



COPY • CONTENT • COMMUNICATION

EXPERIENCED COPYWRITER, ACCOMPLISHED CONTENT PROVIDER, PUBLISHED JOURNALIST, AND EXTREME BLABBERMOUTH ON A MISSION TO MAKE YOUR STORY SMART, OUTSTANDING, AND UNIQUE.

Brief Me

alexSITEa

+40 723 346 985

hello@alexsitea.com





Words are my superpower!

Growing up, I was fascinated by sportswear and streetwear ads, and I dreamd of being the mastermind behind them without realizing that was an actual career. You might even say sneakers are my copywriting origin story, and, like people resemble their dogs, my writing style evolved to be just like my sneakers: versatile, attractive, timeless, creative, and casual.

With great word power comes great responsibility. So, for over 15 years, I've been training, improving, and adapting my copywriting and content writing skills to save the day for clients like Apple, Zalando, Lidl, Amazon, Ringier, Action, Orange, Michelin, New Concept Living, Rompetrol, Bridgehead Media, Swisscommerce, Focus Festival, and loads more.

I chose to use my powers for good and never shy away from any challenge. From copywriting and content writing to communication and conversion, every story can be written with punch and smarts. And in three languages—English, German, and Romanian—almost like you have an entire team on your side but only have to brief one Wordhero.

Alex Gitea





Of music, apps, and games

Since I took the "writing for a living" path, the goal was always to collab with these iconic, global, and recognizable companies. That's why the projects with Apple are my Oscar moment and need to be on display; therefore, they are the first entry of my portfolio. Keeping it short, it was mainly content writing work in Romanian, with some copy and localization mixed in, for two major platforms within the Apple ecosystem: Apple Music and the App Store.

As a teenager, I loved recording mixtapes on my cassette deck and scribbling my own notes and thoughts in their booklets. The Apple Music playlists are the digital version of those mixtapes. While I didn't have any say in the track choices, I got to listen to them and provide descriptions containing info on moods, genres, characteristics, and more. Apple gave me total creative freedom, and I gave them a collection of thousands of virtual booklets for their library.



25 melodii

[Previzualizare](#)

NOTELE EDITORULUI

Întruchiparea desăvârșită a genului indie, Arctic Monkeys a reușit prin creații proprii și autopromovare să cucerească milioane de fani înainte de a semna cu vreo casă de discuri. Stilul lor unic este un conglomerat energic și inventiv din tot ce are mai bun de oferit brit-rockul și neo-punk-ul, iar dacă mai adăugăm și versurile inteligente și jucăușe, nu este de mirare că băieții din Sheffield au fost văzuți ca salvatorii muzicii alternative încă de la Whatever People Say I Am, That's What I'm Not, cel mai rapid vândut album de debut din istoria muzicii britanice.



25 melodii

[Previzualizare](#)

NOTELE EDITORULUI

Spunând că Johnny Cash și-a creat propriul subgen al muzicii country nu este deloc o exagerare. Încă de la începuturile carierei sale în anii '50, a dat o nouă formă - întunecată și sinceră, unui gen muzical care prin poveștile sale impunea această abordare. Cu o voce joasă de bariton acompaniată de chitară acustică, „Omul în Negru” a introdus rock 'n' roll-ul în folk, lăsând în urmă peste 60 de albume cu compoziții proprii, reinterpretări de cântece celebre ale altor artiști și duete, dintre care cele mai renumite sunt cu siguranță cele alături de soția sa, June Carter Cash.



15 melodii

[Previzualizare](#)

NOTELE EDITORULUI

Provenind dintr-o zonă cu rădăcini adânci în istoria rapului, Kendrick Lamar a reușit să extindă legenda ce stă în spatele orașului Compton prin versuri expresive și metafore inventive transpuse în compoziții muzicale urbane cu influențe diverse. Deși albumul său de debut - Section.80, a fost bine primit, succesul comercial și nominalizările la Grammy au fost aduse de good kid, m.A.A.d. city și To Pimp A Butterfly, adevărate demonstrații de forță ale creativității sale în rime și jocuri de cuvinte. DAMN. este considerat primul album non-jazz din istorie distins cu Premiul Pulitzer.



