REVISTA MIDIATIVA

Edição 14 - Junho de 2019

Editorial

Desafios e aprendizados fizeram parte desta edição da Midiativa, enfrentamos vários obstáculos mas conseguimos com garra e vontade fazer o melhor conteúdo dando assim continuidade ao que já vem sendo produzido. Nesta edição trabalhamos os bastidores entrevistando os atores por trás das cortinas de shows e eventos. Nós, docentes e estudantes, entendemos a Revista como um espaço para tentar, o que nem sempre inclui a excelência ou a perfeição, mas nos ensina e nos dá uma ótima dimensão das dificuldades e alegrias de quem encara a rotina de produção. Aqui mostramos aos nossos leitores um pouquinho disso: das nossas conversas em sala de aula, das ideias que surgem com as leituras, das limitações e da superação. Mostramos uma parte de nós e é claro, estaremos sempre esperando a colaboração de todos para fazer cada dia mais um periódico que seja motivo de debate e reflexão.

Boa leitura!

Diego Renier, professor da disciplina Produção Publicitária em Mídia Impressa

Foto Capa:
Karolyne Vieira Santos

Sumário

04. Vida de Estudante
05. Trabalhando a Marca - Erick Marreiro
12. Rodrigo Farias
16. Emanuel em Foco
24. Kapota - Marketing e Distribuição Digital
28. Bastidores do Câmera 21
34. Sua Música
38. Bastidores - Luan
44. Gegê Bismarck

REVISTA MIDIATIVA

CESREI FACULDADE

AgênciaModelo Curso Publicidade & Propaganda Cesrei

Faculdade Reinaldo Ramos - FARR
Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos - CESREI
Curso de Comunicação Social
Habilitação Publicidade e Propaganda

Diretor Geral
Cleumberto Reinaldo Ramos
Diretora Administrativa
Gilda Oliveira
Coordenador Acadêmico
Lênio Barros
Coordenadora do Curso
Maria Zita Almeida
Assessor de Marketing
Daniel de Sousa Silva

Projeto de Extensão desenvolvido emparceria com a Agência Modelo

Editora Chefe
Professora Maria Zita Almeida
(Jornalista Responsável – DRT 1039)

Professor Orientador
Diego Renier Soares Falcão

Social Media
Daniel de Sousa Silva

Diagramação
Diego Renier Soares Falcão

Produção, edição e revisão
Silvana Torquato Fernandes Alves
Maria Zita Almeida

Reportagens
Clarice Santana de Oliveira
Eryk Inocêncio
Guilherme Keilton E. de Brito
Hellen Wanderley Ramos
Jailton José da Silva
Marcony Hilário F. B. Silva
Petrônio Matheus Duarte Zacarias
Thayse Lima

Fotografia
Karolyne Vieira Santos

Equipe 2019.1

Foto: Bernardo Hennys

Vida de ESTUDANTE

Por: Clarice Santana

Em reta final de quatro anos de graduação, é impossível não relembrarmos de toda a nossa jornada dentro (e além) das paredes da faculdade, daquele encantamento que o primeiro período do curso nos proporciona, das primeiras amizades, os primeiros bolos de aniversário, e claro, das primeiras "vergonhas" que passamos (risos).

Em abril de 2016, quando tínhamos acabado de começar a cursar Publicidade e Propaganda, estávamos todos vivenciando aquela experiência nova, sem ter muita certeza do que fazer, e apenas em busca de uma oportunidade de "mostrarmos a que viemos", como todo bom estudante do primeiro período. O que nos impediria de, no meio disso tudo, criar essa tão desejada oportunidade? Isso mesmo, nada. E assim fizemos: um pouco antes do dia 22 de maio, quando se comemora o Dia do Abraço, fizemos uma produção audiovisual para o Youtube falando sobre o abraço, algumas pessoas falando o que isso significa para elas, e mostrando uma intervenção de Abraços Grátis feita na hora do intervalo. Poderíamos muito bem ter evitado uma exposição/vergonha dessas? Sim, mas escolhemos arriscar, e ainda bem que o fizemos. Além de ter sido uma experiência e tanto, da qual mesmo depois de terminarmos o vídeo, continuamos abraçando as pessoas, esse pequeno e tão especial episódio nos permitiu ganhar a atenção de muita gente da área, e também de conquistá-los. Aos alunos novos, e futuros alunos de Publicidade e Propaganda da Cesrei, se eu puder lhes dar um conselho, é esse: arrisquem! É exatamente esse tipo de coisa que te abre portas e te faz ter a atenção dos futuros contratantes (risos)!

Hoje em dia, é muito bom ver que ao final de tudo, apesar de todos, nós já temos mudado muito, esse encantamento que hoje é bem diferente e mais amadurecido, ainda está em nós, e que assim permaneça, fazendo os nossos olhos brilharem mesmo em meio aos desafios da nossa profissão dos quais hoje nós só sabemos lidar porque durante todo esse caminho, nós passamos por todas as vergonhas possíveis (risos).

IPCCAN

Instituto Paranaense de Combate ao Câncer

PRECISO DE SUA FORÇA!

EI, VEM ME AJUDAR?

OS SUPER-HERÓIS NECESSITAM DA SUA FORÇA!

TORNE-SE UM VOLUNTÁRIO.

