

UNESP – Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Departamento de Comunicação Social

DA PAUTA AO PÚBLICO:

A produção de programas de entretenimento
em afiliadas de rede.

Orientando
JULIANA DE LIMA MOTA

Orientador:
Prof. Ms. WILLIANS CEROZZI BALAN

Banca examinadora:
Profa. Dr. Letícia Passos Affini
Prof. Dr. Marcos Américo

Bauru – SP
2009

UNESP – Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Departamento de Comunicação Social

DA PAUTA AO PÚBLICO:

A produção de programas de entretenimento
em afiliadas de rede.

Juliana de Lima Mota
R.A:631621

Projeto Experimental apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Rádio e Televisão, ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, atendendo à resolução de número 02/84 do Conselho Federal de Educação.

Dedico este trabalho e toda a minha formação aos meus pais. Sem eles eu não teria a base para me tornar a profissional que sou hoje, pronta para entrar no mercado e enfrentar qualquer obstáculo que possa aparecer. Além de proporcionarem toda minha formação acadêmica ao longo da vida, também foram grandes professores, que me ensinaram a ter força, garra, persistência e principalmente honestidade, independente de qualquer coisa...

Agradeço primeiramente ao meu orientador, Willians Balan, por todo o apoio durante toda a minha graduação. Se hoje me considero uma profissional preparada, grande parte aprendi com ele... Agradeço também à Marina Crespi, juntamente à TV TEM pela oportunidade do estágio no Núcleo de Produção da TV TEM Bauru, o qual me proporcionou grande aprendizado e base para esse trabalho. Agradeço a Paulo Pugliese pela ajuda, facilitando a entrevista com a produtora da Rede Record e a Denílson Mônaco por fornecer os contatos das principais equipes de produção da Rede Globo.

Definição de um produtor: Um idealista, um realista, um sonhador prático, um negociador sofisticado e uma criança pirracenta.
- Oscar Hammerstein

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 - OS FUTUROS PROFISSIONAIS DA ÁREA	10
1.1- A IDÉIA QUE ELES TÊM SOBRE PRODUÇÃO	10
1.1.1- ANÁLISE DAS RESPOSTAS OBTIDAS	10
1.2- BIBLIOGRAFIA SOBRE O ASSUNTO.....	12
1.3- COMO A TEORIA SE APLICA NA PRÁTICA.....	15
2 - A PRODUÇÃO EM AFILIADAS DE REDE.....	17
2.1- CABEÇAS DE REDE X AFILIADAS DE REDE	17
2.2- O NÚCLEO DE PRODUÇÃO TV TEM.....	20
3 - O PASSO A PASSO.....	25
3.1- PAUTA	26
3.1.1- LEVANTAMENTO DE PAUTAS.....	26
3.1.2- SUGESTÃO DE PAUTAS.....	29
3.1.3- APROVAÇÃO DE PAUTAS	29
3.2- PERSONAGENS	31
3.2.1- ESCOLHA DOS TIPOS DE PERSONAGENS.....	31
3.2.2- “CAÇA” AOS PERSONAGENS.....	32
3.2.3- PRIMEIRO CONTATO.....	34
3.3- CAPTAÇÃO	35
3.3.1- ROTEIRO DE CAPTAÇÃO	36
3.3.2- PRÉ-ENTREVISTA.....	37
3.3.3- ENTREVISTA COM PERSONAGEM.....	38
3.3.4- PÓS-ENTREVISTA.....	39
3.4- MATERIAL BRUTO.....	40
3.4.1- DECUPAGEM DO MATERIAL	40
3.4.2- ROTEIRO PARA EDIÇÃO	42
3.4.3- MONTAGEM DO ESQUELETO PARA EDIÇÃO.....	43
3.4.4- APROVAÇÃO DO ESQUELETO	44
3.4.5- IMAGENS PARA “COBRIR” O VT	45
3.5- EDIÇÃO DO MATERIAL.....	46
3.6- APROVAÇÃO DA MATÉRIA EDITADA.....	47
3.6.1- REVISÃO DO MATERIAL EDITADO.....	47
3.6.2- APROVAÇÃO DO COORDENADOR.....	47
3.6.3- EQUIPE DE VIDEOGRAFISMO.....	48
3.7- “CABEÇAS” DO APRESENTADOR.....	49
3.8- CRÉDITOS DO VT	49
3.9- FINALIZAÇÃO	50
3.9.1- ESPELHO DOS PROGRAMAS.....	50
3.9.2- MONTAGEM DO PROGRAMA.....	50
3.9.3- ANÁLISE DO PROGRAMA PRONTO	51
3.10- EXIBIÇÃO.....	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
BIBLIOGRAFIA.....	57
REFERÊNCIAS NA INTERNET	59
ANEXOS	61

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso é uma pesquisa efetuada na forma de estudo de caso. O objetivo é disponibilizar, principalmente aos futuros profissionais da área de televisão, informações sobre como funciona o núcleo de produção de uma emissora de pequeno porte.

O objeto de análise foi o Núcleo de produção da TV TEM que, por ser uma afiliada de rede, apresenta características distintas dos procedimentos e organização de produção das cabeças de rede, emissoras maiores.

Primeiro serão abordadas considerações a respeito dos futuros profissionais da área, personagens fundamentais para o ponto de partida da pesquisa. Foi realizada uma entrevista com os graduandos do primeiro ano de Comunicação Social – Habilitação em Radialismo da UNESP, campus Bauru.

Aproveitando o gancho dos entrevistados, seguem considerações baseadas no material que já existe publicado sobre produção em geral e os diferentes tipos de produção, inclusive de televisão.

Como o objeto de análise é uma emissora afiliada de rede, há também no corpo do trabalho uma breve explicação sobre o que é uma cabeça de rede e uma afiliada e quais suas principais diferenças.

Antes de iniciar a exposição do processo de produção de um VT e conseqüentemente de um programa completo, é preciso entender como é organizado um núcleo de produção e como ele funciona.

Para exemplificar um núcleo de produção, será utilizado o núcleo da TV TEM, ambiente em que a pesquisadora esteve inserida ao longo da pesquisa.

Por fim, mas talvez o principal tópico do projeto, apresenta-se o passo a passo de todo o processo de produção de um programa de entretenimento em uma emissora afiliada de rede. O projeto conta com muitos anexos, utilizados para exemplificar e esclarecer pontos chaves e cruciais do processo de produção.

OS FUTUROS PROFISSIONAIS DA ÁREA

1 - OS FUTUROS PROFISSIONAIS DA ÁREA

1.1- A IDÉIA QUE ELES TÊM SOBRE PRODUÇÃO

Conforme na introdução, a origem dessa pesquisa se deu pelo fato de a pesquisadora ter identificado, ao entrar no mercado de trabalho, que a realidade da produção em televisão vai além da idéia que é transmitida ao longo da graduação.

Para levantar informações apropriadas e identificar que essa idéia equivocada sobre produção não era apenas pessoal, a pesquisadora fez uma entrevista com os alunos do primeiro ano da graduação em Comunicação Social – Habilitação em Radialismo da UNESP – Campus Bauru. Foi escolhida esta turma, pois estão em fase de introdução ao audiovisual e estão justamente no momento que aprendem quais as áreas de atuação e suas funções nesta profissão. Veja no anexo (DOC.001) os questionários da pesquisa.

1.1.1- ANÁLISE DAS RESPOSTAS OBTIDAS

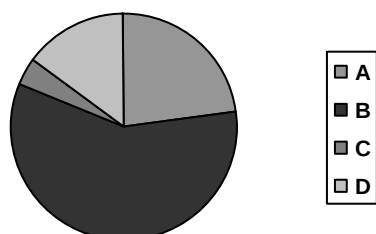
Segue os resultados da pesquisa realizada com 26 alunos, relacionando as porcentagens de cada resposta diferente dada a cada uma das perguntas. Em seguida, inicia-se a análise dessas respostas e as conclusões chegadas pela pesquisadora.

As perguntas feitas aos alunos foram as seguintes:

1 - Pra você, o que faz um produtor de programas de entretenimento na televisão? Quais são as funções de um produtor nesse tipo de programa?

2 - No caso de pequenas emissoras ou afiliadas de rede (ex: tv tem / rede globo) o produtor tem as mesmas funções? O que se aplica às grandes emissoras também se aplica às menores? Se não, quais as mudanças?

Pergunta: Pra você, o que faz um produtor de programas de entretenimento na televisão? Quais são as funções de um produtor nesse tipo de programa?



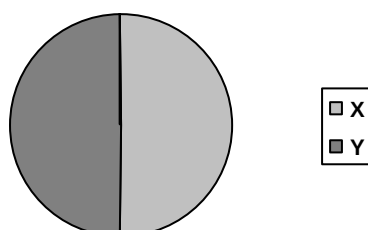
A (23%) – Dizem que um produtor só participa da pré-produção e gravação.

B (58%) – Dizem que um produtor participa da pré-produção e cuida da organização da produção.

C (04%) – Dizem que um produtor faz de tudo.

D (15%) – Dizem que um produtor só organiza uma produção.

Pergunta: No caso de pequenas emissoras ou afiliadas de rede (ex: tv tem / rede globo) o produtor tem as mesmas funções? O que se aplica às grandes emissoras também se aplica às menores? Se não, quais as mudanças?



X (50%) – Dizem que nas Afiliadas exista um acúmulo de funções sobre o produtor.

Y (50%) – Dizem que não há mudanças nas funções do produtor da Afiliada em relação ao produtor de uma Cabeça de Rede.

Como previsto pela pesquisadora, o resultado da pesquisa mostrou que os alunos têm uma noção incompleta, de maneira geral, sobre a produção de programas de entretenimento em televisão. Parte dos entrevistados confunde as funções de um produtor de TV com as funções de um produtor de cinema, e os que se atentam à diferença entre a TV e o cinema, acabam por confundir um produtor de programas de entretenimento, com um produtor de teledramaturgia, onde há a semelhança com o cinema, devido ao tipo de gravação: atores, cenário, direção de arte, diretor e assistentes, equipamentos, enfim, a estrutura necessária para esse tipo de produção.

Poucos entrevistados não fizeram essas confusões, mas mesmo assim, nenhum soube dizer as funções do produtor nesse tipo de programa. Não foi citada a produção das matérias, que é a principal função de um produtor de um programa de entretenimento.

Em relação à pergunta sobre as diferenças de funções de um produtor em Cabeças de Rede e em Afiliadas, as opiniões ficaram divididas, cerca de 50% diz que não muda nada em relação às funções, e cerca de 50% diz que haja um acúmulo de funções no caso das Afiliadas devido às equipes reduzidas, já que a demanda também é menor.

O resultado das entrevistas foi um ótimo ponto de partida para a pesquisa, que deixou de ser uma hipótese e se tornou um objeto de estudo.

1.2- BIBLIOGRAFIA SOBRE O ASSUNTO

Para dar embasamento teórico à pesquisa, a autora procurou bibliografia sobre o assunto e chegou à conclusão de que existe pouco material específico sobre produção em televisão.