69 melodii

[Previzualizare](#)

NOTELE EDITORULUI

Străzile din cartierele Bronx și Brooklyn, leagănul hip-hopului, au avut dintotdeauna tonalități inconfundabile. De curând însă, ritmurile și rimele din vechiul New York se reinventează printr-o nouă generație de artiști care pune accent mai degrabă pe diversitate decât pe tradiție. Această listă de redare se actualizează periodic, deci, dacă îți place o melodie, adaug-o la colecția personală.



50 melodii

[Previzualizare](#)

NOTELE EDITORULUI

Dacă spiritul indie se apropie undeva de cel al hip-hopului, atunci nu poate fi decât în nordul Californiei. Dorința de a se distanța de fratele mai mare din Los Angeles a dat naștere unui stil urban-modern, cu accente puternice de trap și plin de magnetismul celebrității ce a explodat în ultimii ani. Această listă de redare se actualizează periodic, deci, dacă îți place o melodie, adaug-o la colecția personală.



72 melodii

[Previzualizare](#)

NOTELE EDITORULUI

Berlin este orașul cluburilor underground, al petrecerilor electro și al artei stradale, un mediu ideal pentru hip-hop. Cu un caracter variat, dat de populația cosmopolită și abordări extrem de diverse, de la dure la amuzante, piesele sunt personificarea în sunete a metropolei germane. Această listă de redare se actualizează periodic, deci, dacă îți place o melodie, adaug-o la colecția personală.

If anyone asks me what my all-time favorite writing project was, I will mention “The New” without hesitation. This Apple series spotlights contemporary hip-hop from various cities/regions around the world. Every area had its own playlist, which required a description. I got to listen to the tracks, immerse myself in the artists and the history of rap in that particular region, and come up with an original presentation. Hip-hop is not even one of my favorite music genres, but this task was so culturally enriching and creatively fulfilling that it has become my holy grail.

If you scroll through the App Store on your Apple device, you will notice some sweet articles (called stories) featuring the newest games and most useful apps. So, once I proved myself on Apple Music, I took over content creation for this section of the Apple universe. I still wrote original content but by sticking to a master copy that predefined the format, story direction, and keywords. Working with these iconic franchises, hyped self-help apps, fantastic games, award-winning workout apps, DIY music tools, creative fashion apps, and so much more helped me vastly expand my content writing horizons.



O pasă perfectă, un șut puternic și... gooooooool! Cel mai popular sport din lume nu s-a jucat niciodată mai intens decât în EA Sports FC Mobile. Preia conducerea unor cluburi de top precum Manchester United ori Real Madrid sau construiește-ți propria echipă și avansează în clasament. Ține-o tot așa și vei debloca abilități speciale, inclusiv o schemă cu călcăiul care va lăsa mască apărarea.

Ce ne place: Comenzile tactice complexe, dar intuitive. Atinge pentru a executa pase precise către un coechipier sau glisează pentru a ridica mingea peste linia de apărare, cu o centrare uluitoare. Ține apăsat butonul de sprint/abilitate pentru a alerga ca vântul sau glisează-l pentru a executa scheme speciale, cum ar fi un fault sau o fentă. În scurt timp vei crea combinații demne de cele mai bune momente ale meciului!



Fie că admiri toată acțiunea din tribune sau că sărbătorești după o lovitură reușită, atmosfera din joc e incendiară.



Fashionable words

Writer moves to the big city to work in fashion. This sounds like the script of a blockbuster rom-com, but for me it was reality. My collaboration with Zalando made a childhood wish come true: to actually work on ads for sneakers. But those were only the cherry on top of a journey packed with kickass advertising campaigns, trendsetting fashion journalism, and a masterclass in e-commerce.