IPCCAN

Instituto Paranaense de Combate ao Câncer

IPCCAN

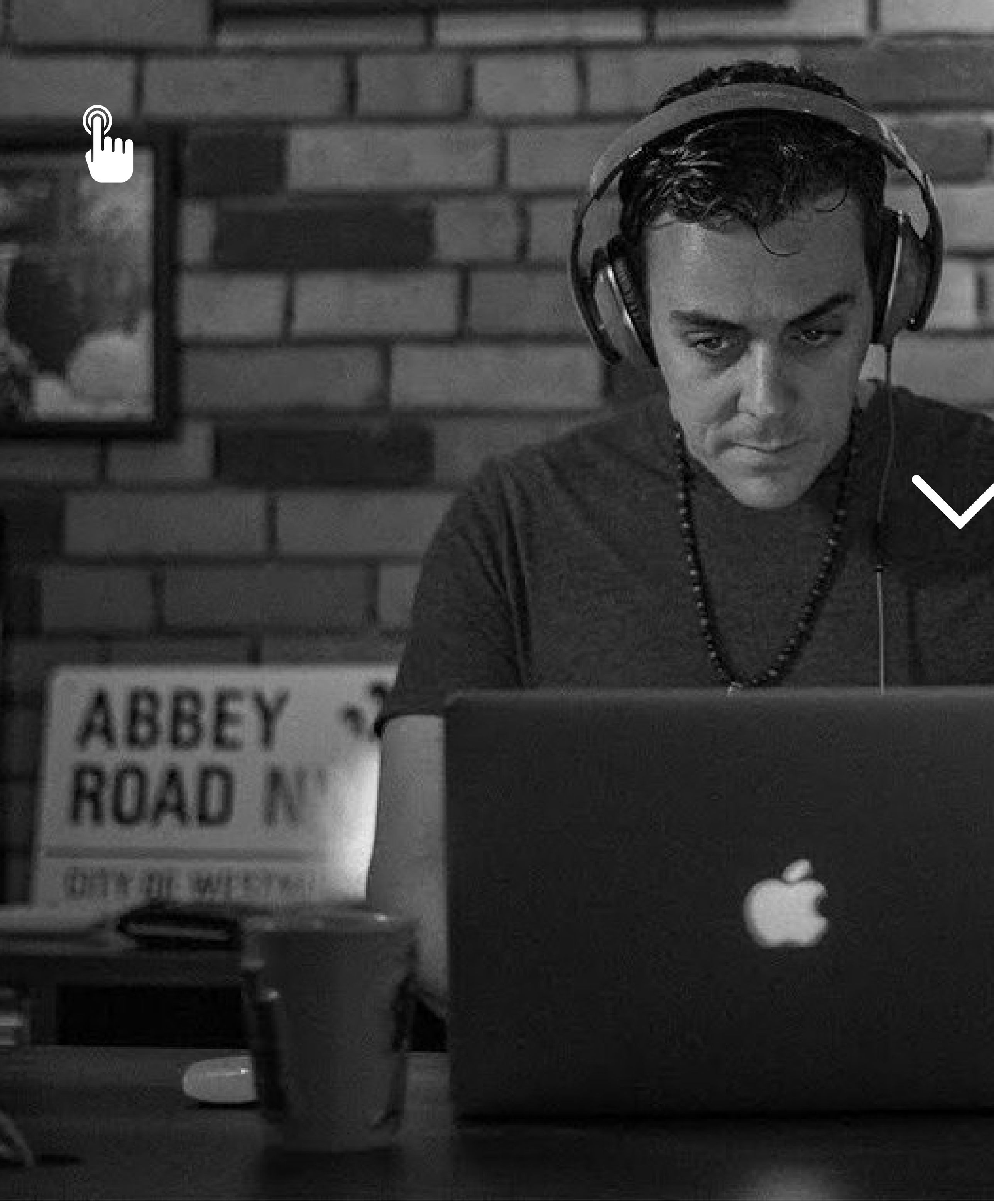
TRABALHANDO A MARCA

Por: Marcony Hilário

Erik Marreiro

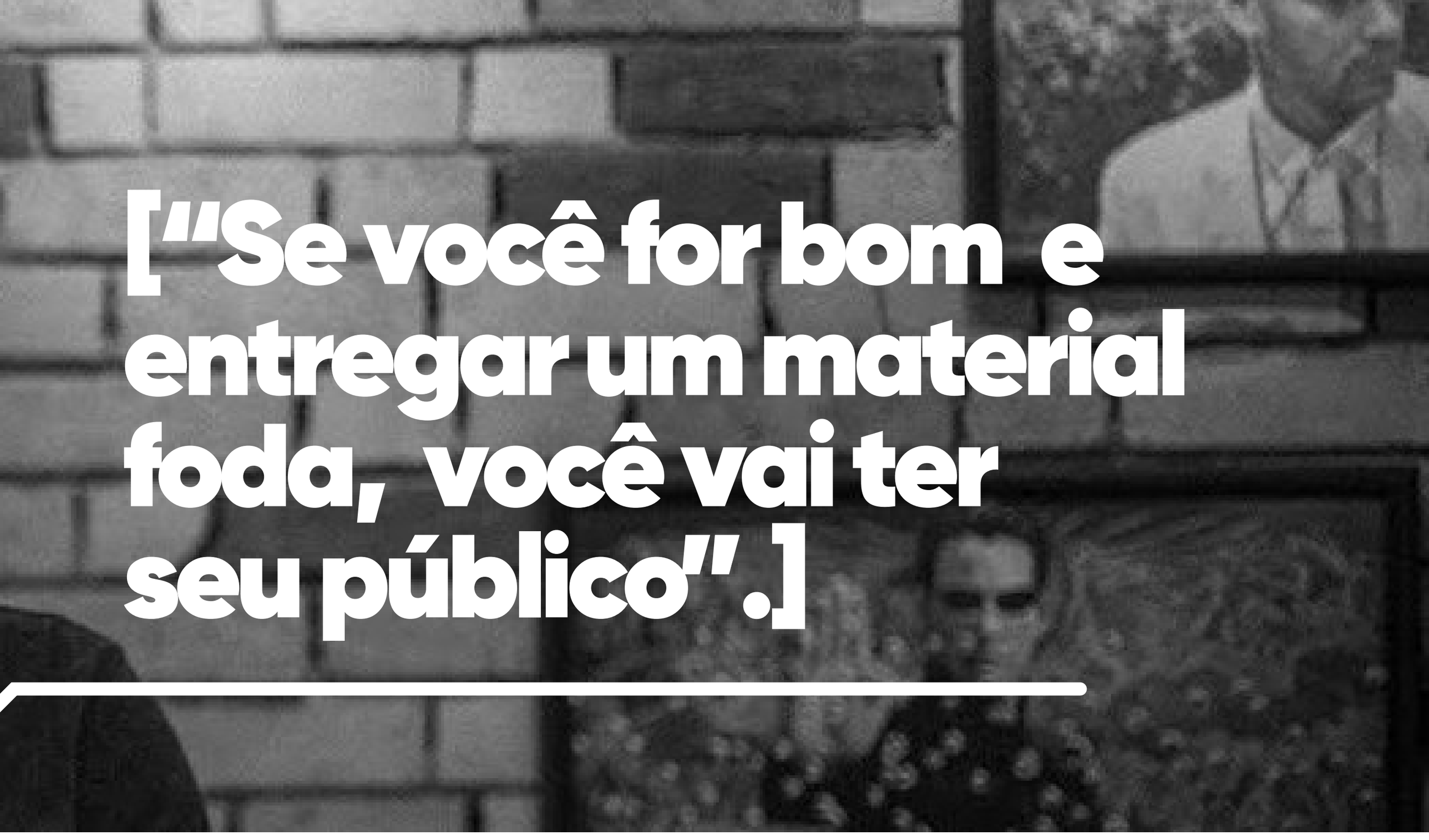
Erik Marreiro, um dos profissionais mais requisitados no Brasil quando se fala em produção de vídeo, iniciou a carreira aos 16 anos na Studio NOAR, produtora do seu pai Afonso Marreiro. Em 2009, abriu sua própria produtora especializada em vídeos de casamentos, filmes publicitários, institucionais, documentários e produções musicais. A narrativa pioneira, característica dos vídeos de casamento, logo destacou Erik Marreiro no Brasil e internacionalmente, ganhando vários prêmios no segmento. Presença certa como palestrante pelo mundo afora ele também dá verdadeiros ensinamentos em aulas online.

Em nosso bate papo, Erik contou como ele teve o insight que definiu o estilo de vídeo que queria trazer para o mercado de Campina Grande/PB. Ele revela que enquanto dividia seu tempo entre estudar para um concurso e a produção de vídeos, acompanhava blogs especializados, até que um dia viu um vídeo de casamento feito com câmeras DSLR, isso em 2008, quando a Canon trouxe ao mercado a Canon 5D Mark II. Conseguir fazer aquela produção cinematográfica com equipamentos pequenos o entusiasmou. “Eu fui um dos pioneiros no Brasil nessa linguagem de vídeo de casamentos, fui um dos primeiros a trabalhar com estética e aí a coisa pegou muito rápido e de certa forma a gente ditou como as pessoas deviam trabalhar esse nicho”. Essa e outras declarações você confere a seguir na nossa conversa.



Revista Midiativa - Nossa revista tem como tema o criador por trás da criação, então, nos conte um pouco sobre os bastidores das suas produções.

