


Sopro Novo



www.yamaha.com.br

Edição Comemorativa
nº 05 | ano 2010



Sopro Novo

5 anos

de Música
e Educação





YAMAHA

INSPIRE-se



Cinco anos de Sopro Novo

Como uma criança que chega para alegrar e enriquecer a vida de uma família, nesses cinco anos o Sopro Novo transformou a realidade de milhares de professores e alunos, que passaram a ter suas existências preenchidas pela música e pela cidadania. Sim, porque o Sopro Novo não apenas ensina música. Ele abre essas mentes a um novo mundo, oferecendo a elas uma nova forma de enxergar o cotidiano, abrindo um leque infinito de possibilidades.

Além dessa força transformadora de vidas, o Sopro Novo, nesse seu primeiro quinquênio, também representou uma verdadeira revolução mercadológica, ao levar a flauta doce como uma alternativa válida de iniciação musical, criando assim uma nova geração de músicos e musicistas, que futuramente poderá continuar com a flauta como seu instrumento principal, ou mesmo caminhar para saxofones, pianos,

violões ou quaisquer outros instrumentos.

O Sopro Novo, ao chegar aos cinco anos, também conseguiu movimentar de maneira forte e extremamente positiva o mercado editorial, por meio de parcerias com diferentes editoras, lançando obras didáticas que já se tornaram referência no ensino de flauta doce, saxofone, trompete, trombone e regência.

Independente do caminho que o programa seguir daqui em diante, essas obras permanecerão e serão de grande valia para milhares de estudantes nos anos a seguir.

O Sopro Novo estimulou as escolas de música investindo em programas de consultoria administrativa e de gestão de recursos dessas empresas, por meio da parceria com o CAEM (Central de Apoio as Escolas de Música). Também investiu em programas de responsabilidade social, como a educação musical de crianças ca-

rentes ligadas a instituições de educação infantil como o Instituto Vila Criar e a Creche São Geraldo. Apoiou eventos de bandas e fanfarras, encontros internacionais de sax, metais, trompetistas e flautistas. Participou de Feiras como a Expomusic e a Feira do Estudante em São Paulo.

É esse legado que fica, é essa força que nunca se extingue. Uma energia que continuará emanando, tal qual uma pedra jogada num lago e que forma pequenas ondas, sem que seja possível enxergar seu final.

Nessa hora, é preciso agradecer a todos os envolvidos. Todos aqueles que, em algum momento, tomaram contato com o Sopro Novo e, direta ou indiretamente, auxiliaram em seu desenvolvimento. Além de ser da Yamaha Musical do Brasil, a empresa considera que o Programa Sopro Novo é de todos e de cada um de vocês.

Vamos em frente. E que a música nos acompanhe.

expediente

Yamaha Musical do Brasil

Presidente - Kenichi Matsushiro

Gerente de Marketing - Kenichi Hiwasa

Gerente Comercial - Amauri Silva

Coord. de Difusão Musical:

Cristal Angélica Velloso



EVCOM

Edição e Coord.do Projeto - Thiago Costa

Redação e Reportagem - Adriana Braz

e Daniela Barbará

www.evcom.com.br

Direção de Arte e Diagramação

Purim Comunicação Visual

www.purimvisual.com.br

Tradução - Erik Pais Heimann

Impressão - Studio 4

Jornalista Responsável:

Thiago Costa MTb: 39.797

índice

6 – Isto é Sopro Novo

Missão, Visão e Valores do Programa de Musicalização da Yamaha

8 – Palavra do Presidente

A visão de Takashi Fujita sobre o Sopro Novo

14 – Nosso Caminho

A trajetória vitoriosa do anuário nestes cinco anos

20 – Quinteto Sopro Novo

As histórias e o sucesso desse grupo de professores artistas

24 – Parceiros

Intercâmbio com México e Colômbia

26 – Parceiros

Palácio da Música, Loja Sopro Novo 2010

28 – Terceiro Setor

Conheça o trabalho realizado junto à comunidade São Geraldo

30 – Eventos

As participações do Sopro Novo em todo o Brasil

32 – Tradução

English and Spanish versions of this Year Book

Versiones inglesas y españolas de este anuario



isto é Sopro Novo



Mônica Giardini

O Sopro Novo é, sem dúvida alguma, uma das iniciativas musicais mais bem-sucedidas da História recente do Brasil. Reconhecido inclusive fora do País como um projeto vitorioso.

Prova dessa força está na recepção que a mídia sempre dá ao projeto. Ótimo exemplo é a entrevista que o Quinteto Sopro Novo concedeu ao Maestro Julio Medaglia, em seu programa "Tema e Variações", na Rádio Cultura de São Paulo, em junho de 2010. A participação de Cristal Velloso e Selma Oliveira gerou inúmeros contatos para participação no Sopro Novo, pedidos do DVD "Certas Canções" e convites para recitais do Quinteto.

Esse reconhecimento que o Sopro Novo e seus diferentes braços possuem vem de uma base sólida, que ultrapassa



Erik Heimann Pais

a questão educacional e artística. Trata-se de uma visão de negócios.

Existe, como se sabe, um certo receio de artistas e professores em externar pensamentos relacionados a negócios, na falsa crença de que essas três áreas, artística, educacional e empresarial, não possam se intercambiar e crescer juntas.

A Yamaha possui um direcionamento que consegue abarcar tudo isso de forma bastante concreta e prática. É a idéia de obter a "geração de demanda por meio de ações educacionais". Essa foi a estratégia da Coordenação de Difusão Musical da Yamaha Musical do Brasil, que criou o Sopro Novo e ampliou sua atuação também para a questão artística.

Para que tudo isso se mantivesse de forma coesa, em 2010, aproveitando o momento de replanejamento do Programa, foram definidas a Missão, a Visão e os Valores do So-

Fernando Dissenha



pro Novo (veja quadro na página ao lado).

Peter Drucker, uma das maiores autoridades no campo da Gestão Organizacional define que "a missão é um caminho magnânimo que escolhemos trilhar, a visão é a meta de aquisição dos frutos almejados". Quanto aos valores, são os conceitos humanos que serão aplicados a uma determinada atividade.

Com o Sopro Novo, o caminho seguido foi exatamente esse. Uniram-se todos os conceitos de modo a traduzir em um modelo único aquilo que já era executado no dia a dia do Programa.

Agora, todos os novos participantes que comecem suas atividades junto ao Sopro Novo saberão quais as bases em que o Programa atua, entendendo melhor os processos e se integrando plenamente a tudo o que já foi construído, combinando harmoniosamente arte, ensino e profissionalismo. ■

Marcelo Bambam



Materiais didáticos Sopro Novo

Missão, Visão e Valores do Sopro Novo

As atividades de *Gakuban* se resumem nas propostas Sopro Novo. Porém, o Sopro Novo não se resume a seminários e workshops destituídos de direção.

A força do trabalho está alicerçada no conteúdo dessas atividades que encerram uma **visão** de trabalho:

"O Sopro Novo quer ser referência de qualidade em Educação Musical"

Esta visão está pautada em **valores** como:

- **Profissionalismo:** assumir o compromisso de levar todos aqueles que queiram aprender música a cumprir esse objetivo.
- **Ética:** respeitar os valores culturais de cada região e de cada grupo que faz parte do programa.
- **Generosidade:** orientar os alunos e grupos de forma que cada aluno supere suas dificuldades e possa ser multiplicador do conhecimento, levando assim ao cumprimento de nossa **missão** que é:

"Levar a música para o maior número de pessoas, promovendo prazer intelectual no consumo dessa arte"

isto é Sopro Novo



YAMAHA

Visão global

Takashi Fujita, novo presidente
da Yamaha Musical do Brasil, fala
sobre o Sopra Novo



isto é Sopro Novo

Takashi Fujita é o novo presidente da Yamaha Musical do Brasil. O executivo japonês assume o cargo após a passagem de Kenichi Matsushiro pelo comando da empresa nos últimos cinco anos.

A carreira de Fujita se iniciou no Japão, onde trabalhou por 16 anos, passando então para a Yamaha Canadá, que comandou por três anos, retornando novamente para o Japão, sendo responsável naquela ocasião por todo o mercado do Sudeste Asiático. Seu desafio seguinte foi vir para terras brasileiras.

“O Brasil é um país com uma enorme extensão territorial e bastante diferente

“O Brasil é um país com uma enorme extensão territorial e bastante diferente dos outros locais por onde passei, com um crescimento econômico muito grande”

dos outros locais por onde passei, com um crescimento econômico muito grande”, diz Fujita, que complementa: “Aqui existe uma população enorme e também muito interesse por música”.

A intensa produção musical brasileira e a natural inclinação das pessoas a se envolver com o tema causou uma primeira análise por parte de Fujita que não condizia exatamente com a realidade, em especial no que se trata da Educação Musical. “Por conta dessa cultura musical brasileira, por todo mundo gostar de música, eu acreditava que aqui havia uma educação musical ampla e de muita

qualidade. Mas já entendi que não é exatamente assim”.

Na visão do executivo, há uma cultura musical muito rica por aqui, o que faz com que haja um enorme mercado potencial para os instrumentos musicais. “Trabalhei no Canadá e no Japão e esses países são completamente diferentes do Brasil. O mercado lá é muito mais maduro do que aqui, as coisas estão estáveis, não crescem mais. Mas, por outro lado, a Educação Musical está completamente estabelecida, existe música no currículo de todas as escolas”.

Portanto, para o presidente da empresa, o trabalho executado pelo Programa Sopro Novo tem uma posição fundamental no desenvolvimento geral. “É muito importante que todas as crianças e não só elas, todas as pessoas, tenham a oportunidade de aprender música, para colocar para fora o talento que faz parte do jeito de ser do brasileiro”, explica.

Entretanto, para Fujita, não se trata de uma responsabilidade, mas da tradução do modo de ser da companhia. “Não somos uma empresa gigante, como o Bradesco ou a Petrobras, por exemplo”, diz o executivo, mostrando-se já bastante inteirado do cenário corporativo brasileiro. “Essas são empresas que destinam muito dinheiro para esse tipo de projeto. O mercado musical não é tão grande e não envolve tanto dinheiro. Eles provavelmente estão fazendo coisas muito boas. Porém, mesmo sem todo esse investimento, nós talvez possamos fazer coisas que eles não podem. E quem sabe aí esteja nossa força”, define.

A Yamaha, mundialmente, possui uma cultura corporativa muito bem definida que, no entender de Fujita, transformou-na na corporação que é hoje. Na questão da educação musical, existe a diretoria do *Gakuhan*, que é estimular atividades musicais em escolas e vender instrumentos musicais ali. No Brasil a estratégia foi diferente, a YMDB escolheu gerar demanda através das ações educacionais do Sopro



A Difusão Musical está entre as atividades de Marketing, gerenciadas por Kenichi Hiwasa

Novo. Em outros países isso funciona de maneira simples, diferente do Brasil.

“No caso do Japão, por exemplo, as coisas são muito diretas. Lá, se trabalharmos com Escola Musical Yamaha, com mil alunos, nós já sabemos que podemos gerar demanda para 100 teclados. É muito mais fácil”, detalha o presidente da Yamaha Musical do Brasil.

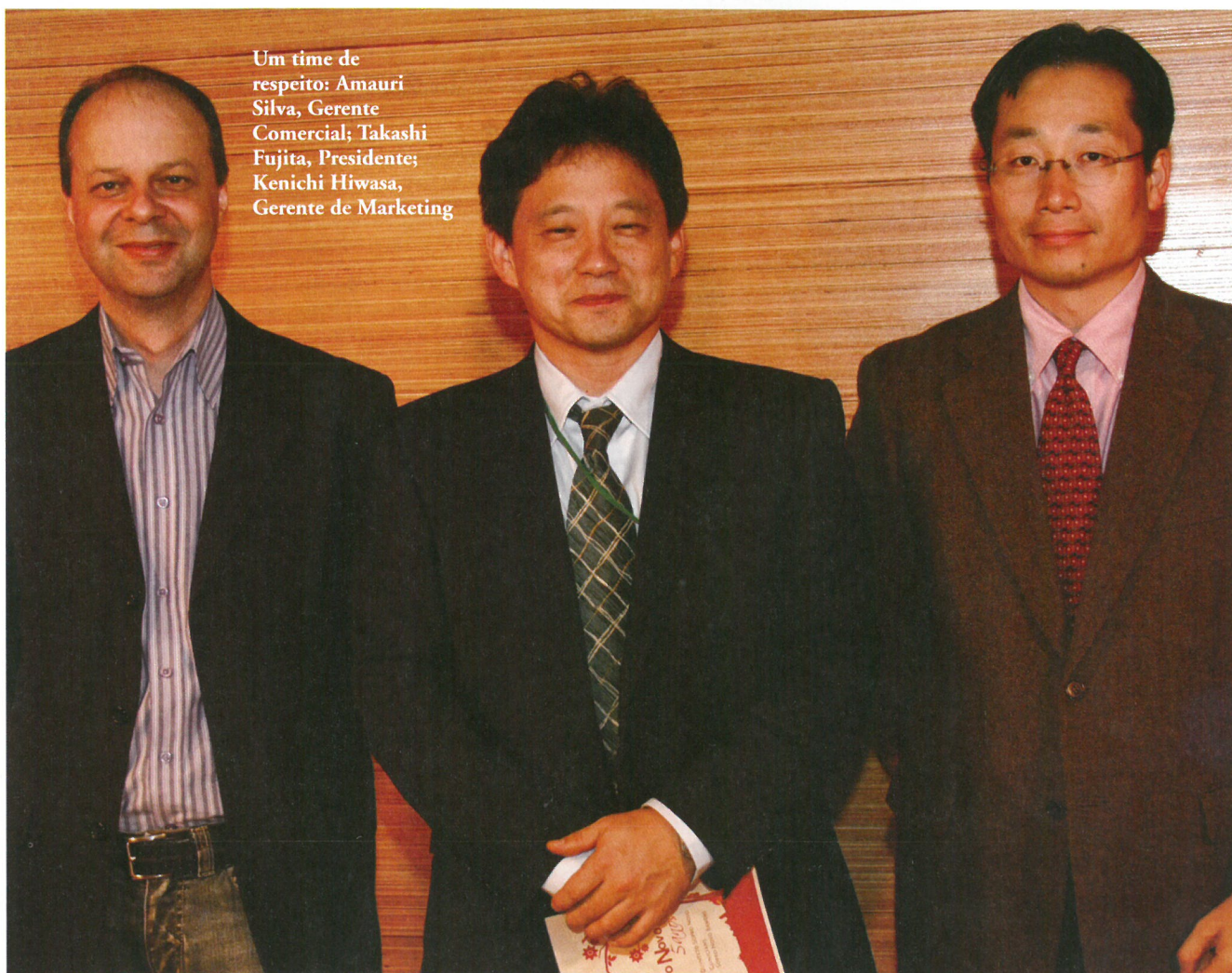
Fujita afirma que “o Brasil e o Sopro Novo são diferentes de tudo no resto do mundo”. Por aqui, comparando com o caso japonês, obviamente não acontece da mesma forma. Isso faz com que exista – e seja necessário – um jeito brasileiro de fazer *Gakuhan*. “Talvez não consigamos vender tantos instrumentos diretamente aos participantes, mas sabemos que o Sopro Novo não é algo simples, objetivando a venda, e nem somente promocional”, comenta.

O entendimento do executivo é de que o Sopro Novo é parte de um processo

maior, de venda indireta e ampliação de mercado. “Claro, temos que lembrar que somos uma empresa privada e estamos buscando sempre melhorar nossos resultados. Mas não estamos apenas olhando para os números, para o lucro. Aqui no Brasil, com o Sopro Novo, é possível auxiliar os músicos e apreciadores de música do futuro”, anima-se.

O presidente vislumbra um futuro com mais gente envolvida com a música, formado por pessoas que tiveram uma experiência positiva inicial com o Sopro Novo. “Esse pode ser descrito como o principal objetivo do programa”, define.

Nesse sentido, pensando no setor musical como um todo, Fujita projeta: “Algumas das pessoas que tomaram contato com a música via professores formados pelo Sopro Novo podem se interessar mais e espalhar essa ideia e, quem sabe, comprar um instrumento musical e ter uma boa experiência com



Um time de respeito: Amauri Silva, Gerente Comercial; Takashi Fujita, Presidente; Kenichi Hiwasa, Gerente de Marketing

isto é Sopro Novo

Nós não podemos fazer sozinhos o Sopro Novo, não conseguimos chegar a todos que querem aprender. Por isso nós precisamos das pessoas e esperamos que elas procurem os interessados e apliquem tudo que aprenderam conosco

ele. E assim o mercado musical brasileiro vai crescer. O que será bom não somente para a Yamaha, mas para todos participantes desse mercado”.