"As you dream it" was the briefed core concept of the 2023 summer campaign at Zalando. Starting from that, for the three German-speaking countries—DE, AT, and CH—I went with the copy "Trage deinen Traum" (Wear your dream) and built the entire campaign on the idea of everyone wearing the outfits they love, no matter how eccentric they are. Be a mermaid, be an astronaut, be a cowboy! That summer my words were everywhere: on street billboards, online, on TV, and on social media.



ADIDAS FEIERT RETRO-SETS Fußball-Nostalgie zum Tragen

adidas zollt mit dem Comeback deiner liebsten Retro-Sets der Fußball-Kultur Tribut. Dank einer Verbindung von Fußball und Fashion, die stärker ist als je zuvor, kommt die Kollektion genau zur richtigen Zeit.

18. November 2023 · 4 min Lesezeit



Es ist unbestreitbar, dass Fußball-Trikots aus dem Streetstyle nicht mehr wegzudenken sind. Während manche sie tragen, um ihre Liebe zu ihrem Lieblingsteam zum Ausdruck zu bringen, haben andere eher eine Schwäche für die Ästhetik als für die Tücken der Abseitsregel.

In Zeiten von Blokecore (und Blokette: die verspielte Variante, die Fußballstil mit superfemininen Elementen verbindet) ist es nicht das erste Mal, dass Fußball-Outfits es vom Platz in die City geschafft haben. Fußball-Ästhetik und Musikkultur trafen in den 1990er-Jahren erstmals aufeinander und tauchten in der Rave-Kultur sowie auf Tourpostern von Bands wie Oasis auf. Auch im vorherigen Jahrzehnt schafften es Elemente der Tribünenkultur in die Mode, als die Sambas zu einem Teil der Identität von Fans wurden, die ihr Lieblingsteam im Stadium anfeuert.

Since I grew too old to be telling people I want to be a superhero, I knew I was going to be a copywriter, and my love for sneakers made me dream about writing fashion copy. With Zalando, I got to live that dream and come up with the day-to-day captions and CTAs, but also with slogans and concepts for huge campaigns.

Achtung Blickfang! Sneaker für den urbanen Superstar

Die Straße wird zum roten Teppich mit diesen hochwertigen Sportschuhen.

Stiehl die Show →



Sometimes you just have to put a pin in your usual marketing routine and let real stories do the work. The advertorials I worked on for Zalando were a lovely reminder of my journalistic roots. Stars talking about their wardrobe, style icons forecasting up-and-coming trends, and brands presenting their newest creations. My job was to adapt and localize this English content for the German market, and while editing is not my favorite activity, in this particular case it was a lot of fun.



My words also made it to Romania. Here's a billboard for the Black Friday campaign with the copy "Scrie-ți povestea" (Write your story), on the streets of Bucharest.



Cookin' up ideas

As an in-house copywriter for Lidl, I was also tasked with kickstarting these "special projects" that go beyond the daily marketing routine. That meant coming up with the blueprint, preparing the content, and bringing the vision to life. This was during a time when apps were just making their debut in marketing and when supporting websites were all the hype in terms of customer interaction and retention. Bucătăria Lidl (the Lidl Kitchen) was an independent website—which is now integrated into the main site—meant to be this interactive portal, featuring celebrity chefs and national celebrities, where the content was in the spotlight and the products were mentioned only briefly or through product placement.

Even when we're hiding it behind engaging content, let's not forget why we're doing this: to promote merchandise. So, aside from writing smart advertorials, coming up with punchy taglines for thematic activations (like Mexican, Asian, or Vegetarian) and delivering catchy blurbs, I also had to skillfully integrate specific products into the content.





Much like music, fashion has always been one of the recurring themes of my work and I just wanted to feature these magazine/brochure covers I provided copy for at Lidl. That's it. No food, just fabric.



Outdoor billboard for the FIFA World Cup featuring my copy. The "Bucurați-vă de joc" (Enjoy the game) campaign was one of the biggest and most complex that I masterminded for Lidl.



