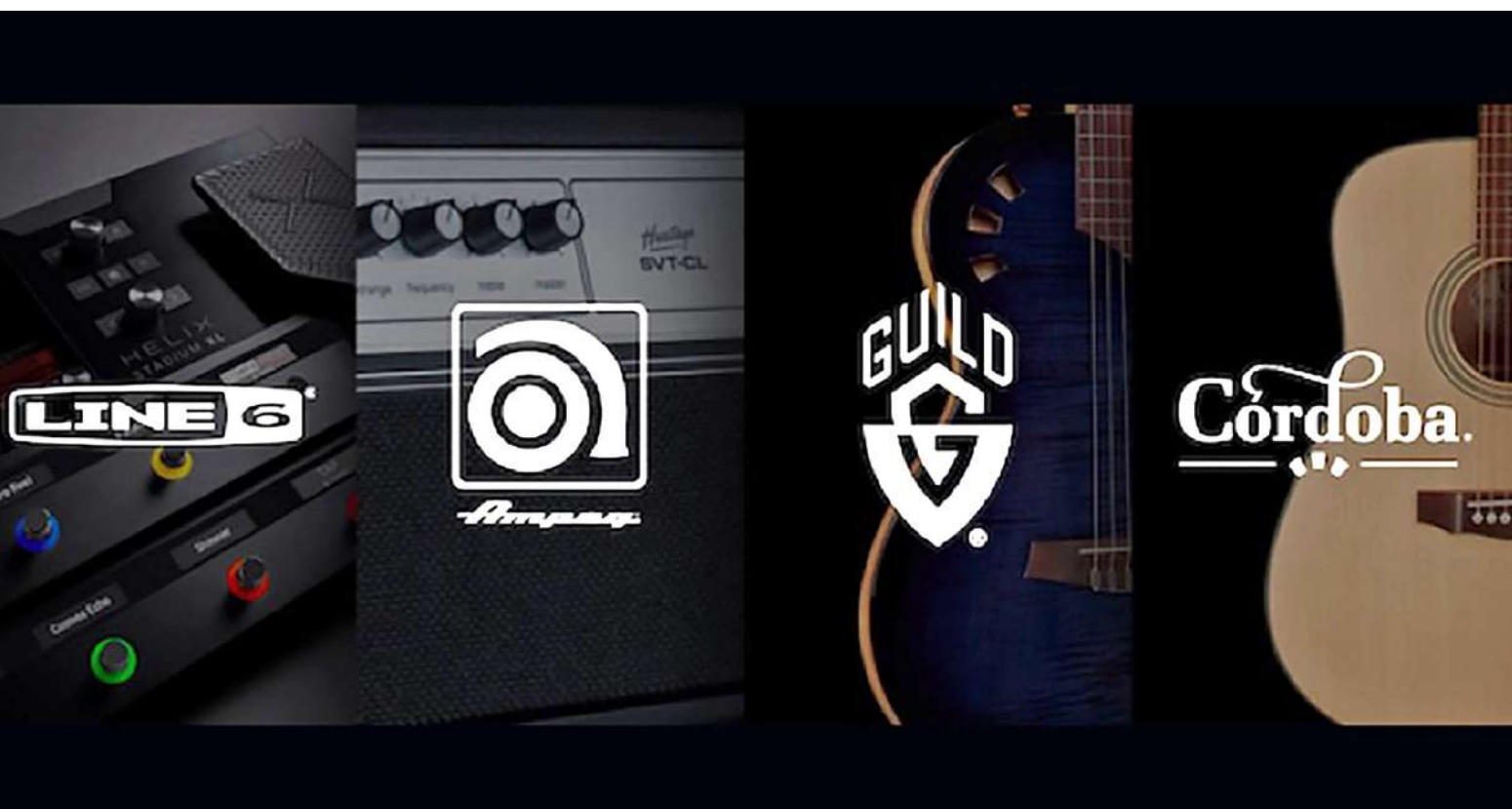
Entre seus principais feitos estão a criação da sede regional da Fender em Tóquio, a expansão das operações na China e na Coreia, o desenvolvimento de estratégias de venda direta ao consumidor via e-commerce e a inauguração da primeira loja flagship da Fender no mundo, em Harajuku, Tóquio.

O presidente do conselho da FMIC, Mark Fukunaga, afirmou que Cole é “um dos líderes mais impactantes da organização” e destacou sua capacidade de conduzir a próxima fase de crescimento da empresa.

Já Andy Mooney, que desde 2015 mais que dobrou o tamanho da Fender e liderou a entrada da empresa no segmento de software por assinatura, afirmou que deixa a companhia confiante no futuro sob o novo comando.

A nomeação marca o início de uma nova fase para a Fender, que segue focada em ampliar sua presença global e fortalecer sua relação com músicos em todo o mundo. ■

Yamaha Musical do Brasil assume distribuição de Line 6, Ampeg, Guild e Córdoba



Movimento amplia portfólio da companhia no país e reforça estratégia global de aproximar marcas do mercado local.

A Yamaha Musical do Brasil Ltda. anunciou que passa a ser a representante e distribuidora oficial no Brasil das marcas Line 6, Ampeg, Guild e Córdoba a partir de 1º de janeiro de 2026.

A decisão integra a estratégia global da Yamaha de centralizar a gestão de marcas do grupo em suas subsidiárias locais, fortalecendo a presença regional e o relacionamento com o mercado.

As quatro marcas fazem parte da Yamaha Guitar Group Inc., subsidiária norte-americana da Yamaha Corporation, sediada no Japão, criada em 2014 após a aquisição inicial da Line 6. Para TJ Martin, vice-presidente de Vendas Mundiais da YGG, a transição é um passo natural dentro da estrutura do grupo. “Como subsidiária brasileira da Yamaha Corporation e empresa irmã da YGG, é uma progressão natural para a YMDB assumir o gerenciamento local de nossas marcas. A adição dos produtos da YGG permite que a Yamaha no Brasil avance para se tornar um dos principais fornecedores de soluções para guitarristas, violonistas e baixistas no país”, afirma o executivo.

Segundo Martin, as marcas agora sob gestão da YMDB são presença constante em palcos e estúdios ao redor do mundo. “Nossos produtos carregam legado e confiabilidade para músicos e bandas em turnê. Estamos muito felizes em trabalhar com a YMDB para continuar essa jornada e fazer história no Brasil”, completa.

Com a mudança, o portfólio da Yamaha no Brasil passa a reunir Yamaha, Line 6, Ampeg, Córdoba e Guild, ampliando de forma significativa sua oferta de instrumentos e soluções para

DISTRIBUIÇÃO

guitarristas e baixistas. Para Kentaro Hayashi, presidente da Yamaha Musical do Brasil, o movimento reforça o posicionamento estratégico da companhia no país. “A Yamaha sempre foi reconhecida como líder global em instrumentos musicais e áudio profissional. Ao trazer marcas icônicas como Line 6, Ampeg, Córdoba e Guild para o Brasil, reafirmamos nosso compromisso em oferecer aos músicos brasileiros um portfólio ainda mais completo e diversificado”, destaca.

Hayashi também ressalta o peso histórico de cada uma das marcas. “A Guild é reconhecida por seus violões e guitarras, a Ampeg é referência mundial em amplificação de baixo, a Line 6 é pioneira em tecnologia digital para guitarristas, e a Córdoba é sinônimo de qualidade em instrumentos acústicos. Essa parceria reflete nossa visão de crescimento sustentável e nossa dedicação em celebrar a música em todas as suas formas no Brasil”, afirma.