Espalhar é algo que o Sopro Novo fez muito bem. Na gestão de Fujita e sob a batuta do Gerente de Marketing, Kenichi Hiwasa, o programa alcançou sua maior eficiência nesses cinco anos de existência. Foram 268 atividades, entre recitais, seminários e workshops, tanto no Sopro Novo Flautas, quanto no Sopro Novo Bandas. Nunca o Sopro Novo produziu tanto. Resultado evidente de uma forma inteligente e otimizada de gerenciar seus recursos.

Posicionamento estratégico

Falar sobre recursos em um projeto que, como já disse o presidente, não tem cunho comercial direto, é sempre um ponto complexo. Contudo, essa não é uma preocupação do presidente da Yamaha no Brasil. “Nós temos que ser confiáveis. O mercado e as pessoas devem saber que podem confiar na Yamaha”, afirma enfaticamente, sinalizando a continuidade tranquila das atividades do Sopro Novo.



Para Fujita, é importante ainda destacar que o Sopro Novo não é algo que funciona somente externamente. As atividades do programa fazem com que os colaboradores da Yamaha fiquem mais motivados e orgulhosos da empresa em que trabalham. Esse sentimento pode ser condensado em uma única palavra: amor. “Nós amamos a música. E por mais que os negócios possam ser difíceis e complicados, nós temos muito orgulho do que fazemos. Nós não apenas vendemos instrumentos, nós ajudamos a criar um ambiente propício para música se desenvolver. Um estilo de vida positivo”, define o executivo.

Fujita San, como é chamado respeitosamente seguindo a tradição japonesa, finaliza deixando um agradecimento a todos que, de alguma maneira, participam do Sopro Novo: “Nós não podemos fazer sozinhos o Sopro Novo, não conseguimos chegar a todos que querem aprender. Por isso nós precisamos das pessoas e esperamos que elas procurem os interessados e apliquem tudo que aprenderam conosco”. ■



Takashi Fujita conversa com mais de 500 crianças no Piauí, todas alunas de professores formados pelo Sopro Novo

Sopro Novo na prática

Uma das primeiras experiências do novo presidente da Yamaha, Takashi Fujita, com o Sopro Novo foi no Piauí, junto ao projeto Música para Todos, coordenado por Luis Sá - que forma professores pelo programa.

Lá, o executivo assistiu a um recital artístico do Quinteto Sopro Novo e também a gravação do DVD de Natal, com 500 crianças, todas alunas de professores formados pelo Sopro Novo.

Para Takashi Fujita, esta é prova de que a diretriz corporativa da Yamaha, “Criando Kando juntos”, pode - e está - sendo cumprida. Kando, em japonês, significa “um estado de mente inspirada”. A empresa busca, em todas as suas atividades, criar esse estado.

Em sua vivência profissional, o executivo destaca que não é sempre possível enxergar isso. Porém, há outras em que as tais “mentes inspiradas” saltam aos olhos. Como viu nos alunos do Piauí.

“É muito bom perceber que estamos realmente criando Kando aqui. Com o Sopro Novo, aqui no Brasil, eu sinto isso”

isto é Sopro Novo

Sopro Novo
YAMAHA



Uma caminhada vitoriosa

Anuário Sopro Novo ajudou a consolidar
o programa e a dar visibilidade aos participantes

Tudo começou com a necessidade de criar um relatório que demonstrasse a imensa quantidade de atividades realizadas pelo Sopro Novo Yamaha logo em seu primeiro ano de ação, 2006.

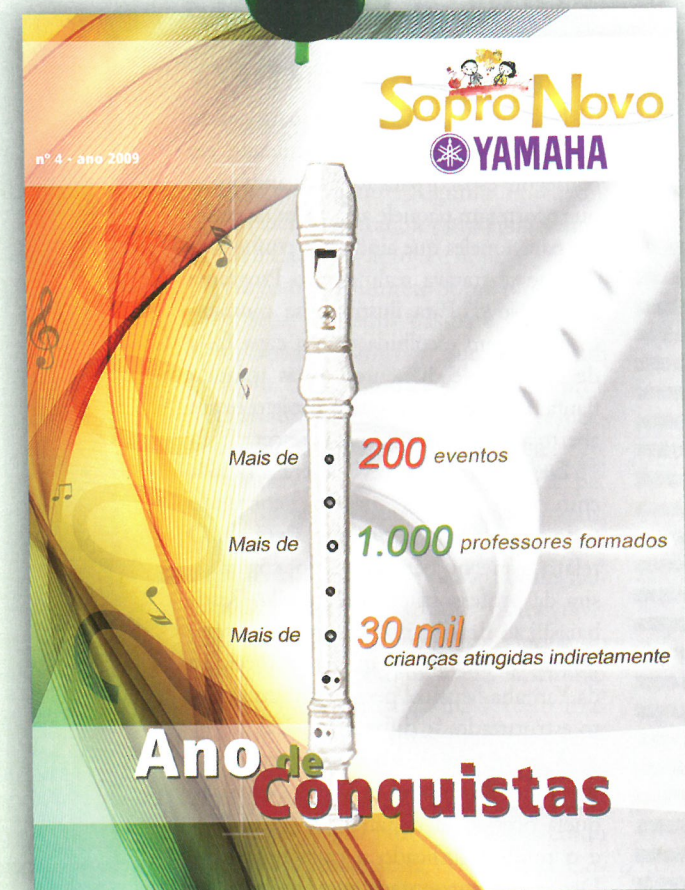
A partir desse ponto, o projeto ganhou a forma de uma revista. “Queríamos algo que conseguisse transmitir não só a grandiosidade que o Sopro Novo já demonstrava na época. Era importante que conseguíssemos transmitir toda vida que o projeto possuía, com a interação dos participantes”, conta Thiago Costa, jornalista responsável por todas as

edições do anuário. “A idéia de fazer uma revista veio justamente disso, de trazermos mais do que textos e números frios. As imagens, fotos das pessoas, humanizavam e traduziam mais fielmente a emoção gerada pelo Sopro Novo em todos os locais por onde passava”, complementa.

A indicação de Cristal Velloso, coordenadora de difusão musical da Yamaha Musical do Brasil, era de que fossem feitas, além das matérias contando tudo o que havia acontecido, traduções de todos os textos. “Era importante que pudéssemos demonstrar para todo

mundo e todas as unidades Yamaha o que fazíamos aqui no Brasil, um país diferente de qualquer outro”, explica. “Tivemos muitos retornos positivos, internacionalmente falando, de pessoas que viram o que fazemos aqui por meio do anuário. Especialmente dos demais países da América Latina, que tem muitas similaridades, mas também muitas diferenças na comparação com o Brasil”, conta Cristal.

Dessa forma, foi definido o modelo que segue até hoje, com diferentes matérias e, ao final, as traduções de tudo que foi feito.



isto é Sopro Novo

2006, a primeira experiência

Na primeira edição do anuário, tudo era novidade. A grande dificuldade era conseguir espaço para todas as iniciativas que ocorreram naquele ano, além de explicar para aqueles que ainda não conheciam do que se tratava realmente o Programa Sopro Novo. Para ilustrar esse momento, a imagem escolhida para a capa foi a de crianças de diferentes etnias tocando flauta, representando que o projeto estava aberto a todos e pronto para crescer.

Dessa forma, a revista era iniciada com uma extensa matéria, contando toda a trajetória do programa até ali. O relato começou bem do início, com a visita da professora japonesa Keiko Kuri-baiashi ao Brasil em 1997 para uma série de palestras e cursos, que fez a diretoria da Yamaha Musical pensar em um projeto estruturado de difusão musical.

A sequência se deu com a explicação de como funcionava o Sopro Novo naquela ocasião, detalhando os seminários e o público indicado a cada um deles. Depois, foi apresentada ao público toda a equipe da Yamaha envolvida no processo, do marketing, passando pela área comercial, até a presidência – na época exercida pelo executivo Kenichi Matsushiro.

O ponto alto daquela edição foi mostrar com fotos e relatos todos os 12 monitores que trabalhavam com o Sopro Novo em 2006, valorizando ainda mais a atuação dessas pessoas.



Entenda o Programa Sopro Novo Yamaha
Parte de uma estratégia global de difusão musical, iniciativa forma professores em todo Brasil.

Na primeira edição do anuário, tudo era novidade. A grande dificuldade era conseguir espaço para todas as iniciativas que ocorreram naquele ano, além de explicar para aqueles que ainda não conheciam do que se tratava realmente o Programa Sopro Novo. Para ilustrar esse momento, a imagem escolhida para a capa foi a de crianças de diferentes etnias tocando flauta, representando que o projeto estava aberto a todos e pronto para crescer.

materiais

Qualidade:
questão fundamental nos materiais utilizados pelo Sopro Novo Yamaha



Qualidade: questão fundamental nos materiais utilizados pelo Sopro Novo Yamaha. O Programa Sopro Novo tem como objetivo proporcionar a todos os interessados a oportunidade de aprender a tocar instrumentos de sopro de forma correta e segura, utilizando materiais de alta qualidade.

regionais

Os braços do Sopro Novo
Os monitores do programa se espalham pelo Brasil ajudando a formar cada vez mais gente.

O Programa Sopro Novo tem como objetivo proporcionar a todos os interessados a oportunidade de aprender a tocar instrumentos de sopro de forma correta e segura, utilizando materiais de alta qualidade.

eventos

Participação ativa
Programa leva milhares de pessoas a tocar instrumentos de sopro.

O Programa Sopro Novo tem como objetivo proporcionar a todos os interessados a oportunidade de aprender a tocar instrumentos de sopro de forma correta e segura, utilizando materiais de alta qualidade.

Yamaha All Stars V



aliados ao entretenimento
A Yamaha Musical do Brasil, por meio do Programa Sopro Novo, organiza eventos culturais acessíveis a todos.

Na primeira edição do anuário, tudo era novidade. A grande dificuldade era conseguir espaço para todas as iniciativas que ocorreram naquele ano, além de explicar para aqueles que ainda não conheciam do que se tratava realmente o Programa Sopro Novo. Para ilustrar esse momento, a imagem escolhida para a capa foi a de crianças de diferentes etnias tocando flauta, representando que o projeto estava aberto a todos e pronto para crescer.

palavra de Yamaha

Yamaha levando a vida na flauta

O Programa Sopro Novo tem como objetivo proporcionar a todos os interessados a oportunidade de aprender a tocar instrumentos de sopro de forma correta e segura, utilizando materiais de alta qualidade.

apresentação

Quinteto Sopro Novo Yamaha: música e espetáculo, uma combinação perfeita

O Programa Sopro Novo tem como objetivo proporcionar a todos os interessados a oportunidade de aprender a tocar instrumentos de sopro de forma correta e segura, utilizando materiais de alta qualidade.

Materiais

O Programa Sopro Novo tem como objetivo proporcionar a todos os interessados a oportunidade de aprender a tocar instrumentos de sopro de forma correta e segura, utilizando materiais de alta qualidade.

regionais

Um Sopro de sucesso

O Programa Sopro Novo tem como objetivo proporcionar a todos os interessados a oportunidade de aprender a tocar instrumentos de sopro de forma correta e segura, utilizando materiais de alta qualidade.

isto é Sopro Novo

Um ano de multiplicação: 2008

A expansão do Sopro Novo deu o tom do anuário em 2008. A revista era iniciada contando alguns casos emblemáticos da trajetória do programa: Luis Sá, no Piauí; Adriana Cavalcante, em Alagoas; e Viviane Dantas em Sergipe.

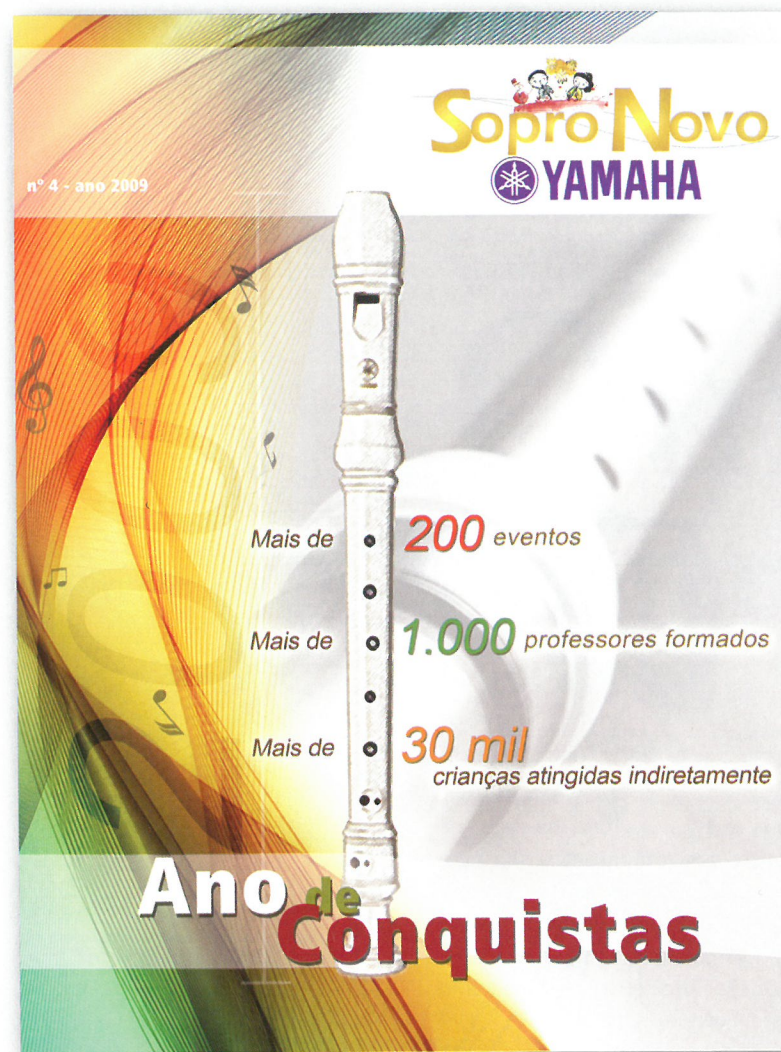
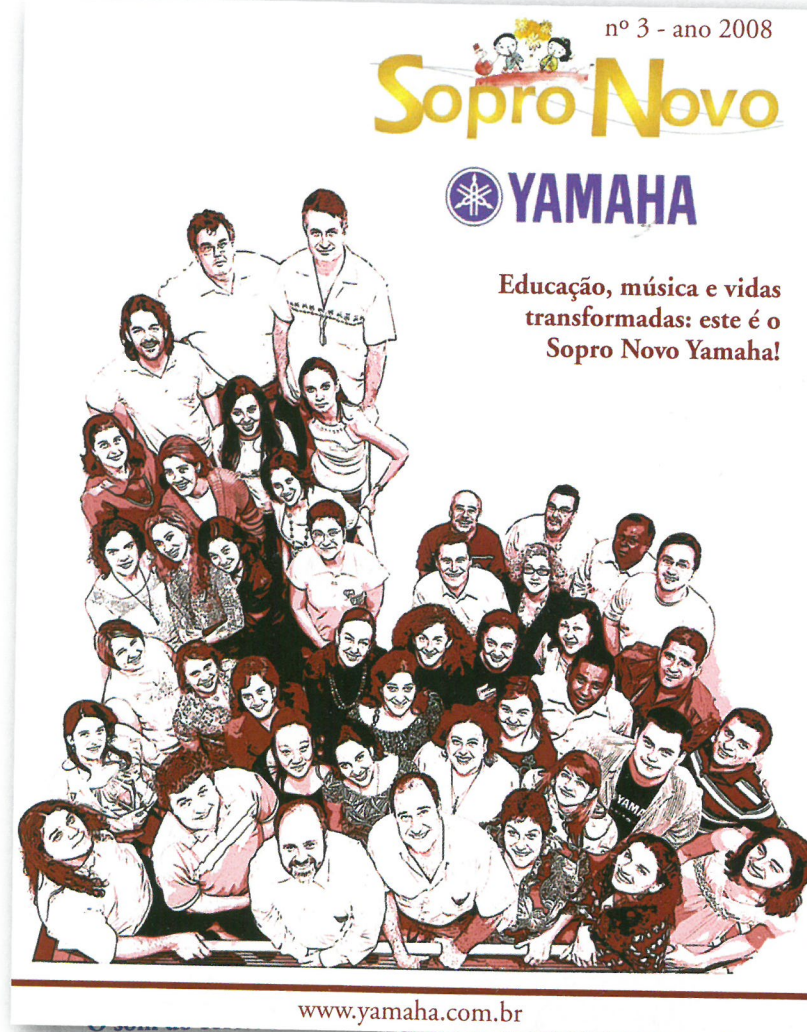
Cada um deles era monitor do Sopro Novo em suas cidades e buscaram o programa para, depois, espalhar esse conhecimento e transformar vidas. As suas próprias e a de muitos outros. Luis Sá, por exemplo, coordena o Programa Música para Todos – que já levou a metodologia do Sopro Novo para mais de duas mil pessoas por todo o estado do Piauí.