Dentre o material encontrado, há muita coisa sobre cinema e entre as publicações sobre televisão, a maioria aborda o conteúdo e não tanto sua produção em si. Há, sim, bibliografia sobre produção em TV, mas a maioria é sobre técnicas de produção e mesmo nesses casos, geralmente a produção em questão é de dramaturgia, que em certo ponto, se assemelha à produção em cinema. Não há muita coisa sobre a produção de entretenimento, com matérias, apresentadores,

telespectadores, enfim, produção de programas de televisão diferentes de dramaturgia e jornalismo.

Grande parte do material reunido sobre as etapas de produção em televisão, é publicado em línguas estrangeiras e nem todos os livros têm cópia traduzida para o português e isso dificulta o acesso, principalmente pelo fato que nem todas as pessoas conseguem ler um material em inglês ou espanhol.

A bibliografia publicada é muito boa e dá dicas importantes a um futuro produtor, independente da área de atuação, seja cinema, teledramaturgia ou programas de entretenimento. A base de produção é a mesma para qualquer tipo de produção e existem pontos nessa profissão que não mudam nunca. Um bom exemplo disso é:

“Too many times we have heard producers say, “we’ll fix it in postproduction.” While this is sometimes possible, more often than not major problems that are not corrected in preproduction or production will haunt a production. Some problems can be solved, others cannot. The place to anticipate and solve problems is in preproduction, not postproduction.” (COMPESI; SHERRIFFS, 1999. Pg.406)¹

O trecho acima fala sobre o fato de sempre ouvirmos produtores dizerem que “arrumamos isso na pós-produção”. Diz que às vezes o problema pode ser resolvido na edição, mas às vezes não pode e termina o trecho com a seguinte frase: “O lugar para antecipar e resolver os problemas é na pré-produção, e não na pós-produção”.

Essa com certeza é uma das maiores verdades sobre a produção, uma verdade que se aplica a qualquer tipo de produção. Esse é o pensamento que um produtor deve ter incorporado desde o primeiro minuto de sua carreira.

No mesmo livro, no parágrafo seguinte à citação acima, os autores completam com outro ensinamento básico para um bom profissional da área de produção:

“As maiores decisões sobre uma produção devem ocorrer no papel, antes de ligar a câmera e a fita começar a rodar”
COMPESI; SHERRIFFS, 1999 pg 406.

¹ Ronald J. Compesi; Ronald E. Sherriffs in **Small format television production** pg.406.

São encontradas facilmente bibliografias sobre produção em geral, e o que é um produtor, também em geral, que citam definições que cabem a qualquer tipo de produtor. Além dessas, são encontradas também bibliografias e publicações específicas sobre os diferentes profissionais do audiovisual, entre elas, profissionais de televisão, por exemplo, que demonstram a especificação de cada profissional e suas principais funções. Um exemplo é a publicação **“Produção em TV: Subsistema do sistema cibernético televisão** tese de mestrado de Luiz Daganello da Universidade de São Paulo defendida em 1989.

“Diretor de produção: Responsável pela execução dos programas, supervisiona o processo de recrutamento e seleção do pessoal necessário, principalmente quanto à escolha dos produtores e coordenadores de programas. Depois de prontos coloca os programas à disposição do diretor de programação”.

“Diretor de programas: Responsável pela execução de um ou mais programas individuais, conforme lhe for atribuído pela Direção de Produção, sendo também responsável pela totalidade das providências que resultam na elaboração do programa deixando-o pronto a ser transmitido ou gravado”.

“Assistente de produção: responsável pela obtenção de materiais necessários à realização de programas, assessora o coordenador de produção durante os ensaios, encenação ou gravação dos programas. Convoca os elementos envolvidos no programa a ser produzido”. (Daganello, 1989. Pgs 73 e 74)²

Apesar de menos comum, são encontradas também em bibliografias definições sobre produção em televisão, facilitando o estudo de quem procura se focar nesse tipo de produção.

“O termo “produtor de televisão” pode ter uma grande variedade de significados, dependendo do tamanho da organização de produção em cada caso. Entretanto, é certo que, uma vez que há necessidade de um produtor para qualquer tipo de produção, esta é uma função que não pode ser eliminada. Mesmo quando uma única pessoa está produzindo algo e fazendo tudo sozinha, ela pode ser chamada de produtor. Às vezes o título pode ser produtor-diretor, em reconhecimento à função criativa que ele também desempenha.” (STASHEFF; BRETZ; GARTLEY; GARTLEY, 1978. Pg. 222)³

² Luiz Daganello in **Produção em TV: subsistema do sistema cibernético televisão**. 1989. Pgs 73 e 74.

³ Edward Stasheff; Rudy Bretz; John Gartley; Lynn Gartley in **O programa de televisão: sua direção e produção**. 1978. Pg.222.

1.3- COMO A TEORIA SE APLICA NA PRÁTICA

A teoria sobre produção se aplica na prática, uma vez que, o tema produção é relacionado totalmente à prática, logo, para se chegar aos conceitos conhecidos e explorados hoje, baseou-se na vivência e observação dessa prática.

Algo a ser levado em consideração é que, como em qualquer outra teoria, ela é baseada no geral, nos principais exemplos sobre o tema. É o caso, por exemplo, da produção em televisão, onde o modelo utilizado nas grandes emissoras é aplicado nas menores. Mas nem tudo o que se aplica nas grandes, ou seja, ao geral, se aplica a emissoras menores, sejam afiliadas ou até mesmo a produtoras independentes.

Nesses casos, a teoria se aplica sim, entretanto, existem restrições ou até mesmo alterações, devido à diferença da estrutura, tanto de equipamentos quanto de tamanho de equipe destinada a tal trabalho.

A base sobre produção é a mesma, tanto para grandes emissoras, quanto para as menores. Por isso esse material poderá ser usado para consultas, independente do foco de pesquisa. O que diverge entre o geral e as exceções não é a base, e sim os detalhes.

Esta pesquisa visa trabalhar justamente essas exceções, as emissoras menores, sobre as quais não se encontra material específico.

A PRODUÇÃO EM AFILIADAS DE REDE

2 - A PRODUÇÃO EM AFILIADAS DE REDE

Este capítulo explica as diferenças entre as emissoras Cabeças de Rede⁴ e suas afiliadas, e expõe brevemente como elas se relacionam, como a programação das Afiliadas se adequam à programação da Rede.

Como o objetivo principal da pesquisa é falar sobre o processo de produção de programas de entretenimento nas Afiliadas de Rede, tendo como objeto de análise o Núcleo de produção da TV TEM, Afiliada da Rede Globo, este capítulo introduz a pesquisa, indicando como funciona o Núcleo de produção da TV TEM, apresentando suas principais características.

2.1- CABEÇAS DE REDE X AFILIADAS DE REDE

As emissoras Cabeça de Rede produzem quase que a programação total transmitida por elas. São exemplos de Cabeças de Rede, a TV Globo, a TV Record, BAND, e SBT.

As emissoras afiliadas mantêm um contrato com a Rede, que permite que retransmitam a programação da Cabeça de Rede e insiram, anúncios e inclusive programação, locais e regionais. Grande parte das emissoras Afiliadas transmite telejornais com notícias regionais e algumas delas também produzem programas de entretenimento, também regionais.

Normalmente, as emissoras Afiliadas têm o nome diferente do nome da Cabeça de Rede, por exemplo, TV TEM – REDE GLOBO.

As principais Redes brasileiras são:

REDE GLOBO: Suas Cabeças de Rede têm sede no Rio de Janeiro e em São Paulo e possui 117 emissoras afiliadas.

REDE RECORD: Sua Cabeça de Rede tem sede em São Paulo e possui 92 emissoras afiliadas.

⁴ Cabeça de rede: termo utilizado no meio televisivo para definir a emissora que produz e gera a programação para as afiliadas.

SBT: Sua Cabeça de Rede tem sede em São Paulo e possui 89 emissoras afiliadas.

BANDEIRANTES: Sua Cabeça de Rede tem sede em São Paulo e possui 36 emissoras afiliadas.

REDETV: Antiga TV Manchete, sua Cabeça de Rede tem sede em São Paulo e possui 40 emissoras afiliadas.

Conforme citado anteriormente, algumas emissoras afiliadas têm espaço para produção de programas de entretenimento locais e regionais. Nesses casos, os programas são inseridos na programação em horários cedidos pela Rede, são os chamados “horários locais”, ou seja, horários reservados para a produção das afiliadas.

Na TV TEM os responsáveis por criar e produzir os novos produtos são os membros da diretoria da TV, juntamente com o Núcleo de Produção. Para que um programa entre no ar, ele precisa passar pela aprovação da Rede.

A principal diferença da produção de programas em Cabeças de Rede e afiliadas é o número de pessoas que formam a equipe. Como as Cabeças de Rede tem uma demanda muito maior, já que produzem em escala nacional, o número de profissionais envolvidos na produção é muito maior e assim as tarefas acabam sendo divididas entre mais pessoas. Em um núcleo grande, de uma Cabeça de Rede, cada profissional tem uma tarefa específica, fazendo um trabalho mais focado.

“Quanto maior for a organização de produção, mais divisão de responsabilidade haverá. Uma única produção é normalmente apenas *uma* de um projeto em série, e várias séries podem estar em produção simultaneamente”. (Stasheff; Bretz; Gartley; Gartley, 1978. Pg 222)⁵.

Nas Afiliadas de Rede, a demanda de produção é menor, e consequentemente o tamanho da equipe também. Com o número de profissionais envolvidos reduzido, as pessoas acabam acumulando algumas funções,

⁵ Edward Stasheff; Rudy Bretz; John Gartley; Lynn Gartley in **O programa de televisão: sua direção e produção**. 1978. Pg.222.

principalmente os produtores, que ficam responsáveis pela maior parte da produção, desde a fase de sugestão de pautas até o produto final.

O programa “HOJE EM DIA”, da Rede Record, que é um programa de Rede, ou seja, é nacional, tem, por exemplo, uma equipe de 65 profissionais, entre o Rio de Janeiro e São Paulo e as funções são divididas da seguinte forma:

- 1 Diretor geral
- 2 Assistentes de direção
- 1 Diretor de externa
- 3 Coordenadores de produção
- 5 Pauteiros
- 30 Produtores
- 5 Produtores de externa
- 3 Produtores de Set
- 2 Redatores / Roteiristas
- 10 assistentes de produção.

Veja no anexo (DOC.002) a entrevista realizada com Luciane, produtora do programa “HOJE EM DIA”, da Rede Record.

Já o programa “JOGO DE CINTURA” da TV TEM, que é um programa regional, tem, por exemplo, uma equipe de 4 profissionais, além da coordenadora do Núcleo de produção e a supervisora, que trabalham para o Núcleo inteiro, e não especificamente para um programa.

Os profissionais são:

- 1 Produtor em São José do Rio Preto
- 1 Produtor em Bauru
- 1 Produtor em Sorocaba
- 1 Produtor/ Coordenador em Sorocaba

“Produtor sozinho. Este é o método utilizado na maioria das emissoras pequenas, onde apenas uma pessoa (geralmente chamada de diretor-produtor) faz todo o trabalho de produzir e dirigir o espetáculo de TV.” (STASHEFF; BRETZ; GARTLEY; GARTLEY, 1978.)⁶

2.2- O NÚCLEO DE PRODUÇÃO TV TEM

A autora desta pesquisa de conclusão de curso, Juliana Mota, estagiou no Núcleo de Produção da TV TEM Bauru, afiliada da Rede Globo, o que viabilizou a realização dessa pesquisa, valendo-se do método de estudo de caso⁷. Inserida em todo o processo de produção dos programas durante 09 meses, de 05 de Janeiro a 05 de Outubro de 2009, foi possível levantar informações com bastante precisão.