Do ponto de vista do mercado, a mudança deve impactar diretamente revendedores e distribuidores, que passam a contar com o portfólio completo dessas marcas aliado à estrutura logística, comercial e de suporte da Yamaha no Brasil. De acordo com Hayashi, a transição segue uma diretriz global da companhia. “A transferência da distribuição dessas marcas para as subsidiárias locais da Yamaha tem sido uma tendência mundial, garantindo uma relação mais próxima com cada mercado e entregando o mesmo nível de excelência e suporte que músicos de todo o mundo esperam”, conclui. ■

CONECTA+
MÚSICA & MERCADO 2026

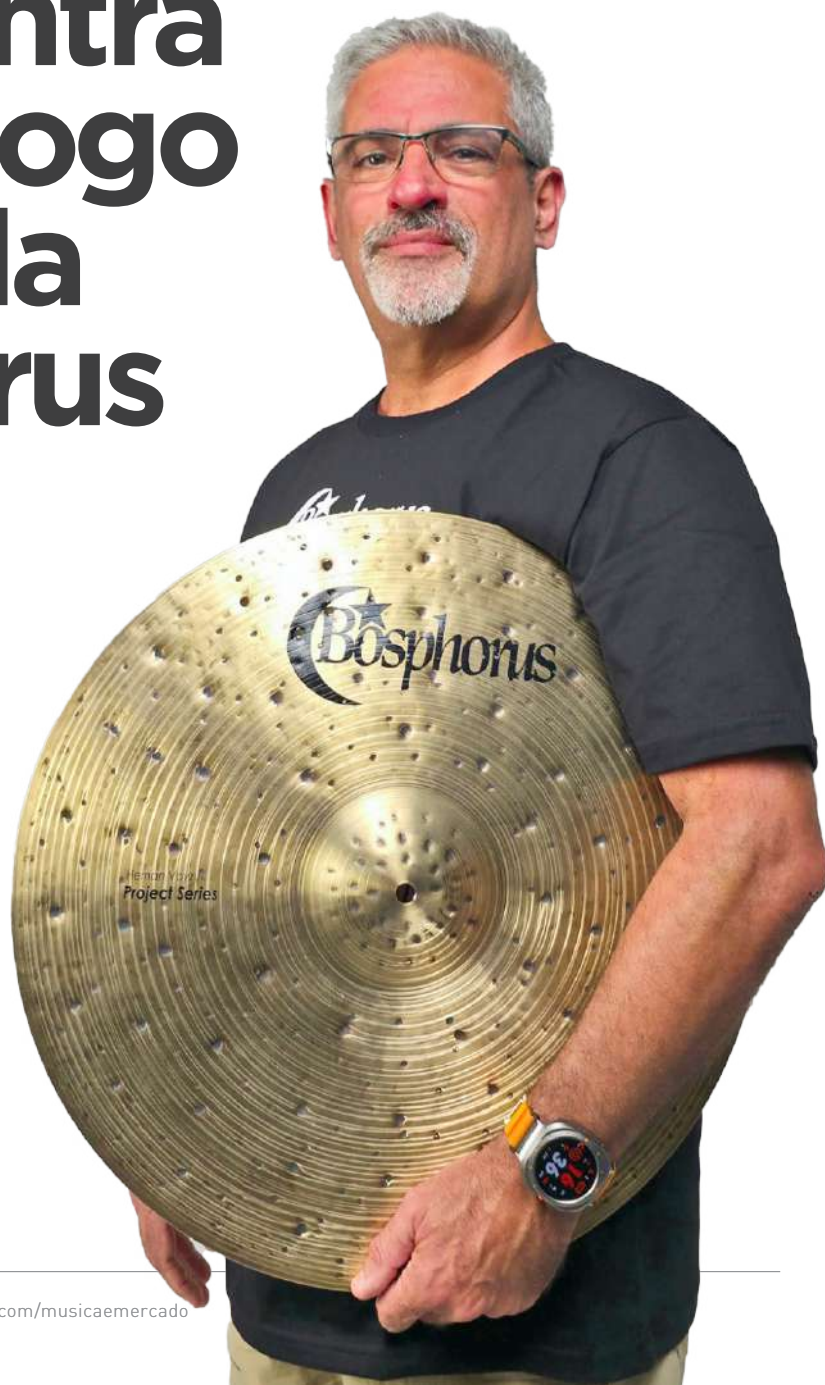
6 A 8
NOVEMBRO

TRANSAMÉRICA EXPO CENTER
SÃO PAULO, SP, BRASIL

WWW.CONECTAMUSICA.COM.BR

Do Brasil para o mundo: a Hernan Voyzuk Project Series entra no catálogo global da Bosphorus

O que começou como um projeto pensado exclusivamente para o mercado brasileiro acaba de ganhar projeção internacional.



A Hernan Voyzuk Project Series, desenvolvida em parceria direta com a fábrica turca Bosphorus Cymbals, passa a integrar gradualmente o catálogo global da marca, em um movimento pouco comum no mercado de pratos: uma série signature criada por um especialista, e não por um artista famoso.

Segundo Hernán Voyzuk, diretor da Bosphorus Brasil, a expansão internacional não fazia parte do plano original. “Numa primeira etapa, a série foi pensada exclusivamente para o mercado brasileiro, mas quando começamos a divulgá-la através de vídeos nas redes sociais, muitos bateristas e especialistas do mundo todo começaram a perguntar sobre o lançamento e a entrar em contato diretamente com a fábrica”, explica.

Diante desse interesse espontâneo, a própria Bosphorus avaliou a possibilidade de ampliar o alcance do projeto. “A partir disso, a fábrica me consultou sobre a possibilidade de lançar a série em nível global. Ela passará a entrar progressivamente em vários países, de acordo com os mercados onde a Bosphorus possui distribuição”.

Reconhecimento de uma trajetória construída ao longo de 20 anos

Do ponto de vista da fábrica, o lançamento internacional representa mais do que a chegada de um novo produto. Para Voyzuk, trata-se de um reconhecimento direto ao trabalho desenvolvido ao longo de duas décadas.

“Trabalho em conjunto com a fábrica há 20 anos no desenvolvimento de novas séries. Participei ativamente da criação das séries Samba e Syncopation, que hoje já fazem parte da identidade da marca”.

Essa relação foi determinante para que os artesãos turcos propusessem um passo inédito. “Eles me disseram que havia chegado o momento de eu desenvolver minha própria série, aproveitando todo o conhecimento adquirido ao longo de tantos anos. É um reconhecimento ao trabalho realizado e também uma aposta em uma série signature criada por um especialista, algo realmente inédito no mercado”.