Já Adriana foi a responsável por montar o primeiro núcleo do Sopro Novo em Alagoas. Tudo na pequena e distante cidade de Girau do Ponciano que, a partir daí, passou a ter professores de música que levam o ensino de flauta doce a dezenas de crianças que, de outra forma, dificilmente teriam acesso ao aprendizado musical formal.

Viviane, por sua vez, atua em como educadora em diversas comunidades de Sergipe e contou que viu cenas muito emocionantes, como levar a flauta doce e presenciar o encanto, pois muitas das crianças sequer haviam visto um instrumento como aquele.

Além dessas histórias, o anuário 2008 trouxe ainda um emocionante relato sobre uma viagem do Quinteto Sopro Novo para cidade de Ituiutaba, no interior de Minas Gerais. Com vários lances emocionantes e engraçados, a matéria serviu para demonstrar os percalços e recompensas do trabalho artístico e didático do grupo de flautistas.

Destaque também para a entrevista com o arranjador dos CDs que acompanham os Cadernos Sopro Novo Flauta Doce (Contralto e Prática de Conjunto) e Sopro Novo Bandas Trompete, Cláudio Hodnik. O músico explicou o processo de criação dos arranjos e sua visão a respeito de todo o Programa Sopro Novo.



ocasião: “Algo que me fascinou muito neste trabalho foi o de ligar o lado artístico com o pedagógico. Acredito que jamais alguém será um grande professor se não for também um grande artista”, disse.

Mas nem só de espetáculo se fez a revista. A edição apresentou a todos os novos *clinicians* do Sopro Novo Bandas, Marcelo Bam Bam no trombone e Mônica Giardini na regência. Ambos estavam preparando seus livros, que hoje já estão disponíveis ao público.

O anuário 2009 trouxe ainda uma matéria a respeito do Atelier de Sopros Yamaha, com entrevista de Araken Busto, que explicou o funcionamento do espaço, abrindo as portas para todos os leitores conhecerem este espaço totalmente dedicado aos instrumentos de sopro.

Foi também em 2009 que a revista contou a história completa do Vila Criar, entidade que foi assistida pelo Programa Sopro Novo, com aulas das professoras Selma Góes e Márcia Gióia. Durante dois anos as professoras estiveram com as crianças atendidas na ONG, localizada na Barra Funda, zona oeste de São Paulo. Ali conseguiram, inclusive, preparar outras pessoas (da própria comunidade) para continuar o trabalho.

Dever cumprido

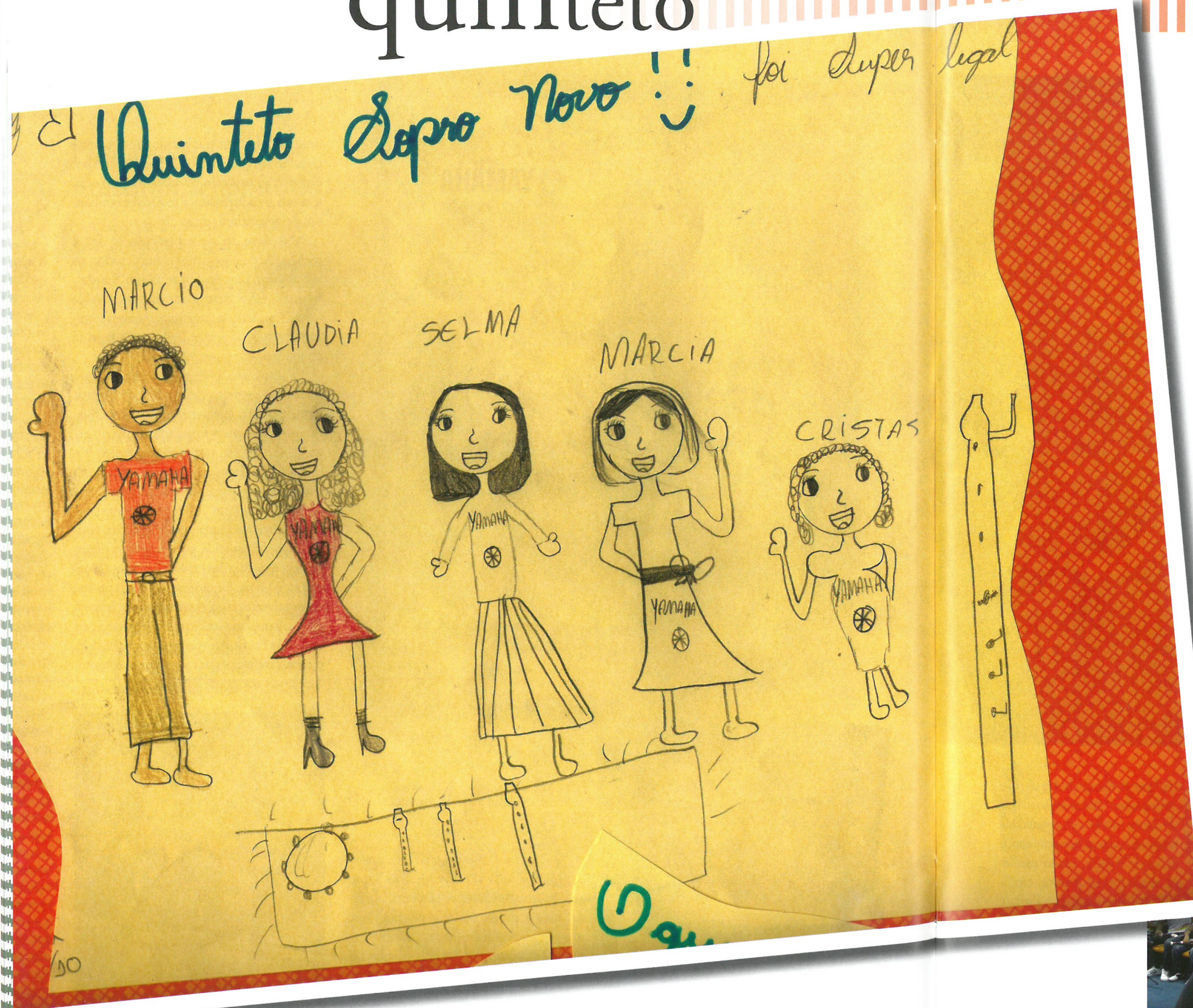
Ao verificar tudo que foi produzido nesses quatro anos, a sensação é de que o anuário, mais do que se tornar uma tradição de fim e início de ano para quem tomou contato com o Sopro Novo, foi também uma importante ferramenta na divulgação e consolidação do programa. Em suas páginas desfilaram histórias de compromisso e dedicação à educação, ao mercado de instrumentos e à música como um todo. Para algo que nasceu como uma alternativa mais bonita para um relatório, o dever foi muito mais do que cumprido. ■

2009: o ano do quinteto

O anuário de 2009 celebrou a gravação do primeiro DVD do Quinteto Sopro Novo, intitulado “Certas Canções”. Na revista, toda a produção do espetáculo que gerou a gravação foi esmiuçada, dando destaque a toda equipe da Yamaha envolvida.

O DVD “Certas Canções” foi a coroação de uma iniciativa que une, de maneira harmônica e estimulante, o aspecto didático e artístico da flauta doce. A pianista Miriam Braga, diretora artística do espetáculo, falou à reportagem do anuário sobre isso, naquela

quinteto



O sucesso do Quinteto Sopro Novo

O Quinteto Sopro Novo é a face artística do Programa Sopro Novo e a perfeita tradução da união entre arte e educação. O grupo foi criado em 2007 e é formado por professores-músicos, comprometidos com o lado artístico. “O nosso objetivo maior é mostrar a seriedade e as possibilidades da flauta doce, além de incentivar o lado artístico dos professores desse instrumento”, afirma Márcia Gioia, coordenadora da região Norte do Sopro Novo, e uma das integrantes do grupo.

Segundo Márcia, é importante incentivar o lado artístico dos alunos. “Um

exemplo é que eles vêm que os professores também se apresentam em concertos, o que torna mais fácil a tarefa de incentivar o aluno a desenvolver seu lado artístico”, constata. Além de Márcia Gioia, o Quinteto também conta com os professores Márcio Alexandre, Claudia Freixas, Cristal Velloso e Selma Oliveira, que tocam seis modelos de flautas diferentes: pequena sopranino, sopranino, soprano, contralto, tenor, baixo e a contrabaixo.

Marcia ressalta que o trabalho do Quinteto também inclui a desmistificação

A simplicidade de um desenho infantil demonstra o quanto o Sopro Novo atinge seu público



As meninas do Quinteto acompanhadas do técnico de som Luis

quinteto



Nas fotos:
apresentações
do Quinteto
em todo o Brasil



de que a flauta é apenas um brinquedo. “Mostramos que a flauta doce tem qualidade musical, passeando por vários estilos de música, como medieval, renascentista, barroca, erudita, folclórica e popular. A flauta é muito versátil”, explica. O trabalho do grupo também inclui os recitais didáticos. “Em várias escolas e universidades, antes do concerto, fazemos um trabalho musical, no qual explicamos o contexto histórico e social em que a música foi composta e abrimos para perguntas. Isso é muito produtivo e gratificante”, afirma.

Em 2010, cerca de 10 mil pessoas as-



“O nosso objetivo maior é mostrar a seriedade e as possibilidades da flauta doce, além de incentivar o lado artístico dos professores desse instrumento”

sistiram aos recitais, que foram realizados em escolas e teatros, ONGs, clubes, igrejas, conquistando o respeito e a admiração de crianças, jovens, adultos, músicos e leigos. No total, foram 55 recitais do Quinteto, sendo 37 didáticos e 18 artísticos, passando por cidades como Boa Vista (RR), Belo Horizonte (MG), Teresina (PI), Maringá (PR), Londrina (PR), entre outras. “Para atender a essa agenda, tivemos que nos apresentar até três vezes na mesma semana”, conta Márcia.

Para a flautista, essas apresentações também visam oferecer um universo sonoro diferente, transportar o público para lugares mais tranquilos, resgatar sua sen-

sibilidade, mexer com a memória emocional, ser um respiradouro no meio da intensa vida moderna.

Márcia informa ainda que a procura pelo Quinteto é grande. Segundo ela, existem pedidos de agendamento para 2011, principalmente, para as apresentações que incluem o recital didático, que tem lista de espera.

Para 2011, Márcia conta que o Quinteto vai preparar os ensaios de um novo repertório. Por isso, as apresentações devem diminuir. “Assim como gravamos um DVD como o *Certas Canções*, este novo repertório também será gravado, projeta.”

Ventos de outras paragens

Equipe da Yamaha Musical do Brasil participa de eventos internacionais, com importante intercâmbio de idéias

O mês de novembro de 2010 foi bastante movimentado para a área de Difusão Musical da Yamaha Musical. Dois encontros internacionais no espaço de duas semanas levaram o time para Colômbia e México, respectivamente.

Na primeira parada, na Colômbia, estiveram presentes Cristal Velloso, Coordenadora de Difusão Musical; Araken Busto, Coordenador de Manutenção e responsável pelo Atelier de Sopros Yamaha; além do Presidente da companhia no Brasil, Takashi Fujita.

Dos dias 2 a 6 de novembro de 2010, aquele país sediou o 16º Encontro Internacional de Bandas e Seminário Internacional de Música da Yamaha. Durante o evento, aconteceram apresentações, palestras, mesas redondas, tudo com muita música de qualidade.

18 grupos vindos da própria Colômbia, além de Venezuela, República Dominicana, Costa Rica, entre outras localidades, se apresentaram para uma platéia composta por representantes da Yamaha de toda a América Latina, além de demais interessados. O evento contou com a presença de professores e regentes da WASBE (*World Association of Symphonic Bands and Ensembles*) – Associação mundial de bandas sinfônicas e fanfarras. Eles, inclusive, regeram várias das apresentações.

O grande destaque desse encontro ficou por conta dos concertos da Orquestra Latino-americana de Vientos (OLV), um projeto da Yamaha para a região. Essa orquestra surgiu a partir de um concurso para instrumentistas de toda a América Latina, que mandaram suas participações via internet. Eles foram escolhidos por algumas instituições bastante renomadas e especialistas em suas áreas. No Brasil, a Universidade Federal do Rio de Janeiro escolheu os percussionistas. A escolha dos regentes ficou por conta da WASBE.



A Colômbia recebeu o evento musical da Yamaha em 2010

Concerto da OLV

A apresentação da OLV ocorreu no primeiro dia de evento na Colômbia. A direção artística ficou a cargo do maestro canadense Glenn Price e do maestro convidado, o brasileiro Marcelo Jardim, contando também com o solista Javier Rodriguez, da Venezuela. Na ocasião, a peça tocada foi “Brasileirismos”, do músico brasileiro Fernando Moraes, de Brasília. A música foi a vencedora do concurso de composição promovido pela OLV. A apresentação da orquestra, que possui 65 integrantes, emocionou todos os presentes.

“Foi uma iniciativa ótima da Yamaha. Foi muito produtivo. Eu já tinha participado de outros encontros, mas esse brilhou por conta da criação da orquestra e esses concursos. Foi muito inspirador”, diz Cristal Velloso.

O evento também trouxe uma novidade, um seminário técnico de manutenção de instrumentos, voltado para os músicos. A forma que foi feita essa atividade chamou atenção, pois os músicos colocaram a “mão na massa”, aprendendo como fazer. Outro destaque foi um seminário promovido por uma instituição da Argentina chamada Allegro, sobre gestão de carreira para músicos. “Esse é um ponto muito importante de ser discutido, mas existem poucas oportunidades, por isso vale destacar”, define Cristal.



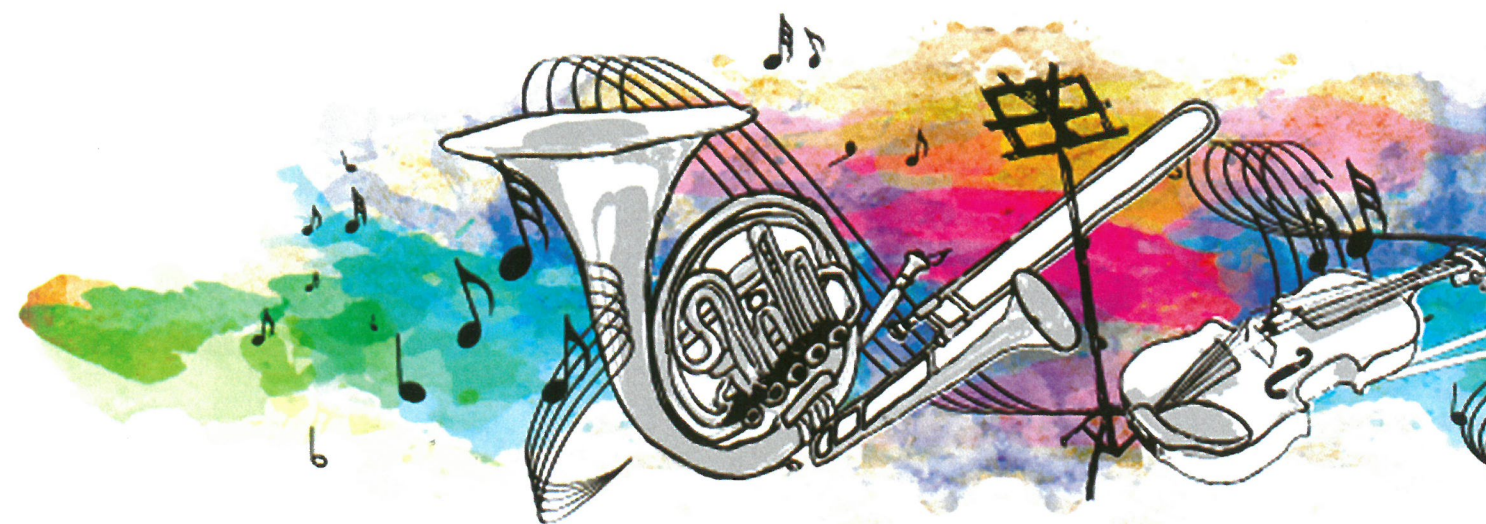
México, momento de negócios

Logo depois do término do 16º Seminário Internacional de Música da Yamaha na Colômbia, a equipe brasileira seguiu para o México, chegando lá no dia 8 de novembro. Para lá, foram o Presidente, Takashi Fujita, o Gerente de Marketing, Kenichi Hiwasa, e Cristal Velloso.

Em terras mexicanas, ocorreu a reunião anual da área de *Gakuhon* para a América Latina. O foco ali era discutir questões comerciais estratégicas: fabricação de instrumentos, preços, mercado como todo, inclusive a concorrência. “Ali tivemos outro olhar, não pedagógico, mas mercadológico”, comenta Cristal. A Coordenadora de Difusão Musical da Yamaha Musical do Brasil reforça esse aspecto, justamente por essa faceta do Sopro Novo – que é a iniciativa de *Gakuhon* no Brasil – ser relacionada na maior parte das vezes apenas com a questão artística.