Erick Marrerio - Cara, eu comecei com edição de vídeo, dentro da ilha e com o tempo eu fui para fora, para gravar, então eu passei muito tempo para poder pegar numa câmera, eu era só mais editor, mas eu entendi desde aquele comecinho lá que a edição tem que transformar o material que você recebe ou que você capta, então eu uso isso muito nos vídeos que a gente faz hoje em dia. Se fala muito em roteirizar casamento, mas é muito complexo porque é um evento ao vivo, uma cerimônia e no final das contas é um rito que segue um padrão. Quando a gente começou em 2009 a cerimônia de um casamento era muito diferente do que é hoje, as pessoas eram muito mais travadas, envergonhadas, estáticas, e eu convenci os casais a fazerem os votos na igreja, a falarem um para o outro, hoje parece uma coisa banal,



["Se você for bom e entregar um material foda, você vai ter seu público".]

uma coisa normal que todo casal faz, mas na época quando eu dizia isso, os casais falavam: você é doido, eu não vou fazer, tenho vergonha de falar em público, o padre não vai deixar, etc. Então a gente foi moldando o mercado de acordo com isso. Geralmente gravamos uma cerimônia com quatro a cinco câmeras simultâneas, o que gera um arquivo enorme do casamento.

RM - Como transformar então todo esse material num filme de romance?

EM - Na edição é que a gente transforma aquilo numa história, uma história que tenha ritmo, que construa uma emoção, que construa uma narrativa, que tenha começo, meio e fim, e que as pessoas que assistam se emocionem. Não só o casal, não só a família, mas pessoas que nem conhecem o casal, eles assistem e se emocionam. Então a gente trabalha muito essa questão da construção do roteiro na edição.

RM – Que recado você daria para estudantes que almejam em trabalhar especificamente com audiovisual.

EM - Pode parecer muito óbvio o que vou falar, mas eu trabalhei na época com pessoas muito boas e com pessoas ruins também, ruim não falo da pessoa não, mas assim, que faziam o trabalho por fazer, entende? Então, as pessoas que estavam ao meu redor, algumas que se mantêm comigo até hoje, de certa forma, eram pessoas que se preocupavam com o resultado, se preocupavam com o produto final, e eu também me preocupei muito com isso e essas pessoas perduravam no mercado. As pessoas que faziam por fazer, ou por ocupação, ou por dinheiro, não se sustentaram no mercado. Isso é algo em que eu acredito muito, que se você levar a sério, se você se dedicar, se você realmente se preocupar com o que você faz, você vai longe. Tanto que meu trabalho hoje eu assino com meu nome, porque na época que eu voltei a trabalhar com vídeo de casamento, era uma coisa que eu me preocupava muito, eu pensava: pô, eu tenho que fazer diferente nesse mercado aqui que eu me afastei um tempo dele porque foi prostituído, mas eu tenho que trazer um valor diferente a ele. Se você for bom e entregar um material foda, você vai ter seu público.

O diálogo pode ser a solução de tudo, se o tudo for uma vida.

SETEMBRO AMARELO
MÊS DA PREVENÇÃO AO SUICÍDIO

QUANTO TEMPO VALE A SUA VIDA?

DIGA NÃO
AS DROGAS!

Rodrigo Farias

Por: Hellen Wanderley

Um campinense amante de moda, cultura e arte brasileira: esse é Rodrigo Farias, produtor de Elba Ramalho. Residindo há alguns anos no Rio de Janeiro, Rodrigo nos contou como é o seu trabalho, algumas experiências vividas e dicas bem importantes para quem deseja seguir na área.

Revista Midiativa - Como se tornou o principal produtor de Elba Ramalho?
Rodrigo Farias - Em 2004, no São João de Campina Grande/PB, fui freelancer no camarote da prefeitura municipal, atuei na produção e depois fui contratado efetivamente. Eu executava credenciamento/produção, passei a estudar sobre cerimonial, até que comecei a trabalhar com Ari Rodrigues. Produzimos um desfile emblemático no Teatro Municipal Severino Cabral e ao preparar a festa pós-desfile, conheci Millene Ramalho (sobrinha de Elba). Depois disso fui apresentado a Elba, que falava que um dia eu iria trabalhar com ela. Fui indicado para Daniela Mercury, fiquei um ano trabalhando com Daniela e, quando saí, fui convidado para ficar na produção visual de Elba. Na época, em São Paulo e Barcelona, estudei sobre maquiagem e hoje visto, maquio e acompanho tudo no trabalho dela (Elba).

RM - Você se especializou em mais alguma área para exercer a função?
RF - Produção artística, na minha concepção, é você agregar todas as suas experiências. Tive a experiência na prefeitura, e com o Ari participei de programas de TV, então o cenário de estúdio, o time de gravação eu já conheci desse período. Sobre shows, montagem de cenário e figurino, eu não participava diretamente, mas olhava. Eu sempre digo que Elba foi a locomotiva da minha vida, porque ela me deu oportunidade de trabalhar com muitas coisas, então, a junção de várias experiências me tornou um produtor artístico. Como produtor pessoal tem que existir muito amor, amar a pessoa com quem trabalha; não é só um trabalho, a gente fica mais tempo junto com o artista do que com a própria família, tem que ter muita dedicação, sem isso não tem como.

RM - De que maneira o marketing e a publicidade agregam na carreira de Elba hoje?
RF - Já fizemos algumas campanhas e as agências me ligam, mandam o briefing dizendo como querem maquiagem, roupa, e trabalhamos juntos, muito interligados. A publicidade e propaganda e o marketing são coisas importantes na carreira de qualquer profissional; a gente precisa dessa fonte. A popularização das redes veio para ajudar, o mundo está caminhando cada vez mais para isso. Hoje temos parceiros que só trabalham com o Instagram da Elba, ele é um facilitador (Instagram). O que mudou é que tudo ficou mais rápido, hoje posso fazer um material aqui no Rio mesmo, editar e postar no Instagram, fazer a publicidade nos stories mesmo, marcando o produto, então, no geral, essas áreas são facilitadoras.

RM - Como funcionam os contratos publicitários de Elba com as marcas? Vocês prezam por algum nicho, que tenha uma personalidade bem específica de marca?
RF - Para os contratos, o produto realmente tem que ter a ver com ela. Ela é vegetariana, não bebe álcool, então tem que ter uma identificação com o artista. Se você é um produto de credibilidade, então tem que passar verdade. Sempre filtramos o que é interessante para ela e que tenha o seu perfil.

RM - As vendas de música/álbum online só crescem. Em quais aspectos essa transição afetou/ afeta, positiva ou negativamente, o trabalho de Elba?
RF - Isso é muito relativo. Têm pessoas que preferem disco físico (colecionadores, fãs...), ler o encarte. A coisa do digital é maravilhosa, a facilidade de estar baixando arquivos, mas são dois caminhos distintos com o mesmo intuito. Para mim, ainda é um pouco estranho deixar de lançar um disco físico e só lançar digital. O lucro disso também é muito relativo, mas os resultados, independente dos lucros, são positivos, em qualquer meio de divulgação.

RM-Noscontemaisdetalhadamente como funciona o trabalho de um produtor.
RF - O trabalho é cuidar. Tentamos minimizar o trabalho e problemas do artista, verificando hotel, check-in, passagens, detalhes do show, receber fãs, imprensa, organizar horários... tudo isso, contando com os imprevistos. A mala que viaja conosco tem tudo que imaginar, tem que ter bastante coisa reserva também. Em um show aconteceu algo inusitado, o vestido dela abriu e entrei no palco para costurar! Aprendi naquele momento a fazer isso (risos), então, o instinto e a vontade de fazer o melhor faz com que a gente solucione o problema. Acompanhar, observar, estar atento procurando ajudar ao máximo qualquer tipo de transtorno que aconteça. Você é muito o espelho de quem trabalha, então tem que ter calma, ser tranquilo para resolver melhor os problemas.