A TV TEM é uma das afiliadas da Rede Globo e é composta por quatro praças: Bauru, São José do Rio Preto, Sorocaba e Itapetininga. Ao todo a emissora cobre 49% do Estado de São Paulo. São 318 municípios em uma extensão territorial de 117 mil km². O último balanço feito pela emissora definiu como telespectadores potenciais⁸ o número de 7.437.109 pessoas. Veja no anexo (DOC.003) um mapa demarcando a área de cobertura da TV TEM.

O Núcleo de Produção da TV TEM produz quatro programas de entretenimento, “Superbem”, “Jogo de Cintura”, “Revista de Sábado” e “De Ponta a Ponta”. A seguir a descrição de cada um.

SUPERBEM – Programa relacionado à saúde e bem-estar; apresenta matérias sobre exercícios físicos, dietas, alimentação saudável, bons hábitos, dicas para melhorar a saúde do corpo e da mente.

Exibição: Sábados 09h00min.

JOGO DE CINTURA – Programa voltado ao público feminino, mas ultimamente têm obtido grande audiência também com o público masculino. Exibe

⁶ Edward Stasheff; Rudy Bretz; John Gartley; Lynn Gartley in **O programa de televisão: sua direção e produção**. 1978. Pg.226.

⁷ Estudo de caso: o pesquisador inserido no ambiente do objeto de estudo, viabilizando uma investigação por análise direta do objeto. (YIN)

⁸ Telespectadores potenciais: termo utilizado na emissora para definir o número de telespectadores prováveis sintonizados na programação da emissora.

matérias relacionadas à saúde, estética, cuidados com a casa, moda, culinária, educação dos filhos e outros temas relacionados ao interesse desse público. Um dos quadros do programa é o “QUERO MUDAR”. Este oferece a mudança do visual de uma pessoa, a mudança da decoração da casa, mudança de um estilo, etc., Este quadro tem recebido centenas de e-mails de pessoas querendo participar, indicando o sucesso deste tema.

Exibição: Sábados 11h30min.

REVISTA DE SÁBADO – Programa voltado ao público jovem de toda a região de cobertura da TV TEM. É um programa muito diversificado, pois não tem temas fixos. São exibidas matérias sobre atualidades, curiosidades, vestibulares, shows, música, cinema, teatro, dicas e tudo o que for de interesse jovem. Contempla um grande leque de interesses que permite um público alvo bastante diversificado. Um ponto interessante na produção desse programa é que não tem um cenário fixo, uma base de gravação. A cada semana o apresentador RICARDO FELA grava em uma cidade diferente do interior paulista, dentro da área de cobertura da TV TEM, Dessa forma os telespectadores acabam conhecendo as outras cidades da sua região, são informados sobre o que tem de interessante nelas, o que as pessoas fazem e principalmente “o que faz a cabeça da galera” em cada cidade. É uma maneira de explorar e divulgar o interior, tão rico em belezas naturais e principalmente rico em curiosidades e pessoas interessantes.

Exibição: Sábados 13h45min.

DE PONTA A PONTA – Programa voltado à todos os públicos. O nome do programa diz exatamente a proposta: não há temas nem assuntos específicos. É um programa de variedades que é estruturado de maneira simples, mas bem completa. Cada programa tem um assunto, que pode variar entre curiosidades, costumes lendas, paixões, animais, casamento, adoção, festas típicas, profissões, etc.

Escolhido o tema do programa, ele é explorado ao máximo, são feitas matérias sobre tudo o que “cerca” o tema em questão; daí o nome “DE PONTA A PONTA”, pois pautam um assunto e falam “de ponta a ponta” sobre ele. As matérias são feitas nas cidades na área de cobertura da TV TEM, o que deixa o programa bem regional.

Exibição: Domingos 23h30min.

A base central da TV TEM fica em Sorocaba – SP, mas como já citado, a emissora tem outras praças⁹: Itapetininga, Bauru e São José do Rio Preto. As praças Bauru e São José do Rio Preto possuem núcleo de produção. Itapetininga é coberta pela equipe de produção do Núcleo de Sorocaba.

Na sede, em Sorocaba, estão as chefias da TV TEM e entre elas, as chefias do Núcleo de Produção. Estão concentradas em Sorocaba: a Gerente do Núcleo de Produção, Denise Corrêa, a coordenadora do Núcleo de Produção Marina Crespi, os apresentadores dos programas, os coordenadores de cada programa e produtores de todos os programas. O número de produtores varia de acordo com o tempo de produção de cada um deles, mas em média, são dois produtores de cada programa, sendo que o coordenador do programa também é produtor.

Cada programa tem um coordenador geral que é o responsável por aprovar pautas, fazer reuniões periódicas, aprovar material e manter o padrão do programa.

O “JOGO DE CINTURA” e o “REVISTA DE SÁBADO” têm um produtor em Bauru e um produtor em São José do Rio Preto. Já os programas “SUPERBEM” e “DE PONTA A PONTA”, que são programas mais recentes, têm apenas um produtor para cobrir as duas praças. O produtor do “DE PONTA A PONTA” fica em São José do Rio Preto, cobrindo também a área de Bauru e o produtor do “SUPERBEM” fica em Bauru, cobrindo também a área de São José do Rio Preto.

Além de produzir os VTs¹⁰, os produtores também são responsáveis por postar no *blog*¹¹ do programa diariamente. De segunda a sexta, os *blogs* dos programas recebem atualizações feitas pelos seus respectivos produtores, coordenadores e apresentadores. Pode ser postado qualquer assunto que possa interessar ao público, desde curiosidades de bastidores até dicas relacionadas ao contexto do programa. Os estagiários também podem postar nos *blogs*.

Todos os textos inseridos no *blog* devem ser revisados e autorizados pela Gerente do Núcleo de Produção, Denise Corrêa. Veja no anexo (DOC.004) um texto publicado no *blog* do programa “Jogo de Cintura”, escrito pela autora desta pesquisa.

Todos os funcionários do Núcleo de produção, de todas as praças, trabalham com uma escala previamente aprovada pela coordenadora do Núcleo de produção,

⁹ Praça: termo utilizado para designar um escritório ou sucursal de produção fora da sede

¹⁰ VT: termo que, nas emissoras, indica uma matéria produzida e editada pronta para ser exibida.

¹¹ Blog: termo em inglês, utilizado para uma página na Internet onde são colocados recados, comentários, fotos e qualquer coisa desejada, como um mural virtual.

Marina Crespi. Ao final de cada semana, os produtores, cinegrafistas e editores devem se reunir e definir o que cada um fará em cada dia da semana seguinte. Essa escala é enviada à Coordenadora do Núcleo, que aprova e retorna a todos na sexta-feira a tarde ou, no máximo, segunda-feira pela manhã. Veja no anexo (DOC. 005) um exemplo de escala do Núcleo de Produção da TV TEM.

Além dos programas de entretenimento, o Núcleo de produção também é responsável pela produção de Institucionais e Promocionais, mas esta pesquisa tem o foco apenas na produção dos programas. Veja no anexo (DOC.006) a entrevista completa com Marina Crespi, coordenadora do Núcleo de Produção da TV TEM.

A partir do próximo capítulo, será relatado todo o processo de produção dos programas de entretenimento da TV TEM. Será um “passo a passo”, descrevendo detalhadamente cada etapa da produção, desde a escolha das pautas até o programa ir ao ar.

O PASSO A PASSO

3 - O PASSO A PASSO

Este capítulo mostra todas as etapas da produção de um programa de entretenimento em uma Afiliada de Rede, desde a escolha das pautas das matérias, passando pela produção e execução, até o programa ir ao ar.

Conforme já descrito, nas emissoras Afiliadas de Rede os produtores acabam acumulando funções, já que o número de profissionais envolvidos nas produções é reduzido, se comparados às Cabeças de Rede.

“... talvez não seja apenas necessário que ele escreva e produza um programa, talvez ele tenha que ajudar a filmar, a editar o programa em um sistema de computador, a fazer a mixagem de áudio ou acrescentar a narração.” (KELLISON, 2006. Pg.04)¹².

Para exemplificar o “PASSO A PASSO” da produção, será usado como exemplo, o Programa “Jogo de Cintura” e contará com o apoio de um VT que foi inteiramente produzido pela autora desta pesquisa, na função de produtora da matéria. Como na época dessa produção a pesquisadora era estagiária na emissora, todo o processo foi supervisionado e orientado pelo produtor responsável do programa “Jogo de Cintura” em Bauru, Joel Corsini.

Serão utilizadas as anotações pessoais, fotos, cópias de documentos elaborados e utilizados ao longo da produção, relatos de acontecimentos durante a execução e ao final uma cópia de um programa inteiro, editado e pós-produzido, como foi ao ar, e neste programa consta o VT utilizado como exemplo ao longo desta pesquisa.

Um programa é formado por vinhetas, VTs e a gravação das cabeças¹³, que podem ser gravadas ou no estúdio, ou em externa, depende do programa. As vinhetas são produzidas pela equipe de videografismo e a gravação das cabeças, no caso dos programas que as fazem no estúdio, a gravação é feita pela equipe de estúdio com a supervisão do coordenador do programa, da coordenadora do Núcleo

¹² Cathrine Kellison, **Produção e direção para TV e Vídeo: Uma Abordagem prática**. 2006. pg 04.

¹³ Cabeça: termo utilizado para denominar as partes do programa em que o apresentador faz a chamada para a próxima matéria a ser exibida.

de produção, ou até mesmo pela gerente do Núcleo, varia de acordo com o programa. O trabalho dos produtores é concentrado na produção dos VTs, e é o “passo a passo” dessa produção que será descrito a seguir. É importante que fique claro que essa é a maneira como a produção é realizada na TV TEM, por isso, podem haver diferenças na produção em outras emissoras.

“A produção envolve muita gente, mas basicamente está nas mãos do produtor. É de responsabilidade do produtor desenvolver a concepção básica do programa e supervisionar a implementação de um plano respectivo. Em alguns casos, a responsabilidade do produtor termina ao final real da produção, com a entrega do script às mãos de um diretor; em outras situações, o produtor é integralmente envolvido na produção até sua realização final.”(Stasheff; Bretz; Gartley; Gartley, 1978. Pg.236)¹⁴

3.1- PAUTA

Pauta é o nome técnico para assunto, tema da matéria, sobre o que será falado e a idéia geral de como será o produto pronto.

3.1.1- LEVANTAMENTO DE PAUTAS

O produtor é o responsável por levantar pautas, ou seja, é responsável por pesquisar os assuntos da atualidade, o que é interessante ao público alvo e que se encaixa na proposta do programa, enfim, é sua tarefa sugerir as matérias que formarão o conteúdo dos programas.

“A demanda da população e o apetite comercial exigem um fluxo constante de programação ou conteúdo diferenciado... O produtor é o responsável por satisfazer o cliente e o telespectador, assim como por utilizar, da melhor forma possível, os talentos do elenco e da equipe.”(KELLISON, 2006. Pg.03)¹⁵.