I am very proud to say that I am an "app ancestor". In a time before these little buggers were the undisputed kings of marketing, we tried to integrate interactive features, like shopping lists, cookbooks, and mini-games, into the website in the most creative way. My favorite one: WineTunes, a feature we launched during Wine Week, where you could paste a YouTube link, upload an .mp3, or just input a song and artist, and our digital sommelier would recommend which wine goes best with your tune. I started writing as a music journalist, so this project took me back to my roots.



The call of the wild

Hopp Schwiiz! There's always been a special bond between me and the Swiss, with a lot of "Schweizerdeutsch" being tossed around in my projects. So, it comes as no surprise that my introduction to e-commerce was with SwissCommerce, a conglomerate of websites specialized in online retail. The two stores I worked with were Yonc.ch, specialist in portable lighting (flashlights and whatnot), knives of all sorts, tactical equipment, and everything in between, and Survival.ch, expert in outdoor equipment, sports & recreation products, survival stuff, and so on. The shops just merged one day, becoming a super-store that turned out to be one of my longest-standing clients.



Unlike in the wilderness where you try to blend in, in e-commerce, you want to stand out. So here's where I come in, with all the right words to make your brand visible and compelling. From company descriptions for the two websites to presentation catalogs and brochures used at fairs, to slogans for every situation and campaign—all in German & English and all "tipptopp," as the Swiss like to say.

**DEIN PERFEKTER
SURVIVALRUCKSACK?**

Wir kennen die Zauberformel!



Outdoor people don't like to admit it, but they secretly love technology. So, in order for them to purchase gear for the next adventure, they relied on my detailed product descriptions, written in smooth German. I think there were at least a couple thousand of those. The SEO-optimized texts explaining product categories and presenting the featured brands were my final e-commerce exam.

Adventurers always like to tell their stories, but if you are a master in whitewater kayaking, ice climbing, or high-sea fishing, it doesn't mean you are also an expert in finding the right words to captivate an audience. So, I sat down with these daredevils and wrote down their tales of travels, nature, sports, and gear. Everything in neat German, while throwing some articles from the shop into the mix.



For a Swiss client, I was a Swiss Army knife taking care of everything, from product descriptions and branding to social media posts and blog entries.

Ab in den Norden – survival.ch Story

Andreas Reise mit sechs Outdoor Enthusiasten durch eines der letzten Wildnisparadiese Europas, das nördliche Lappland

Wie unser Slogan schon sagt, fühlen wir uns bei survival.ch „In der Wildnis zuhause“ und lassen keine Gelegenheit entgehen unsere Leidenschaft auszuleben und unsere Produkte so richtig auf die Probe zu stellen. Das dachte sich auch unser Kollege Andrea, ein Trekking- und Kletterenthusiast aus dem italienischen Verona, der eine Wanderung quer durch den wilden Norden Europas schon seit langer Zeit geplant hatte.



Letzten Sommer war es dann so weit. Zusammen mit sechs Freunden, alles Bekannte von vorherigen Naturabenteuern und Klettertouren, stieg er in das Flugzeug nach Norwegen, zum Startpunkt der Expedition. Los ging es aus Lakshola, im hohen Norden des Landes. Gut ausgerüstet und mit bester Laune startete man in die unberührte Wildnis Lapplands.



Fjällräven

Fjällräven Abisko 65 Outdoor-Rucksack 65 L, grau

CHF 299.00

ZUM PRODUKT



The voice of pop culture

The BRAVO magazine was my entry into the professional writing world. It was the place where I developed my writing, gained the confidence to express my ideas, and mastered the ins and outs of the industry. I'm not gonna lie: it was a pretty awesome way to get started.

Because writing has been my jam since childhood, the coolest thing was the opportunity to research and come up with original articles based on my own concepts. For example, how to become a DJ, with tips from industry leaders and technical facts. And then, every Tuesday, seeing my stuff in print at the newsstand was a reason to get up two hours earlier.



BRAVO > Stiri > Gorillaz se întorc cu o nouă melodie și...încălțăminte nouă!

Gorillaz se întorc cu o nouă melodie și...încălțăminte nouă!