RM - Quais dicas você pode dar para quem quer entrar na área de produção?
RF - Eu acho que é acreditar em você. Sofri alguns preconceitos em Campina Grande quando tinha esse sonho, sofri muita chacota (até de amigos), como se isso fosse impossível (esse sonho), mas eu acreditei. Quando você acredita no que quer e tem a fé em Deus, tenho certeza que as coisas acontecem. Hoje, aos 34 anos, já trabalhei fixo com Daniela Mercury, fui freelancer para Lucy Alves, trabalhei com a cantora Joana que tem uma história linda na MPB, Gal Costa, e hoje estou com a Elba. Então, para mim, um menino de Campina sonhador, eu acho que consegui (risos), e sou muito feliz por isso!

RM - Por fim, queria que deixasse uma mensagem para quem deseja estar nos "bastidores" de uma carreira.
RF – Lute! A mensagem que deixo para as pessoas é que lutem, que acreditem, se esforcem e estudem. Eu tenho o sonho de terminar o curso de Publicidade, fui aluno Cesrei, amava o curso; as experiências que eu tinha levava pra sala, compartilhava com amigos e professores, era uma troca muito gostosa, fui muito feliz fazendo parte da família Cesrei. Tudo é um somatório, não era chegar num estúdio de TV, de gravação, e fazer o que fosse. O que eu estudava no primeiro semestre eu usava, então tudo serve. Acreditar, ter fé e se esforçar, assim você vai conseguir o que deseja.

Emanuel *em foco*

Por: Jailton José

A Revista Midiativa conversou com o fotógrafo e publicitário Emanuel Tadeu, profissional que teve o seu reconhecimento consolidado em dois grandes eventos na cidade de Campina Grande/PB, as coberturas do Maior São João do Mundo e da Caravana da Coca-Cola, um projeto de marketing que percorreu várias cidades do Brasil, ação que comtemplou o município no Natal Iluminado.

Amante de todas as artes, intenso e um cara sensível, Emanuel contou pra gente sua descoberta como fotógrafo, sua paixão pela oitava arte, os desafios e conquistas na profissão.

Sempre com um olhar diferenciado para fotografia, essa qualidade chamou a atenção das pessoas que afirmavam que ele via as coisas de maneira incomum.

Revista Midiativa - Como foi o início de sua carreira?
Emanuel Tadeu - No começo esbarrei na primeira dificuldade, a financeira que me impossibilitava de adquirir equipamentos para exercitar minha paixão pela fotografia. Minha família não podia me dar um celular, que naquele momento seria a única ferramenta para fazer meus registros, então eu pegava o celular emprestado dos amigos e saia fotografando tudo na minha frente.

RM – Essas dificuldades não te fizeram por um momento pensar em desistir?
EM – Não! Apesar de sofrer com essa situação, não desanimei. Com o passar do tempo minha mãe conseguiu me presentear com uma câmera Fujifilm, daí comecei a fotografar aqueles amigos que me emprestavam o celular e acreditaram no meu sonho.

RM – Qual tua primeira experiência profissional?
EM - Essa experiência com os amigos serviu de ponte para trabalhar na cobertura de campanhas políticas. Os trabalhos foram aumentando comecei a fotografar eventos sociais e a partir dessas festas gerou uma network, consegui fazer eventos de pessoas conhecidas em Campina Grande, com o retorno financeiro que começou a surgir conseguir investir em equipamentos fotográficos.

RM - Quando você sentiu que estava mesmo no mercado?
EM – Quando vi minha primeira exposição fotográfica, intitulada de "Enciclopédia", fruto de um trabalho na faculdade, exposta na Galeria Irene Medeiros, no Teatro Municipal de Campina Grande, foi uma grande emoção. Isso agregou muito na minha carreira, teve uma grande repercussão, pois saiu na edição impressa do Jornal da Paraíba e dei algumas entrevistas. Outra emoção foi concorrer com grandes nomes em um concurso do Sesc Açude Velho, em Campina, para ter fotos expostas no novo prédio e eu fiquei entre os selecionados.

Foto: Emanuel Tadeu

Foto: Emanuel Tadeu

RM – Você hoje é referência, como fez para se aperfeiçoar?
EM - A princípio eu não me considerava um fotógrafo, mas sabia que para me tornar um, teria que aprimorar a paixão que sempre tive pela fotografia. Em 2014 ingressei no curso de Publicidade e Propaganda, na Faculdade Cesrei e as disciplinas de Fotografia, Produção, Criação, Audiovisual, as oportunidades de fotografar os eventos da faculdade, os trabalhos na Midiativa, tudo isso contribuiu muito, adquiri muitas experiências que me fizeram crescer pessoal e profissionalmente. O conhecimento acadêmico me ajudou a aprender a lidar com os clientes, ter uma nova visão empreendedora, ter cuidado com a humanização do serviço, não apenas vender uma foto, mas entrar no universo do cliente e entender sua real necessidade. Também fiz cursos de fotografia e fui buscando aprender novas técnicas no YouTube, assistindo shows institucionais e acompanhando fotógrafos inspiradores, fotógrafos de artistas famosos no Brasil e fora do país.

RM – Qual teu desejo hoje?
EM – Meu desejo é não permanecer no mercado fazendo o mesmo, o que todos fazem, meu objetivo é fazer o melhor, mostrando que a sensibilidade está acima do olhar.

RM – Como foi atuar no Maior São João do Mundo e na produção com a Coca Cola?
EM - Foram verdadeiras vitrines para mostrar meu trabalho, para conseguir me expandir no mercado de Campina Grande e fora dele. Minha consolidação no mercado cresce gradativamente e muito se deu pelo São João, os olhares se voltaram para o meu trabalho e consegui muitos

["Foram experiências marcantes na minha história que levarei para a vida".]

Foto: Emanuel Tadeu

contatos com empresários e produtores de bandas e artistas famosos. Participar desses grandes projetos foi um marco na minha carreira. É importante destacar que tudo isso só foi possível graças ao estágio no São João proporcionado pela Cesrei.

RM – Quais os desafios da profissão?

EM – Parte da concorrência que muitas vezes não tem lealdade. Mas acredito que o profissional ético, responsável, que é capaz de entregar um bom resultado, o público reconhece e essa concorrência não interfere no seu trabalho. Tenho grandes amigos no meio, trabalhamos juntos em vários eventos.

RM – Deixa um recado para quem está começando.

EM - Sempre se atualizar, buscar novas tendências, outras referências para não ser apenas uma pessoa que aperta um botão e está feito o trabalho. Não é assim, um fotógrafo de verdade tem que estar presente em todo processo do evento, o pré, o durante e o depois, quantas vezes forem necessárias.

Inclusão é

ENGAJAR

PESSOAS

MEU NOVO PAPAI DISSE QUE IA ME ENSINAR UMA NOVA BRINCADEIRA E QUE DE TAO LEGAL EU NAO PODIA CONTAR PRA MAMAE. ME CHAMOU PRO QUARTO DELE E FICOU COMO QUANDO A GENTE VAI TOMAR BANHO E ME TOCOU COMO SE EU FOSSE UM URSINHO.

Abuso sexual, a "brincadeira" termina quando a justiça começa.