¹⁴ Edward Stasheff; Rudy Bretz; John Gartley; Lynn Gartley in **O programa de televisão: sua direção e produção**. 1978. Pg.236.

¹⁵ Cathrine Kellison, **Produção e direção para TV e Vídeo: Uma Abordagem prática**. 2006. pg 03.

Não existe uma receita para ter idéias de pautas. O produtor deve ser uma pessoa criativa, atualizada e principalmente precisa saber trabalhar bem sob pressão, pois ele é obrigado a entregar no mínimo um VT pronto por semana. A quantidade varia de programa para programa e de semana para semana, por isso são necessárias muitas idéias e sugestões, já que nem todas serão aprovadas pelo coordenador.

“O trabalho de construir uma mensagem televisada é árduo e difícil. Televisão é rapidez; televisão é instantaneidade; televisão é ação viva, que chega à audiência à proporção que vai sendo realizada”.(AGUIAR, 1967)¹⁶.

A pauta pode se originar de três maneiras diferentes:

1 - De alguma idéia que o produtor tenha a partir do seu repertório sobre o assunto, do contato com o público alvo e com as atualidades. É uma idéia que vem na cabeça de repente.

2 - Sugestões mandadas pelo público. Acontecem muitas vezes de o próprio público mandar e-mails sugerindo matérias, e quando isso acontece facilita bastante essa etapa para o produtor, pois se a sugestão veio diretamente de quem assiste ao programa, pode-se considerar uma matéria praticamente aprovada.

3 - Idéia que surge através de pesquisa e de contato com outras mídias. Existe um ditado entre os produtores que diz: “MÍDIA PAUTA MÍDIA”, e essa pode ser considerada uma grande verdade, afinal, nem sempre um produtor recebe uma sugestão boa ou então tem uma boa idéia sobre um assunto interessante. Um produtor deve estar sempre ligado no que as mídias estão publicando, ele deve estar em contato com diferentes tipos de mídias e procurar assuntos relacionados ao seu programa, que se encaixe na sua proposta e no seu público alvo.

São várias mídias diferentes e entre elas estão as revistas, os jornais, a Internet, tanto sites de variedades como os sites específicos, com a proposta parecida com a do programa em questão, outdoors, rádio e principalmente a própria televisão. Dentro da mídia televisão, destacam-se as novelas, aproveitando os

¹⁶ Wilson A. Aguiar in **Introdução à TV: produção e direção de programas**. 1969. pg 143.

temas abordados pelos autores e também se destacam os programas jornalísticos da própria emissora ou de outras, já que matérias jornalísticas dão a notícia, mas geralmente não se aprofundam no tema. Leva-se em consideração também os canais de TV a cabo, que geralmente têm o conteúdo proposto para determinados gêneros, um conteúdo focado, o que facilita na hora de procurar uma pauta, pois o produtor pode assistir a canais que tenham como público alvo o público semelhante ao de seu programa. Além dessas opções, também existem os programas exibidos nas emissoras concorrentes e é nessas que o produtor deve estar sempre atento, para garantir a sua superioridade perante as demais e assim se manter à frente em relação à audiência.

Nada impede que um produtor faça uma matéria com o mesmo tema de uma já exibida em outra emissora, o que ele não pode fazer é uma cópia, pegar o tema e fazer uma matéria igual, com o mesmo objetivo, o mesmo tipo de personagem, o mesmo tipo de perguntas, etc. Mas como utilizar as outras mídias, então?

Simples. Baseando-se nas outras mídias. Pode falar sobre o mesmo tema, mas focar em outro ponto, ou então analisar o que, na sua opinião, faltou na matéria assistida e fazer uma com mais profundidade naquele determinado ponto, ou então pensar em temas parecidos ou complementares aos abordados nas outras matérias.

EXEMPLO

A pauta escolhida pela autora dessa pesquisa foi “CONSÓRCIO PARA CIRURGIAS PLÁSTICAS”. Essa matéria foi sugerida por um colega de trabalho, que ouviu falar sobre o assunto logo que a Nova Lei de Consórcios entrou em vigor, em Fevereiro de 2009 e achou que seria uma boa matéria para o Programa Jogo de Cintura.

3.1.2- SUGESTÃO DE PAUTAS

Tendo escolhido a pauta, o produtor deve pesquisar sobre o assunto, para saber o que é exatamente, como funciona, qual público atinge, o que há publicado sobre o assunto, enfim, se inteirar sobre o assunto para explicar e tirar eventuais dúvidas do coordenador do programa no momento da sugestão da pauta.

Feito isso, o produtor deve elaborar como efetivamente será o seu VT, estipular o foco da matéria, os possíveis personagens e aproximadamente como será a estrutura toda do VT.

Com todo esse material em mãos, o produtor entra em reunião com toda a equipe do programa, os produtores de todas as praças e o coordenador, para que se discutam as idéias de pautas que todos têm a sugerir.

As reuniões ocorrem semanalmente, por telefone, com um sistema adotado pela Rede TEM em que todos conseguem se falar, dos diferentes lugares, simultaneamente, é como uma sala de reuniões via telefone.

Periodicamente, conforme as equipes sentirem necessidade, são feitas reuniões pessoalmente, com toda a equipe do programa, a coordenadora do Núcleo Marina Crespi e a Responsável Denise Corrêa.

Nessas reuniões são discutidas novas idéias para o programa, sugestões para melhorar o formato ou conteúdo e são resolvidos e esclarecidos problemas internos. Os encontros acontecem geralmente em Bauru, pois está geograficamente situado no centro da área de cobertura da TV TEM.

3.1.3- APROVAÇÃO DE PAUTAS

Durante as reuniões um produtor fala por vez e a cada sugestão de pauta dada, os outros produtores e o coordenador debatem o assunto, dão idéias, sugestões, falam prós e contras, etc. Tudo ocorre como uma reunião convencional, frente a frente.

Feitas todas as considerações, quem aprova ou veta a pauta é o coordenador do programa, ele é quem decide o conteúdo total do programa.

Nenhum produtor tem autoridade para produzir uma matéria sem a prévia aprovação de seu coordenador.

Em alguns casos, quando o tema é desconhecido ou polêmico, a aprovação não é imediata e é aí que entra toda a preparação, descrita acima, que o produtor fez sobre o assunto. Com dados e argumentos o produtor tem base sólida para convencer o coordenador de que sua pauta é uma boa pauta. Se for preciso, o produtor pode passar ao seu coordenador, via e-mail, todo o material já separado, para que ele possa analisar e pensar melhor sobre o assunto.

Isso acontece porque é de responsabilidade do coordenador do programa todo o conteúdo transmitido aos telespectadores. Ele deve garantir que seu público receba informações corretas e confiáveis, já que a televisão é um grande órgão formador de opiniões e grande parte do público utiliza esse meio de comunicação para manter-se informado.

“Produtores são pessoas que correm riscos, que pegam uma idéia, apostam nela e convencem os outros a segui-los.”.
(KELLISON, 2006.04)¹⁷.

EXEMPLO

No VT produzido pela autora, esse procedimento foi necessário, pois o tema era polêmico e, na época, ocorriam discussões entre as Administradoras de Consórcios e o Conselho de Medicina, o que, a princípio, deixou a coordenadora do programa receosa em relação ao tema, tão polêmico na época.

Com isso, a autora/produtora passou via e-mail um resumo do conteúdo pesquisado, onde inclusive constavam fontes dizendo que os problemas já haviam sido resolvidos. Mesmo assim, a produtora entrou em contato com os dois órgãos, a Administradora de Consórcios e Conselho de Medicina, e comprovou a veracidade dos fatos. Dessa forma, a pauta foi aprovada pela coordenadora do programa e a autora/produtora pôde dar continuidade à produção da matéria. Veja no anexo (DOC. 007), o material levantado como sugestão de pauta.

¹⁷ Cathrine Kellison, **Produção e direção para TV e Vídeo: Uma Abordagem prática**. 2006. pg 04.

3.2- PERSONAGENS

Os personagens são as pessoas que aparecerão no vídeo, tanto os profissionais entrevistados quanto as pessoas comuns.

O produtor sempre deve colocar um ou mais profissionais da área para falar, assim ele garante a credibilidade da matéria. Ele também deve mostrar uma ou mais pessoas comuns; para dar proximidade entre o VT e o telespectador, que se identifica com o personagem e acaba se envolvendo mais com o que está assistindo.

3.2.1- ESCOLHA DOS TIPOS DE PERSONAGENS

Assim que a pauta é aprovada, o produtor tem de iniciar a produção, não se pode perder tempo. Durante a sugestão e aprovação da pauta, o produtor já conversou com o coordenador sobre o assunto e expôs o que, em princípio, ele pretende fazer no VT, qual a linha editorial a ser seguida. Nesse momento ele já deve ter em mente que tipos de personagens necessários para dar credibilidade, dinâmica e sentimento à matéria.

A credibilidade é adquirida através das explicações e entrevistas com os profissionais no assunto. Esse apoio profissional dá conforto ao telespectador que se sente como se ele próprio estivesse em uma consulta, transmite a confiança de que o que ele está assistindo é verdade.

O VT fica com uma boa dinâmica quando há pelo menos três personagens. Dessa forma não fica monótono, com uma ou outra pessoa falando muito e nem fica parecendo um *ping-pong*, intercalando as falas entre somente duas pessoas. Em relação à quantidade de personagens, três é um bom número no geral, mas varia de VT para VT, e é nesse ponto que entra o *feeling* do produtor, ele tem que “sentir” o VT, analisar e ver se está faltando algum tipo de opinião diferente, ou se ele está muito carregado. Deve-se tomar cuidado para não colocar personagens demais, e dessa forma acabar confundindo o telespectador.

Sentimento, nesse caso, quer dizer a proximidade com o público, as pessoas comuns, pois se uma matéria for feita somente com profissionais, ela fica fria, não segura tanto a atenção do público já que não há uma identificação.

EXEMPLO

Na matéria sobre os consórcios de cirurgia plástica, durante a discussão sobre a pauta, ficou estipulado que seriam necessários quatro personagens: Um representante das administradoras de consórcios, um representante do conselho de medicina, um cirurgião plástico para dar sua opinião, já que o tema afeta diretamente sua profissão e um cliente que tenha comprado uma cota de consórcio para fazer uma cirurgia plástica.

3.2.2- “CAÇA” AOS PERSONAGENS

Esta é a etapa da produção em que o produtor realmente mostra que sabe produzir, pois ele tem que estabelecer onde procurar o personagem que ele precisa, e em alguns casos, não é tão simples encontrá-los, e o produtor deve ter um raciocínio lógico e prático para traçar um caminho, o mais curto e eficiente possível, a ser percorrido para chegar a quem ele procura. Esse tipo de raciocínio se torna natural com o passar do tempo, conforme o produtor adquire prática através da experiência, mas enquanto isso não ocorre, ele deve recorrer aos parceiros de trabalho mais experientes, que sempre conseguem ajudar.

Independente do grau de experiência do produtor, em alguns casos, principalmente sob pressão, o produtor não consegue pensar direito, não elabora soluções eficazes para o problema. Nesse caso também é uma boa opção recorrer a pessoas que não estão envolvidas diretamente no processo, uma vez que quem está de fora e sem pressão, muitas vezes consegue raciocinar melhor e chegar a uma solução mais rápida e eficiente.