Scris de alexsina la 18 November 2011 12:58

6 shares

comment

LOL

OMG

❤️

👍

👎

👏

Până acum câteva zile crevta zvonuri cum că formația animată a lui Damon Albarn o să se despartă. Speculațiile au luat amploare luna trecută când Gorillaz au lansat un disc "Greatest Hits", după doar 3 albume. Toată lumea credea la acel moment, că Damon Albarn și Jamie Hewlett vor înceta, după 10 ani, să mai lucreze la Gorillaz și se vor concentra pe alte proiecte.

Salvarea grupului a venit însă de unde nu se aștepta nimeni, de la producătorul de încălțăminte sport Converse. Acesta au încheiat un parteneriat cu Hewlett și Albarn umind că în februarie 2012 să apară 4 modele noi "Converse Chuck Taylor All-Star", editate Gorillaz. Pentru promovarea noilor modele Converse va organiza un eveniment Gorillaz Sound System pe 1 decembrie la Londra.

Oca mai bună verde, din puncte de vedere muzical, este însă că Gorillaz au acceptat să intre în proiectul demandat de Converse intitulat "Three Artists, One Song". În cadrul acestor campanii ei se vor alătura altor artiști, împreună cu care vor crea o melodie nouă. Încă nu se știe cu cine vor colabora de această dată dar, vorbind din experiențe anterioare, sigur o să auză un super hit. Este a treia oară când cei de la Gorillaz au fost incluși în acest program după colaborările lor cu **Mex Delf** și **Bobby Womack** la piesa "Style" și cu **Drum Boys** și **Dee La Soul** la "Superstar Jellyman".

În așteptarea unui nou hit din partea formației "animată", vă prezentăm mai jos un dintre rolele modele Converse purtând semnătura Gorillaz.



BRAVO Stars

„Nu te lăsa descurajat“

Nu te lăsa descurajat! Este o încredere în tine, în ceea ce ai făcut și în ceea ce poți face. Este o încredere în tine, în ceea ce ai făcut și în ceea ce poți face. Este o încredere în tine, în ceea ce ai făcut și în ceea ce poți face.

„Fă totul cu plăcere și pasiune!“

„Trebuie să fii mereu la curent cu tot ce se întâmplă în lumea muzicii. Astăzi ești la un concert, mâine ești la un concert, mâine ești la un concert. Indiferent de stil. Multa piese diferite se potrivește super. Mă aș place să mixez hip-hop și R'n'B cu muzică electronică. Acesta este stilul meu, trebuie să-l deosebiți și tu pe al tău.“ (Îți recomandăm David Guetta #44). Sfeștul lui este să muncești mereu cu plăcere, pasiune și cu zâmbetul pe buze.

Cei mai tari artiști din spatele pupitrului de mixaj îți dezvăluie

Cum să devii DJ

Vrei să mixezi ca un profesionist adevărat? DJ de top îți spun de ce ai nevoie!

Vrei să fii fost în cluburi și să dai cele mai tari petreceri? Nu ești arde de complicitate pe scenă? Ai nevoie de două lucruri, un mixer, un laptop sau un smartphone și, bineînțeles, de un bun simț al muzicii și o ureche muzicală dezvoltată. Cel mai important este să știi să faci trecerile dintr-o melodie în alta, să faci trecerile dintr-o melodie în alta, să faci trecerile dintr-o melodie în alta.

Pe lângă faptul că ai nevoie de un mixer și un laptop sau un smartphone, ai nevoie de două lucruri: un mixer și un laptop sau un smartphone. Ai nevoie de două lucruri: un mixer și un laptop sau un smartphone.

„Exersează și muncește mult!“

Pentru a deveni un DJ profesionist și a-ți găsi locul în lumea muzicii, trebuie să muncești mult și să exersezi mult. Trebuie să muncești mult și să exersezi mult. Trebuie să muncești mult și să exersezi mult.

BRAVO 14

This is an advertorial I did partnering with Converse. I wrote on our online portal about the upcoming Gorillaz album and also mentioned that they will release a signature Chuck Taylor sneaker. It's like I knew I was going to work in advertising in the future.