Denuncie. DISQUE 100.

Secretaria
Direitos Humanos

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

Kapola

Marketing & distribuição digital.

Por: Eryk Inocêncio

Klysman Kley, esse é o seu verdadeiro nome, mas todos lhe conhecem como Kapota. Nasceu no ano de 1991 e aos 16 anos começou a adquirir experiência nas áreas que atua. Ele acredita que um profissional pode conseguir melhores resultados para o cliente vivenciando a rotina do dia a dia. E foi isso que fez. No decorrer dos anos, Kapota já trabalhou como promotor de eventos, músico, Dj e cantor. Também trabalhou como designer em gráfica, escola e prefeitura. Sentia que não era bem o que ele queria para seu futuro, mas hoje agradece por ter passado por tudo isso. Essas experiências somaram bastante na hora de trazer soluções para os seus clientes. Paralelo a isso já trabalhava como freelancer nas horas vagas, dentro de um quartinho na casa dos seus pais. Não era fácil, tinha que se virar do jeito que podia e com poucos equipamentos. Com o tempo percebeu que como freelancer ele tinha mais liberdade, mas ao mesmo tempo precisava de muita organização para dar certo. Resolveu então largar tudo investindo no seu próprio escritório.

RM – Como se deu o seu início de carreira como design/motion?

KP - Inicialmente eu via o design como hobby, eu era da área de eventos, promovia algumas festas na minha cidade e sempre gostava de fazer os conteúdos dos meus próprios eventos. Após isso passei alguns anos sendo músico/cantor, e da mesma forma, eu mantinha o interesse de criar os meus próprios conteúdos. Sou muito curioso, e quanto mais eu fazia as peças mais eu gostava de enfrentar novos desafios no design. Percebi que outras pessoas gostavam do meu trabalho em relação ao design, mas até então não levava aquilo como algo profissional. Em 2014, foi quando decidi abrir mão da carreira musical e construir meu escritório de design de forma profissional. Essa decisão se deu devido porque percebi que o mercado em si precisava de alguém que prestasse serviços de design e ao mesmo tempo entendesse de perto a necessidade do artista/evento. Já na área de motion aconteceu devido a necessidade de começar a criar conteúdos diferentes.

RM – O que te fez mudar-se para campina grande?

KP - A decisão de me mudar para Campina Grande se deu por causa da empresa e da equipe que eu precisava. Antes de morar em Campina Grande, eu trabalhava sozinho, e graças a Deus o tipo de serviço que eu prestava não precisava ter um local fixo, mas para que eu pudesse me expandir mais no mercado, precisava de uma equipe ao meu lado. Estava quase certo eu morar em Goiânia-GO devido a proximidade do meu irmão e dos artistas sertanejos, já estava até buscando profissionais por lá. Nesse período de decisão, recebi um convite para ser sócio da 083. Gostei da qualidade dos serviços da empresa e vi que nossos clientes eram bem semelhantes, a união iria trazer benefícios para ambos os lados. Juntamos os clientes e iniciei a nova etapa junto com a 083.

RM - Com o fim da 083, o que lhe motivou a permanecer em campina grande?

KP - O fim da 083 não foi uma surpresa para os sócios diretores, tínhamos um planejamento anual da empresa e sabíamos tudo que poderia acontecer. A 083 tinha vários setores e cada sócio tinha planos diferentes dentro da empresa. Sabíamos que a execução de todos esses planos afetaria a saúde da empresa, e por isso tomamos a decisão de fechá-la no seu melhor momento, e cada sócio seguir com os seus próprios projetos. A minha permanência em Campina Grande foi devido a equipe que já tinha sido formada e por eu já ter trazido a família para morar na cidade. Graças a Deus os meus objetivos continuam os mesmos.

RM – Como é feito o contato com o cliente?

KP - Para os clientes que prestamos serviços, 80% é feito via Whatsapp, poucos visitam a empresa e raramente temos reuniões presenciais. Conseguimos criar uma

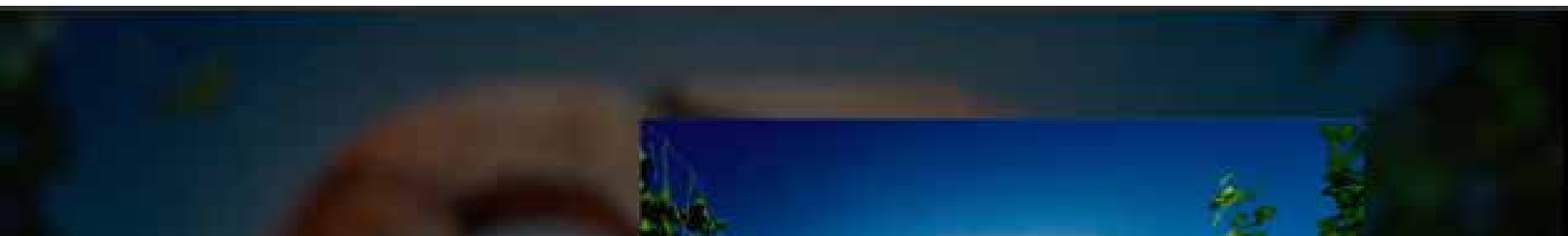
forma de trazer grandes resultados remotamente, temos um sistema próprio onde organizamos todas as solicitações dos clientes e também uma pessoa focada apenas no atendimento online.

RM - Você mesmo quem fecha seus trabalhos?
KP - Sim, hoje quem fecha os contratos sou eu e meu sócio. Ficamos na parte comercial e na captação de novos clientes.

RM - Seu trabalho é principalmente voltado a produção de conteúdo para stories, o que motiva essa maior produção?
KP - Na verdade, os conteúdos que produzimos para os nossos clientes envolve todos os formatos e veiculações, mas para a divulgação da nossa empresa (Alkabits), estamos tentando trazer mais conteúdos no stories, por ser um formato que está em alta e que traz uma melhor experiência para o usuário.

RM - Você acredita que a ferramenta stories, terá um espaço cada vez maior no meio digital, seja ele ligado ao público que trabalha ou as demais facetas do mercado?
KP - Claro que sim, mas ela não está crescendo sozinha, o tipo do formato que é 9:16 é o que está ficando em alta, o IGTV do Instagram por exemplo, é o mesmo formato e também está trazendo experiências incríveis para o usuário. O formato está ganhando tanta força que já existem anúncios no Youtube e no Spotify trazendo experiências nesse formato.

RM - O seu curso online tem sido um sucesso e queremos saber, o mesmo é indicado apenas para profissionais da área que já tem total conhecimento das ferramentas, ou também é indicado para iniciantes e amantes do design?
KP - O ideal é que o aluno tenha pelo menos um conhecimento básico das ferramentas para não ficar confuso com as aulas. Mas já tenho depoimentos de alunos que nunca mexeram na ferramenta e estão conseguindo acompanhar as aulas. E isso me deixa muito feliz. Para reforçar, sobre a Alkabits (a nova empresa). É uma empresa que presta serviços para artistas e eventos. Também criou uma plataforma de ensino onde tem treinamentos voltados para profissionais da área. Nosso objetivo com a plataforma de ensino é ter o maior número de profissionais qualificados em todo o Brasil. Pois nossa meta na empresa é trabalhar 100% com profissionais remotamente.



Bastidores do CAMERA 21

Por: Guilherme Keilton

O Câmera 21 trabalha com captação, produção e edição de vídeos para empresas e eventos na Paraíba e Pernambuco. Fizemos uma entrevista com a equipe para saber como é o trabalhar na área de eventos sociais e festas.