Toda a direção da Yamaha no Brasil indica que a participação nesses eventos é algo importante, especialmente para entender como as estratégias comerciais são estabelecidas, qual a realidade comercial de cada um desses países, quais as necessidades e dificuldades, o que temos em comum e o que cada um pode contribuir com o outro. “Para mim é muito importante essa troca, pois nesse âmbito de gestão, é ótimo dividir e saber o que os outros estão pensando que pode ser aplicado aqui”, entusiasma-se Cristal.

A troca de conhecimentos é uma constante em eventos dessa natureza e, ao completar cinco anos, o Sopro Novo é reconhecido pelos parceiros de *Gakuhon* de outros países., finaliza Cristal com alegria. ■





Ariete Brusius,
do Palácio
da Música

Loja de Novo Hamburgo leva projeto às escolas

A Yamaha escolheu o Palácio da Música como a Loja Sopro Novo deste ano, graças à sua iniciativa de levar o Sopro Novo para as escolas municipais de Novo Hamburgo (RS)

O Prêmio Loja Sopro Novo foi criado pela Yamaha em 2006, como uma forma de reconhecimento do trabalho realizado pelas lojas que apoiam o Programa Sopro Novo.

“O fato de a nossa loja ter sido escolhida é um reconhecimento do nosso interesse pelo projeto. Conseguimos aprofundar o propósito do programa, qualificando os professores da rede municipal”, afirma Ariete Brusius, sócia do Palácio da Música.

O momento não poderia ser mais propício. Ariete lembra que, pela legislação, a música precisa fazer parte do currículo dos alunos, mas que ainda não há professores com essa qualificação em número suficiente. “Oferecemos o projeto para a Prefeitura, sem custos para o município, que abraçou a ideia”, conta.

Neste ano, Ariete informa que o Palácio da Música formou duas turmas de professores. Em 2011, já tem a terceira turma inscrita. “Esse projeto, em parceria com a Yamaha, nos permite qualificar os professores. Isso repercutirá positivamente no trabalho realizado nas salas de aula. Assim, saímos da loja e chegamos às escolas municipais.”

Na sua avaliação, o Sopro Novo é muito importante para o mercado, especialmente agora que a música ganha importância e precisa ser inserida dentro das escolas. “Também sou professora, e sei o quanto é preciso ter música nas escolas, além de ser uma renovação das perspectivas dos professores”, pondera.

Ao longo de sua história de mais de 50 anos, a primeira loja do Palácio da Música era pequena e ficava ao lado da antiga rodoviária de Novo Hamburgo. Mas já nasceu buscando fazer a diferença, por isso, oferece instrumentos musicais da melhor qualidade e procura estar sempre atualizado, razões pelas quais o Palácio tornou-se referência para músicos do Vale dos Sinos e interior.

Um dos principais diferenciais da

empresa é o atendimento. O cliente desfruta de toda a infraestrutura, e é atendido por profissionais dedicados e qualificados. Outro ponto a destacar é a importância que o Palácio da Música dá para a formação dos músicos, disponibilizando materiais diferenciados

e realizando a integração entre músicos profissionais e iniciantes, por meio de palestras e workshops.

Esse modo de pensar, somado às iniciativas positivas do Palácio da Música, confirmam o acerto na escolha da Loja Sopro Novo 2010. ■



O espaço completo
do Palácio da Música





Centro Social Paroquial São Geraldo foi a entidade escolhida para ação social

Parte das atividades do Programa Sopro Novo inclui levar a música para entidades com trabalhos sociais. Nesses casos, a Yamaha doa as flautas doces, os métodos e um teclado, além de ceder seus professores para ensinar jovens e crianças a tocar o instrumento e fazer a leitura musical. É o caso do Centro Social Paroquial São Geraldo, que fica no bairro de Perdizes. Lá, o projeto foi implementado em março deste ano. Segundo Selma Garde Góes, professora e coordenadora da Regional Sudeste do Sopro Novo, o auxílio à entidade é por dois anos. “A ideia da Yamaha é se renovar em outra instituição. Por isso, ficamos dois anos, tempo suficiente para que os alunos assimilem noções básicas de leitura musical e aprendam a tocar a flauta doce”, explica.

Selma ressalta que, a partir desse período, a entidade deve procurar outros patrocinadores, com a vantagem de ficar com os instrumentos e as partituras doadas. “Esperamos que os alunos mais velhos sejam os monitores no futuro”.

Selma observa que o São Geraldo é bem organizado e recebeu muito bem o projeto. Para estimular a participação das crianças, Helena Toffoli, a conhecida Dona Helena, uma das diretoras do Centro Social Paroquial Comunidade São Geraldo, sugeriu que o Quinteto Sopro Novo fizesse uma apresentação. Isso despertou nas crianças a curiosidade e o interesse pelo instrumento.

O empenho dos alunos já deu bons resultados. “Estou encantada de ver o

progresso dos alunos. Chamou minha atenção a apresentação dos jovens que, em pouco tempo, demonstraram avanço na leitura musical. Isso mexeu com a sensibilidade de cada um, e eles estão interessados e levam a música muito a sério”, conta Dona Helena. Para ela, o Projeto Sopro Novo trouxe muito além do aprendizado musical. “Não é só aprender a tocar flauta. É uma somatória de fatos, que enriqueceu a vida desses jovens, que adotaram uma nova postura.”

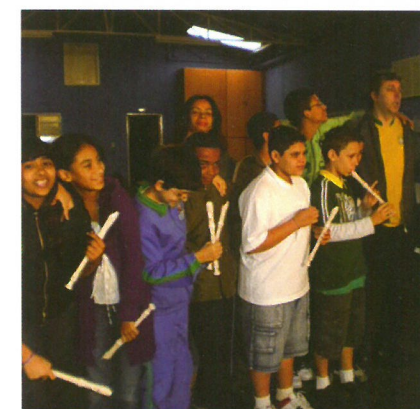


Dona Helena acrescenta ainda que o projeto agregou muito mais do que somente a musicalidade. “Cada pessoa que chega aqui, com boa vontade e um projeto como esse, ajuda na construção das crianças, não só na parte musical, mas também na sua descoberta como ser humano, de ser capaz de ler uma partitura, tocar uma flauta, de enfrentar desafios. Isso tudo levanta a autoestima delas”, pondera. Ela ressalta também que o Sopro Novo vai ao encontro do objetivo do São Geraldo. “Nosso trabalho é mostrar que devemos olhar e ajudar os outros. Vivemos um precioso momento de solidariedade. Esse projeto favorece o desenvolvimento dessa sensibilidade.” Dona Helena destaca ainda que o testemunho dos professores é muito importante, porque as crianças percebem que eles trazem algo novo.

Atualmente, são duas turmas, 13 alunos no período da manhã e 14, à tarde, com idades entre nove e 13 anos, que têm aulas duas vezes por semana, nas quais estão aprendendo a tocar quatro tipos de flautas. Em 2011, eles passarão para as flautas contralto e tenor. “A nossa exigência é que as crianças precisam estudar mais, fora do período das aulas”, afirma Selma.

Para a coordenadora da Regional Sudeste do Sopro Novo, o intuito desse trabalho é permitir que essas crianças tenham contato com o universo musical. “Mostramos que, por meio da flauta, é possível desenvolver o gosto pela música. Ao final destes dois anos, elas vão saber que isso faz a diferença”, prevê Selma.

A história do Centro Social Paroquial São Geraldo começou há mais de 40 anos, quando um grupo de pessoas da paróquia Santa Marcelina percebeu a necessidade de dar um atendimento aos menos favorecidos. Com o passar dos anos, esse grupo percebeu que era preciso ir além. Então, passou a agregar a área educacional. Para isso, o São Geraldo mantém convênios com a Prefeitura e com as Secretarias de Educação e de Assistência Social, além da Faculdade Santa Marcelina, de onde vem os esta-



Mostramos que, por meio da flauta, é possível desenvolver o gosto pela música. Ao final destes dois anos, elas vão saber que isso faz a diferença

giários de música e de artesanato, e de uma ONG, vem os professores de inglês. Isso permite que o corpo docente tenha qualificação.

A Dona Helena, que está no Centro há mais de 20 anos, conta que atualmente são atendidas 180 crianças e jovens, de dois a 15 anos de idade, filhos de mães que trabalham na região, em prédios, supermercados, casas de família, entre outras atividades. Segundo ela, o trabalho visa à formação das crianças, o que inclui não só o conhecimento, mas também a humanização. “Essas crianças precisam sentir que são pessoas, que têm condições de fazer a diferença no mundo. Nosso trabalho busca ainda incentivar seus dons naturais. É um processo lento, mas contínuo. O objetivo final é contribuir para formar cidadãos”, afirma Dona Helena.

Na creche, as crianças de dois a quatro anos recebem cuidados, alimentação, assistência médica e participam de várias atividades. Os mais velhos também recebem esses benefícios, mas a frequência escolar é indispensável para que eles se inscrevam no Centro. Eles têm atividades, como reforço escolar, aulas de inglês, artesanato e, é claro, a música através do Sopro Novo. ■

Forte participação

Eventos realizados em 2010 reforçam posicionamento institucional do Sopro Novo

Parte do processo de gestão e desenvolvido do programa Sopro Novo passa por levar o conhecimento gerado para o maior número possível de pessoas. Além disso, é importante

para a Yamaha divulgar o trabalho, gerando assim mais interessados em participar.

Os eventos servem ainda para demonstrar plenamente todas as possibilidades que

a Flauta Doce e os demais instrumentos ligados ao Sopro Novo possuem. Alguns desses acontecimentos foram registrados, conforme demonstrado nas imagens a seguir.



Expomusic 2010

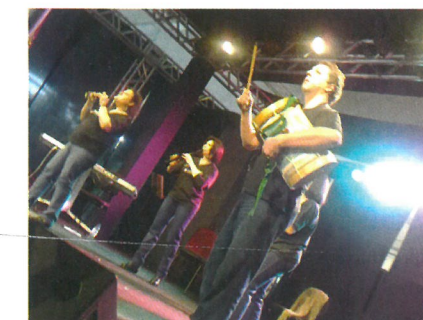
A maior feira do setor musical aconteceu entre os dias 22 e 26 de setembro e também lá o Sopro Novo marcou presença. Com uma área totalmente dedicada ao programa no estande da Yamaha (um dos maiores do evento), os visitantes podiam receber informações detalhadas sobre como participar, além de esclarecer quaisquer dúvidas.

O Quinteto Sopro Novo também se apresentou, chamando bastante atenção de todos os presentes. Estiveram no estande da Yamaha mais de 20 mil pessoas.



Feira do Estudante 2010

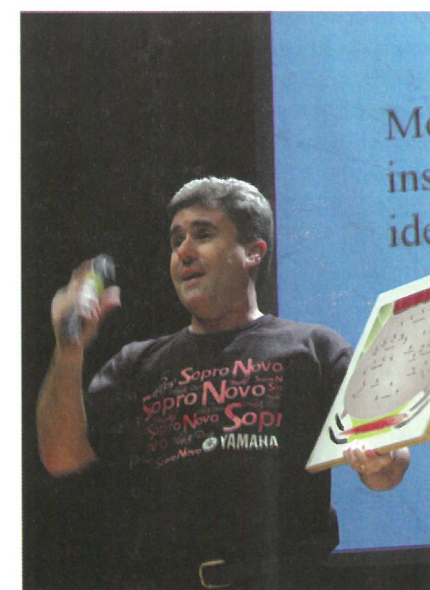
Nos dias 27, 28 e 29 de agosto ocorreu a Feira do Estudante – Expo CIEE. A Yamaha expôs seus instrumentos, dentro do conceito *Yamaha Music Experience* no qual todos os presentes são convidados a experimentar os instrumentos livremente. 50 mil jovens passaram pelo Pavilhão da Bienal, no Parque do Ibirapuera e grande parte deles pode conferir de perto as apresentações do Quinteto Sopro Novo.



Erik Heimann Pais, Cristal Velloso, Valéria Forte e Selma Garde Góis

6º Encontro Nacional de Escolas de Música

Nos dias 31 de julho e 01 de agosto de 2010 a cidade de São Paulo recebeu mais uma edição do evento, que já se tornou uma tradição. O *clínico* do Sopro Novo Bandas, Erik Heimann Pais palestrou para todos os presentes, complementando o apoio da Yamaha ao projeto.



EDITORIAL

Five years of Sopro Novo

Like a child who arrives to brighten and enrich the lives of a family, these five years the Sopro Novo transformed the reality of thousands of teachers and students, who now have their existence filled by music and citizenship. Yes, because Sopro Novo teaches not only music. It opens minds to such a new world, offering them a new way

of seeing the everyday, opening an infinite range of possibilities.

Beyond this life-changing force, the Sopro Novo in this its first five-year period, also represented a real marketing revolution by bringing the recorder as a valid alternative to musical initiation, thereby creating a new generation of musicians, which in future may continue with the flute as main instrument, or even moves towards saxophones, pianos, guitars or all others.

The Sopro Novo, by reaching five years, also managed to move the publishing market in a very strongly and extremely positive way, through partnerships with various

publishers, releasing textbooks that have become a reference in teaching flute, saxophone, trumpet, trombone and conducting.

Regardless of which direction the program will follow to going forward, these works will remain and will be of great value to thousands of students in the years to follow.

The Sopro Novo stimulated music schools investing in programs for management consulting and resource management of these companies through partnership with the CAEM (Central of Support to Schools of Music). It also invested in programs of social responsibility as the musical education of underprivileged children linked to educational institutions as the Vilar Criar Institute and São Geraldo Day-care Center. It supported events for bands and fanfares and international meetings of sax, brass, trumpet, flute and piano. It participated in expositions like Expomusic

and Student Fair in Sao Paulo.

This is the legacy that remains this is the strength that is never extinguished. This is an energy that continues to emanate, like a pebble thrown in a lake creating small waves, and turning not possible to see its end.

At this moment, we must thank everyone involved. To all those who at some point came into contact with the Sopro Novo and, directly or indirectly helped in its development. Not only a Yamaha Musical do Brasil program, the Sopro Novo is something that the company feels that belongs to each and every one of you.

Let's move forward. Wishing that the music to accompany us.

A BUSINESS VISION

Sopro Novo presents concepts of Mission, Vision and Value of the program

The Sopro Novo is, without doubt, one of the most successful musical initiatives of recent history in Brazil. It is recognized, even outside country, as a victorious project.

Proof of this force is in the reception that the media always gives to the program. Great example is the interview that the Sopro Novo Quintet gave to Maestro Julio Medaglia, in his program "Theme and Variations" on Radio Cultura in June 2010. The participation of Cristal Velloso and Selma Oliveira generated numerous contacts to the participation on Sopro Novo, orderings of the DVD "Certas Canções" and invitations to the quintet recitals.

This recognition that the Sopro Novo and its various "arms" have come from a solid foundation, that goes beyond the is-

sue of education and the arts. This is a business vision.

There is, as we know, a certain fear coming from artists and teachers to express thoughts related business, creating a false belief that these three areas, arts, education and business, cannot be exchanged between them and growing together.

Yamaha has a direction that can embrace all this in a very concrete and practical way. "Demand generation through educational activities". This was the strategy of the Department of Musical Broadcast of Yamaha Musical do Brasil, who created the Sopro Novo and also expanded its operations to the artistic matter.

For all this to remain in a cohesive way, in 2010, taking the time to redesign the program, were defined the Mission, Vision

EDITORIAL

Cinco años de Sopro Novo

Como un niño que llega para alegrar y enriquecer la vida de una familia, en estos cinco años, el Sopro Novo transformó la realidad de millares de maestros y alumnos, que pasaron a tener sus experiencias rellenas por la música y por la ciudadanía. Sí, porque el Sopro Novo no enseña solo música. El abre esas mentes a un nuevo mundo, ofreciéndoles una nueva forma de ver el cotidiano, abriendo un abanico infinito de posibilidades.

Además de esa fuerza transformadora de vidas, el Sopro Novo, en su primer quinquenio, también representó una verdadera revo-

lución mercadológica, al llevar la flauta dulce como una alternativa válida de iniciación musical, creando así una nueva generación de músicos y musicistas, que futuramente podrán seguir con la flauta como su instrumento principal, o hasta mismo caminar para saxofones, pianos, guitarras o cualquier otros.

El Sopro Novo, al llegar a sus cinco años también logró mover de manera fuerte y extremadamente positiva el mercado editorial, por medio de asociaciones con diferentes editoras, lanzando obras didácticas que ya se tornaron referencia en la enseñanza de la flauta dulce, saxofón, trompeta, trombón y dirección.

Independiente del camino que siga el programa de aquí en adelante, esas obras permanecerán y serán de gran valor para millares de estudiantes en los años que siguen.

El Sopro Novo estimuló a las escuelas de música invirtiendo en programas de consultoría administrativa y de gestión de recursos financieros de esas empresas por medio de asociaciones con el CAEM (Central de Apoyo a las Escuelas de Música). También invirtió en programas de responsabilidad social como la educación musical de niños carentes presentes en instituciones de educación infantil como el Instituto Vila Criar y la Guardería São Geraldo. Apoyó eventos de bandas y fanfarrias, encuentros internacionales de saxofón, bronces, trompetistas, flautistas y pianistas. Participó de Ferias como la Expomusic y la Feria del Estudiante en São Paulo.