BRAVO Rocks

Formația care se joacă cu focul

TEXT: Alex Sîntea

Gălăgioși și spectaculoși De aproape 20 de ani Rammstein sunt regeii pirotehniei și ai efectelor speciale, concertele lor fiind adevărate piese de teatru modern.

Vocal întrucât, instrumentație dură, efecte speciale fierbinți și versuri controversate, acestea sunt caracteristicile formației din jurul solistului Till Lindemann (49). Nici după aproape 20 de ani de la înființare, Rammstein nu încetează să „bucure” în videoclipuri, pe danează în scenele de sex și violență sau să se joace cu focul în live-uri. Rammstein are faimă în întreaga lume, care le fredează cu pasiune pielea în timpul concertelor spre revolta criticilor care îi acuză de naționalism și sexism. Formația a fost privită ca o nădejde a industriei muzicale încă de la înființare, datorită numelui ales. Rammstein fiind o localitate în care a avut loc un accident aviatic în care și-au pierdut viața 70 de persoane. Și alături de laibă și a schimbat opinia conștientărilor, aluzia la catastrofa fiind evidentă. Dar acesta a fost doar începutul. Rammstein a publicat de-a lungul carierei piese precum „Ich Tu Dir Weh” (Îți provoacă durere) sau „Mein Herz” (Scurtă viață), în care cântă despre desfrău sexuală și violență excesivă, iar scadalurile nu se opresc aici. Criticii pretind că tenetele lor transmit mesaje subliminale de extremă dreptăți, cazul lor ajungând în anul 2005 până în fața Curții Constituționale care a dat însă verdictul că formația nu poate fi catalogată drept extremă. De aceeași părere este și inginerul Christian Lorenz (45) care a declarat că membrii formației sunt adevărați unii „patroni” sociali, de stânga. Dacă urmărim activitățile lor din tinerețe observăm că ei au fost extrem de activi în scena punk a anilor ’80, lucru ce devine deosebit de interesant în contextul în care influențele muzicale după care s-au ghidat în 1994 când au format Rammstein. Modelele lor au fost formații precum Laibach și Gogol, adopte ale unui stil muzical numit „Electronic Body Music”. Punctul de la care s-au îndepărtat până au ajuns la un industrial brutal combinat cu metal, care a devenit emblematic pentru ei. Ei s-au îndepărtat cu lăcomie unul nou stil muzical intitulat „Neue Deutsche Härte” (Noua duritate germană). Ascensiunea lor a început cu albumul de debut „Herzleidet” (1995) și a continuat cu alte 5 albume, care s-au vândut, pe plan mondial, în peste 15 milioane de exemplare și care au ocupat poziții fruntașe în topurile europene. Rammstein a realizat, astfel, ceea ce puține formații, care cântă aproape exclusiv în germană, au reușit și anume să se impună și în afara granițelor țării, un factor determinant al succesului sunt și legendarele lor show-uri live. Explozii, flăcări, artificii, ceață densă și scadalurile sunt la ordinele zile. Într-o conțragie este planificată până în cel mai mic detaliu, ca într-o piesă de teatru modern. Astfel ei au evoluat de la primul lor concert în Leipzig, unde au fost acționați de doar 15 spectatori, până la a face revuigi cu peste 20.000 de spectatori. Rammstein este deci cel mai bun exemplu că ai laibă și, care vorbește urât și se joacă cu focul pot ajunge departe!

Richard Kruse, Christian Lorenz, Till Lindemann (can. de la stânga), Christoph Schneider, Paul Linders și Oliver Hübner (din dreapta) sunt Rammstein

RAMMSTEIN

Electro paratehnică este o combinație de hard și show-ism Rammstein

Băieții conștienți Formația în-și însoțesc: în cântec și în costume

Rammstein cântă în fața drapelului germaniei. Ei se declară naționaliști, dar nu extremiști

BRAVO 15

BRAVO Stars

La începutul anului Snow Patrol au lansat al șaselea lor album „Fallen Empires” **BRAVO** l-a ascultat pentru voi.