REVISTA MIDIATIVA - Inicialmente o canal foi criado apenas com o intuito de informar?

CÂMERA21 – Sempre tivemos a ideia de um canal de entretenimento. No início o nosso foco eram os eventos sociais e festas da cidade de Campina Grande. Chegamos a ser sócios de várias grandes festas da cidade como o Réveillon do Clube Campestre e realizamos o nosso aniversário de três anos de empresa com a banda Jammil e uma Noites. Na época, produzir um evento para mais de seis mil pessoas foi desafiador. Já experimentamos muito em termos de linguagem, formas de captar clientes, pacotes oferecidos pela empresa e maneiras de tornar nosso produto mais competitivo. Hoje temos foco total voltado para a produção de vídeos publicitários.

RM – Com o avanço das redes de streaming, compartilhar no YouTube o conteúdo de vocês deu mais visibilidade ao trabalho?

C21 – É preciso comparar duas situações e dois tempos vividos pelo Câmera 21. No início dos anos 2000 a gente media nosso tráfego por visitas no nosso site, onde colocávamos as fotos (e tempos depois também postamos vídeos). Chegamos a ser um dos sites mais visitados do Nordeste. Hoje usamos mais o Youtube como uma espécie de vitrine, para exibir nosso portfólio. Nossos clientes usam os filmes produzidos por nós em suas próprias redes. No caso de produtos feitos por nós, como é o caso do C21 Viaja, a gente usa a estratégia de impulsionar o material em nossas redes e isso sim tem dado uma visibilidade considerável.

RM – Sabemos que hoje em dia tudo se cria de alguma necessidade ou falta dela, o Câmera21 surgiu de alguma necessidade de vocês?

C21 – Da necessidade de produzir material audiovisual que nos deixasse livre para criar, desde o roteiro, a produção e a edição, até o processo de comercialização. Quando estamos prestando serviços para empresas, em alguns casos já recebemos scripts prontos e apenas executamos o roteiro pedido. Mas no caso do C21 Viaja, quando produzimos o material de turismo mostrando os principais pontos do Brejo Paraibano, conseguimos viajar, nos divertir e entregar um material que ao mesmo tempo mistura entretenimento e informação.

RM – Vocês pensam em vender a programação do Câmera21 para algum canal televisivo? Se sim, nos explique porque tal escolha.

C21 – No primeiro semestre de 2017 chegamos a tentar essa estratégia junto à TV Borborema, mas os custos de produção somados à compra do horário acabaram inviabilizando a manutenção do programa. Sabemos que a audiência de canais abertos em Campina Grande ainda rende números consideráveis e não descartamos isso, mas diante de custos altos para essas produções, manter o material online em plataformas como Youtube, acaba saindo praticamente de graça (o que não nos garante os mesmos níveis de audiência, o que é um entrave). A ideia inicial seria vender os filmes já prontos para a televisão, mas pelo menos na Paraíba, ainda encontramos dificuldade em ter esse tipo de prática "terceirizada" mais aceita. Talvez com o processo contínuo de enxugamento nas redações, com as reduções de equipes e custos, essa seja uma alternativa para que as televisões tenham produções mais diversificadas.

RM – Atualmente o público sempre espera renovação de assuntos e com isso não cair na rotina dos demais canais de informação, queríamos saber o que esperar do Câmera 21 para esse segundo semestre de 2019?

C21 – Temos focado a nossa produção em vídeos para publicidade, que tem se demonstrado uma área aberta a experiências mais livres e que nos deixam mais soltos para criar e exercer mais criatividade. No segundo semestre a ideia é focar no atendimento de agências da Paraíba e Pernambuco, que tem investido na produção de materiais que envolvem não apenas a elaboração de vídeos pós-evento, mas de verdadeiros programas e séries, com conteúdos mais robustos e que nos desafiam mais, desde o ponto de vista da produção até mesmo nos mostrando a necessidade de melhorar equipamento, atendimento, o pós-venda.

RM – Sabemos que muito do que tem no Câmera 21 foi feito com capital pessoal, hoje vocês contam com mais algum suporte financeiro?

C21 – Logo quando retomamos o projeto, usamos o equipamento que Moab Martins já tinha e os primeiros vídeos foram fechados em sistema de permuta. Mas não seria possível manter uma empresa assim, precisávamos lucrar e tão logo fechamos os primeiros contratos, investimos na compra de novos equipamentos com o dinheiro conseguido após contratos de cobertura de eventos (desde os privados, como festas em casas de show como Spazzio, Vila Forró ou Campestre, até mesmo eventos como o Festival de Inverno de Campina Grande). Desde então fechamos contratos considerando todas as necessidades do cliente e com isso mantemos o capital da empresa. Em várias situações ouvimos que "tal empresa ou tal profissional faz mais barato" e respeitamos os orçamentos de outros colegas de trabalho, mas atualmente precisamos de um valor mínimo para colocar a equipe na rua. Se um vídeo necessita de produção, atores ou material de pós-produção, precisamos colocar isso no orçamento e tanto na Paraíba como em Pernambuco, ainda encontramos empresários e empresárias que levam essa produção a sério e entendem a importância de investir nesse tipo de produto.

Foto: Camera 21 (Facebook) – SHOW ANA VITÓRIA Teatro Facisa.

RM – Vocês já tinham em mente o que abordariam no programa?

C21 – A princípio cada um gostaria de exercitar habilidade que, nos nossos trabalhos "tradicionais" eram pouco exploradas: apresentar, criar, gravar com mais informalidade (sem significar amadorismo ou superficialidade) e a partir daí foram surgindo as ideias das pautas e programas, que acabaram se transformando em produtos.

RM – Analisando as reportagens feitas sobre pontos turísticos de Bananeiras e outras localidades, por que o ramo de hotelaria virtual? Foi encontrado alguma oportunidade de lucro?

C21 – A ideia inicial foi se divertir e ao mesmo tempo mostrar de forma comprometida o que a Paraíba tem de melhor quando o assunto é turismo e belezas naturais. Aproveitamos o conhecimento que Ligia Coeli tem na produção jornalística e com isso montamos o roteiro. Foi um projeto piloto, na verdade, que precisamos aprimorar e pensar em novos formatos de captação e venda. O Câmera 21 surgiu no ano de 2003, quando Moab Martins e Erik Marreiro, dois produtores de vídeos de Campina Grande (PB), tiveram a ideia de fazer um programa televisivo transmitido semanalmente. Nesse período as transmissões instantâneas pelas redes sociais estavam longe de ser acessíveis a todo mundo com a aparente facilidade que temos hoje. O foco, inicialmente, foi fazer a cobertura dos principais eventos e festas da cidade. A veiculação era feita por um canal pago, o canal 21 da Mais TV e se manteve assim até meados de 2010, quando o projeto foi pausado. Em fevereiro de 2017 Moab Martins decidiu retomar as atividades da empresa e contou com a ajuda do produtor Sérgio Oliveira e da jornalista Ligia Coeli. Desde então, o Câmera21 realiza a captação, edição e produção de vídeos para empresas e eventos da Paraíba e Pernambuco, além de prestar serviços para agências de publicidade nesses dois Estados.