EXEMPLO

Para conseguir um representante do conselho de medicina na região de Bauru, a produtora entrou em contato com o CREMESP – Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo. Foi conversado com os assessores de imprensa do CRM e através deles identificou-se um representante na região de Bauru.

No caso da administradora de consórcio, foi mais complicado porque como a Lei era nova, poucas administradoras já haviam iniciado as vendas para esse tipo de consórcio. A produtora entrou em contato com o ABAC – Associação Brasileira de Administradoras de Consórcio e conversou com o assessor de imprensa. O assessor, por sua vez, confirmou que os problemas com o CRM – Conselho Regional de Medicina já haviam sido todos esclarecidos. Em relação ao contato de um representante na região, o assessor não soube informar, mas passou um contato de uma grande administradora de consórcios em Londrina - PR, que, provavelmente, teria alguém para indicar já que a administradora tem parceiros por todo o Estado de São Paulo. A produtora então, entrou em contato com a administradora de Londrina, que forneceu o contato de uma administradora que já estava trabalhando com esse tipo de consórcios em Bauru.

O mais difícil já estava pronto, que eram os profissionais da área. Através da própria administradora de consórcios, a produtora conseguiu o contato de uma cliente que já havia comprado uma cota de consórcio para cirurgia plástica. Por meio dessa cliente, a produtora chegou a um cirurgião plástico para dar sua opinião tanto pessoal quanto como médico. Esse cirurgião é médico da cliente e já havia feito uma cirurgia plástica nela antes do consórcio. Veja no anexo (DOC.008) algumas anotações pessoais da produtora ao longo dessa “caça”.

3.2.3- PRIMEIRO CONTATO

Com todos os nomes em mãos, o produtor precisa fazer o primeiro contato com essas personagens para falar sobre a entrevista, confirmar se todos aceitam participar da matéria e explicar exatamente sobre o que é o VT e em que parte cada personagem vai entrar e qual assunto precisamente cada um irá falar. Caso algum personagem não aceite participar da entrevista por algum motivo, o produtor deve procurar outro personagem que aceite participar para substituí-lo.

Esse primeiro contato também serve para que o produtor converse com a pessoa sobre o assunto e com base nisso pode prever o que a pessoa falará, quais as suas opiniões, idéias, conselhos ao telespectador, etc. A partir dessa conversa é que o produtor montará sua pauta para captação, onde constarão as perguntas a serem feitas para obter as respostas desejadas.

Às vezes pode acontecer de durante a conversa, o produtor perceber que na verdade o personagem não tem exatamente a opinião que ele esperava ou então o personagem pode falar algo que o produtor nem tinha pensado, mas que julgue interessante e válido de ser abordado. Nesse caso, o produtor deve moldar as suas perguntas de acordo com o personagem; não adianta tentar forçar a pessoa a falar o que o produtor gostaria se não for sinceramente a opinião dela.

O primeiro contato é como uma pré-entrevista, e em alguns casos, essa conversa acaba mudando o foco da entrevista. Caso isso aconteça, o produtor deve informar seu coordenador antes de fazer qualquer alteração na proposta do VT, para que discutam e definam a melhor maneira possível de fazê-la.

EXEMPLO

A produtora entrou em contato com os quatro personagens e todos aceitaram participar sem problemas, o único personagem que, em princípio, ficou receoso foi o cirurgião plástico porque, devido ao CRM, ele deveria ser cauteloso e prudente com o que iria falar, para não declarar nada que o fizesse parecer antiético, além do que, como já foi citado, na época o tema era muito polêmico e nem todos os médicos estavam cientes de que o CRM e a ABAC já haviam esclarecido todos os conflitos e que o CRM já tinha um posicionamento em relação aos médicos que cometessem infrações relacionadas aos consórcios. A grande preocupação do CRM

é que a cirurgia plástica se torne um negócio e que alguns médicos se aproveitem da situação para fazerem parcerias com as administradoras e assim atraírem clientes devido a essas negociações.

3.3- CAPTAÇÃO

Antes de captar, é preciso agendar as gravações. Essa é uma tarefa aparentemente simples, mas nem sempre é, visto que o Núcleo de Produção das praças, Bauru e São José do Rio Preto, dispõem, cada um, de apenas um cinegrafista para atender a todos os produtores.

A escala das captações geralmente é elaborada com antecedência de uma ou até mesmo duas semanas, dessa maneira os produtores podem se organizar e agendar suas gravações conforme a escala do cinegrafista. Cabe aos próprios produtores negociarem entre si as alterações necessárias para atender a todos de acordo com as prioridades de cada um.

Quanto mais captações o produtor conseguir agendar no mesmo dia, melhor ele aproveitará o seu dia com o cinegrafista, que é muito importante e mais rápido ele poderá dar continuidade ao seu VT, que precisa de todas as entrevistas para iniciar a decupagem e adiantar o processo de edição.

Normalmente os produtores produzem mais de um VT ao mesmo tempo, já que alguns são mais simples e outros demandam mais tempo e elaboração. No dia em que o produtor está escalado para trabalhar com o cinegrafista, nada impede que ele faça captações para diferentes matérias, pois como já citado, ele deve aproveitar ao máximo esse tempo disponível para captações.

3.3.1- ROTEIRO DE CAPTAÇÃO

O produtor deve sair para captação com tudo previamente esquematizado, de acordo com os horários e locais de gravações e com as perguntas de todos os entrevistados do dia já elaboradas, para que não ocupe muito o tempo do personagem e nem tenha que ficar fazendo um grande número de perguntas de última hora, as quais não foram bem elaboradas e além do mais, o produtor corre o risco de quando for analisar o material, descobrir que faltaram perguntas e informações importantes. A captação de entrevistas é chamada de “sonora”¹⁸, independente se a pessoa é um especialista na área, um cliente ou alguém dando sua opinião sobre qualquer assunto na rua, os chamados “Fala Povo”¹⁹.

O fato de haver esse roteiro não significa que o produtor deve se limitar a ele, o roteiro é a base para se conseguir otimizar a entrevista e garantir que o mais importante, para a proposta do VT, seja exposto. Durante o andamento da entrevista, o entrevistado pode se sentir à vontade, se expressar bem e dar abertura para novas perguntas e abordagens de outros pontos que vão surgindo naturalmente no decorrer da conversa, e o produtor mais uma vez deve usar seu *feeling* para distinguir o que realmente pode ser interessante do que não se encaixa na proposta e não será usado no produto.

EXEMPLO

A produtora conseguiu agendar todas as marcações do VT de consórcio para o mesmo dia, e como já dominava o assunto e conversara antes com os personagens, elaborou seu roteiro para captação. Veja no anexo (DOC. 009) esse roteiro.

¹⁸ Sonora: termo utilizado em TV para designar entrevista, a fala do entrevistado, “sonora”.

¹⁹ Fala Povo: termo utilizado em TV para designar os depoimentos captados com a opinião de pessoas diversas sem o caráter de pesquisa, mas com o caráter de enquête

3.3.2- PRÉ-ENTREVISTA

Depois da pauta produzida e o roteiro elaborado, a equipe sai para captar as entrevistas e imagens do VT. O cinegrafista deve conferir todos os equipamentos e pegar fitas brutas²⁰ para levar.

Chegando ao local da gravação, localiza-se o entrevistado e a primeira coisa a fazer é conhecer o espaço onde será gravada a entrevista, pois lá será montado um cenário. O produtor e o cinegrafista analisam o local procuram uma área que tenha um plano agradável e boa iluminação para posicionar o entrevistado. Esse local deve ter uma boa fotografia²¹, caso contrário, a equipe precisa criar um cenário.

Para montar esse cenário, a equipe dispõe de elementos do próprio lugar, ou seja, um quadro, uma planta, um vaso, um arranjo, um quintal, etc. A equipe deve ter o cuidado de não exagerar no cenário para não deixá-lo carregado, o que leva o foco do telespectador ao cenário ao invés do entrevistado, o que não pode acontecer jamais.

Após a montagem do cenário, o cinegrafista começa a organizar seus equipamentos: Câmera, posicionamento da iluminação e escolhe a melhor posição para o entrevistado.

Enquanto isso, o produtor/repórter deve conversar mais sobre o tema já previamente combinado com o entrevistado. Nunca é demais falar sobre o assunto que será abordado, pois às vezes o entrevistado revela pessoalmente algo que por telefone ele esqueceu de comentar. Por isso, sempre é bom falar com o personagem antes de começar a entrevista, para que ele se sinta mais à vontade tanto com o produtor como com o cinegrafista.

O produtor deve explicar ao entrevistado como será feita a gravação, para onde ele deve olhar, onde ele precisa se sentar e sobre irão conversar. É necessário que o entrevistado fique bem à vontade, principalmente pelo fato de a câmera normalmente deixar as pessoas acanhadas. O entrevistado deve ficar tranquilo e saber que não há problemas em errar, tudo pode ser regravado e repetido, quantas vezes forem necessárias, até que o material fique bom.

²⁰ Fitas brutas: fitas limpas, sem nada gravado. Fitas aptas a serem utilizadas para captação.

²¹ Fotografia: termo utilizado para denominar a composição da imagem, iluminação, objetos, fundo, cores, etc.

Colocar o microfone de lapela no entrevistado deve ser a última coisa a ser feita, uma vez que ele já está posicionado e assim o cinegrafista pode esconder o fio para que não apareça na cena.

Para dar início a entrevista, o repórter sempre se posiciona à frente do entrevistado, na mesma altura e ao lado da câmera, tanto faz lado direito ou esquerdo, o cinegrafista sugere o melhor lado de acordo com a composição visual no seu melhor arranjo estético. O entrevistado tem que ficar levemente de lado e não totalmente com o corpo de frente para a câmera, além disso, ele sempre fica no primeiro plano, na lateral do vídeo, mostrando parte do cenário.

3.3.3- ENTREVISTA COM PERSONAGEM

Sempre se inicia a entrevista regulando o áudio do entrevistado, pedindo para que ele fale seu nome completo e sua profissão, para serem inseridos nos créditos.

O produtor começa a entrevista, seguindo o seu roteiro. Não se deve perder tempo com assuntos desnecessários ou que fujam da proposta, mas o produtor também precisa ser educado e não demonstrar de forma alguma ao entrevistado que não há interesse no que ele está falando naquele momento.

O produtor deve saber interromper um entrevistado de maneira sutil, para que ele não se sinta mal e nem desinteressante. Ele tem que “cortar” o entrevistado sem que ele sinta estar sendo cortado.

Os enquadramentos vão mudando conforme mudam as perguntas, ora fica mais aberto, ora mais fechado, ora em um detalhe no olho, na boca, nas mãos, etc. Esses enquadramentos e principalmente os detalhes variam de acordo com o assunto e a emoção do momento, e essa é uma hora em que a sensibilidade e experiência do cinegrafista são fundamentais.

3.3.4- PÓS-ENTREVISTA

Após terminar a entrevista, é necessário que o entrevistado preencha uma autorização de uso de imagem e voz. Veja no anexo (DOC.010) uma cópia dessa autorização.

Para não haver apenas as imagens do entrevistado sentado em uma cadeira, é preciso gravar cenas de ações ou detalhes de coisas mencionadas pelo personagem ao longo da entrevista, assim o cinegrafista garante o dinamismo da edição.

