



Entrevistas ACM

Miriam Martinez

“Eu faço o horário do fechamento dos veículos para auxiliar os jornalistas no que eles precisarem.”

Formada em Jornalismo e Arte e Educação, Miriam Martinez é assessora de Imprensa da Via Funchal, casa paulista que em sua história já foi palco de artistas de diferentes gêneros. De Inimigos da HP a Bruce Dickinson; de Circo Nacional da China e B.B. King a Chitãozinho e Xororó e Ira!, todos os espetáculos tiveram Miriam na assessoria de Imprensa. Atuando há mais de 30 anos na área, Miriam Martinez é uma das mais competentes e conhecidas profissionais desse segmento com passagens pelas gravadoras RCA e BMG. Nesta entrevista, Miriam conta um pouco de sua experiência e seu dia a dia.

ACM Comunicação - Você é uma das mais experientes profissionais de Assessoria de Imprensa na área de música e show. Quais são as principais dicas para quem está entrando nesse segmento?

Miriam Martinez – A primeira coisa é gostar do que está fazendo. A grande diferença das outras áreas para essa, mais cultural, é que o assessor vai trabalhar com artista, então é preciso ter um pouco mais de sensibilidade. A técnica é a mesma para todas as áreas, mas a sensibilidade é diferente. O Nivea não fala, não sente, não tem dor de cabeça. O músico pode não estar legal. Às vezes, numa entrevista, você precisa ter um pouco de calma, porque o cara é gente, entendeu? Então, a diferença está no produto. Se o cara não tiver sensibilidade, entender o outro lado e ser criativo, não tem jeito.

ACM Comunicação - Nesse período em que você atua na área, quais são as principais mudanças que você percebe no segmento? O que mais mudou nos veículos e na própria cobertura jornalística?

Miriam Martinez - Com a internet, o processo ficou muito mais rápido. Eu sempre trabalhei com a velocidade da notícia, não ficar com a informação, mandar logo para a imprensa. A internet mudou o



'time' das coisas. Até nas coletivas, a maioria das pessoas que cobrem são os jornalistas da internet. No dia em que colocamos uma nota no UOL avisando sobre show do Cold Play, detonou. A partir dessa notinha aconteceu um rebu de bilheteria, acabaram os ingressos em 48 horas. Acredito que é importante ter o impresso, mas, para a assessoria, a velocidade de envio de material é encontrada na internet. Para o artista é muito importante, todos têm seu blog, seu twitter e acho que a tendência é essa.

ACM Comunicação - Você promove coletiva quase toda semana. Suas entrevistas sempre são procuradas, divertidas e existe até uma comunidade no Orkut dedicada a lembranças de suas coletivas. Quais os principais cuidados na realização de uma coletiva?

Miriam Martinez - Eu já não faço tantas agora, mas já fiz muito. Acho que o primeiro cuidado é preparar um ambiente bacana, no caso de artista. Às vezes, a entrevista estilo auditório não funciona, então, é preciso colocar um sofá, por exemplo, você tem que mudar a sua dinâmica. Isso é um dos elementos, não que seja o primordial. Você tem que fazer um bom Press Kit, tem que dar um bom briefing para o jornalista fazer a entrevista. Você espera que o repórter vá à coletiva, devidamente informado sobre o artista. Então, enviamos um CD para que o cara escute antes da entrevista, você meio que ajuda esse jornalista a se preparar. Também é necessário preparar o artista. Não seria um media training, mas preparar o artista para responder as perguntas. Tem artista que já é muito preparado e isso é ótimo. E, claro, controlar e conduzir a coletiva.

ACM Comunicação - É possível estabelecer um paralelo entre artistas nacionais e internacionais no que se refere ao comportamento deles com a Imprensa?

Miriam Martinez - No caso do gringo tudo é muito planejado e o mais interessante é a organização que eles tem, o que hoje em dia alguns brasileiros estão começando a fazer também. Antigamente, não vinham muitos artistas de fora para o Brasil. Hoje, aqui já é rota de shows e de lançamentos desses artistas. Por isso, atualmente, o Brasil já começa a incorporar isso. Os artistas estrangeiros te dão horário para foto, aqui nós também temos que ter, mas eles são mais rígidos quanto a isso, principalmente em shows. Dependendo do artista, é controlado o que o fotógrafo ou o cinegrafista pode fazer. O Bob Dylan, quando esteve aqui, deixou fazer duas músicas e fotos em que ele estivesse de perfil. Então, é um cuidado muito grande com a imagem. Eles tem um controle e é um procedimento levado para o mundo inteiro. Com os brasileiros, a gente sempre consegue dar uma 'quebrinha' mas eu acho que hoje em dia estão mais rigorosos também.



ACM Comunicação - Cite dois artistas (ou bandas) com quem você já trabalhou e que em sua opinião são boas referências no que se refere ao relacionamento com a Imprensa?

Miriam Martinez - Eu trabalhei com muitos, agora você me pegou. Dos antigos, era o Luiz Gonzaga, foi um dos primeiros artistas que eu trabalhei; o Nelson Gonçalves também que era cheio das histórias. Agora, mais recentemente, tem muita gente, não tem um nome só. De todos que eu trabalhei, não teve um que não tenha um bom relacionamento com a Imprensa. Existem perfis diferentes, um cara que tem o perfil de impresso, outro de TV ou rádio. Mas, nunca tive problemas quanto a isso. Tive alguns mais polêmicos, como o Lulu Santos, mas sempre pessoas muito bem articuladas.

ACM Comunicação - Qual artista foi mais marcante na sua carreira?