LAR DOCE ACONCHEGO

FAÇA DO SEU CORAÇÃO UM LAR
MÃOS QUE SE UNEM PARA MUDAR,
LAÇOS QUE CRIAMOS, FIRMES A AJUDAR,
DE REPENTE, TUDO EM VOLTA TENDE
A TRANSFORMAR

ESTENDA A MÃO PARA NOSSO PROJETO

Lar Doce Aconchego

Sua Música

Por: Petrônio Matheus

A Revista Midiativa conversou com Pablo Rolim, diretor artístico da maior plataforma musical do Nordeste, o "Sua Música". Com mais de três bilhões de impressões em 2018 o Sua Música é um aplicativo gratuito que abrange todo o Brasil levando música e entretenimento gratuito para todos os seus ouvintes. Pablo dividiu um pouco da sua vasta experiência de mercado com a Revista Midiativa durante um animado bate-papo.

Revista Midiativa - Como você define o Sua Música?
Pablo Rolim - Somos uma plataforma de conteúdo de música brasileira, onde artistas, maior parte deles artistas independentes, lançam seu repertório grátis para milhões de fãs, que também se conectam e engajam através do nosso site, aplicativo e redes sociais.

RM - De que forma o Sua Música influencia na publicidade de artistas?
PR - Dentro da plataforma disponibilizamos diversos formatos de anúncios para os artistas conseguirem apresentar seu trabalho para aos fãs da música. Os artistas além de conseguir impactar os fãs da música conseguem mostrar o trabalho para contratantes através da visibilidade da publicidade do site.

RM - Os artistas dentro da plataforma têm outros serviços além da divulgação dos CDs? Se sim, quais?
PR - Os serviços que o site disponibiliza para os artistas se inicia com a distribuição gratuita do seu conteúdo e publicidade desse conteúdo. Também podemos contar com playlists, notícias, divulgação de clipes, campanhas para grandes marcas envolvendo os artistas, distribuição digital nas demais plataformas, relatórios analíticos que ajudam os artistas a ver onde ele está sendo mais ouvido.

RM: Qual o principal motivo pelos quais bandas/artistas buscam a plataforma Sua Música?
PR - Visibilidade ao artista e seu conteúdo, um grande diferencial que temos hoje para as demais plataformas é a nossa logística de como disponibilizamos o conteúdo, o público muitas vezes quer encontrar um cd ao vivo onde em nossa plataforma diariamente tem novos shows disponíveis para ouvir.

RM - Qual a importância da comunicação visual/digital de um artista no mundo atual?
PR - A comunicação visual do artista é de extrema importância, pois ela deve convencer o internauta que está sendo impactado por aquela mídia. Uma comunicação visual bem elaborada muitas vezes consegue influenciar no resultado de consumo daquele conteúdo.

RM: Quais os principais erros que bandas iniciantes cometem dentro das mídias digitais?
PR - Um grande erro, que não é apenas das bandas iniciantes, é ter sua própria identidade e seu próprio repertório. Muitas vezes você diferencia um artista para outro apenas por nome pois as músicas do repertório algumas vezes não mudam sequer a ordem.

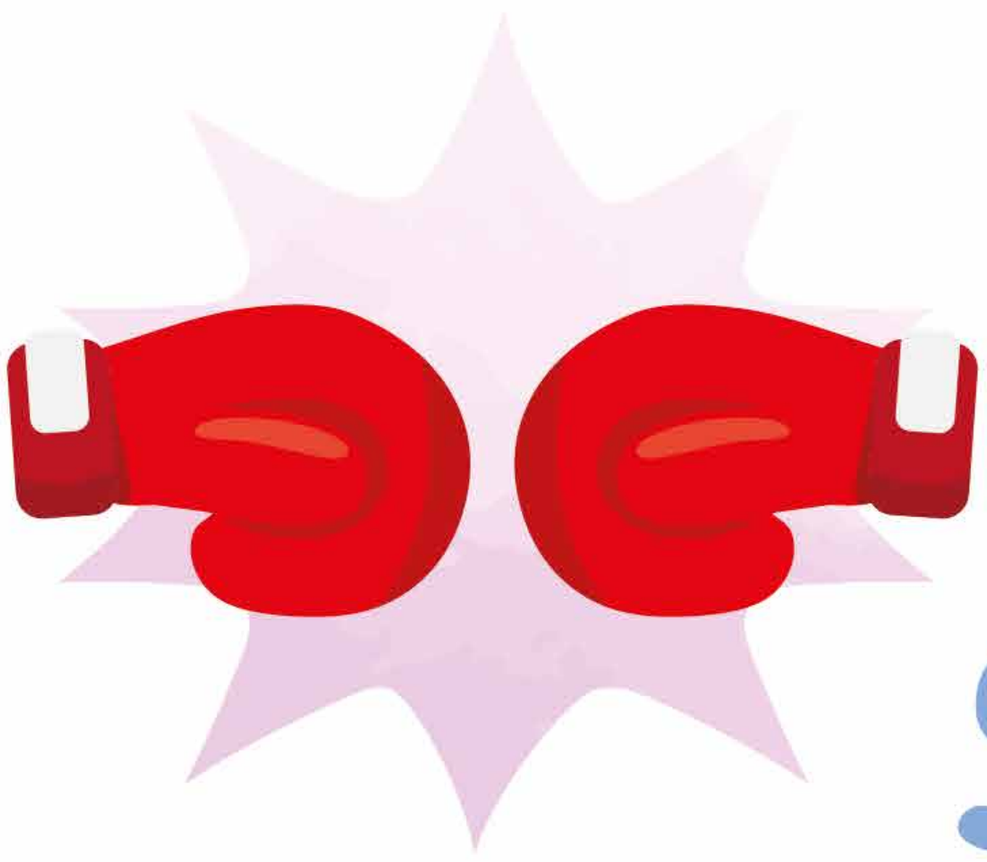
e ouça as músicas
que você adora
dos **melhores artistas**
independentes do
Brasil!
Sua Música

RM - Existe uma fórmula para obter sucesso nas redes sociais? Quais métodos são necessários para que um artista obtenha visibilidade no meio digital?

PR - As redes sociais estão em constante mudanças, o ideal para quem quer estar obtendo sempre sucesso nelas é ficar sempre atento as mudanças e tendências do meio digital. Muitas vezes precisamos se adaptar a tendência do momento em busca do melhor alcance. O segredo do negócio é ficar atento ao que é tendenciado pela rede social, sempre usar as novas ferramentas disponibilizadas por ela é um segredo (pois elas normalmente inicial sem filtro de corte de alcance).

RM - Em uma escala de 0 a 10 o quanto a plataforma Sua Música facilita o acesso do público para com o trabalho do artista? Por quê?

PR - Digamos que 8-9 pelo fato de estarmos em constante mudança sempre temos um pouco de dificuldade quando implementamos novidades na plataforma. Estamos sempre atentos em novas formas de aumentar a visibilidade do artista para o público que temos na plataforma.



ALGUMAS BATALHAS SE GANHAM LUTANDO

Outras se ganham doando!

O instituto Paraibano de Combate ao Câncer (IPCCAN) com sede em Campina Grande acolhe, desde 2007, crianças e adolecentes vítimas do câncer.

Seja um parceiro nessa causa!

IPCCAN
INSTITUTO PARAIBANO DE COMBATE AO CÂNCER

(83) 98826-6983

Rua Inácio Mayer, 370,
Centenário - Campina Grande

Foto: Rawide Ícaro

Bastidores

Luan

Por: Clarice Santana

Fábio Almeida, empresário do cantor de forró paraibano Luan Estilizado, também conhecido como Cebolinha, conversou com a Midiativa e contou pra gente um pouquinho sobre o seu trabalho, mostrando mais da visão dos bastidores, e daquele lado que muitos não veem.