Ese es el legado que se queda, es la fuer-

za que nunca se extingue. Una energía que seguirá emanándose, tal y cual una piedra tirada hacía un lago y que forma pequeñas ondas, sin que sea posible verse su final.

En este momento, se hace necesario agradecer a todos los involucrados. Todos aquellos que, en algún momento tomaron contacto con el Sopro Novo y, directa o indirectamente, auxiliaron en su desenvolvimiento. Además de ser de la Yamaha Musical do Brasil, la compañía cree que el programa Sopro Novo es de todos y de cada uno de ustedes.

Seguimos adelante. Y que la música nos acompañe.

UNA VISIÓN DE NEGÓCIOS

El Sopro Novo es, sin ninguna duda, una

de las iniciativas musicales más bien sucedidas de la Historia reciente de Brasil. Reconocido incluso en el extranjero como un proyecto victorioso.

Prueba de esa fuerza está en la recepción que la mídia siempre le da al proyecto. Excelente ejemplo es la entrevista que el Quinteto Sopro Novo concedió al Director Julio Medaglia, en su programa Tema y Variaciones, en la Radio Cultura, en junio de 2010. La participación de Cristal Velloso, Selma Oliveira resultó en inúmeros contactos para participación en el Sopro Novo, pedidos del DVD "Certas Canções" e invitaciones para recitales del Quinteto.

Ese reconocimiento que el Sopro Novo y

sus diferentes brazos poseen viene de una base sólida, que ultrapasa la cuestión educacional y artística. Se trata de una visión de negocios.

Existe, como se sabe, un cierto miedo de que artistas y maestros externen sus pensamientos relacionados a negocios, en una falsa creencia de que esas tres áreas (artística, educacional y empresarial) no se puedan intercambiar y crecer juntas.

Yamaha posee un direccionamiento que es capaz de juntar todo eso en forma muy concreta y practica: "generación de demanda por medio de acciones educacionales". Esa fue la estrategia de la Coordinación de Difusión Musical de Yamaha Musical do Brasil, que creó el Sopro Novo y amplió su actuación

and Values of Sopro Novo (see sidebar).

Peter Drucker, one of the foremost authorities in the Organizational Management field, states that "the mission is a magnanimous way that we choose to walk through, the vision is the goal of acquisition of the desired fruits". The values are the human concepts that will be applied to a particular activity.

With the Sopro Novo the followed path was exactly that, joined all the concepts to

translate into a single model all that was already running on the day-to-day program.

Now, all new participants that will begin their activities with the Sopro Novo will know what basis the program operates on, by better understanding the processes and fully integrating to all that has been built, combining harmoniously art, education and professionalism.

Sopro Novo's Mission, Vision and Values

Gakuban activities are summarized in the proposals of Sopro Novo. However, the Sopro Novo is not just seminars and workshops devoid of direction.

The labor force is based on the content of those activities that represent a **vision** of work:

"The Sopro Novo wants to be a quality reference in Music Education"

This view is based on **values** such as:

- **Professionalism:** a commitment to take all those who want to learn music to accomplish this goal.
- **Ethics:** respect the cultural values of each region and each group that is part of the program.
- **Generosity:** guiding students and groups so that each student overcome their difficulties and be able to multiply the knowledge, thus leading to the fulfillment of our **mission** which is:

"To bring music to great number of people, providing intellectual pleasure in the intake of this art".

THIS IS SOPRO NOVO Global Vision

Takashi Fujita, new president of the Yamaha Musical of Brazil, talks about the Sopro Novo

Takashi Fujita is the new president of Yamaha Musical do Brasil. The Japanese executive takes office after the passage of Kenichi Matsushiro who helmed the company over the past five years.

Fujita's career began in Japan, where he worked for 16 years, moving then to Yamaha Canada, leading it during three years, and returning again to Japan, accounting at that time, the entire Southeast Asian market. His next challenge was coming to Brazilian lands.

"Brazil is a country with a huge land

area and quite different from other places through which I've bent, with a very high economic growth", says Fujita, who adds: "Here there is a huge population and also very interested in music".

The intense Brazilian music production and the natural inclination of people to engage with the issue, caused to Fujita, an initial analysis that was not consistent with reality, especially when it comes to music education. "Accounting the Brazilian musical culture, the fact of everyone likes music, I thought that here was a broad and with high quality music education. But I understood that is not exactly so."

From the executive view, there is a very rich musical culture here, which means a huge potential market for musical instru-

ments. "I worked in Canada and Japan and those countries are quite different from Brazil. The market there is much more mature than here. Things are stable, not growing more. But on the other hand, the music education is fully established. There is music in the curriculum of all schools".

Therefore, for the company's president, the work done by the Sopro Novo Program has a key position in the overall development. "It's very important that all children and not only them, all people, have the opportunity to learn music, to bring out the talent that is part of the Brazilian way of being", he explains.

However, to Fujita, it is not a responsibility, but the translation of the company's way of being. "We're not a giant company, such as Bradesco, or Petrobras, for exam-

también para la cuestión artística.

Para que todo se mantuviera de manera cohesiva, en 2010, aprovechando el momento de re-planeamiento del Programa, fueron definidas la Misión, la Visión y los Valores del Sopro Novo (vea cuadro al lado).

Peter Drucker, una de las mayores autoridades en el campo de la Gestión Organizacional, define que "misión es un camino noble por donde elegimos seguir, la visión es la meta de adquisición de los frutos que se ansían". Cuanto a los valores, son los conceptos humanos que serán aplicados a una determinada actividad".

Con el Sopro Novo el camino seguido fue exactamente ese, se unieron todos los conceptos de manera a traducir en un modelo único aquello que ya se ejecutaba en el día-a-día del Programa.

Ahora, todos los nuevos participantes que empezaron sus actividades junto al Sopro

Novo sabrán cuales son las bases en que el Programa actúa, entendiendo mejor los procesos y integrándose plenamente a todo lo que ya fue construido, combinando armoniosamente arte, enseñanza y profesionalismo.

Misión, Visión y Valores de Sopro Novo

Las actividades de *Gakuban* resumen en las propuestas de Sopro Novo. Pero, el Sopro Novo no se resume a seminarios y workshops sin dirección.

La fuerza del trabajo está fundamentada en el contenido de esas actividades que se encierran en una **visión** de trabajo:

"El Sopro Novo quiere ser referencia de calidad en Educación Musical".

Esta visión está sostenida en **valores** como:

- **Profesionalismo:** asumir el compromiso

de llevar todos aquellos que quieran aprender música a cumplir ese objetivo.

- **Ética:** respetar los valores culturales de cada región y de cada grupo que hace parte del programa.

- **Generosidad:** orientar a los alumnos y grupos de manera que cada uno supere sus dificultades y pueda ser multiplicador de conocimiento, llevando así al cumplimiento de nuestra **misión** que es:

"Llevar la música al mayor número de personas, promocionando placer intelectual en el consumo de esa arte".

ESTO ES SOPRO NOVO Visión Global

Takashi Fujita, nuevo presidente de Yamaha Musical de Brasil, habla sobre el Sopro Novo.

Takashi Fujita es el nuevo presidente de Yamaha Musical do Brasil. El ejecutivo japonés asume la posición después del pasaje de Kenichi Matsushiro por el comando de la empresa en los últimos cinco años.

La carrera de Fujita se inició en Japón, en donde trabajó por 16 años, pasando entonces para Yamaha Canadá, que comandó por tres años, volviendo nuevamente a Japón, siendo responsable en aquella ocasión por todo el mercado del Sudeste Asiático. Su siguiente desafío fue venir para las tierras brasileñas.

"Brasil es un país con una enorme extensión

territorial y bastante diferente de otros lugares por donde pasé, con un crecimiento económico muy grande", dice Fujita, que complementa: "Aquí existe una población enorme y también hay mucho interés por música".

La intensa producción musical brasileña y la natural inclinación de las personas a estar envolverse con el tema causó una primera análisis por parte de Fujita que no condice exactamente con la realidad, en especial en lo que se trata de la Educación Musical. "Teniendo en cuenta esa cultura musical brasileña, por el hecho de que a todo el mundo le gusta la música, yo creía que aquí había una educación musical amplia y de mucha calidad. Pero ya entendí que no es exactamente así".

En la visión del ejecutivo, hay una cultura musical muy rica por acá, lo que hace con que exista un enorme mercado potencial para los instrumentos musicales. "Trabajé en Canadá y en Japón y esos países son completamente diferentes de Brasil. El mercado allá es mucho más maduro del de acá, las cosas están estables, no crecen más. Pero, por otro lado, la Educación Musical está completamente establecida, existe música en el currículo de todas las escuelas".

Por eso, para el presidente de la empresa, el trabajo ejecutado por el Programa Sopro Novo está en una posición fundamental en el desenvolvimiento general. "es muy importante que todos los niños y no solo ellos, todas las personas, tengan la oportunidad de aprender música,

ple”, says the executive, being already well acquainted with the Brazilian corporate landscape. “These are companies that invest a lot of money for this type of project. The music market is not as big and does not involve so much money. They probably are doing very good things. But even without all this investment, we may be able to do things that they cannot. And perhaps here relies our strength”, sets.

Yamaha, worldwide has a very well de-

finied corporate culture, which according to Fujita, turned it into the corporation that it is today. On the music education issue, there is a guideline of *Gakuhan*, which is helping music activities in school and selling instruments there.

In Brazil the strategy was different. YMDB chose to generate demand through the education actions of Sopro Novo. In other countries it works very simply, unlike Brazil. “In Japan’s case, for example, things are very straightforward. There, if we work with a Yamaha Music School attended by a thousand children, we already know that it may create demand of one hundred keyboards. It is much easier,” explains the

President of Yamaha Musical do Brasil.

Fujita said that “Brazil and Sopro Novo are unlike anything elsewhere in the world”. Here, comparing the Japanese case, obviously does not happen the same way. This means that there is - and it is necessary - a Brazilian way of doing *Gakuhan*. “We may not sell as many instruments directly to participants, but we know that the Sopro Novo is not something as simple, aiming the sale, and neither just promotional”, he says.

The executive’s understanding is that the Sopro Novo is part of a larger process of indirect sales and market expansion. “Sure, we must remember that we are a private company and we are always looking to improve our results. But we’re not just looking at the numbers, for profit. Here in Brazil, with Sopro Novo, you can assist the musicians and music appreciators of the fu-

ture”, comes up.

In this sense, thinking of the music business as a whole scene, Fujita projects: “Some people who have made contact with music teachers trained by the Sopro Novo, may be more interested in music and spread this idea. And perhaps buy a musical instrument and have a good experience with it. And so the Brazilian music market will grow. What will be good not only for Yamaha, but for all participants in this market”.

To spread is something that the Sopro Novo does very well. In Fujita’s management, and under the baton of marketing manager, Kenichi Hiwasa, the program reached its highest efficiency of its five years of existence. Were 268 activities, counting seminars, workshops and recitals in both Sopro Novo Flutes and Sopro Novo Bands.

Sopro Novo never produced as much as now. It is a clear result of an intelligent and optimized way of the resources management.

Strategic positioning

Talking about resources in a project that, as said the president, has no direct commercial nature, it is always a delicate point. However, this is not a concern of the president of Yamaha in Brazil. “We have to be reliable. The market and people should know they can rely on Yamaha”, he says emphatically, signaling the peaceful continuation of the activities of Sopro Novo.

For Fujita, it is still important to highlight that the Sopro Novo is not something that only works externally. The program’s activities cause more motivation to the Yamaha’s partners and they feel proud of the

company they work for. This feeling can be condensed into one word: love. “We love music. And while businesses can be difficult and complicated, we are very proud of what we do. We do not just sell instruments. We help to create an environment conducive to developing music. A positive lifestyle”, the executive defines.

Fujita San, as it is respectfully called, following the Japanese tradition, ends leaving a thank you to everyone who, somehow, attended the Sopro Novo: “We cannot do the Sopro Novo alone, we cannot reach everyone who wants to learn. So we need these people and hope they seek who is interested and apply everything they have learned with us.”

Sopro Novo in practice

One of the first experiments of the new

para colocar afuera el talento que hace parte de la manera de ser del brasileño”, explica.

Sin embargo, para Fujita, no se trata de una responsabilidad, pero en la traducción del modo de ser de la compañía. “No somos una empresa gigante, como el Bradesco o la Petrobrás, por ejemplo”, dice ejecutivo, mostrándose ya bastante enterado del escenario corporativo brasileño. “Esas son compañías que destinan mucho dinero para ese tipo de proyecto. El mercado musical no es tan grande y no envuelve tanto dinero. Ellos probablemente están haciendo cosas muy buenas. Pero, mismo sin toda esa inversión, nosotros tal vez podremos hacer cosas que ellos no pueden. Y quien sabe ahí esté nuestra fuerza”, define.

Yamaha, mundialmente, posee una cultura corporativa muy bien definida que, en el entender de Fujita, la transformó en la corporación

que es hoy. En la cuestión de la educación musical, existe el direccionamiento de *Gakuhan*, que es auxiliar las actividades musicales en las escuelas y venderles instrumentos musicales, en Brasil la estrategia fue diferente, la YMDB eligió generar demanda por medio de acciones educacionales de Sopro Novo. En otros países eso funciona de manera simple, diferente de Brasil.

“En el caso de Japón, por ejemplo, las cosas son muy directas. Allí, si trabajamos con una Escuela de Música Yamaha en donde estudian mil niños, ya sabemos que podremos crear la demanda de cien pianos. Es mucho más fácil”, detalla el presidente de Yamaha Musical do Brasil.

Fujita afirma que “el Brasil y el Sopro Novo son diferentes de todo el resto del mundo”. Por acá, comparando con el caso japonés, obviamente no ocurre de la misma manera. Eso hace con

que exista - y sea necesaria - una manera brasileña de hacer *Gakuhan*. “Tal vez no consigamos vender tantos instrumentos directamente a los participantes, pero sabemos que el Sopro Novo no es algo simple, objetivando la venta, y ni solamente promocional”, comenta.

El entendimiento del ejecutivo es el de que Sopro Novo es parte de un proceso más grande, de venta indirecta y ampliación del mercado. “Claro, tenemos que recordar que somos una empresa privada y estamos buscando siempre mejorar nuestros resultados. Pero, no estamos nada más que mirando para los números, para el lucro. Acá en Brasil, con el Sopro Novo, es posible auxiliar a los músicos y apreciadores de música del futuro”, se anima.

El presidente ve un futuro con más gente involucrada con la música, formado por personas que tuvieron una experiencia positiva inicial con el Sopro Novo. “Así se puede describir el principal objetivo del programa”, define.

En ese sentido, pensando en el sector musical como un todo, Fujita proyecta: “Algunas de las personas que tomaron contacto con la música por medio de maestros graduados por el Sopro Novo se pueden interesar más y propagar esa idea y, quien sabe, comprar un instrumento musical y tener una buena experiencia con él. Y así el mercado musical brasileño va a crecer. Lo que será bueno no solamente para Yamaha, pero para todos los participantes de ese mercado”.

Propagar es algo que el Sopro Novo hace

muy bien. En la gestión de Fujita y bajo la dirección del Gerente de Marketing, Kenichi Hiwasa, el programa alcanzó su mayor eficiencia en los cinco años de existencia. Fueron 268 actividades, entre recitales, seminarios y workshops, tanto en el Sopro Novo Flautas, cuanto en el Sopro Novo Bandas. Nunca Sopro Novo produjo tanto. Resultado claro de una forma inteligente y optimizada de gestionar sus recursos.

Posicionamiento estratégico

Hablar sobre recursos en un proyecto que, como ya dijo el presidente, no tiene objetivación comercial directa, es siempre un punto complejo. Sin embargo, esa no es una preocupación del presidente de Yamaha en Brasil. “Nosotros tene-

mos que ser confiables. El mercado y las personas deben saber que pueden confiar en Yamaha”, afirma enfáticamente, señalando la continuidad tranquila de las actividades de Sopro Novo.

Para Fujita, es importante todavía destacar que Sopro Novo no es algo que funciona solamente externamente. Las actividades del programa hacen con que los colaboradores de Yamaha se queden más motivados y orgullosos de la empresa en que trabajan. Ese sentimiento puede ser condensado en una única palabra: amor. “Nosotros amamos la música. Y por más que los negocios puedan ser difíciles y complicados, nosotros tenemos mucho orgullo de lo que hacemos. Nosotros no apenas vendemos instrumentos, nosotros ayudamos a crear un ambiente propicio para que la música se desarrolle. Un estilo

president of Yamaha, Takashi Fujita, with Sopro Novo was in Piauí, with the project Música Para Todos, coordinated by Luis Sá - which trains teachers for the program.