Se uma entrevistada citou que gosta de cozinhar, ler, fazer artesanato, limpeza ou caminhar, por exemplo, o cinegrafista deve fazer imagens dela fazendo essas coisas. Em uma sala, pode-se colocar o entrevistado folheando um livro, fazendo contas na calculadora, assistindo televisão, etc. O produtor tem que usar a criatividade e lembrar que essas imagens irão cobrir a entrevista, para que não fique cansativa, parada demais.

Quanto mais opção de imagens tiver, mais atrativa a matéria se torna. Vale lembrar que nessas imagens, mesmo não sendo em um lugar estático, a luz sempre têm que estar presente.

“... inserted shot, or cut-ins, help us to avoid the monotony of the viewer watching a continuous unchanging shot enable us to make cuts in boring or irrelevant sections, and to bridge any breaks in conversation.” (MILLERSON, 1985. Pg.48)²².

O trecho acima fala justamente sobre a importância dos *insertes*²³ em uma edição, o eles quanto são importantes para que não fique cansativo e chato para quem está assistindo.

Depois da entrevista, da autorização e das imagens de apoio, a equipe recolhe todos os equipamentos e retorna ao Núcleo. Caso haja outra marcação agendada a seguir, a equipe vai até o local e repete todos os passos de gravação.

²² Gerald Millerson in **Effective TV production**. 1985. Pg.48.

²³ *Inserte*: termo derivado do verbo “inserir”, que designa em televisão pequenos trechos de imagens que são inseridos na edição para ilustrar o áudio de conteúdo respectivo, em um material editado

3.4- MATERIAL BRUTO

O material bruto é todo o material que há gravado, todas as fitas utilizadas e gravadas integralmente. A partir de todo esse material, o produtor irá selecionar o que entra no VT e o que é descartado, não esquecendo que ele deve selecionar trechos que se encaixem no encaminhamento discutido para a linha editorial da matéria e proposto juntamente com o coordenador do programa na reunião de pauta. Veja no anexo (DOC.011) fotos das fitas brutas do VT de consórcio de cirurgia plástica.

3.4.1- DECUPAGEM DO MATERIAL

A decupagem é uma seleção de material, é a separação do material que verdadeiramente interessa dentro de todo o material gravado. Decupar o material bruto é uma tarefa que requer tempo, paciência e principalmente concentração, pois é nesse momento que o produtor escolherá o que vai ao ar, e quais as informações que serão levadas ao público.

Para otimizar essa fase, é importante que o material bruto seja o mais objetivo possível. O produtor precisa ficar atento para, na etapa anterior, de captação, não gravar material desnecessário e assim evitar que depois ele gaste tempo, no momento de decupar, assistindo a coisas que não fazem parte de sua pauta ou que ele não pretende utilizar com esse personagem.

Durante a decupagem o produtor seleciona fragmentos que julga interessantes e que se encaixariam na matéria, somente depois ele irá realmente escolher quais farão parte do VT. Decupagem funciona como uma peneira, separa o que interessa do restante e a partir de então analisa o material mais específico.

Segundo Colby Lewis, para selecionar o que fará parte do produto, deve se responder aos três “Es”.

“... você deve fazer com que sua comunicação seja:
Evidente – clara para a visão e para o entendimento.
Envolvente – ocupando inteiramente a mente e a atenção.
Eficiente – produzindo o efeito desejado.”(Lewis, 1968. Pg.246)²⁴

O produtor precisa de um caderno e uma caneta para anotar os trechos que pretende utilizar na matéria. Ele se senta em frente ao equipamento de videotape e começa a assistir ao material bruto. Veja no anexo (DOC. 012) fotos dessa máquina.

O produtor deve anotar os trechos da seguinte maneira: escrever os TCs (*timecode*²⁵) do início do trecho e do fim, lembrando que deve selecionar cerca de 2 segundos antes e dois segundos depois de modo que possa ser cortado no ponto exato depois, na fase de elaboração do esqueleto. Se o produtor quiser, também pode escrever o início e o fim da fala do entrevistado, pois isso facilitará no momento de elaborar o roteiro de edição.

EXEMPLO

No VT dos consórcios, a produtora não escreveu os início e o fim das falas e isso acarretou em uma perda de tempo depois, já que teve de assistir novamente os trechos para copiar as frases. Se a produtora deixasse só os TCs no roteiro, ela correria o risco de o editor futuramente ter alguma dúvida se o fragmento está certo, ou se está cortado no ponto certo de entrada e saída. Caso isso acontecesse, se o produtor estivesse no Núcleo, ele esclareceria as dúvidas do editor sem problemas, mas e se ele não estivesse presente? Nesse caso poderia atrasar o trabalho do editor, situação que deve ser evitada ao máximo. Veja no anexo (DOC. 013) as anotações da decupagem da produtora.

²⁴ Colby Lewis in **manual d produtor de TV**. 1968. pg 246.

²⁵ *Timecode*: termo utilizado para referir-se a um tempo exato da imagem na fita, trata-se do “tempo” da fita. Cada número de *timecode* identifica um frame exato da sequência de imagens

3.4.2- ROTEIRO PARA EDIÇÃO

Essa etapa é muito importante, uma vez que é a fase em que o produtor vai elaborar toda a estrutura da sua matéria. É o momento de escolher a ordem de cada fala para que o VT tenha sentido e coerência e, além disso, o produtor tem de garantir que o VT fique leve, fácil de compreender. Excesso de informação acaba por deixar a matéria cansativa e o telespectador não absorve todas as informações que deveria, por isso essa etapa é tão importante para a inteligibilidade da matéria.

Com os TCs em mãos e com a estrutura elaborada mentalmente, ou em um rascunho, inicia-se a montagem do roteiro, que nada mais é que colocar no papel essa estrutura juntamente com as marcações corretas. Caso o produtor tenha dúvida se coloca ou não algum trecho, ou se tem dois fragmentos falando a mesma coisa e o produtor não tenha certeza de qual ficará melhor no conjunto, ele tem a possibilidade de colocar os dois no roteiro e depois, no momento de esquelotar ele compara e decide qual fica melhor no corpo do VT.

Alguns programas trabalham com OFFs²⁶, é o caso do “Revista de Sábado”, do “Superbem” e do “De ponta a ponta”. O programa “Jogo de Cintura” não trabalha com esse recurso, a não ser eu seja extremamente necessário e não exista outra possibilidade para completar a matéria.

Os produtores dos programas que utilizam o recurso do OFF devem escrevê-los no roteiro e enviá-los aos apresentadores, para que possam gravá-los e enviar de volta antes do início da edição. As gravações de OFF devem ser inseridas no esqueleto da matéria, na posição em que devem entrar. No roteiro, o produtor deve explicitar quais imagens devem ser usadas para cobrir os OFFs.

Além dos OFFs, em alguns VTs são utilizados Sobe sons²⁷, que devem ser inseridos no roteiro e no esqueleto. O sobe som é um recurso que requer sensibilidade do produtor para ser usado, pois um sobe som mal colocado pode confundir o telespectador ao invés de exemplificar algo e melhorar o VT. Para fazer uso de um Sobe som, o produtor precisa se certificar que ele está totalmente dentro do assunto e se encaixa perfeitamente no VT e nesse caso é uma ótima opção para dar dinâmica e quebrar um pouco a seriedade da matéria, que às vezes, por ter um

²⁶ OFF: gravação somente de áudio, com a voz do apresentador do programa. São utilizados normalmente para introduzir algum assunto ou explicar algo relacionado ao tema.

²⁷ Sobe som: termo utilizado em edição para designar que no trecho indicado não deve ter locução, apenas a sequência da música que estava sendo utilizada para sonorização

conteúdo muito pesado, pode ficar cansativa. Veja no anexo (DOC.014) o roteiro elaborado pela produtora no VT de consórcios.

3.4.3- MONTAGEM DO ESQUELETO PARA EDIÇÃO

Com o roteiro de gravação pronto, o produtor deve capturar os áudio e vídeo gravado nas fitas de videoteipe para o computador da ilha de edição com base nos TCs do roteiro. Feito isso, ele coloca os trechos no *timeline*²⁸ na ordem e vai assistindo um a um, cortando pedaços de falas que não serão usadas.

Durante a montagem do esqueleto o produtor deve tirar tudo o que não for usar, cada palavra, cada segundo. É nesse momento que o produtor enxuga todo o seu material e escolhe o que tiver que escolher no caso de ainda haver alguma dúvida, com a de qual trecho usar, por exemplo.

“Conserve a natureza de seu material a mais autêntica possível, mesmo depois de passar através das câmeras e microfones para chegar ao telespectador. Você deve tornar-se um “intérprete” de confiança”. (LEWIS, 1968. Pg.164)²⁹.

O esqueleto tem esse nome justamente porque se compara ao esqueleto de um vertebrado, ele é a estrutura e o corpo se molda baseado nele. Em um VT é da mesma forma, é montado o esqueleto e todos os outros processos de edição são feitos em cima dele.

EXEMPLO

A produtora teve certa dificuldade para montar o esqueleto do VT de Consórcios por dois motivos. O primeiro motivo foi que devido a polêmica gerada em torno do assunto, a produtora gostaria de deixar tudo bem esclarecido e por isso teve dificuldade em excluir informações já que todas lhe pareciam importantes. Para

²⁸ *Timeline*: local no programa de edição onde são colocados os cliques de vídeo, áudio e efeitos.

²⁹ Colby Lewis in **manual d produtor de TV**. 1968. pg 164.

resolver esse dilema, a produtora contou com o apoio do produtor responsável pelo Programa Jogo de Cintura em Bauru.

Depois de conversarem bastante e analisarem todos os trechos selecionados, os dois produtores chegaram a um esqueleto final, levando em conta as informações transmitidas e a ordem em que se encontrariam na matéria, uma vez que a ordem é fundamental para a total compreensão do conteúdo.

3.4.4- APROVAÇÃO DO ESQUELETO

Antes de iniciar a edição, o esqueleto do VT deve ser aprovado pelo coordenador do programa, assim as possíveis alterações são feitas antes da edição, otimizando o tempo do editor, que estará trabalhando com o esqueleto aprovado sem correr o risco de sofrer alterações posteriores, o que seria o mesmo que “jogar fora” o tempo que o editor já havia perdido trabalhando naquela edição.

EXEMPLO

A primeira versão do esqueleto do VT de consócios enviada à coordenadora do programa não foi aprovada, pois na opinião dela, a cliente do consórcio estava parecendo uma consultora no assunto e não um personagem comum. A coordenadora solicitou que a sonora com a cliente fosse refeita, mudando as perguntas e o foco da entrevista.

A intenção era que a cliente fosse apresentada como uma pessoa comum, que adquiriu o consórcio, mas que fosse apresentada sua história, motivos por comprar a cota de consórcio, para que pretende usar, etc. a cliente seria o personagem de identificação do público e por isso deveria ser apresentada pelo lado mais “humano”, o que a aproxima o telespectador à matéria.

A produtora entrou em contato com a cliente, explicou a situação e remarcou a sonora. Veja no anexo (DOC.015) o roteiro de captação da segunda entrevista com a cliente do consórcio.