Um marco pessoal e profissional

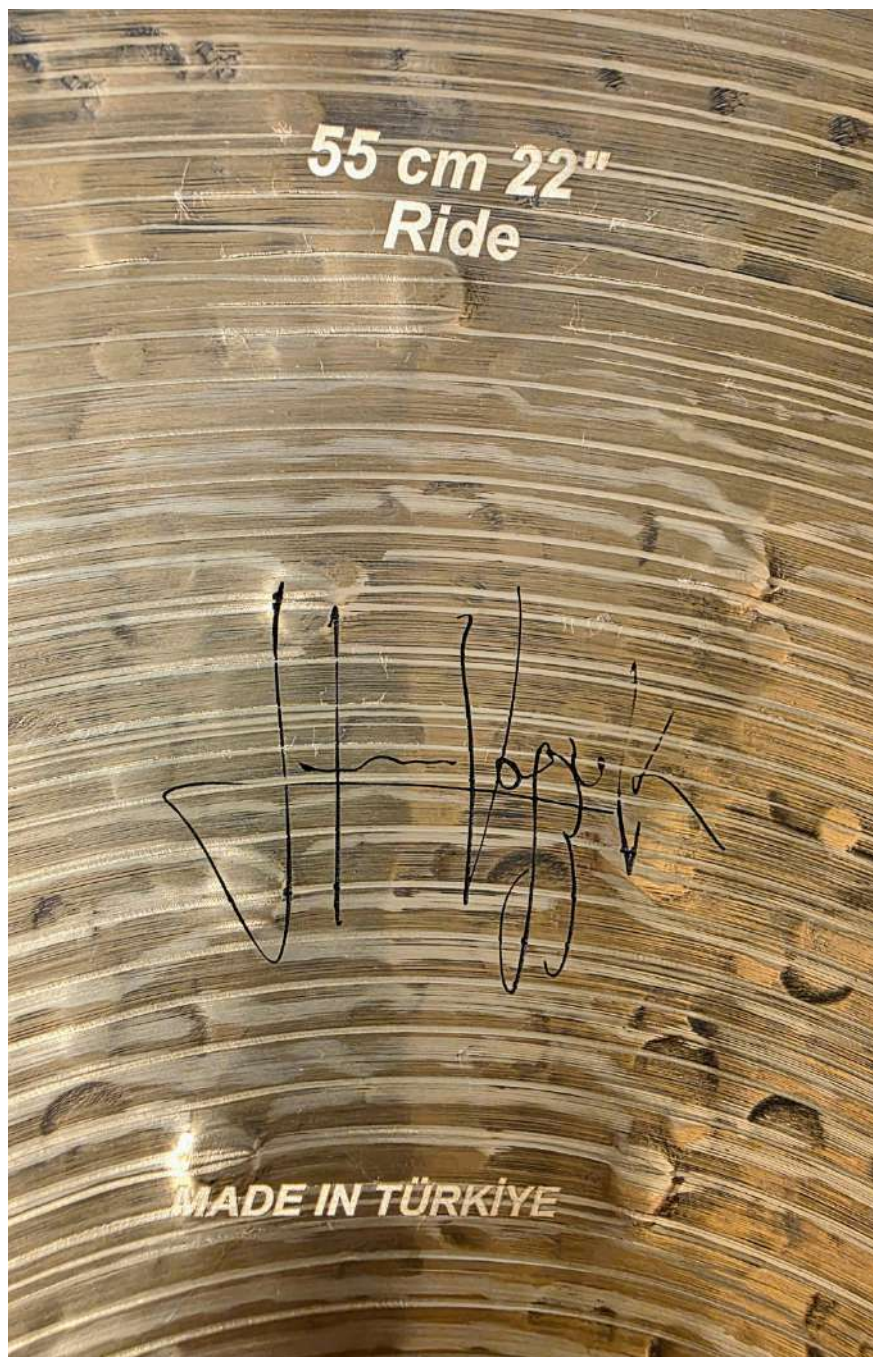
Ver um prato com seu nome ganhar alcance global é, para Voyzuk, um momento de forte carga emocional. “É um misto de sensações que me remetem aos meus primeiros passos com a bateria, ao aprendizado com meus grandes mestres na Argentina, a todo o processo de evolução e ao contato com inúmeros bateristas ao redor do mundo”, relata. “É uma realização pessoal e profissional muito forte, resultado de muitos anos de estudo, pesquisa e compartilhamento de conhecimento”.

PRATOS

Um som autoral com linguagem universal

A identidade sonora do Hernan Voyzuk Project Ride nasce de uma referência clara: o jazz e o legado de Tony Williams. “Conheci o Tony Williams muito cedo, quando tinha 11 anos, e isso foi determinante na minha formação musical. Sua sonoridade sempre foi uma referência nos meus estudos”, afirma.

Para Voyzuk, essa base não limita o alcance do produto — pelo contrário. “O jazz e o legado do Tony Williams são universais. Acredito que esse tipo de sonoridade sempre será bem recebida em qualquer parte do mundo”.



Brasil como polo criativo da indústria

O lançamento internacional também reforça o papel do Brasil como criador de produtos de alto nível para o mercado global. “O Brasil sempre foi uma referência mundial de música de excelência, com músicos de altíssimo nível. Projetos como esse ajudam a mostrar que também podemos oferecer instrumentos de altíssima qualidade, com criatividade e conhecimento técnico”.

Expectativas para 2026

Este ano será estratégico para a Bosphorus Cymbals Brasil. “Em 2025 celebramos 20 anos da marca no Brasil, algo muito significativo. Mesmo enfrentando desafios, conseguimos fortalecer o prestígio da Bosphorus no país”, destaca Voyzuk.

Entre os planos estão mais ações educacionais e presença reforçada em eventos do setor “Seguiremos com nossos eventos ‘Bateristas e Prateristas’, focados em educação e troca de conhecimento, e já estamos programando nossa terceira participação na Conecta+ Música & Mercado, um evento consolidado e fundamental para nossos projetos no Brasil”.

Com a Hernan Voyzuk Project Series ganhando o mundo, a Bosphorus reforça uma mensagem clara: a inovação também nasce da experiência, da escuta do mercado e da construção de longo prazo entre fábrica, especialistas e músicos. ■



Hertom Guitars lança Série Stage, nova linha de violões voltada para o palco

A Hertom Guitars anunciou o lançamento da Série Stage, nova linha de violões desenvolvida com foco no uso ao vivo.

A proposta é atender músicos que utilizam o instrumento predominantemente plugado, em apresentações, ensaios e situações de palco que exigem praticidade, agilidade e confiabilidade.

A Série Stage vem equipada com o pré-amplificador Fishman Flex Plus-T, com controles externos de fácil acesso e afinador embutido de forma discreta. A escolha do sistema prioriza a resposta sonora em linha e a usabilidade em ambientes ao vivo, onde ajustes rápidos durante passagens de som e apresentações são parte da rotina. O conjunto também permite o uso de recursos de controle de feedback, aspecto relevante para músicos que enfrentam volumes elevados no palco.

Em termos construtivos, os violões da Série Stage mantêm o padrão já conhecido da Hertom, herdando acabamento e características sonoras da linha Unity. A diferença está no posicionamento: enquanto a Unity foi pensada como uma série mais abrangente, a Stage adota uma abordagem mais direta, voltada especificamente para quem toca plugado com frequência e precisa de acesso imediato aos controles eletrônicos.

Outro ponto considerado no desenvolvimento da linha foi a logística de transporte. Ao contrário da Série Unity, que acompanha case rígido, a Série Stage é



fornecida com bag de alta qualidade, facilitando o deslocamento entre ensaios e apresentações sem abrir mão da proteção do instrumento.

A nova linha chega ao mercado com quatro shapes diferentes, que, combinados a variações de madeiras e cores, totalizam 12 modelos. Os preços estimados ficam entre R\$ 6.500 e R\$ 8.000, posicionando a Série Stage como uma opção estratégica dentro do portfólio da marca. ■

NOVIDADE

Auratec lança RollUp, rampa dobrável e modular



Novo produto aposta em portabilidade, alta capacidade de carga e montagem rápida para uso em caminhões e utilitários, agilizando operações de carga e descarga.