There, the executive attended an artistic recital of the Sopro Novo Quintet and also the recording of a Christmas DVD, with 500 children, all students of teachers trained by the Sopro novo.

To Takashi Fujita, this is a proof of Yamaha's corporate directive, "Creating Kan-

do Together", can - and are - being met. Kando, in Japanese, means "a state of inspired mind". The company seeks, in all its activities, to create this state.

From his professional experience, the executive highlights that it is not always possible to see that. But there sometimes in which these "inspired minds" stands out. As seen in the students of Piauí. "It's great to see that we are actually creating *Kando* here. With Sopro Novo, here in Brazil, I feel it".

A SUCCESSFUL WALK

Sopro Novo's yearbook helped establish the program and to give visibility to the participants

All started with the need to create a report that demonstrated the immense amount of activities made by the Sopro Novo Yamaha since its first year of action, **2006**.

From that point on, the project took the form of a magazine. "We wanted something that could convey not only the grandiosity that Sopro Novo already showed at the time. It was important that we could convey the lifetime that the project had, with the interaction of the participants", said Thiago Costa, journalist in charge of all the editions of the yearbook. "The idea of making a magazine came in just from that, from bring more than cold numbers and texts. The images, pictures of people, humanized and reflected more faithfully the excitement generated by Sopro Novo in all places where it passed by", he adds.

The statement of Cristal Velloso, coordinator of the Music Diffusion Department of Yamaha Musical of Brazil, was to do, besides the articles counting everything that had happened, translations of all texts. "It was important that we demonstrate to everyone and to all Yamaha units what we were doing here in Brazil, a country unlike any other", she explains. "We had many positive returns, internationally speaking, from people who have seen what we do here through the yearbook. Especially from the other Latin America countries, which has many similarities but also many differences in comparison with Brazil", says Cristal.

Thus, the model was defined and goes until nowadays, with different materials and, at the end, the translations of all that was done.

2006, the first experience

In the first edition of the yearbook, everything was new. The major difficulty was to find space for all the initiatives that happened that year, and explain to those who still did not know what it was actually the Sopro Novo Program. To illustrate this moment, the chosen image for the cover was children from different ethnic playing flute, representing that the project was open to all and ready to grow.

Thus, the magazine was started with a long report, telling the entire history of the program so far. The story began well from start, with the visit of the Japanese teacher Keiko Kuribaishi to Brazil in 1997 for a series of lectures and courses, which made the board of Yamaha Musical thinking in a

structured project to musical diffusion.

The sequence began with the explanation of how Sopro Novo worked at the time, detailing the seminars and the target audience indicated to each of them. Then all the Yamaha staff involved in the process of marketing it was presented to the public, from the commercial area to the presidency - then held by the executive Kenichi Matsushiro.

The highlight of that edition was show with photos and reports all the 12 monitors working with the Sopro Novo in 2006, enhancing the performance of these people.

2007: Consolidation

In the second issue of the Sopro Novo Yearbook, in 2007, the evolution of the project was evident. Some news from that time came to be proved as winning strate-

de vida positivo", define el ejecutivo.

Fujita San, como es llamado respetosamente siguiendo la tradición japonesa, finaliza dejando un agradecimiento a todos los que, de alguna manera, participan de Sopro Novo: "Nosotros no podemos hacer solos a Sopro Novo, no conseguimos llegar a todos los que quieren aprender. Por eso precisamos de las personas y esperamos que ellas busquen los interesados y apliquen todo lo que aprendieron con nosotros".

Sopro Novo en la practica

Una de las primeras experiencias del nuevo presidente de Yamaha, Takashi Fujita, con Sopro Novo fue en Piauí, junto al proyecto Música para Todos, coordinado por Luis Sá - que forma maestros por medio del Programa.

Allá, el ejecutivo vio a un recital artístico del Quinteto Sopro Novo y también la gra-

bación del DVD de Navidad, con 500 niños, todos ellos, alumnos de maestros graduados por Sopro Novo.

Para Takashi Fujita, esta es la evidencia de que la directriz corporativa de Yamaha, "Creando *Kando* juntos", puede - y está - siendo alcanzada. *Kando*, en japonés, significa "un estado de mente inspirada". La empresa busca, en todas sus actividades, crear ese estado.

En su vivencia profesional, el ejecutivo destaca que no es siempre posible ver eso. Pero, hay otras en que esas tales "mentes inspiradas" saltan a los ojos. Como vio en los alumnos de Piauí. "Es muy bueno percibir que estamos realmente creando *Kando* aquí. Con Sopro Novo, acá en Brasil yo siento eso".

UNA CAMINADA VICTORIOSA

Anuario Sopro Novo ayudó a consolidar

el programa y dar visibilidad a los participantes

Todo empezó con la necesidad de crear un informe que demostrara la inmensa cantidad de actividades realizadas por Sopro Novo Yamaha luego en su primer año de acción, **2006**.

A partir de ese punto, el proyecto ganó forma de una revista. "Queríamos algo que consiguiera transmitir no solo la grandiosidad que Sopro Novo ya demostraba en la época. Era importante que consiguiéramos transmitir toda la vida que el proyecto poseía, con la interacción de los participantes", cuenta Thiago Costa, periodista responsable por todas las ediciones del anuario. "La idea de

hacer una revista vino justamente de eso, de traer más de lo que textos y números fríos. Las imágenes, fotos de las personas, humanizaban y traducían mas fielmente la emoción generada por Sopro Novo en todos los lugares por donde pasaba", complementa.

La indicación de Cristal Velloso, coordinadora de difusión musical de Yamaha Musical do Brasil, era que se hicieran, además de las artículos contando todo lo que había ocurrido, traducciones de todos los textos. "Era importante que pudiéramos demostrar para todo mundo y todas las unidades Yamaha lo que hacíamos acá en Brasil, un país diferente de cualquier otro", explica. "Tuvinos muchos comentarios positivos, hablando internacionalmente, de persona

que vieron lo que hacemos aquí por intermedio del anuario. Especialmente de los demás países da América Latina, que tiene muchas similitudes, pero también muchas diferencias en comparación con Brasil", cuenta Cristal.

De esa manera, fue definido el modelo que sigue hasta hoy, con diferentes artículos y, al final, las traducciones de todo lo que fue hecho.

2006, la primer experiencia

En la primar edición del anuario, todo era novedoso. La gran dificultad era conseguir espacio para todas las iniciativas que ocurrieron en aquel año, además de explicar para aquellos que todavía no conocían de que se trataba realmente el Programa Sopro Novo. Para ilustrar ese mo-

mento, la imagen que se eligió para la capa fue la de niños de diferentes etnias tocando flauta, representando que el proyecto estaba abierto a todos y pronto para crecer.

Así, la revista empezaba con un extenso artículo, contando toda la trayectoria del programa hasta allí. El informe empezó bien sobre el principio, con la visita de la maestra japonesa Keiko Kuribaishi al Brasil en 1997 para una serie de seminarios y cursos, que hizo la dirección de Yamaha Musical pensar en un proyecto estructurado de difusión musical.

La secuencia se dio con la explicación de cómo funcionaba Sopro Novo en aquella ocasión, detallando a los seminarios y la audiencia indicada de cada una de ellos. Des-

gies and they are being used until today.

This is the case of Sopro Novo Quintet, which was in its infancy, and the arrival of the first clinicians to begin the Sopro Novo Bands: Erik Heimann and Fernando Dissenha, specialists, respectively on saxophone and trumpet.

Another innovation that arose in that period was the international travels. A process by which knowledge and experience was exchanged, enriching all in-

involved. Through this process, Hernando Jose Cobo Plata, responsible for Yamaha's Musical Diffusion in Latin America (except Brazil), offered to the Brazilian readers an article which described the different fields of Vientos del Mañana, the equivalent of Sopro Novo in countries like Argentina, Guatemala, Venezuela, Colombia, among others.

2007 was a year of consolidation in which Sopro Novo proved to be strong and ready to move forward and grow in importance and territorially. As part of this expansion, it was the first year that the Sopro Novo decided to support a social project. The chosen one was the Vila Criar, in which

participants could receive instruction and to be sensitive to musical education.

2008 A Year of Multiplication

The expansion of Sopro Novo did set the tone of the yearbook in 2008. The magazine was started telling some emblematic cases of the trajectory of the program: Luis Sá, in Piauí, Adriana Cavalcanti, in Alagoas, and Viviane Dantas in Sergipe.

Each one of them, are Sopro Novo's monitors in their towns and sought for the program, to then spread this knowledge and transform lives - their own and also of many others. Luis Sá, for example, coordinates the Program Musica Para Todos - which already has resulted in bring the methodology of Sopro Novo for more than two thousand people across the state of Piauí.

Adriana was in charge of assembling the

first nucleus of the Sopro Novo in Alagoas. All in the small and remote city of Girau do Ponciano that, from then on, it was to have music teachers who brings flute learning to dozens of children who, otherwise, could hardly have access to formal music learning.

Viviane, in her turn, acts as an educator in various communities of Sergipe and said she saw very touching scenes, such as bringing the recorder and witness the enchant, caused because many of the children had never seen before an musical instrument like that.

Besides these stories, the 2008 yearbook brought yet an exciting story about a Sopro Novo Quintet trip to Ituiutaba city, in Minas Gerais. With several exciting and funny situations, the matter served to demonstrate the struggles and rewards from the

artistic and pedagogic work of the group of flutists.

Highlights also include the interview with the arranger of the CDs that accompany the Sopro Novo Recorder books (alto and chamber music) and Sopro Novo Bands Trumpet book, Claudio Hodnik. The musician explained the process of creating the arrangements and their vision of the whole Sopro Novo Program.

2009: the Quintet's Year

The yearbook of 2009 celebrated the first DVD recording of the Sopro Novo Quintet, entitled "Certas Canções". In the magazine, was detailed the entire production of the show that generated the recording, giving emphasis to the whole Yamaha's

team that was involved.

The DVD "Certas Canções" was the culmination of an initiative that brings together, in a harmonious and stimulating way, the educational and artistic aspect of the recorder. The pianist Miriam Braga, artistic director of the spectacle, spoke on that occasion to the yearbook report about it: "Something that fascinated me a lot in this work was to connect the artistic side with the pedagogic. I believe that no one ever will be a great teacher if is not also a great artist", she said.

But not only from spectacles was the magazine about. The issue presented to all new clinicians of Sopro Novo Bands, Marcelo Bam Bam in trombone and Monica Giardini in conducting. Both were preparing their books, which now are already available to the public.

pués, fue presentada a la audiencia todo el equipo de Yamaha involucrada en el proceso, del mercadeo, pasando por el área comercial, hasta la presidencia - en la época ejercida por el ejecutivo Kenichi Matsushiro.

El punto alto de aquella edición fue mostrar con fotos y relatos todos los 12 monitores que trabajaban con Sopro Novo en 2006, valorizando todavía más la actuación de esas personas.

2007: consolidación

En la segunda edición del Anuario Sopro Novo, en el año de 2007, la evolución del proyecto era evidente. Algunas novedades de la época se mostraron estrategias ganadoras y están en acción hasta hoy.

Es el caso del Quinteto Sopro Novo, que daba sus primeros pasos y la llegada de los primeros *clinicians* que empezaban el Sopro

Novo Bandas: Erik Heimann y Fernando Disenha, especialistas, respectivamente, en saxofón y trompeta.

Otra innovación que surgió en aquel período fueron los viajes internacionales, un proceso de intercambio por lo cual experiencias y conocimiento fueron cambiados, enriqueciendo todos los involucrados. Por medio de ese proceso, Hernando José Cobo Plata, responsable por la difusión musical en América Latina (a excepción de Brasil), brindó los lectores brasileños con un artículo en que describía la forma de actuación de *Vientos del Mañana*, el equivalente al Sopro Novo en países como Argentina, Guatemala, Venezuela, Colombia, entre otros.

2007 fué un año de consolidación en que el Sopro Novo se mostró firme y pronto para avanzar y crecer, en importancia y territorialmente.

Como parte de esa expansión, aquél fue el primer año en que Sopro Novo decidió apoyar a un proyecto social. El elegido fue el Vila Criar, en donde los participantes pudieron recibir clases y ser sensibilizados a la enseñanza musical.

Un año de multiplicación: 2008

La expansión de Sopro Novo dio el tono de anuario en 2008. La revista era empezada contando algunos casos emblemáticos de la trayectoria del programa: Luis Sá, en Piauí; Adriana Cavalcante, en Alagoas; y Viviane Dantas en Sergipe.

Cada uno de ellos es monitor de Sopro Novo en sus ciudades y buscaron el programa para, después, propagar ese conocimiento y transformar vidas. A sus propias y a la de mu-

chos otros. Luis Sá, por ejemplo, coordina el Programa Música para Todos - que ya llevó la metodología el Sopro Novo para más de dos mil personas por todo el Estado de Piauí.

Ya Adriana fue la responsable por montar el primer núcleo de Sopro Novo en Alagoas. Todo en la pequeña ciudad de Girau do Ponciano que, a partir de ahí, pasó a tener maestros de música que llevan la enseñanza de flauta dulce a decenas de niños que, de otra manera, difícilmente tendrían acceso al aprendizaje formal de música.

Viviane, a su vez, actúa en diversas comunidades de Sergipe y contó que vió cenas muy emocionantes, como llevar la flauta dulce y presenciar el encanto, pues muchos de los niños nunca ni siquiera habían visto un instru-

mento como aquél.

Además de esas historias, el anuario 2008 trajo todavía un emocionante informe sobre un viaje del Quinteto Sopro Novo para la ciudad de Ituiutaba, en el interior de Minas Gerais. Con varios episodios emocionantes y cómicos, el artículo sirvió para demostrar las dificultades y recompensas del trabajo artístico y didáctico del grupo de flautistas.

Destaque también para la entrevista con el arreglador de los CDs que acompañan los Cuadernos Sopro Novo Flauta Dulce (Contralto y Práctica de Conjunto) y Sopro Novo Bandas Trompeta, Cláudio Hodnik. El músico explicó el proceso de creación de los arreglos y su visión a respecto de todo el Programa Sopro Novo.

2009: el año del quinteto

El anuario de 2009 celebró la grabación del primer DVD del Quinteto Sopro Novo, intitulado "Certas Canções". En la revista, toda la producción del espectáculo que generó la grabación fue detallada, dándole destaque a todo el equipo de Yamaha involucrado.

El DVD "Certas Canções" fue la coronación de una iniciativa que une, de manera harmónica y estimulante, el aspecto didáctico y artístico de la flauta dulce. La pianista Miriam Braga, directora artística del espectáculo, habló al reportaje del anuario sobre eso, en aquella ocasión: "Algo que me fascinó mucho en este trabajo fue el de conectar el lado artístico con el pedagógico. Creo que jamás al-

The Yearbook 2009 also brought a article about the Yamaha's Winds Atelier, interviewing Araken Busto, who explained the operation of place, opening the doors to all the readers know this space dedicated entirely to wind instruments.

It was also in 2009 that the magazine told the full story of Vila Criar, an institution that was attended by the Sopro Novo Program, with classes and teachers' Selma

Garcia and Marcia Gióia. For two years the teachers have been with the children attending the NGO, located in Barra Funda, west of Sao Paulo city. There they could even prepare others (also from the same community) to continue the work.

Mission accomplished

Checking everything that was produced in these four years, the feeling is that the yearbook, rather than become a tradition of to begin and to end of year for those who came into contact with Sopro Novo, was also an important tool in the program's promotion and consolidation.

In its pages the stories did a parade of commitment and dedication to education, market's instruments and overall music field. For something that began as a more beautiful alternative to a report, the duty was more than accomplished.

THE SUCCESS OF SOPRO NOVO'S QUINTET

After recording the DVD Certas Canções, group tours through Brazil offering quality music and education

The Sopro Novo Quintet is the artistic face of the Sopro Novo program and the perfect translation of the union between art and education. The group was established in 2007 and is composed of teachers - musicians, committed to the artistic side. "Our ultimate goal is to show the seriousness and the possibilities of the recorder,

and encourage the artistic side of this instrument's teachers" says Marcia Gioia, coordinator of the Northern Sopro Novo region, artistic director of the group and one of its members.

According to Marcia, it is important to encourage the artistic side of students. "One example is that they see that teachers are also performs at concerts, which makes easier to encourage students to develop their artistic side," notes. Besides Marcia Gioia, the Quintet also has the teachers Márcio Alexandre, Claudia Freixedas, Crystal Velloso and Selma Oliveira, playing five different models of recorders: sopranino, soprano, alto, tenor, bass and contrabass.

Marcia points out that the Quintet's work also includes the demystification that

the flute is just a toy. "We show that the recorder has musical quality, touring through different music styles such as medieval, Renaissance, baroque, classical, folk and popular. The flute is very versatile", she explains. The group's work also includes pedagogic recitals. "In many schools and universities, before the concert, we do a musical work in which we explain what is the music, its history and open for questions. This is very productive and rewarding", she says.