Depois de captado o material, a produtora selecionou as partes interessantes e fez a substituição no antigo esqueleto. A nova versão do esqueleto

foi enviada à coordenadora do programa, que dessa vez aprovou o material. A partir daí, pôde-se dar continuidade ao processo de edição do VT.

3.4.5- IMAGENS PARA “COBRIR” O VT

Nos VTs, as imagens são utilizadas para preencher as lacunas das sonoras e também cobrir os “pulos” de imagens. Quando o produtor “esqueleto” a matéria, ele se preocupa com o conteúdo, mas nem sempre a frase é utilizada integralmente, muitas vezes o produtor corta erros ou até mesmo trechos inteiros, remontando a frase de maneira que a sonora transmita a idéia central do depoimento gravado. O problema desses cortes, é que eles acabam cortando as imagens também e esses cortes e pulos não ficam visualmente agradáveis no vídeo, provocando um certo estranhamento ao telespectador. Portanto devem ser cobertos por outras imagens, que complementem o que está sendo falado. Além dos cortes e pulos, também são necessárias imagens para cobrir os OFFs.

Normalmente, no momento da captação, o cinegrafista aproveita para captar diversas imagens que possam ser utilizadas para cobrir o VT. Essas imagens vão desde detalhes das mãos e olhos até imagens que ilustrem o que foi falado pelo personagem ou imagens de objetos relacionados à pauta.

Caso as imagens captadas pelo cinegrafista não sejam suficientes, é função do produtor providenciar outras imagens, que podem ser de arquivo da própria emissora, imagens tiradas de filmes, seriados, novelas, shows, etc. Há situações em que o produtor precisa produzir uma imagem, ou seja, sair com o cinegrafista e fazer a captação da imagem exatamente como ele quer e necessita.

EXEMPLO

Para a cobertura do VT de consórcios foi necessário recorrer a cenas de filmes e seriados, além de fazer imagens de sites da Internet, simulando uma pessoa navegando nos sites. Foi utilizado também o recurso de Sobe som, para exemplificar o que o médico estava falando e ao mesmo tempo quebrar um pouco a seriedade da matéria, deixando-a mais agradável.

Grande parte das imagens de cirurgias foi retirada de um seriado chamado "NIP/TUCK", que tem como protagonistas dois cirurgiões plásticos e a maioria das cenas se passam na clínica médica. A dificuldade foi encontrar cenas que pudessem ser aproveitadas, uma vez que a maioria das cenas do seriado mostra explicitamente os cortes e o sangue. Esse tipo de imagem pode chocar o telespectador, portanto a produtora foi obrigada a assistir a duas temporadas inteiras do seriado, com aproximadamente 3 horas cada uma, para conseguir selecionar imagens boas para utilizar no VT.

3.5- EDIÇÃO DO MATERIAL

A edição do material não é feita pelo produtor e sim pelo editor, que segue o roteiro feito pelo produtor. Se o produtor desejar, pode acompanhar a edição, mas se o seu roteiro estiver completo, não há necessidade e o produtor pode aproveitar o tempo para fazer outras coisas.

O trabalho do editor deve ser otimizado, para evitar perda de tempo, principalmente nas praças de Bauru e São José do Rio Preto, onde só há um editor em cada uma, responsável por atender ao núcleo inteiro. É por esse motivo que os produtores precisam adiantar e facilitar ao máximo o trabalho do editor, para que ele possa cumprir os prazos de todos os programas.

A edição é realizada em três etapas, são elas: modulação do áudio, para manter o VT inteiro com a mesma intensidade de áudio, colocar as trilhas sonoras ao longo de todo o VT, e por fim, cobrir com imagens e finalizar com efeitos de áudio e vídeo. Veja o anexo (DOC.016) fotos da mesa e áudio e do editor na ilha de edição.

O editor tem liberdade para criar na edição da matéria, conforme sentir que cabe. O editor precisa ter sensibilidade e usar o *feeling* para deixar ao VT gostoso de se assistir, mas não deve fazer isso sem antes consultar a opinião do produtor. Tudo o que distinto do roteiro deve ser aprovado pelo produtor.

3.6- APROVAÇÃO DA MATÉRIA EDITADA

Assim que a matéria fica pronta, ela deve ser aprovada pelo coordenador do programa e em seguida pelo gerente do núcleo de produção e só então pode ser considerada pronta para ir ao ar. A seguir, os passos necessários para a aprovação do material.

3.6.1- REVISÃO DO MATERIAL EDITADO

Depois que o editor termina o VT, o produtor tem de assistir ao material para confirmar se ficou exatamente como ele esperava ou então, melhor do que ele esperava. Caso haja necessidade, o produtor deve conversar com o editor e sugerir as alterações a serem efetuadas. O editor faz as mudanças e o produtor assiste novamente ao material. Esse ciclo se repete até que o produtor julgue que o material está do jeito que ele havia elaborado, de acordo com a proposta feita ao seu coordenador no momento de sugestão da pauta.

3.6.2- APROVAÇÃO DO COORDENADOR

Com o material revisado e aprovado pelo produtor, chega o momento de ser aprovado pelo coordenador do programa e posteriormente pelo Gerente do Núcleo de produção. No caso das praças de Bauru e São José do Rio Preto, em que os coordenadores não estão presentes, o editor ou o próprio produtor, deve enviar o VT à Sorocaba para que seja aprovado pelo coordenador do programa. O material é enviado pelo próprio computador, através de uma rede que interliga todas as praças da TV TEM.

Se o coordenador do programa aprovar o material, ele passa ao gerente de produção, para que também aprove. Logo que o VT é aprovado por todos, ele é enviado à equipe de videografismo, quando necessário, ou é enviado diretamente à equipe de finalização do programa.

Caso o coordenador do programa ou o Gerente do Núcleo não aprove o material, o coordenador entra em contato com o produtor responsável pela matéria e transmite as alterações que deseja. O produtor, por sua vez, faz as alterações solicitadas e manda o material de volta ao coordenador, em Sorocaba. Este ciclo também se repete até que o VT seja inteiramente aprovado.

EXEMPLO

O VT dos consórcios teve sua primeira versão aprovada, que foi exibida no programa “Jogo de Cintura” no dia 19 de Setembro de 2009.

3.6.3- EQUIPE DE VIDEOGRAFISMO

A equipe de videografismo é responsável por fazer animações e inserir artes³⁰ no VT. Quando o produtor pretende utilizar recursos do videografismo, ele precisa especificar a arte no roteiro e conversar com a equipe com antecedência, explicar exatamente o que deseja e perguntar quanto tempo a equipe precisa para realizar tal arte.

O VT que necessitar de arte, assim que estiver pronto e aprovado pelo coordenador do programa, deve ser encaminhado à equipe de videografismo para que tenham tempo suficiente para efetuar todo o trabalho necessário. Se o produtor deixar as providências do videografismo na última hora, ou não conversar com a equipe com antecedência suficiente para que se programem e iniciem a elaboração da arte, corre o risco de não dar tempo de terminar a arte no prazo, e nesse caso a responsabilidade cai sobre o produtor.

³⁰ Arte: termo utilizado para denominar os efeitos visuais, tratamentos das imagens e animações gráficas. Qualquer imagem produzida e composta “artificial” e computadorizada inserida no material.

3.7- “CABEÇAS” DO APRESENTADOR

O produtor do VT é o responsável por escrever a cabeça do seu VT para que o apresentador possa gravar. Cabeça é o termo utilizado para o texto que o apresentador fala antes de iniciar a transmissão do VT, falando sobre o assunto abordado e fazendo uma pequena introdução. As cabeças são gravadas ou no estúdio ou em externa, varia de acordo com o formato de cada programa. Veja no anexo (DOC.017) a cabeça escrita pela produtora do VT Consórcios.

3.8- CRÉDITOS DO VT

O produtor é o responsável por enviar todos os créditos³¹ da matéria à equipe de finalização para que possam inseri-los no VT. Os créditos devem ser listados na ordem em que aparecem no VT, sendo eles os nomes dos entrevistados, fonte dos sons ou fonte das imagens utilizadas para cobrir o VT. Separadamente, o produtor deve enviar os nomes do produtor, do cinegrafista e do editor do VT.

Caso o produtor tenha feito alguma parceria com uma empresa para viabilizar a produção do VT, é o caso do quadro “Quero Mudar”, por exemplo, o produtor também deve fornecer à equipe de finalização todos os nomes dos parceiros para serem listados nos agradecimentos finais. As lojas que fornecem as roupas para os apresentadores e os salões que cuidam de cabelo e maquiagem também entram nesta lista de agradecimentos.

EXEMPLO

Como a autora dessa pesquisa, e também produtora do VT Consórcios, era estagiária na época em que realizou a produção, seu nome não entrou nos créditos, e sim o nome do produtor responsável pelo programa, Joel Corsini, que supervisionou e orientou toda a produção. Veja no anexo (DOC.018) a lista dos créditos do VT Consórcios.

³¹ Crédito: termo utilizado para os nomes das pessoas e imagens que aparecem na matéria, e também os nomes de toda a equipe de realização do material.

3.9- FINALIZAÇÃO

Passado pela equipe de videografismo, o VT está pronto para ir ao ar, e deve ser encaminhado à equipe de finalização do programa, que conta com um editor responsável só por essa finalização. Este editor geralmente é um funcionário antigo, com bastante experiência, que conhece bem o programa e principalmente suas características marcantes, que mantém a identidade do programa.

3.9.1- ESPELHO DOS PROGRAMAS

O coordenador do programa e a equipe de produtores, juntamente com a coordenadora do Núcleo e a Gerente, elaboram o espelho³² dos programas durante das reuniões de pauta. Conforme as pautas vão sendo aprovadas, elas são encaixadas nos espelhos. Quando há alguma programação especial da Rede Globo no horário dos programas das afiliadas, os programas não são exibidos ou tem seu tempo reduzido, se adequa a programação nacional. Veja no anexo (DOC.019) exemplos de espelhos do programa “Jogo de Cintura”. O número de blocos e o tamanho dos programas varia de acordo com a duração no dia da exibição, conforme anteriormente explicado.

3.9.2- MONTAGEM DO PROGRAMA

O editor responsável por cada programa recebe o espelho de um programa e é o responsável por montá-lo. Esse editor reúne as vinhetas, as cabeças e os VTs, insere os créditos, e monta todo o programa de acordo com o espelho elaborado pelo coordenador do programa. Os programas costumam ter um clipe final com trechos do programa e erros de gravações. Esse clipe também é elaborado pelo editor responsável pela finalização do programa.

³² Espelho: termo utilizado para referir se à ordem em que cada assunto entrará no programa, seguindo a divisão dos blocos e respeitando o tempo de cada um.

3.9.3- ANÁLISE DO PROGRAMA PRONTO

Depois que o programa já está finalizado, a coordenadora do Núcleo de produção assiste, antes de o programa ir ao ar, e faz um relatório sobre o programa em questão. O relatório é transmitido para toda a equipe do programa, de todas as praças.

3.10-EXIBIÇÃO

A exibição dos programas é efetuada da seguinte forma: O Núcleo Produção de Sorocaba providencia uma cópia de cada programa para cada praça e as envia via malote. Como os programas são exibidos aos finais de semana, o Núcleo de Sorocaba tem de se certificar que as cópias estarão nas praças até no máximo sexta-feira.