Foto: Rawide Ícaro

Revista Midiativa: Há quanto tempo você está com Luan e como foi que vocês se conheceram e começaram a trabalhar juntos?

Fábio Almeida: Eu conheço Luan há uns 6 ou 7 anos, mais ou menos. Eu trabalho como promotor de eventos em Campina Grande, e vendo o crescimento de Luan em alguns barzinhos da cidade em que ele já tocava, como a Cachaçaria, o Murão, o colocamos numa festa que fizemos lá no Clube Campestre, e foi a primeira vez que eu tive contato com ele. Em seguida, um amigo nosso em comum nos apresentou, e na época eu fiz uma proposta para desenvolver um trabalho para ele, eu e meu sócio na época, e aí começou a nossa parceria.

RM: Em 2014, Luan participou de um programa de um programa de televisão da Rede Globo, que seguia o estilo show de talentos, o Superstar. Quando perguntado a respeito da influência que o programa teve na carreira de Luan Estilizado, o empresário disse que esta foi alavancada depois da participação do cantor.

FA: Luan no início, era um artista regional, então ele tocava muito em Campina Grande e nas cidades vizinhas. Quando a gente começou a trabalhar, conseguimos tirar Luan de Campina, que era o nosso grande sonho. O primeiro show que a gente fez fora do estado foi em Maceió, e foi um sucesso, e isso foi antes do Superstar, então quando ele chegou no Superstar ele já tinha uma bagagem, ele já tinha cerca de 20 a 30 shows por mês, já tocava em mais de um estado, então o Superstar só fez impulsionar, levou o nome dele para que outras pessoas conhecessem, e deu sequência à carreira. Esse foi o grande diferencial do Luan, ele já tinha uma carreira consolidada, e o Superstar alavancou.

RM: A respeito do seu gosto pessoal de música, Fábio revela que prefere algumas menos conhecidas de Luan! Quais foram as músicas que marcaram a carreira, além de Pindaíba? Tem alguma que você goste mais?

FA: Teve Pindaíba, Amor Foda, Vai Ficar

Querendo, teve Desculpa, agora a que está se destacando é É só Oi e Tchau, mas o meu gosto particular é de umas músicas que são pouco conhecidas de grande público, Pra Tomar Cachaça, Arrependimento que é uma composição de Marília Mendonça, são as músicas que eu mais gosto de ouvir quando eu estou mais tranquilo.

RM: Teve algum momento que marcou, que vocês se sentiram realizados?

FA: Um momento que marcou a carreira? Eu costumo sempre brincar com Luan que a gente chegou num lugar onde ninguém imaginava, que a gente fez o Fantástico, foi um dos momentos mais marcantes, ele (Luan) fez com mais dois forrozeiros, que foram a Lucy e o Genival, mas para carreira de um cara de vinte e poucos anos, com tanta estrada ainda pra percorrer, foi muito legal a gente ter feito esse programa que é referência, né? Todo mundo já assistiu ao Fantástico pelo menos uma vez! Luan, como é uma figura pública bastante conhecida, utiliza bastante suas redes sociais como uma forma de divulgar o seu trabalho, tanto os shows como os lançamentos musicais. Segundo o seu empresário, a divulgação é totalmente controlada pelo cantor.

RM: Vocês costumam planejar a divulgação dos trabalhos nas redes sociais de Luan, ou fica a critério dele?

FA: A divulgação de músicas a gente combina, geralmente eu e Luan faz meio que um cronograma na cabeça mesmo, nada organizado, do que a gente pretende fazer, mas a rede social quem controla 100% é ele, mas lógico, quando tem alguma postagem "ó, vamo fazer isso de tal música", a gente combina e ele faz, o conteúdo é 100% dele.

Foto: Rawide Ícaro

Por: Thayse Lima

Gegê Bismarck

A revista Midiativa bateu um papo com a assessora de Gegê, Camila Medeiros que nos apresenta um pouco das dificuldades que é trabalhar no mercado musical. Camila nos conta que Gegê Bismarck, desde pequeno já se interessava pela música. Sempre muito tímido, cantava sozinho em casa, com vergonha de outras pessoas o ouvirem cantar. Começou sua carreira aos 12 anos de idade, quando ganhou do seu pai seu primeiro violão, aprendeu sozinho a tocar e iniciou cantando na igreja no bairro onde morava. Devido ao seu talento com a voz, logo foi chamado para cantar em bandas como Afrodite, Tempero Completo, Orquestra Puro Charme, Artmanha, Banda Perfil, entre outras. Logo após montou sua própria banda, a Bem Simples, que fez muito sucesso no Cariri Paraibano.

10% - Maiara & Maraisa (Gegê Bismarck - Cover)

REVISTA MIDIATIVA: Há quanto tempo você é responsável pela assessoria do fenômeno Gegê Bismarck?
GEGÊ BISMARCK: Há cerca de quatro anos quando ele começou a banda carreira solo, sempre o auxiliei. Mas de fato mesmo há cerca de um ano quando a banda começou a crescer e se estabilizar no mercado.

RM: Assessorar alguém demanda muita responsabilidade, isso é óbvio, mas houve algum momento que você considera o mais complicado durante a trajetória?
GB: Sempre existem momentos complicados, é normal nesse meio artístico. Não acho que houve nenhum momento tão complicado que seja fora da realidade que sempre ocorre no dia a dia. Mas acredito que no momento em que Gegê atingiu o auge do peso (210kg), e que o médico falou que ele tinha três meses para amputar a perna (devido a falta de circulação) e que estava à beira da morte, foi muito difícil lidar com isso. Ele não aguentava passar nem 30 minutos tocando em pé. Ele vem lutando contra o peso e já perdeu 80kg sem cirurgia. A carreira melhorou bastante, pois o visual melhorou (que conta muito nesse meio), melhorou a presença de palco também. Sempre estive junto com ele nessa luta, ajudando de todas as formas possíveis.

RM: Quais as dificuldades de um assessor dentro do nosso mercado regional?
GB: Muitas dificuldades. As vezes as pessoas pensam que o artista só "canta" e não faz mais nada. Pelo contrário. A parte mais tranquila é a hora do show. Fora dos palcos existe toda uma preparação, montagem de repertório, buscar coisas novas para o show, cuidar de redes sociais, cuidar de canal no Youtube, produzir CD, etc. Tudo é muito rápido e sempre precisa ser renovado.

RM: Como se dá a organização da agenda do Gegê? Por exemplo, no período junino deve ser uma loucura, levando em consideração que a demanda aumenta.
GB: É bem corrido em junho, pois são muitas festas, entrevistas em rádio, TV, CD de São João para lançar, etc. Tentamos conciliar tudo na medida do possível e sempre atender toda a demanda, e também exige bastante tempo para montagem do show no Parque do Povo, pois por ser artista da terra, é uma responsabilidade muito grande se apresentar lá, consideramos como o show mais importante do ano para banda.

RM: Qual a melhor parte de assessorar alguém?
GB: A parte boa é ver o artista crescer e se desenvolver. Ver o reconhecimento do público através do nosso trabalho tão corrido por trás dos palcos. Tudo é feito com muito carinho e dedicação para quem mais importa: os fãs.

CESREI
FACULDADE

REVISTA
MIDIATIVA

cesrei.com.br/site/midiativa/

/RevistaMidiativa @RevistMidiativa