In 2010, around 10 000 people attended the concerts, which were realized in schools and theaters, NGOs, clubs, churches, earning the respect and admiration of children, youth, adults, musicians and laymen. In total, were 55 recitals of the Quintet, 37 ped-

agogic and 18 artistic, through cities such as Boa Vista (AC), Belo Horizonte (MG), Teresina (PI), Maringá (PR), Londrina (PR), among others. "In order to meet this schedule, we had to play up to three times in one week", says Marcia.

To the flutist, these presentations also aim to offer a different sound universe, transporting audiences to more peaceful places, recover their sensitivity to touch the emotional memory, be a vent in the middle of our intense modern life. Marcia reported that the search for the Quintet is great. She said there are scheduling requests for 2011, mainly for presentations that include the didactic concert, which has a waiting list.

For 2011, Marcia says that the Quintet will prepare rehearsals of a new repertoire. Therefore, presentations should decrease.

guien será un gran maestro si no sea también un gran artista", dijo.

Pero no solo de espectáculo se hizo la revista. La edición presentó a todos los nuevos *clínicos* de Sopro Novo Bandas, Marcelo Bam Bam en el trombón y Mônica Giardini en la dirección. Ambos estaban preparando sus libros, que hoy ya están disponibles al público.

El anuario 2009 trajo todavía un artículo más a respecto del Atelier de Vientos Yamaha, con entrevista de Araken Busto, que explicó el funcionamiento del espacio, abriendo las puertas para que todos los lectores conocieran este espacio totalmente dedicado a los instrumentos de viento.

Fue también en 2009 que la revista contó la historia completa de la Vila Criar, entidad que fue asistida por el Programa Sopro Novo, con clases de las maestras Selma Góes y Márcia Gióia. Du-

rante dos años las maestras estuvieron con los niños atendidos en la ONG, que se encuentra en el barrio Barra Funda, zona oeste de São Paulo. Allí consiguieron, incluso, preparar a otras personas (de la propia comunidad) para seguir el trabajo.

Deber cumplido

Al verse todo lo que fue producido en estos cuatro años, la sensación es de que el anuario, más de lo que tomarse una tradición de fin y inicio de año para quién tomó contacto con el Sopro Novo, fue también una importante herramienta en la divulgación y consolidación del programa.

En sus páginas desfilaron historias de compromiso y dedicación a la educación, al mercado de instrumentos y a la música como un todo. Para algo que nació como una alternativa más bonita para un informe, el deber fue mucho más que cumplido.

EL SUCESO DEL QUINTETO SOPRO NOVO

Después de la grabación del DVD Certas Canções, grupo hace excursión por Brasil ofreciendo música y educación de calidad.

El Quinteto Sopro Novo es el lado artístico del programa Sopro Novo y la perfecta traducción entre el arte y la educación. El grupo inició en 2007 y es formado por maestros-músicos, comprometidos con el lado artístico. "Nuestro mayor objetivo es mostrar la seriedad y las posibilidades de la flauta dulce, además de incentivar el lado artístico de los maestros de ese instrumento", afirma Márcia Gióia, coordinadora de la región Norte de Sopro Novo, directora

artística del grupo y una de sus integrantes.

Para Márcia, es importante incentivar el lado artístico de los alumnos. "un ejemplo es que ellos ven que los maestros también se presentan en conciertos, haciendo más fácil la tarea de incentivar al alumno a que desarrolle su lado artístico", concluye. Además de Marcia Gioia, el Quinteto también cuenta con los maestros Márcio Alexandre, Cláudia Freixedas, Cristal Velloso e Selma Oliveira, que tocan cinco modelos distintos de flautas: sopranino, soprano, contralto, tenor, bajo y la contrabajo.

Marcia destaca que el trabajo del Quinteto también incluye el trabajo de deshacer la mística de que la flauta es nada más que un juguete. "Mostramos que la flauta dulce tiene calidad mu-

sical, paseando por diferentes estilos de música, como medieval, renacentista, barroca, clásica, folclórica y popular. La flauta es muy versátil", explica. El trabajo del grupo también incluye los recitales didácticos. "En varias escuelas y universidades, antes del concierto, hacemos un trabajo musical, en donde explicamos lo que es la música, su historia y dejamos abierto a preguntas. Eso es muy productivo y gratificante", afirma.

En 2010, cerca de 10 mil personas vieron a los recitales, que se realizaron en escuelas y teatros, ONGs, clubs, iglesias, conquistando el respeto y la admiración de niños, jóvenes, adultos, músicos y legos. En total fueron 55 recitales del Quinteto, siendo 37 didácticos y 18 artísticos, pasando por ciudades como Boa Vista (AC),

Belo Horizonte (MG), Teresina (PI), Maringá (PR), Londrina (PR) entre otras. "Para atender a esa agenda, tuvimos que presentarnos hasta tres veces en la misma semana", cuenta Márcia.

Para la flautista, esas presentaciones también objetivan ofrecer un universo sonoro diferente, transportar la audiencia para lugares más tranquilos, rescatar su sensibilidad, mover con la memoria emocional, ser un respirador en el medio de la intensa vida moderna.

Márcia informa todavía que la busca por el Quinteto es grande. Nos dice ella que existen muchos pedidos para 2011, principalmente, de las presentaciones que incluyen el recital didáctico, y que ya hay lista de espera.

Para 2011, Márcia nos cuenta que el

"As we recorded a DVD with *Certas Canções*, this new repertory will also be recorded and distributed for free", she concludes.

PARTNERS

Winds from elsewhere

Team from Yamaha Musical do Brasil participates in international events, with an important exchange of ideas

The month of November 2010 was very busy to the area of Musical Diffusion of Ya-

maha Musical do Brasil. Two international meetings within two weeks led the team to Colombia and Mexico, respectively.

At the first stop in Colombia, attended Crystal Velloso, Coordinator of Musical Diffusion; Araken Busto, Maintenance Coordinator and head of Yamaha's Woodwind Atelier, besides the President of the company in Brazil, Takashi Fujita.

From days 2 to 6 November 2010, the country hosted the 16th International Bands Meeting and International Music Seminar of Yamaha. During the event, there were presentations, seminars, roundtables, all with a lot of great quality music.

18 groups from Colombia itself, and

also from Venezuela, Dominican Republic, Costa Rica, among other places, presented to an audience comprising of representatives from Yamaha of all of Latin America, and other interested participants. The event was attended by teachers and conductors of WASBE (World Association of Symphonic Bands and Ensembles). They even conducted several concerts.

The highlight of this meeting came from the concerts of the (Latin American Wind Orchestra) Orquesta Latinoamericana de Vientos (OLV), a project of Yamaha for the region. This orchestra grew out of a competition for instrumentalists from across the region, sent its applications via Internet. They were chosen by renowned institutions and experts in their fields. In Brazil, the Federal University of Rio de Janeiro chose the percussionists. The choice of conductors was on account of WASBE.

OLV Concert

OLV's presentation occurred on the first day of the event. The artistic direction was made by the Canadian conductor Glenn Price and by Brazilian guest conductor, Marcelo Jardim, also featuring the soloist Javier Rodriguez from Venezuela. On the occasion, the piece played was "Brasileirismos", composed by Brazilian musician Fernando Moraes from Brasília. The song won the composition competition sponsored by OLV. The orchestra's concert, which has 65 members, touched everyone in the audience.

"It was a great initiative from Yamaha. It was very productive. I had already participated in other meetings, but that shone on account of the creation of the orchestra and these contests. It was very inspiring," says

Cristal Velloso.

The event also brought a novelty, a technical workshop of instruments maintenance, offered to the musicians. The way this activity was done drew attention, because the musicians put the "hands on" learning how to do. Another highlight was a seminar sponsored by an institution in Argentina called Allegro on career management for musicians. "This is a very important point to be discussed, but there are few opportunities, so it is worth noting", Cristal sets.

Mexico, business time

Soon after the end of the 16th International Yamaha Music Seminar in Colombia,

the Brazilian team went to Mexico, arriving there on November 8. There were the President, Takashi Fujita, Marketing Manager, Kenichi Hiwasa, and Crystal Velloso.

In Mexican lands, there was the annual meeting of the *Gakuhon* area for Latin America. The focus here was to discuss strategic commercial issues: instrument making, prices, overall market, including the competition. "There we had another look, not pedagogical, but of marketing," says Cristal. The Coordinator of Music Broadcast of Yamaha Musical do Brasil reinforces this aspect, just for this facet of the Sopro Novo - that's the *Gakuhon* initiative in Brazil - to be related in most cases only with the artistic matter.

The entire management of Yamaha in Brazil indicates that the participation in

Quinteto va a preparar los ensayos de un nuevo repertorio. Para eso, las presentaciones deben disminuir. "Así como gravamos un DVD con el *Certas Canções*, este nuevo repertorio también será grabado y distribuido gratuitamente", finaliza.

ASOCIADOS

Vientos de otras tierras

Equipo de Yamaha Musical do Brasil participa de eventos internacionales, con importante intercambio de ideas

El mes de noviembre de 2010 fue bastante movido para el área de Difusión Musical de Yamaha Musical. Dos encuentros internacionales en el período de dos semanas llevaron el equipo a Colombia y México, respectivamente.

En la primera parada, en Colombia, estuvieron presentes Cristal Velloso, Coordinado-

ra de Difusión Musical; Araken Bustos, Coordinador de Manutención y responsable por el Atelier de Vientos Yamaha; además del Presidente de la compañía en Brasil, Takashi Fujita.

Del día 02 a 06 de noviembre de 2010, aquel país fue sede del 16º Encuentro Internacional de Bandas y Seminario Internacional de Música de Yamaha. Durante el evento, ocurrieron presentaciones, seminarios, mesas de discusiones, todo agregado a mucha música de calidad.

18 grupos venidos de propia Colombia, además de Venezuela, República Dominicana, Costa Rica, además de otras localidades, se presentaron para una audiencia compuesta de representantes de Yamaha de toda América Latina, junto a los demás interesados. El evento contó con la presencia de maestros y directores de la WASBE (World Association of Sympho-

nic Bands and Ensembles) – Asociación Mundial de Bandas Sinfónicas y Grupos. Ellos, incluso, dirigieron varios de los conciertos.

El grande destaque de ese encuentro estuvo por cuenta de los conciertos de la Orquesta Latinoamericana de Vientos (OLV), un proyecto de Yamaha para esa región. Esa orquesta surgió a partir de una competición para instrumentistas de toda la región, que mandaron sus participaciones vía internet. Ellos fueron elegidos por algunas instituciones bastante renombradas y especialistas en sus áreas. En Brasil, La Universidad Federal de Rio de Janeiro eligió a los percussionistas. La elección de los directores estuvo por cuenta de WASBE.

Concierto de la OLV

La presentación de la OLV ocurrió en el primer día del evento. La dirección artística estuvo a cargo del director canadiense Glenn Price y del maestro invitado, el brasileño Marcelo Jardim, contando también con el solista Javier Rodriguez, de Venezuela. En la ocasión, la pieza tocada fue "Brasileirismos", del músico brasileño Fernando Moraes, de Brasília. La música fue la ganadora de la competición de composición realizada por la OLV. La presentación de la orquesta, integrada por 65 jóvenes, emocionó a todos los presentes.

"Fue una excelente iniciativa de Yamaha. Fue muy productivo. Yo ya había participado de otros encuentros, pero este brilló en razón de

la creación de la orquesta y esas competiciones. Fue muy inspirador", dice Cristal Velloso.

El evento también trajo una novedad: un seminario técnico de manutención de instrumentos, direccionado a los músicos. La manera como fue hecha esa actividad llamó la atención, pues los músicos pusieron "las manos en la masa", aprendiendo a cómo hacer. Otro destaque fue un seminario promovido por un institución argentina llamada Allegro, sobre gestión de carrera para músicos. "Ese es un punto muy importante de ser discutido, pero existen pocas oportunidades, por eso vale destacar", define Cristal.

México, momento de negocios

Luego en seguida del término del 16 Semi-

nario Internacional de Música de Yamaha en Colombia, el equipo brasileño siguió hacia México, llegando allá el día 08 de noviembre. Para allá fueron el Presidente, Takashi Fujita, el Gerente de Marketing, Kenichi Hiwasa, y Cristal Velloso.

En tierras mexicanas, ocurrió la reunión anual del área de *Gakuhon* para América Latina. El enfoque allí era discutir cuestiones comerciales estratégicas: fabricación de instrumentos, precios, mercado en general, incluso la competencia. "Allí tuvimos una otra mirada, no en lo pedagógico, pero en lo mercadológico", comenta Cristal. La Coordinadora de Difusión Musical de Yamaha Musical do Brasil refuerza ese aspecto, justamente por ese

such events is something important, especially to understand how business strategies are established, how it is the commercial reality of each country, what are the needs and difficulties, which have in common and what each can contribute to each other. "To me this exchange is very important because in this management sphere, it's great to divide and know what others are thinking that can be applied here", enthuses Cristal.

The exchange of knowledge in such events is a constant and, at the age of five, the Sopro Novo is recognized by the *Gakuhan* partners from other countries, Crystal ends happily.

NOVO HAMBURGO'S STORE LEADS PROJECT TO SCHOOLS

Yamaha chose the Palácio da Música as this year Sopro Novo's store, thanks to its initiative of take the Sopro Novo to the municipal schools of Novo Hamburgo (RS). The Award Store Sopro Novo was created by Yamaha in 2006 as a way of recognizing

the work done by the stores that support the Sopro Novo Program.

"The fact that our store has been chosen is a recognition of our interest in the project. We further the purpose of the project, qualifying the teachers of the municipal schools", says Ariane Brusius, partner of Palácio da Música.

The moment could not be more propitious. Ariane recalls that, by law, the music must be part of the school curriculum, but there are no teachers with this qualification in sufficient quantity. "We offered the project to the city at no cost to the council, which embraced the idea" she says.

This year, Ariane reports that the Palácio da Música has graduated two groups of teachers.

In 2011, the third class has already applied. "This project, in partnership with Yamaha, allows us to qualify teachers. This

will reflect positively on the work done in classrooms. So, we left the store and arrived at municipal schools.

In her assessment, the Sopro Novo is very important for the market, especially now that the music grows in importance and must be entered within schools.

"I am also a teacher, and I know how it must have music in schools, besides being a renewal of the teacher's perspective", she adds.

Throughout its history of more than 50 years, the first store of the Palácio da Música was small and stood beside the old bus station of Novo Hamburgo. It was born already trying to make a difference. Therefore, offers the best quality of musical instruments and seeks to be always update,

reasons why the Palácio has become a reference for musicians of the Vale dos Sinos and up-state.

One of the key differentiators is the company's attendance. The customer enjoys all infra-structure, and is staffed by dedicated and qualified professionals.

Another highlight is the importance that the Palácio da Música provides for the training of musicians, providing different materials and performing the integration between professional musicians and beginners, through lectures and workshops.

This way of thinking, added to the positive initiatives of the Palácio da Música, confirmed the rightness in the choice of Sopro Novos's Store 2010.

MUSIC MAKES THE DIFFERENCE São Geraldo Parochial Social Centre was the chosen entity for social action

Part of the Program activities of Sopro Novo includes taking his music to institutions with social work. In such cases, the Yamaha donates the recorders and gives your teachers to teach youth and children to play the instrument and to read music. This is the case of São Geraldo Parochial Social Centre, which is in the neighborhood of Perdizes, in São Paulo. There, the project was implemented in March this year. According to Selma Garde Góes, professor and coordinator of the Southeastern Sopro Novo Regional, the aid to the institution is during two years. "The idea is to

que existe em Sopro Novo – que es la iniciativa de *Gakuhan* en Brasil – de ser relacionado en la mayor parte de las veces apenas con la cuestión artística.

Toda la dirección de Yamaha en Brasil indica que la participación en esos eventos es algo importante, especialmente para entender como las estrategias comerciales son establecidas, cual la realidad comercial de cada uno de esos países, cual las necesidades y dificultades, o lo que tenemos en común y lo que cada uno puede contribuir con el otro. "Para mí es muy importante ese cambio, pues en ese ámbito de gestión, es excelente dividir y saber lo que los otros están pensando que puede ser aplicado aquí", se entusiasma Cristal.

El cambio de conocimientos es una constante de esa naturaleza y al completar cinco años, el Sopro Novo es reconocido por los

asociados de *Gakuhan* de otros países, finaliza Cristal con alegría.

TIENDA DE NOVO HAMBURGO LLEVA PROYECTO A LAS ESCUELAS

Yamaha eligió el Palácio da Música como la Tienda Sopro Novo de este año, gracias a su iniciativa de llevar el Sopro Novo para las escuelas municipales de Novo Hamburgo (RS). El Premio Tienda Sopro Novo fue criado por Yamaha en 2006, como una manera de reconocimiento del trabajo realizado por las tiendas que apoyan el Programa Sopro Novo.

"El hecho de nuestra tienda haber sido elegida es un reconocimiento de nuestro interés por el proyecto. Conseguimos profundar el propósito del proyecto, cualificando los maestros de la red municipal de educación", afirma

Ariane Brusius, socia del Palácio da Música.