Auratec anunciou o lançamento da RollUp Auratec, uma rampa dobrável e enrolável desenvolvida para facilitar e agilizar operações de carga e descarga em caminhões, vans e veículos utilitários.

Com proposta focada em praticidade e portabilidade, a RollUp pode ser facilmente transportada, instalada em menos de 120 segundos e guardada após o uso, sem ocupar o volume das rampas tradicionais. Mesmo compacta, a rampa suporta até 350 kg de carga e é fabricada em liga de alumínio 6061-T6 / 6082-T6, garantindo resistência e durabilidade.

O modelo possui cerca de 1 metro de largura entre as laterais e conta com comprimento modular, permitindo que o usuário monte a rampa menor ou maior de acordo com a necessidade da operação. Para conjuntos que ultrapassem dois metros de comprimento, a RollUp pode receber pés reguláveis de apoio, distribuídos ao longo da estrutura, aumentando a estabilidade e a segurança durante o uso.

Segundo a Auratec, a proposta é oferecer mais capacidade de carga e eficiência logística, sem os inconvenientes de transporte e armazenamento das rampas convencionais. A RollUp Auratec já está disponível em kits prontos de 2, 3 e 5 metros, com mais informações no site oficial da marca. ■

Academia do Rock cresce 39,5% em faturamento, consolida expansão em 2025 e projeta novas unidades para 2026



Rede fortalece modelo sustentável, chega a 17 unidades e anuncia nova abertura em São Paulo.

A Academia do Rock encerra 2025 com crescimento expressivo e consolida sua expansão no mercado de educação musical. A rede registrou alta de 39,5% no faturamento em relação a 2024, atingindo R\$ 13,72 milhões em receita consolidada. O avanço financeiro veio acompanhado da ampliação da rede, com a abertura de duas novas unidades ao longo do ano, totalizando 16 operações em funcionamento no país. Para janeiro de 2026, a franqueadora já confirmou a inauguração de mais uma unidade em São Paulo, o que elevará o total para 17 escolas.

Para o CEO da Academia do Rock, Marcelo de Freitas, o ano marcou um ponto de virada na trajetória da empresa. Segundo ele, o desempenho reflete uma estratégia baseada em crescimento consistente e fortaleci-



Liberte o Poder da Sua Música com
Power Music

Mais praticidade, menos ruído e desempenho profissional. O Power Music é o cabo de áudio ideal para músicos, estúdios e técnicos de som que exigem qualidade real na transmissão do sinal.

- ✓ Condução eficiente com cobre OFHC (livre de oxigênio)
- ✓ Pronto para usar: vem pré-montado com plugue P10
- ✓ Alta flexibilidade e durabilidade
- ✓ Fabricado no Brasil com o padrão de excelência Sparflex

PEÇA JÁ
(11) 94149.6240

 **(11) 2535.3900**
 **www.sparfex.com.br**



EDUCAÇÃO

mento do modelo de negócio. “Foi um ano decisivo. Avançamos mantendo o foco na qualidade operacional, na experiência do aluno e na segurança do franqueado”, afirma. De acordo com o executivo, a expansão projetada para os próximos anos demonstra a maturidade da rede e a confiança no caminho adotado.

Os resultados de 2025 reforçam a tendência de crescimento observada nos últimos anos. Entre 2023 e 2025, a Academia do Rock acumulou aumento de 90,5% no faturamento e expansão de 60% no número de unidades. Com base nesse histórico, a rede projeta a continuidade do avanço em 2026 e 2027, com prioridade para um crescimento estruturado, sustentável e financeiramente saudável.

Nesse novo ciclo, a franqueadora intensifica a busca por parceiros interessados em investir em cidades das regiões Sul, Sudeste e Nordeste, com população superior a 200 mil habitantes. O investimento inicial para a abertura de uma unidade é estimado em cerca de R\$ 440 mil, incluindo taxa de franquia, obras, mobiliário, ambientação, instrumentos e estoque inicial. A taxa de royalties é de 7% sobre o faturamento bruto, sem cobrança de taxa de publicidade, já que a franqueadora oferece suporte integral de marketing.

De acordo com a empresa, o modelo possibilita retorno líquido estimado em aproximadamente 25% do faturamento, com prazo de payback a partir de 24 meses. “Buscamos parceiros alinhados ao nosso propósito de transformar vidas por meio da educação musical. O franqueado encontra processos bem estruturados, suporte contínuo e a força de uma marca em expansão acelerada”, destaca Marcelo de Freitas.

Com um modelo de negócio escalável e validado, crescimento acima da média do setor e forte suporte operacional e de marketing, a Academia do Rock vem se consolidando como uma das principais referências nacionais em educação musical. Fundada com o objetivo de democratizar o acesso ao ensino de música, a rede oferece aulas de instrumentos, canto e produção musical para alunos de todas as idades e mantém unidades em cidades estratégicas do Sul e Sudeste do Brasil. ■



FLKEY^{MINI}

Sua produção musical com controle total,
praticidade e inspiração sempre à mão.

Moises lança AI Studio, plataforma de IA que gera instrumentais adaptados à criação do artista



Nova ferramenta online cria stems inteligentes e mantém o músico no controle do processo criativo.

A Moises anunciou o lançamento do AI Studio, um editor de áudio online com inteligência artificial e recursos generativos integrados. Diferente de plataformas que produzem músicas completas a partir de comandos simples, o AI Studio adota uma abordagem baseada em stems: gera partes instrumentais individuais — como baixo, bateria ou guitarras — que se adaptam automaticamente ao áudio, ao tempo, à harmonia e ao estilo da gravação do usuário.

Segundo a empresa, a ferramenta funciona como um “colega de banda” responsivo, capaz de ouvir a base criada pelo artista e responder com arranjos complementares. A proposta é acelerar a experimentação e a construção de ideias sem retirar o controle criativo do músico.

Os modelos do AI Studio foram treinados com gravações isoladas de instrumentos, e não com músicas finalizadas, permitindo maior precisão e flexibilidade na edição de cada parte. “Estamos apresentando uma abordagem diferente para a criação musical com IA. O AI Studio foi projetado para colaboração”, afirma Geraldo Ramos, CEO e cofundador da Moises.

Recursos integrados no navegador

O AI Studio opera diretamente no navegador e reúne, em uma única plataforma, ferramentas como:

- Geração de stems com IA contextual e adaptativa
- Separação de stems de vocais e instrumentos
- Conversão de voz com mais de 50 opções
- Mixagem e masterização automáticas
- Edição completa de áudio sem downloads ou equipamentos dedicados

Cada stem pode ser ajustado conforme dinâmica, melodia e energia da música, com presets por gênero e preenchimento automático de transições.

Base tecnológica e disponibilidade

O lançamento se apoia na trajetória da Moises, plataforma utilizada por mais de 65 milhões de músicos e eleita App do Ano para iPad pela Apple em 2024. O AI Studio chega após a Music.AI, startup por trás do app, anunciar um aporte de US\$ 50 milhões em janeiro de 2025, liderado por Connect Ventures e monashees.

O AI Studio já está disponível nos planos Free, Premium e Pro, com créditos mensais de uso e opção de compra adicional. Assinantes Pro têm acesso a recursos avançados de geração. ■

Adeus, Frankfurt! Prolight+Sound deixa de ser realizada na Alemanha



A falta de demanda para uma nova área temática dentro da Light+Building 2026 precipita o fim do histórico salão alemão, enquanto a marca ganha força na Ásia.