Nord-irlandezii lincing atmosfera în timpul concertelor.

Snow Patrol

Albumul începutului de an: Fallen Empires

TEXT: Alex Sîntea

Itați recomandările BRAVO de pe noul album Snow Patrol:

1. „It Never Let Go” Este primul cel mai bun pentru noi din combinație electro-rock al formației. Piesa este inspirată din viața unei bărbat lăsat adăpost care nu renunță la lupta cu viața.

2. „Fallen Empires” Piesa care dă numele albumului este, conform solistului Gary Lightbody, o combinație de electro-rock și folk irlandez. Sună demențial!

3. „The Garden Rules” O baladă împacabilă, care se bucură de spornul solistului Lissie. Este melodia preferată a formației și încă un exemplu de ce Snow Patrol au fost asemănați cu Coldplay.

Când Snow Patrol reușea să se impună în 2004 pe piața muzicală, la noi mai puțin de 10 ani de la înființare trupa, prin albumul „Final Straw”, criticii s-au grăbit să îl catalogheze ca pe o combinație între Coldplay și U2. Deși influența celor doi coloi este incontestabilă, sound-ul Snow Patrol este, totuși, unul original. Vorbim de un rock alternativ melancolic și sentimental cu fragmente de power-pop și elemente specifice rock-ului britanic. Acest stil unicat l-a ajutat să treacă dincolo de piața britanică, pe care au cunoscut-o pe neașteptate, și să se impună peste ocean, unde albumele lor au fost foarte bine primite de către public și apreciate de critici. Totul a culminat cu înregistrarea succesului single-ului „Chasing Cars”, care a reușit să prindă poziția cincea în topul Billboard, urmând ca ulterior să fie nominalizată pentru premiul Grammy. Despre „Fallen Empires” solistul Gary Lightbody declară: „Este cel mai cuprinzător material al nostru, dar și cel mai bun. Am lucrat trei ani la el și am simțit nemulțumirea către o nouă direcție muzicală”. Faptul că albumul care nu a obținut, băieții au mai adăugat și elementul electro-sound-ul lor de-a bine definit. Astfel, cele 14 piese se împart în două categorii. Pe de o parte, deși binecunoscutele lor balade melancolice, acompaniate de chitară acustică, pian, contrabas și cor pe fondul, iar pe de altă parte, piese extrem de alerte într-un stil alternativ-electro tipic britanic care sugerează devotamentul în cluburile cu muzică indie și alt. Deși acest experiment nu a fost pe placul tuturor criticilor, albumul a reușit, totuși, să evidențieze foarte multe reacții pozitive, mai ales din partea publicului, care l-a propulsat pe primele poziții ale topurilor din întreaga lume. Versurile și compoziția melodică sunt inspirate, conform solistului, din povestile cunoscute pe care l-a cunoscut, din viața de familie, din prietenie și din dragoste. Albumul are astfel o notă sentimentală puternică. „Jin acest disc Snow Patrol a reușit să combine carisma U2 cu eleganta Coldplay, dar păstrându-și originalitatea”, conchiziunea criticului muzical James Christopher Monger pentru allmusic.com. Verdictul BRAVO este că merită să așteți „Fallen Empires” în playerul mp3.

BRAVO 6

It's always great when you can mix the things you are passionate about with your job. That was BRAVO for me. I got to meet and discuss music with the heavy hitters of the industry and tell their stories—it was the fanboy's dream come true.

And, speaking of dreams, who doesn't want to have backstage access to awesome concerts, listen to unreleased music, watch new films before everyone else, and get paid for the privilege? All I had to do was write about them through in-depth features and in my own signature column presenting the top tracks and movie releases of the week.

INSERT YOUR PROJECT HERE

Be the star of my next issue! "Brief Me" with the details of your creative project and I will work my magic to make it a success; you have my word(s)!



+40 723 346 985
hello@alexsitea.com