Miriam Martinez – A Alcione foi muito bacana de ter trabalhado; Luiz Gonzaga, que faz parte da história da música brasileira. Tem um monte. Eu já trabalhei com muitos artistas. A primeira coletiva do Só Pra Contrariar foi feita por mim. O Lobão foi muito legal também, é um cara muito inteligente. O Lulu Santos também. Acho que só não trabalhei com o Caetano. Com o Gil eu trabalhei uma vez; o Milton Nascimento, que pessoalmente eu gosto do trabalho dele, acabei fazendo aqui na Via Funchal. Eu trabalhei com grande parte dos artistas brasileiros. Talvez os que eu esteja lembrando agora é porque foram mais carinhosos.

ACM Comunicação - De todas as entrevistas que você já promoveu, qual foi a mais disputada?

Miriam Martinez - Ah, aí é difícil citar assim. A última coletiva do Chacrinha, foi uma coletiva que estava todo mundo. A gente fez essa coletiva, depois ele adoeceu e faleceu. Foi super disputada. Muitos artistas internacionais, também. A Christina Aguilera, quando veio ao Brasil, foi uma coletiva bem tumultuada.

ACM Comunicação - Como você administra fãs que se passam por jornalistas para penetrar nas entrevistas e shows?

Miriam Martinez - No show é mais difícil porque a gente pede documentos. Agora, na coletiva, como você está no hotel, você não põe segurança, não põe nada. Teve uma coletiva com o Diego Torres, um grande nome da música latina, e entrou um fã. Ele inventou um nome qualquer e quando nós percebemos já estava lá falando, fazendo suas perguntas. Aliás, ele se saiu muito bem, fez umas perguntas excelentes. As coletivas têm lista, fica uma pessoa na porta controlando a entrada dos jornalistas, mas dessa vez foi uma escapada. Quando a coletiva é em hotel é mais difícil controlar. Às vezes, você tem seis jornalistas e está tudo tranquilo, mas acaba não vendo um cara estranho entrar.



Quando eu trabalhei com uma dessas bandas teens, as meninas queriam entrar e a gente não deixou. Foi preciso até colocar segurança. As fãs ficaram enlouquecidas e queriam entrar de qualquer jeito. Às vezes, a gente até credencia alguém que tenha um fã clube ou um jornalzinho, mas o convidado tem que ter postura.

ACM Comunicação - Como é seu dia-a-dia na Via Funchal? Normalmente, a que horas você começa trabalhar, qual sua rotina e que horas termina?

Miriam Martinez - Na Via Funchal eu começo mais ou menos às 14 horas e vou até a hora que precisar. Temos varias ações. Na hora que vai implantar um show, nós já providenciamos release e disparamos para a imprensa. Depois, tem o credenciamento e o tempo todo você vai mandando informações. As pessoas respondem com interesse em cobrir o evento; agendo entrevistas e, no dia do show, eu fico o tempo todo dando informações, atendendo tudo que a imprensa precisa. Em dia de show, eu saio 2 ou 3 horas da manhã. Em dias normais, por volta das 21, 22 horas. Eu faço o horário do fechamento dos veículos para auxiliar os jornalistas no que eles precisarem.

ACM Comunicação - Como é o privilégio de assistir shows quase todas as noites, acompanhar artistas e às vezes até se tornar amiga dessas pessoas?

Miriam Martinez - Na verdade não é bem assim, porque tudo é muito profissional. Essa visão de que vendo o show, que eu sou da casa e, por isso, posso entrar no camarim do artista, não funciona assim. Tem o lado da correria, às vezes é uma correria só e eu nem vejo o show porque o tempo todo eu fico correndo. Eu estou lá desempenhando uma função. Às vezes consigo ver um pouco do show quando está mais tranquilo, mas, geralmente, não é assim. O show tem uma demanda muito grande. Você tem que receber o cara, fazer o cara tocar a quantidade de músicas e fazer as imagens que estão autorizadas, você tem que atender os jornalistas, fazer muitas coisas. É um trabalho muito prazeroso e é uma delícia trabalhar com o que você gosta. O cara tem que dispor muito do seu tempo, então precisa gostar do que está fazendo.

ACM Comunicação - Antes de partir para o lado da música, você já pensou em seguir outra área?

Miriam Martinez - Já pensei, sim. Hoje em dia, até poderia. Seria interessante porque eu gosto de aprender sempre. Estou sempre querendo achar novas linguagens. A gente é jornalista, então sempre tem que buscar coisas novas. Para mim, sempre pintou mais essa coisa da música, acho que por eu ter vindo de gravadora acabei ficando mais envolvida nessa área. Já fiz outras coisas, mas acaba sempre pintando mais trabalho musical e eu adoro. Quando eu me formei, queria ser assessora de imprensa, mas nunca pensei em ser assessora de imprensa musical. Achei que pudesse trabalhar em várias



coisas, menos com música. Para mim, é até engraçado, porque é uma coisa que eu nem pensava e, desde que me formei, eu trabalho com música.

ACM Comunicação - Qual um livro que todo jornalista deve ler?

Miriam Martinez - Eu acho que jornalista tem que ler tudo. Agora, um livro de cabeceira, não sei te dizer. Essa coisa de livro é muito pessoal. Eu gosto de ficção do tipo de 'O senhor dos anéis'. Eu acho que o cara tem que estar bem informado, precisa ler até bula de remédio. Jornalista precisa ter mente aberta, se informar da melhor forma que puder. Quanto mais o cara puder ler, melhor para ele. Até porque é preciso ser um bom pauteiro para ser assessor de imprensa, porque às vezes tem uma coisa que não é notícia e você precisa fazer virar notícia.