El momento no podría ser más propicio. Ariane recuerda que, por la legislación, la música necesita integrar el currículo de los alumnos, pero que todavía no hay maestros con esa cualificación en número suficiente. "Ofrecemos el proyecto a la Prefectura, si costos para el municipio, que abrazo la idea", cuenta.

En este año Ariane informa que el Palácio da Música formó dos clases de maestros. En 2011, ya tiene la tercera clase inscripta. "Ese proyecto, en asociación con Yamaha, nos permite cualificar los maestros. Eso repercutirá positivamente en el trabajo realizado en las clases de enseñanza. Así, salimos de la tienda y llegamos a las escuelas municipales".

En su evaluación, el Sopro Novo es muy importante para el mercado, especialmente ahora que la música gana importancia y precisa ser puesta adentro de las escuelas. "También soy maestra, y sé lo cuanto es necesario tener a la música en las escuelas, además de ser una renovación de las perspectivas de los maestros", piensa.

Por toda su historia de más de 50 años, la primera tienda del Palácio da Música era pequeña e quedaba al lado de la vieja terminal de ómnibus de Novo Hamburgo. Ya nació buscando hacer la diferencia. Por eso, ofrece instrumentos musicales de la mejor calidad y busca estar siempre actualizada, razones por las cuales el Palácio, se transformó en referencia para los músicos del Vale dos Sinos y del interior.

Uno de los principales diferenciales de la empresa es el atendimento. El cliente disfruta de toda su infraestructura, y es atendido por profesionales dedicados y cualificados. Otro punto a ser destacado es la importancia que el Palácio da Música le da a la formación de los músicos, haciendo disponible materiales diferenciados y realizando la integración entre los músicos profesionales y principiantes, por medio de seminarios y workshops.

Esa manera de pensar, agregada a las iniciativas positivas del Palácio da Música, confirman el acierto en ser elegida la Tienda Sopro Novo 2010.

LA MÚSICA HACE LA DIFERENCIA Centro Social Parroquial São Geraldo fue

la entidad elegida para acción social

Parte de las actividades del Programa Sopro Novo incluye llevar la música para entidades que se dedican a trabajos sociales. En esos casos, Yamaha hace la donación de las flautas dulces y asigna sus maestros para enseñar jóvenes y niños a tocar su instrumento y hacer su lectura musical. Es el caso del Centro Social Parroquial São Geraldo, que está en el barrio de Perdizes. Allí el proyecto fue implementado en marzo de este año. Por las palabras de Selma Garde Góes, maestra y coordinadora de la Regional Sudeste de Sopro Novo, el auxilio a entidades es por dos años. "La idea de Yamaha es renovarse en

renew the Yamaha action at another institution. So we stayed for two years, enough time for students to assimilate the basics of reading music and learn to play the recorder, she explains.

Selma notes, from this period on, the institution should seek other sponsors, with the advantage of staying with donated instruments and sheet music. "We hope that older students became the monitors in the future". Selma notes that São Geraldo

is well organized and received very well the project. To encourage the children participation, Helena Toffoli, best known as Dona Helena, a chairwoman of Parochial Social Center Community São Geraldo, suggested a presentation of the Sopro Novo Quintet. That raised the children's curiosity and interest in the instrument. Ouvir

The student commitment already yielded good results. "I am delighted to see the student progress. It drew my attention, at the performance, to see young people, that in a short time, demonstrated progress in reading music. That stuck with each one's sensibility, and they are interested and take the music very serious-

ly", says Dona Helena. For her, the Sopro Novo Project brought much more than learning music. "It's not just learning to play the flute. It is a sum of factors that enriched these young people lives, who adopted a new attitude."

Dona Helena adds also that the project added more than just musicality. "Every person who comes here with good will and through a project like that can help the children formation, not only in the musical part, but also in their discovery as a human being, to be able to read a sheet music, playing a flute, face challenges. This all raises their self esteem, says. "She also points out that the Sopro Novo meets the goal of São Geraldo". Our job is to show that we should look and help others. We live in a precious moment of solidarity. This project promotes the development of this sensitivity. "Dona Helena also notes that the testimonies of teachers are very important because children realize that they are bringing something new.

Currently, there are two classes, 13 students in the morning period and 14 in the afternoon, aged between nine and 13 years, who have classes twice a week in which they are learning to play four types of flutes. In 2011, they will switch to alto and tenor flutes. "Our demand is promote the more children study outside the class time, a goal that the São Geraldo can reach", said Selma.

For the coordinator of the Southeast Regional of Sopro Novo, the aim of this work is to allow these children to have contact with the musical universe. "We show that through the flute it is possible to develop a musical appreciation. At the end of these two years, they will know that this makes the difference", predicts Selma.

The history of São Geraldo Parochial Social Centre began over 40 years, when a

group of people from the parochial of Santa Marcelina noticed the need to provide a service to the poorest. Over the years, the group realized that it was necessary to go beyond. Then, they began adding to the educational area. For this, the São Geraldo has agreements with the Municipality and the Secretariats of Education and Social Care, in addition to Santa Marcelina's College, from where it come the monitors of music and handicrafts, and with an NGO, which gives English teachers. This allows it to improve the qualification of the teachers.

Dona Helena, who is at the Center for over 20 years, says that currently are served 180 children and young people, from two to 15 years old, children of mothers who work

in the area, in buildings, supermarkets, family houses, among other activities. She said the project aims the children global formation, which includes not only knowledge but also humanizing. "These children need to feel they are people who are able to make a difference in the world. Our work also aims to encourage their natural gifts. It is a slow process, but steady. The ultimate goal is to help educate them to be good citizens", said Dona Helena.

In kindergarten, children from two to four years receive nursing, food, medical care and participate in various activities. The older ones also receive these benefits, but their school attendance is essential for them to subscribe in the Center. They have activities such as tutoring, English classes, handicrafts and, of course, music.

STRONG PARTICIPATION
Events held in 2010 reinforce Sopro Novo's

otra institución. Por eso, nos quedamos dos años, tiempo suficiente para que los alumnos asimilen nociones básicas de lectura musical y aprendan a tocar la flauta dulce", explica. Selma destaca que, a partir de este período la entidad debe buscar a otros auspiciadores, con la ventaja de quedarse con los instrumentos y las partituras donadas. "Esperamos que los alumnos más viejos sean los monitores en el futuro". Selma observa que el São Geraldo es bien organizado y recibió muy bien el proyecto. Para estimular a la participación de los niños, Helena Toffoli, la conocida Dona Helena, una de las directoras del Centro Social Parroquial Comunidad São Geraldo, sugestionó que el Quinteto Sopro Novo hiciera una presentación. Eso despertó en los niños la curiosidad y el interés por el instrumento.

El compromiso de los alumnos ya dio

buenos resultados. "Estoy encantada de ver el progreso de los jóvenes que, en poco tiempo, demostraron avance en la lectura musical. Eso movió con la sensibilidad de cada uno, y ellos están interesados y llevan la música muy a serio", cuenta Doña Helena. Para ella, el Proyecto Sopro Novo trajo mucho más de lo que el aprendizaje musical. "No es solo aprender a tocar flauta. Es una suma de factores, que enriqueció la vida de esos jóvenes, que adoptaron una nueva postura."

Doña Helena añade todavía que el proyecto agregó mucho más de lo que solamente la musicalidad. "Cada persona que llega aquí, con buena voluntad y un proyecto como ese, ayuda en la construcción de los niños, no solo en la parte musical, pero también en su descubierta como ser humano, de ser capaz de leer una partitura, tocar una flauta, de enfrentar

desafíos. Eso todo levanta a su auto estima", considera. Ella también reliva que Sopro Novo va de encuentro del objetivo del São Geraldo. "Nuestro trabajo es mostrar que debemos mirar y ayudar a los otros. Vivimos un precioso momento de solidaridad. Ese proyecto favorece a el desarrollo de esa sensibilidad". Doña Helena reliva todavía que el testigo de los maestros es muy importante, porque los niños perciben que ellos traen algo nuevo.

Actualmente, son dos clases, 13 alumnos en el período de la mañana y 14 a la tarde, con edades entre nueve y 13 años, que tienen clases dos veces por semana, en las cuales están aprendiendo a tocar cuatro tipos de flautas. En 2011, ellos pasarán para las flautas

contralto y tenor. "Nuestra exigencia es que los niños precisen estudiar más, afuera del período de las clases, lo que el São Geraldo debe lograrlo", dice Selma.

Para la coordinadora de la Regional Sudeste del Sopro Novo, el objetivo de ese trabajo es permitir que esos niños tengan contacto con el universo musical. "Mostramos que, por medio de la flauta, es posible desarrollar el gusto por la música. Al final de estos dos años, ellas van a saber que eso hace la diferencia", predice Selma.

La historia del Centro Social Parroquial São Geraldo empezó a más de 40 años, cuando un grupo de personas de la parroquia Santa Marcelina percibió la necesidad de dar un

atendimiento a los menos favorecidos. Con el pasar de los años, ese grupo percibió que era necesario ir más allá. Entonces, pasó a agregar al área educacional. Para eso, el São Geraldo mantiene acuerdos con la Prefeitura y con las Secretarías de Educación y de Asistencia Social, además de la Facultad Santa Marcelina, de donde vienen los monitores de música y de artesanía, y con una ONG, que asigna maestros de inglés. Eso permite que los profesores tengan cualificación.

Doña Helena, que está en el Centro hace más de 20 años, cuenta que actualmente son atendidas 180 niños y jóvenes, de dos a 15 años de edad, hijos de madres que trabajan en la región, en edificios, supermercados,

casas de familias, entre otras actividades. Por sus palabras, el trabajo objetiva la formación de los niños, lo que incluye no solo el conocimiento, pero también la humanización. "Esos niños precisen sentir que son personas, que tienen condiciones de hacer la diferencia en el mundo. Nuestro trabajo busca todavía fomentar sus dones naturales. Es un proceso lento, pero con continuación. El objetivo final es contribuir para formar ciudadanos", afirma Doña Helena.

En la guardería, los niños de dos a cuatro años reciben cuidados, alimentación, asistencia médica y participan de varias actividades. Los más viejos también reciben esos beneficios, pero la frecuencia en la escuela es

tradução

institutional positioning

Part of the management process and the program development passes to lead Sopro Novo-generated knowledge to as many people as possible. Moreover, it is important for Yamaha disclose the work, thus generating more interest in participating.

The events also serve to demonstrate the full the opportunities which the Recorder and other instruments relating to the Sopro Novo possess. Some of these events were reported, as shown in the following images.

6º Encontro Nacional de Escolas de Música

On 31 July and 1 August 2010 the city of São Paulo received one more edition of this event, which has already become a tradition. The Sopro Novo Bandas clinician, Erik Heimann Pais, spoke to all present, complementing the support from Yamaha for the project.

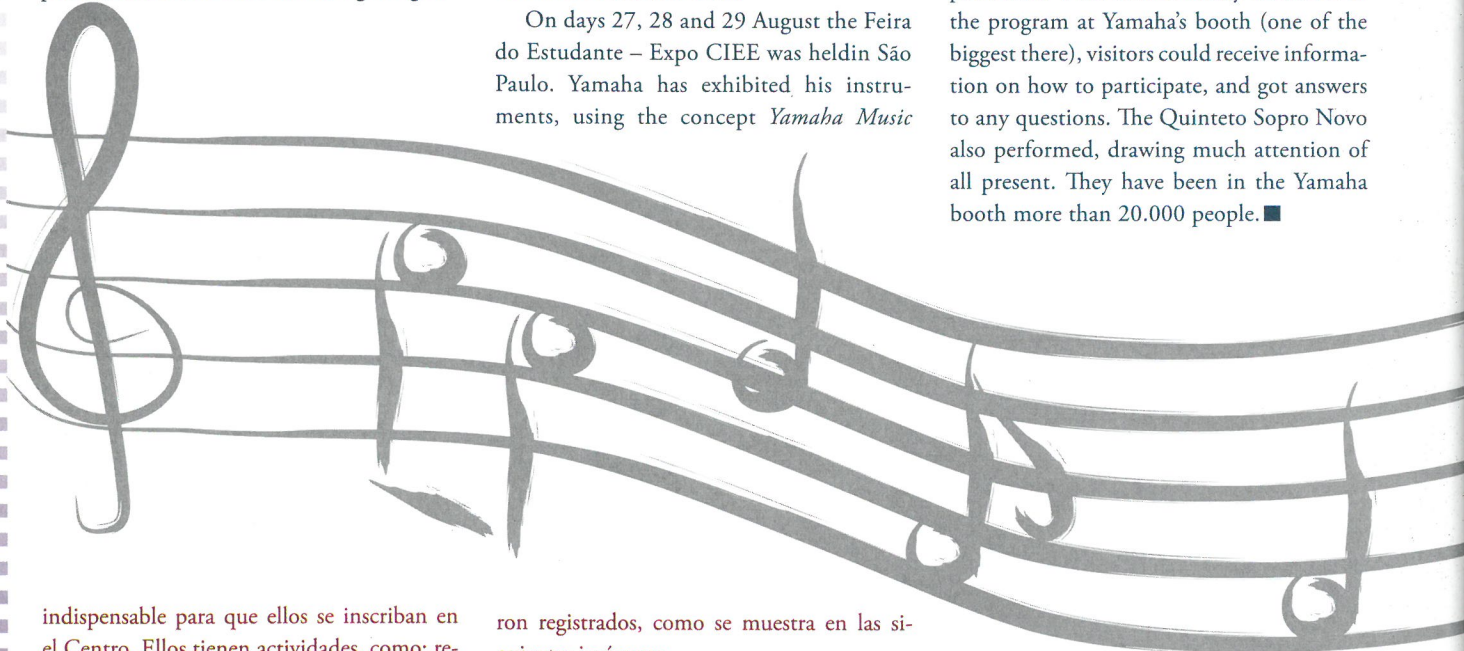
Feira do Estudante 2010

On days 27, 28 and 29 August the Feira do Estudante – Expo CIEE was held in São Paulo. Yamaha has exhibited his instruments, using the concept *Yamaha Music*

Experience in which all present are invited to experience the instruments freely. 50 000 youngsters passed by the Bienal Pavilion in Ibirapuera Park and most of them checked closely the performances of Quinteto Sopro Novo.

Expomusic 2010

The biggest fair of the music industry in Brazil happened between 22 and 26 September and there also has attended the Sopro Novo. With an area totally dedicated to the program at Yamaha's booth (one of the biggest there), visitors could receive information on how to participate, and got answers to any questions. The Quinteto Sopro Novo also performed, drawing much attention of all present. They have been in the Yamaha booth more than 20.000 people. ■



indispensable para que ellos se inscriban en el Centro. Ellos tienen actividades, como: refuerzo en la escuela, clases de inglés, artesanía y, claro, la música.

FUERTE PARTICIPACIÓN

Eventos realizados en 2010 a reforzar la posición institucional del Programa Sopro Novo

Parte del proceso de gestión y desarrollar del programa pasa a llevar nuevos conocimientos generados por el Sopro Novo a tantas personas como sea posible. Por otra parte, es importante para Yamaha divulgación de la obra, generando así un mayor interés en participar.

Los eventos también sirven para demostrar al máximo las oportunidades que la flauta dulce y otros instrumentos relativos al Sopro Novo poseen. Algunos de estos eventos fue-

ron registrados, como se muestra en las siguientes imágenes.

6º Encontro Nacional de Escolas de Música

El 31 de julio y 1 de agosto de 2010, la ciudad de São Paulo recibe más de una edición, que ya se ha convertido en una tradición. El *clínico* de Sopro Novo Bandas, Erik Heimann Pais habló a todos los presentes, complementando el apoyo de Yamaha para el proyecto.

Feira do Estudante 2010

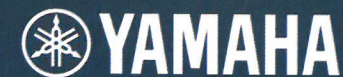
En el 27, 28 e 29 de agosto ocurrió la Feira do Estudante – Expo CIEE. Yamaha ha expuesto sus instrumentos, dentro del concepto *Yamaha Music Experience*, en el que todos los presentes están invitados a experimentar los instrumentos libremente. 50 000 jóvenes se han pasado por el Pavilhão da Bienal, em lo

Parque do Ibirapuera y la mayoría de ellos puede dar una presentación cerca del Quinteto Sopro Novo.

Expomusic 2010

La mayor feria de la industria de la música ocurrió entre el 22 y 26 de septiembre y el Sopro Novo estaba presente. Con una superficie total dedicada al programa en el stand de Yamaha (uno de los mayores del evento), los visitantes pudieron recibir información sobre cómo participar, junto con cualquier pregunta. Lo Quinteto Sopro Novo también se presentó, llamando la atención tanto de todos los presentes. Han estado en el stand de Yamaha más de 20 000 personas. ■

Sopro Novo
Bandas



Caderno de Trombone

Marcelo de Jesus da Silva
(Bam Bam)



editora
SOM