A Prolight+Sound — durante anos considerada uma das feiras mais importantes do mundo nos setores de iluminação profissional, áudio, integração de sistemas e tecnologias para eventos — deixará de acontecer em Frankfurt. A organização confirmou que já não existem condições suficientes para manter uma edição local, encerrando assim sua trajetória no centro de exposições da cidade alemã.

Durante décadas, a feira foi referência global. Conectou fabricantes, distribuidores, engenheiros, designers de iluminação, técnicos de áudio, integradores e profissionais do entretenimento em um ponto de encontro essencial para lançamentos, networking e formação. Sua relevância nos anos 2000 e 2010 a consolidou como termômetro de tendências na Europa e vitrine obrigatória para marcas internacionais.

Williams
APRESENTA

AS BAQUETAS MAIS
DESEJADAS
DO BRASIL
E DE MAIS 19 PAÍSES

SÃO 5 LINHAS DISPONÍVEIS:
CLASSIC, STANDARD, SIGNATURE, PREMIUM & SYMPHONIC QUE APRESENTAM AS MAIS VARIADAS POSSIBILIDADES DE TAMANHO, PONTAS E PESO, ALÉM DE **MODELOS EXCLUSIVOS**.

ACESSO NOSSO WEBSITE AGORA MESMO E CONHEÇA TODA A LINHA: WILLIAMSALL.COM

NO BRASIL TODOS OS PRODUTOS WILLIAMS SÃO IMPORTADOS E DISTRIBUÍDOS COM EXCLUSIVIDADE POR OLUCO DISTRIBUIÇÃO

Williams	7A
Williams	7A-5
Williams	7A-M
Williams	JZ-1
Williams	7A-N
Williams	5A
Williams	5A-5
Williams	5A-N
Williams	5B
Williams	5B-5
Williams	5B-N
Williams	55-B
Williams	3A
Williams	2B
Williams	TBL
Williams	FNK
Williams	RCK
Williams	PWH
Williams	X5-A
Williams	X5-B

WALTER BONDIOLLI | AUGUSTO SILVA | JENNY MACHADO | DIEGO J. VICENTE | DANIEL OLIVEIRA | BOB WILLCOX | CARLOS BALDI | ALBINO INFANTOZZI | EDANO SANTOS | APOSAN | PEDRO TINELLO | PINGUIN RUAS | WALTER LOPES | JUCIVALDO SANTOS | KEYZE AMBE | JC BATERA | RODRIGO OLIVEIRA

O que aconteceu?

Após semanas de conversas com expositores e uma análise detalhada sobre o futuro do evento, a Messe Frankfurt constatou que não havia demanda suficiente para criar, dentro da Light + Building 2026, uma área temática dedicada exclusivamente à Prolight + Sound. Essa alternativa havia sido proposta como forma de manter a presença do salão na cidade, mas não recebeu o apoio necessário para garantir uma oferta sólida e atrativa para empresas e visitantes.

Diante dessa falta de respaldo, a organização tomou a decisão — considerada “difícil” — de não realizar mais a Prolight + Sound em Frankfurt.

Integração a outras feiras e novos caminhos

Alguns dos expositores convidados a participar da área temática já optaram por se apresentar diretamente nos segmentos tradicionais da Light + Building, onde poderão se conectar principalmente com escritórios de arquitetura, designers de iluminação, especialistas em tecnologia predial, instaladores elétricos e profissionais de facility management.

Mesmo com o encerramento em Frankfurt, a Prolight + Sound segue no portfólio internacional da Messe Frankfurt. A marca continua crescendo na Ásia e prepara novas edições, entre elas:

Prolight + Sound Guangzhou, que recentemente reuniu mais de 2.200 expositores e 110.000 visitantes, consolidando-se como uma das feiras mais dinâmicas do setor. Prolight + Sound Bangkok, que realizará sua edição inaugural em 2026, ampliando a presença da marca no Sudeste Asiático.

Um encerramento simbólico e um futuro redirecionado

O anúncio marca o fim de uma era para a indústria europeia do espetáculo e do entretenimento técnico. Para várias gerações de profissionais, a Prolight + Sound Frankfurt foi um ponto de encontro fundamental, onde foram apresentadas tecnologias que moldaram padrões globais em áudio, iluminação, rigging, laser, staging e soluções AV.

A organização agradeceu a colaboração da imprensa, expositores e visitantes ao longo dos anos e reforçou que continuará recebendo a comunidade em seus eventos internacionais. A marca se despede de Frankfurt, mas segue adiante em mercados onde o setor audiovisual mantém um ritmo de expansão mais acelerado. ■



ROCKMAN® X100™ ANALOG TONE PROCESSOR

Lançamento!



As unidades são limitadas e o estoque mundial já está praticamente esgotado, tornando esta reedição um item de desejo entre colecionadores e guitarristas profissionais. Se você quer reviver o som que marcou uma geração, não perca a chance de garantir o seu antes que desapareça novamente, um ícone do rock, agora sob a confiabilidade da MXR.

- Edição Limitada
- 4 modos de timbre
- Compressão inteligente
- Chorus clássico dos hits dos anos 80

SAIBA MAIS

 11 94138.3694

IZZO®
crie sua trilha

Cuidado com instrumentos acústicos em clima tropical



Como proteger madeiras, acabamentos e componentes em ambientes úmidos.

A conservação de instrumentos acústicos apresenta desafios específicos em regiões tropicais, onde a combinação de altas temperaturas e umidade constante acelera o desgaste de madeiras, cordas e partes estruturais. Dados citados por associações de luteria na América Latina indicam que níveis de umidade relativa acima de 70% podem causar deformações, perda de estabilidade tonal e falhas em colagens internas.

Umidade: o principal fator de risco

Em climas tropicais, a alta umidade afeta diretamente violões, guitarras acústicas, ukuleles, violinos, contrabaixos e instrumentos de percussão feitos de madeira. Entre os efeitos mais observados, luthiers destacam:

- Dilatação e retração das madeiras, causando trastejamento, abaulamento da tampa e alterações no braço.
- Enfraquecimento de colas e junções internas pela absorção de água.
- Envelhecimento acelerado das cordas e perda de definição tonal.

A umidade excessiva também favorece o surgimento de fungos, especialmente em instrumentos guardados por longos períodos em estojos fechados.

Controle ambiental: a medida mais eficaz

Especialistas recomendam manter a umidade relativa entre 45% e 55% como faixa segura para instrumentos acústicos. Para alcançar esse nível em regiões tropicais, as estratégias mais utilizadas incluem:

- Desumidificadores portáteis em salas de ensaio, estúdios e ambientes pequenos.
- Sacos dessecantes dentro de estojos rígidos.
- Evitar exposição direta a locais abafados, varandas ou ambientes sem climatização.

Ao contrário das regiões secas, o uso de humidificadores internos não é indicado, pois pode agravar o excesso de umidade na madeira.

DICAS

Temperatura e incidência solar

As variações térmicas influenciam diretamente o comportamento estrutural dos instrumentos. Temperaturas altas podem amolecer colas e afetar acabamentos. As recomendações incluem:

- Não deixar instrumentos dentro de veículos.
- Evitar exposição prolongada ao sol em ensaios ao ar livre.
- Manter estojos afastados de fontes de calor e paredes externas.

Armazenamento seguro em regiões tropicais

A forma de guardar o instrumento tem impacto direto em sua estabilidade:

- Estojos rígidos oferecem proteção superior a capas, reduzindo a influência de variações ambientais.
- Armazenar o instrumento na posição vertical diminui a pressão sobre a tampa e o braço.

Em áreas costeiras, técnicos recomendam revisão semestral de ferragens devido ao risco de corrosão salina.

Manutenção periódica

Um cronograma de manutenção ajuda a prevenir danos e prolonga a vida útil:

- Inspeção do ângulo do braço e do estado da ponte.
- Lubrificação discreta de tarraxas e verificação dos trastes.
- Limpeza com pano seco e produtos neutros, evitando ceras ou óleos inadequados.
- Troca regular de cordas, que se deterioram mais rapidamente em ambientes úmidos.

No caso de instrumentos de percussão, como congas e bongôs, o cuidado com peles naturais é essencial, já que absorvem umidade com facilidade.

Por que o clima tropical exige atenção constante

Luthiers de vários países observam que a degradação em climas quentes e úmidos ocorre de forma cumulativa. Pequenas variações diárias de temperatura e umidade modificam continuamente o comportamento das madeiras, exigindo monitoramento frequente e estratégias preventivas mais rigorosas do que em regiões de clima seco ou temperado. ■

POWERCLICK

HEADPHONE AMPLIFIERS



VOICE MONITOR MK II

MONITOR DE ÁUDIO para cantores. Sistema individual (1 headphone). Input e output XLR (microfone) com efeitos de eco/reverber. Input e output AUX (retorno). O músico tem controle de volume do microfone e do retorno, somente para si, sem interferir em outros sistemas.

Veja o manual:

www.powerclick.com.br/produtos



MUSIC MAN

MONITOR DE ÁUDIO PARA MÚSICOS QUE TOCAM E CANTAM.

Individual (1 headphone) e 3 inputs. Input e output XLR (microfone) com eco/reverber.

Input (AUX) para retorno da banda. Input e output (INST) para instrumento musical.

O músico tem controle de volume do microfone, do próprio instrumento e do retorno, somente para si, sem interferir em outros sistemas.

Veja o manual:

www.powerclick.com.br/produtos

Conheça todos os produtos Power Click, tire dúvidas!

www.powerclick.com.br

whatsapp: 21 9 7924 8324

powerclick@powerclick.com.br

POWERCLICK
Tecnologia
desde 2002

A Geração Z e Alpha: o novo comprador que está redefinindo as lojas de música



Como pensam, como aprendem e o que esperam das lojas e marcas de instrumentos.

O mercado de instrumentos musicais e tecnologia de áudio está entrando em uma nova fase impulsionada por duas gerações que já estão mudando a forma como os produtos são descobertos, avaliados e comprados: a Geração Z e a Geração Alpha. Para as lojas de música, entender essa mudança deixou de ser uma questão de marketing e passou a ser uma questão de sobrevivência comercial.

A Geração Z, formada por quem nasceu aproximadamente entre 1997 e 2012, já é um público economicamente ativo, com renda própria e grande influência nas decisões de compra. A Geração Alpha, nascida a partir de 2013, ainda está em formação, mas já influencia compras familiares e será o núcleo do mercado nos próximos anos. Ambas são gerações verdadeiramente nativas digitais: não se adaptaram à tecnologia, cresceram dentro dela.

Isso se reflete diretamente na forma como se relacionam com marcas e lojas. Para esses novos compradores, o produto isolado importa menos do que o contexto que o cerca. Eles avaliam se a marca é confiável, se o que promete corresponde ao que entrega e se outros criadores reais estão usando. A decisão de compra já não se apoia principalmente na publicidade ou no discurso do vendedor, mas no que veem em vídeos, reviews, redes sociais e comunidades online. O ponto de venda deixou de ser o início do processo e passou a ser, muitas vezes, o último passo.

Também mudou profundamente a forma como aprendem. Manuais longos e fichas técnicas já não são o primeiro contato. Essas gerações aprendem vendo vídeos curtos, tutoriais práticos e exemplos reais de uso. Querem entender rapidamente o que podem fazer com um produto e como ele se encaixa no seu fluxo criativo. Para a loja, isso

significa que não basta ter o produto na prateleira: é preciso saber explicá-lo em termos de uso, resultado e possibilidades.

Na escolha dos produtos, o critério já não é apenas “qualidade máxima” ou “nível profissional”. Eles procuram ferramentas versáteis, que integrem bem com software, apps e redes, que sejam práticas, portáteis e com uma relação clara entre preço e valor. Mais do que o melhor equipamento do mundo, querem o equipamento que permita criar, gravar, publicar e evoluir mais rápido.

Esse movimento também afeta as marcas que conseguem se conectar melhor com esse público. As que funcionam costumam ter uma comunicação mais humana, menos corporativa, com presença real nas redes e relação visível com artistas e criadores. Um discurso rígido ou excessivamente publicitário gera rejeição imediata. Existe uma sensibilidade muito grande à autenticidade: se a marca parece forçada ou incoerente, ela simplesmente é ignorada.

Dentro da loja física, isso transforma o papel do vendedor. Já não basta saber preço e especificações técnicas. O novo comprador espera encontrar alguém que entenda seu projeto, seu estilo e seu nível, e que consiga recomendar soluções, não apenas produtos. O vendedor passa a ser um curador, um orientador dentro de um universo cada vez mais complexo de opções.

Para o varejo musical, a mensagem é clara: a nova geração não compra apenas instrumentos, interfaces ou equipamentos. Compra possibilidades criativas, identidade e ferramentas para se expressar. As lojas que entenderem essa mudança e adaptarem sua forma de comunicar, expor e atender não só vão vender mais. Vão continuar sendo relevantes. ■

LANÇAMENTO

VK



Vandoren
PARIS

DESEMPENHO EM CONDIÇÕES EXTREMAS

A VK é uma palheta sintética desenvolvida pela Vandoren após 7 anos de pesquisa, feita com um material exclusivo que não imita a estrutura da palheta natural, mas reproduz suas principais características físicas para garantir o mesmo desempenho acústico.



Até 35x mais durabilidade
que uma palheta comum



Praticidade para tocar
mais e trocar menos



20% de economia
por tempo de uso



Consistência de som
sem deformidades

SAIBA MAIS

 11 94138.3694

IZZO
crie sua trilha

PRODUTOS



BEHRINGER UB-Xa MINI

Sintetizadores analógicos compacto e portátil que condensa o caráter sonoro do UB-Xa original em um formato reduzido. Inclui 27 teclas sensíveis ao toque, painel de controle direto e um motor de síntese projetado para oferecer resposta expressiva sem menus complexos. Seu filtro analógico comutável de 12/24 dB permite esculpir o som com precisão, enquanto o LFO com três formas de onda modula pitch, cutoff e largura de pulso. Traz ainda um sequenciador de 16 passos, ring modulator e parâmetros pensados para uso em estúdio ou ao vivo.

Contato: proshows.com.br • (51) 3034-8100



ZILDJIAN Alchem-E

A mais recente linha de baterias eletrônicas da Zildjian. A empresa se propôs a criar a experiência de tocar mais realista, autêntica e imersiva possível com uma gama completa de kits eletrônicos, desde o compacto ALCHEM-E Bronze EX até o carro-chefe ALCHEM-E Gold EX. Cada kit apresenta os pratos Zildjian E-FAMILY e o módulo de bateria Zildjian E-VAULT repleto de recursos.

Contato: izzomusical.com.br • (11) 3797-0111



SHURE Barra de Videoconferência All-In-One

A nova barra de videoconferência tudo-em-um baseada em Android permite capturar áudio e vídeo nítidos e precisos para reuniões com inteligência artificial em espaços de colaboração de médio a grande porte. Preparada para uso corporativo, com configuração automática e gerenciamento global simplificado, os gerentes de TI podem criar experiências de reunião focadas nos participantes, com transcrição confiável para ferramentas de IA aprimoradas.

Contato: lojashure.com.br • (11) 2189-0385

STRINBERG Diamond DA3SC

Violão eletroacústico de seis cordas com acabamento brilhante na cor Blue Burst (BL), apresenta corpo de formato artístico com cutaway, tampo em spruce sólido, laterais e fundo em flamed maple laminado, braço em maple e escala e cavaletes em laurél. Vem com cordas de aço D'Addario XT .012, possui tensor bilateral, nut de 43 mm, 20 trastes com marcações em dots e tarraxas blindadas foscas.

Contato:
sonotec.com.br •
(18) 3941-2022





AUDIOAMERICA/STANER SR212M

Caixa acústica ativa equipada com woofer de 12" e driver de titânio de 34 mm, oferece comunicação via Bluetooth com função TWS, três canais de entrada com conectores combo (XLR e TRS 1/4"), reproduzidor de MP3 por USB e cartão SD, cinco presets de equalização e entradas balanceadas XLR e TRS, além de conexões P2 e RCA. Conta com alimentação automática bivolt de 127 a 220 V AC, gabinete exclusivo STANER com angulação para uso como monitor esquerdo ou direito, três pontos de fixação para montagem fly, encaixe para pedestal com trava, nível máximo de SPL de 122 dB e peso de 15 kg sem embalagem.

Contato: staner.com.br

• (18) 3941-2022

CLAYPAKY

Arolla Aqua Wash HC

Um wash LED de alto desempenho com fonte branca de 960 W, CRI de até 94 e certificação IP66, desenvolvido para aplicações internas e externas. O equipamento oferece mistura de cores precisa, zoom versátil e sistema interno de barndoors em dois planos focais para maior controle do fecho de luz.

Contato: decomac.com.br • (11) 3333-3174



SAMSON

XPX Plug-In

Solução desenvolvida para transformar qualquer microfone dinâmico de mão em um sistema sem fio de forma simples e prática. O XPX funciona como um sistema de conversão para wireless, adicionando conectividade digital na faixa de 2,4 GHz a microfones dinâmicos convencionais. A proposta é permitir que músicos, cantores e apresentadores utilizem seus próprios microfones sem a necessidade de adquirir um sistema sem fio dedicado. Formado por um transmissor XPT e um receptor XPR, ambos com conexões XLR.

Contato: musical-express.com.br • (11) 3158-3105



POWERSOFT

AnyMATE e SpeakerMATE

Novas tecnologias, criadas para adicionar identificação, monitoramento e troca de dados diretamente a alto-falantes passivos, sem necessidade de cabeamento de rede adicional ou alimentação externa. Com o AnyMATE, a comunicação de dados acontece pelas próprias linhas de alto-falante, permitindo que o amplificador atue como um hub tanto de áudio quanto de informações. O SpeakerMATE é a primeira aplicação prática da plataforma: um módulo compacto que pode ser integrado ao alto-falante ou instalado externamente.

Contato: universalmusicbrasil.com • (55) 98107-8888

PRODUTOS



CELESTION

G12-100 Raven

Alto-falante de 12 polegadas desenvolvido especialmente para guitarristas de metal moderno. O grande diferencial está no novo projeto de ímã cerâmico, que permitiu reduzir significativamente o peso total para apenas 2,5 kg, sem comprometer a força magnética, com 100 watts de potência, bobina de 2 polegadas e sensibilidade de 100 dB.

Contato: gsbproaudio.com.br • (11) 5079-8400



CÓRDOBA

Stage Artist

Uma evolução da consagrada linha Stage de violões eletroacústicos de nylon com corpo sólido voltadas para uso profissional. A nova família é composta pelos modelos Stage Artist Agave Burst, Stage Artist Habano Burst e Stage Artist Tradicional. Todos trazem acabamentos premium, como binding em ébano com frisos em maple, logotipo Arches em maple flamejado e knobs em rosewood com incrustações em maple. Os Agave Burst e Habano Burst utilizam o conceito Exotic Top.

Contato: br.yamaha.com • (11) 3078-1928

RCF

EVOX J

Família de sistemas de coluna ativos baseada em um projeto eletroacústico real de 3 vias, nova plataforma de amplificação e foco em maior headdress. Traz um motor de agudos com driver de compressão de 1,75" em neodímio, carregado pela guia de ondas True Resistive Waveguide (TRW), com cobertura constante de 120° x 40°. A seção de médios utiliza um array de transdutores de 3" em neodímio. A amplificação Classe D entrega 2100 W nos modelos J9 e J11. Disponível nas cores preta e branca.

Contato: cborges.com.br • (92) 3622-7151



NEUMANN

M 50 V

Apresentado originalmente em 1951, o M 50 tornou-se uma referência para captação de orquestras e foi fundamental no desenvolvimento da técnica Decca Tree, ainda hoje padrão em gravações de música clássica e trilhas sonoras. O novo M 50 V mantém o conceito acústico original, incluindo a cápsula omnidirecional de pequeno diafragma montada em uma esfera de 40 mm. Como atualização, a Neumann adotou um diafragma de titânio, que melhora a estabilidade e a durabilidade sem alterar o caráter sonoro que consagrou o modelo.

Contato: pt-br.sennheiser.com • (11) 2626-5646



AGUILAR

Tone Hammer 210 Combo

Novo amplificador combo para baixo desenvolvido para oferecer o som, a resposta e o desempenho de um sistema completo da marca em situações em que o espaço é limitado.

Construído em torno de um gabinete 2x10 em orientação vertical. Sua altura é semelhante à de um cabeçote Tone Hammer com uma caixa SL 410. Equipado com dois alto-falantes cerâmicos de 10 polegadas desenvolvidos especialmente pela Aguilar, inspirados na série DB. Na parte superior encontra-se uma versão de 300 watts do amplificador Tone Hammer de segunda geração.

Contato: novitamusic.com.br • (11) 2614-8349



BLACKSTAR

Artist FR Standard e Artist FR Special

Dois gabinetes amplificados full range, flat response (FRFR) desenvolvidos

para oferecer aos usuários de modeladores e pedaleiras uma experiência que se comporte como um amplificador de guitarra tradicional. Ambos utilizam um falante 1x12 de resposta plana desenvolvido especialmente pela Blackstar, complementado por um whizzer cone. O Artist FR Standard entrega 50 watts em um formato compacto, ideal para estúdio, prática e apresentações menores. Já o Artist FR Special, com 100 watts, é voltado para quem precisa de mais headroom e presença em ensaios e palcos maiores.

Contato: madeinbrazil.com.br • (11) 5094-4466



KEPMA

F2S Lamplight

Violão acústico-eletoacústico no formato Grand Auditorium com um sistema eletrônico voltado à criação musical. Traz tampo sólido de Sitka spruce torrefado, assim como o leque harmônico do mesmo material. O fundo e as laterais são feitos em Ovangkol laminado, com acabamento em alto brilho. O cavalete é de jacarandá sólido e a pestana é de osso natural. O braço de mogno é reforçado com duas barras de fibra de carbono e tensor de dupla ação, enquanto a escala em ébano técnico de 2 mm recebe ajuste PLEK.

Contato: loja.kepmabrasil.com.br • (31) 98417-6208

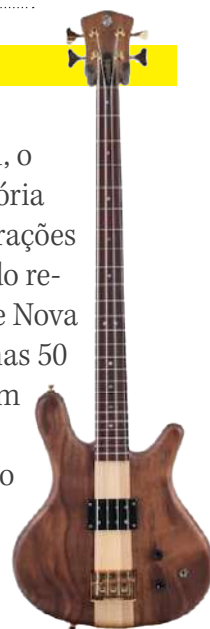


SPECTOR

Custom Shop SB-1

Retorno em edição limitada do SB-1, o primeiro baixo de produção da história da marca, como parte das comemorações de seus 50 anos. O modelo está sendo recriado pelo Spector Custom Shop de Nova York em uma série limitada de apenas 50 instrumentos. Esta reedição mantém as principais características do instrumento original, incluindo o corpo plano e largo, a construção neck-thru e a escala de 34". Será oferecido em quatro opções de madeira: no-gueira (walnut), maple, curly cherry e rainbow alder, combinando materiais históricos com novas alternativas.

Contato: novitamusic.com.br • (11) 2614-8349



PRODUTOS

VOX

AC15 e AC30 Hand-Wired Greenback

Ambos os amplificadores são construídos com circuitos fiéis aos projetos vintage, montagem totalmente hand-wired e recursos modernos que ampliam a versatilidade em estúdio e no palco. A proposta não é simplesmente recriar os modelos antigos, mas oferecer uma nova voz dentro da linha AC, mantendo o DNA sonoro da VOX, com alto-falantes Celestion Greenback. O AC15HWR1 Greenback inclui master volume, loop de efeitos com buffer FET (com bypass) e reverb de mola valvulado com controles independentes de nível e tonalidade. O AC30HWR2 Greenback traz dois falantes Greenback de 12".

Contato: pridemusicshop.com.br • (11) 93202-9730



KORG

microAUDIO 22 e 722

Duas interfaces de áudio compactas desenvolvidas para criadores que trabalham em estúdio, ao vivo ou em ambientes online. Trabalham com áudio de até 24-bit/192 kHz, contam com entradas e saídas balanceadas e prés projetados para entregar ganho musical com baixo ruído. Cada canal aceita microfone, linha e Hi-Z, com phantom power de 48V, além de incluir ferramentas de processamento como Noise Gate e compressor ou limiter, facilitando o controle de dinâmica no dia a dia. A série também traz recursos pensados para criadores de conteúdo, como modo loopback para streaming, monitoração direta sem latência e conexão USB-C.

Contato: pridemusicshop.com.br • (11) 93202-9730



MARTIN GUITAR

Road Series Renovada

A linha foi reorganizada para tornar a escolha mais simples e agora é estruturada em dois caminhos principais: Retro, com modelos de inspiração vintage, formatos clássicos como D e 000 e timbre quente e equilibrado; e Modern, com designs contemporâneos, opções com cutaway (DC, OMC, GPC e SC), braços mais rápidos e visual pensado para o palco. Para facilitar a comparação, a linha passa a ser dividida em quatro níveis de estilo (10, 12, 13 e Retro Plus), que variam em acabamento, madeiras e sistemas de captação, incluindo eletrônica Martin E1 e L.R. Baggs em alguns modelos.

Contato: madeinbrazil.com.br • (11) 5094-4466



SOUND DEVICES

Astral Wireless

A linha Astral inclui amplo range global de sintonia de 169 a 1525 MHz, tecnologia proprietária de controle remoto NexLink e sistema GainForward. Composta por microfone digital sem fio Astral HH, receptores multicanais ARX32, ARX16 e ARX8, módulo de expansão Astral Opto, sistema remoto de antenas Astral Outpost, além dos transmissores Astral TX, Astral Mini e do receptor portátil ARX2.

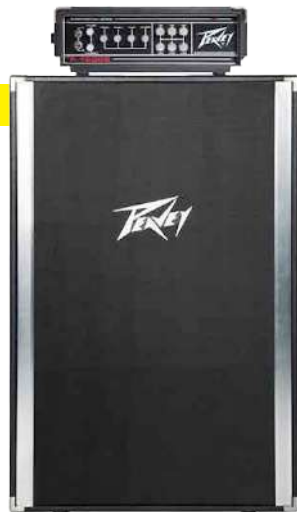
Contato: eurobrastv.com.br • (21) 2240-3399

PEAVEY**Super Festival**

Retorno da linha de amplificação para baixo inspirada em modelos clássicos dos anos 1970, agora atualizada com recursos modernos. O F-1200B Bass Amp Head se baseia no histórico F-800B de 1971 e oferece 1.200 watts RMS, com pré-amplificador BJT discreto recriado com componentes similares aos originais e ajustado por Hartley Peavey. O Super Festival 610 possui seis falantes de 10", construção em plywood de 15 mm, potência program de 1.200 watts a 8 ohms, além de atenuador de tweeter e conectores combinados.

Contato: peavey.com.br

• (11) 2062-8031

**DIGITECH DOD****Badder Monkey**

Pedal de overdrive que parte da base do consagrado Bad Monkey e incorpora novos circuitos e recursos. Longe de ser uma simples reedição, o modelo oferece abordagem mais flexível de ganho e equalização para guitarristas e baixistas. Mantém o circuito original como núcleo e adiciona dois novos circuitos, Behaved e Badder. A arquitetura inclui o Barrel Control de 360 graus, tecnologia com patente em tramitação que permite misturar qualquer par de circuitos em diferentes proporções, criando múltiplas variações de overdrive em uma única unidade. Uma chave de três posições amplia as possibilidades.

Contato: equipo.com.br • (11) 2199-2999

**CORT GUITARS****KX500 Pale Moon**

Guitarra com corpo em mogno, tampo de ébano Pale Moon e acabamento Natural Black Burst fosco de poro aberto. Braço parafusado de cinco peças em maple torrado e nogueira, com perfil em "D" de 19,5 mm no primeiro traste e 21,5 mm no décimo segundo, e escala de 25,5". A escala em ébano Macassar possui 24 trastes jumbo de aço inoxidável. Na parte eletrônica, traz humbuckers Seymour Duncan Nazgul (ponte) e Sentient (braço). O controle é simples, com volume, tone e chave de três posições.

Contato: equipo.com.br • (11) 2199-2999

**MARTIN****ELP MANET 8f**

Fresnel LED projetado para teatro, televisão e estúdios. Incorpora um motor de seis cores — vermelho, verde, azul, âmbar, lima e ciano — que oferece CRI 98 e TM-30 Rf 95, garantindo reprodução cromática desde tons quentes até brancos frios (1.850 K a 12.500 K). Integra uma lente Fresnel de 8 polegadas, zoom de 9° a 50° e mais de 13.000 lúmens, produzindo um wash uniforme com bordas suaves, controlado por viseras antirreflexo. Seu nível de ruído abaixo de 30 dB o torna adequado para óperas, teatros e sets de broadcast.

Contato: pro.harman.com • 0800-571-4161

behringer

li
SOARES

Onde
o talento
encontra
qualidade.



WING Black

ProShows

 (51) 3034-8100

 www.proshows.com.br

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