Quanto antes essas cópias chegarem a seus destinos, melhor, pois assim não há risco de haver um problema de última hora e por algum motivo os programas não chegarem nas praças a tempo.

Ao chegar nas praças, essas cópias são encaminhadas ao departamento de programação da emissora e anexada à cópia deve acompanhar um relatório com o tempo total do programa, o tempo de cada matéria, o tempo de cada bloco, enfim, todas as informações necessárias para que a equipe de programação encaixe o programa na grade de programação e insira os comerciais no espaço dos intervalos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, a autora da pesquisa optou por esse relato de como é uma produção de programa de entretenimento em televisão, pelo fato de ter se deparado com uma prática, no mercado de trabalho, que vai muito além da idéia de produção que se tinha antes de integrar a equipe de produção de uma emissora.

Ao se dar conta dessa diferença entre a teoria e a realidade, a pesquisadora quis saber se essa idéia, de certa forma incompleta, era pessoal ou abrangia a classe em geral dos futuros profissionais da área.

Baseando-se nas entrevistas realizadas com os alunos iniciantes no curso de Comunicação Social – Habilitação em Radialismo, notou-se que o conhecimento prévio equivocado que os futuros profissionais tem sobre produção televisiva atinge muitas outras pessoas. A partir desse ponto a pesquisadora certificou-se de que pesquisar este assunto era algo realmente importante uma vez que estes levantamentos permitirão melhores informações aos interessados neste assunto.

Ao analisar as respostas dos alunos com maior profundidade, notou-se que grande parte dos entrevistados confunde as funções de um produtor de TV com as funções de um produtor de cinema. Mesmo entre os alunos que distinguem produção em TV da produção em cinema, todos, curiosamente, citaram as possíveis funções de um produtor de teledramaturgia, deixando de lado os programas de televisão no formato de estúdio, VT, apresentador, etc. Este fato deixou a autora do projeto intrigada.

Ao buscar bibliografia e publicações sobre o assunto, a pesquisadora notou que há muito sobre cinema e o que se encontra sobre produção em televisão, pouco explora o processo de produção.

Encontra-se facilmente material abordando conteúdo televisivo e técnicas, como de roteiro, de gravação e de edição, por exemplo. Há também algumas bibliografias sobre o processo de produção de programas de entretenimento com matérias, mas a maioria é encontrada em línguas estrangeiras, sem traduções para o Português.

Essa dificuldade em encontrar material específico sobre o assunto levou a pesquisadora a levantar uma hipótese: apesar do curso nesta instituição, UNESP, ser de Rádio e Televisão, ao longo da graduação grande parte da bibliografia de base é sobre cinema e dentre a base sobre televisão são utilizadas bibliografias sobre conteúdo, técnicas e roteiro, normalmente abordando produções de dramaturgia.

Os trabalhos realizados ao longo da graduação, em sua maioria são curtas-metragens, que não deixam de ser um tipo de produção baseada em cinema e teledramaturgia. Poucos trabalhos são efetivamente sobre televisão e principalmente sobre programas de entretenimento com apresentador e produção de matérias.

Mesmo algumas disciplinas ao longo do curso oferecendo os requisitos de organização e de produção em geral, que podem ser aplicadas a grandes emissoras e produtoras, seriam necessárias mais disciplinas que aplicassem as práticas de produção como os citados neste trabalho. Talvez seja essa falta da prática nesse tipo de produção que esteja faltando para que os alunos tomem maior consciência sobre as funções de um produtor de televisão.

Com estas questões colocadas e com os resultados da pesquisa realizada durante o período em que esta pesquisadora atuou na produção da TV TEM, foi possível investigar, participar, produzir e identificar que a produção de programas de TV em emissoras de pequeno porte tem a necessidade de realizar os produtos audiovisuais com alta qualidade de sons imagens e principalmente conteúdo, para não destoar da programação produzida e gerada pela emissora Cabeça de Rede, porém utilizando recursos, principalmente humanos, em pouca quantidade, ocasionando o desdobramento do profissional para o cumprimento das etapas de produção com a qualidade e seriedade necessária.

Foi possível também identificar que o embasamento teórico e prático aprendido durante o Curso de Rádio e TV privilegia produções de grande porte, o que se faz necessário pois a profissão deve ser contemplada no todo, porém foi sentida a necessidade que o curso ofereça mais dedicação também para a realidade da produção em pequenas emissoras, pois estas, com certeza, abrigarão um maior número de profissionais recém formados em comparação com as grandes emissoras/produtoras de TV.

Pensando em uma formação mais completa aos graduandos de Comunicação Social – Habilitação em Radialismo, baseando-se nessa pesquisa, surgem duas questões:

Será que essa confusão em relação aos produtores de televisão não vem da deficiência da abordagem do tema ao longo da graduação?

Será que não chegou o momento de reavaliar o currículo e incluir esse assunto, uma vez que o curso é de televisão e não de cinema?

São questões a serem pensadas...

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

AGUIAR, Wilson A. **Introdução à TV: Produção e Direção de Programas**. Editora Habitat. São Paulo. 1967.

BLUEM, William A.; COX, John F.; MCPHERSON, Gene. **Como fazer televisão: planejamento, produção, execução**. Tradução: José de Almeida. Editora Letras & Artes. Rio de Janeiro. 1965.

COMPESI, Ronald J.; SHERRIFFS, Ronald E. **Small format television production**. 2ed. Editora Allyn and Bacon. Boston. 1999.

DEGANELLO, Luiz. **Produção em TV: Subsistema do Sistema Cibernético Televisão**. Tese de Mestrado em Ciências Sociais, ECA, Universidade de São Paulo. São Paulo. 1989.

KANITZ, Livia. **La Producción integral en Televisión**. Editora Américalee. Buenos Aires. 1968.

KELLISON, Cathrine. **Produção e direção para TV e Vídeo: Uma Abordagem prática**. Editora Elsevier. Rio de Janeiro. 2007.

LEWIS, Colby. **Manual do Produtor de TV**. Com ilustrações do autor. Tradução: Walter George Durst. Editora Cultrix. São Paulo. 1971.

MILLERSON, Gerald. **Effective TV Production**. 2ed. Editora Focal Press. London. 1985.

STASHEFF, Edward; BRETZ, Rudy; GARTLEY, John; GARTLEY, Lynn. **O Programa de televisão: Sua direção e produção**. Tradução e adaptação: Luiz Antônio Simões de Carvalho. EPU: Editora da Universidade de São Paulo. São Paulo. 1978.

WURTZEL, Alan. **Television Production**. Editora Mc Graw-Hill. New York. 1979.

YIN, R. K. **Case study research: design and methods**. 3. ed. Editora Thousand Oaks: Sage Publications. California. 2003.

REFERÊNCIAS NA INTERNET

REFERÊNCIAS NA INTERNET

LUDUVICE, Henrique. **Decisão normativa nº 56, de 05 de maio de 1995.** Disponível em <http://normativos.confea.org.br/downloads/0056-95.pdf> . Acesso em (05/11/2009).

GERALDO, Sebastião. **A Televisão e a lei no Brasil.** Disponível em [http://www.easysite.com.br/turmadapp/visualizar.asp?IDArquivo=17&IDPasta=34&tip](http://www.easysite.com.br/turmadapp/visualizar.asp?IDArquivo=17&IDPasta=34&tipo=3)
[o=3](http://www.easysite.com.br/turmadapp/visualizar.asp?IDArquivo=17&IDPasta=34&tipo=3) . Acesso em (05/11/2009).

ANEXOS

ANEXOS

DOC. 001 – ENTREVISTA COM OS ALUNOS DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO DA UNESP, CAMPUS BAURU.

DOC.002 – ENTREVISTA COM A PRODUTORA DO PROGRAMA “HOJE EM DIA”

DOC. 003 – MAPA DA ÁREA DE COBERTURA DA TV TEM

DOC. 004 – TEXTO POSTADO NO BOLG “JOGO DE CINTURA”

DOC.005 – ESCALA SEMANAL DO NÚCLEO DE PRODUÇÃO

DOC.006 – ENTREVISTA COM A COORDENADORA DO NÚCLEO DE PRODUÇÃO DA TV TEM, MARINA CRESPI.

DOC.007 – SUGESTÃO DE PAUTA: “CONSÓRCIO DE CIRURGIA PLÁSTICA”

DOC.008 – CONTATOS DE PERSONAGENS

DOC.009 – ROTEIRO PARA CAPTAÇÃO

DOC. 010 – TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

DOC.011 – FOTO DAS FITAS BRUTAS

DOC.012 – FOTOS DA MÁQUINA VT

DOC.013 – DECUPAGEM DO MATERIAL BRUTO

DOC.014 – ROTEIRO PARA EDIÇÃO

DOC.015 – ROTEIRO DE CAPTAÇÃO DA SEGUNDA ENTREVISTA COM CLIENTE

DOC.016 – FOTOS DA ILHA DE EDIÇÃO

DOC. 017 – CABEÇA DO VT

DOC. 018 – CRÉDITOS DO VT

DOC. 019 – ESPELHOS DE PROGRAMA

DOC. 001 – ENTREVISTA COM OS ALUNOS DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO DA UNESP, CAMPUS BAURU.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE **ACHAM** MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O produtor tem a função de organizar a produção televisiva. Contatar os atores, conseguir apoio para o programa e de alguma forma ele gerencia a execução do produto audiovisual.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

Quando em emissoras menores não um proporcional acúmulo de tarefas, que demandaria um aumento de responsabilidade para o produtor, que para a realizar inúmeras outras funções específicas.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O Produtor organiza. Todo o programa, ele se preocupa com a parte de patrocínio, de cenários e sua montagem, de todo o dinheiro necessário p/ executar o programa, de figurino. Enfim ele pensa e organiza a estrutura necessária para que o programa ocorra corretamente.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

não, pois emissoras menores não necessitam de tanto trabalho, a maioria dos trabalhos são retransmitidos.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

EU NÃO SEI AO CERTO, MAS ACREDITO QUE O PRODUTOR REALIZA TODAS AS CONTRATAÇÕES, SEJAM ELAS DE PESSOAS OU DE LUGARES QUE SERÃO FILMADOS. NO CASO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO PARA TV, ACHO QUE O PRODUTOR ESCOLHE OU SELECIONA O EVENTO, DIRETOR, APRESENTADOR, ETC. ALÉM DE CUIDAR DA PARTE MAIS ADMINISTRATIVA, E EM QUE ENVOLVE TRANSAÇÕES DE DINHEIRO.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

ACHO QUE PODE VARIAR UM POUCO AS FUNÇÕES, MAS AS BASES SÃO AS MESMAS, TIPO, O PRODUTOR É QUEM COMANDA, COMO SE FOSSE O "CHEFE" DA PRODUÇÃO INTERNA. ACREDITO QUE ELE TAMBÉM PODE SER O IDEALIZADOR DO PRODUTO E É POR ISSO MAIOR RESPONSÁVEL, APESAR DE QUE NEM SEMPRE ISSO PODE OCORRER, TIPO, ÀS VEZES ELE PODE ADQUIRIR UM PRODUTO E QUER PARECER O QUE ESSE ACONTEÇA, E ENTÃO CONTRATA UMA EQUIPE.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

**- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?**

O produtor é aquele que vai atrás dos materiais
para a realização do programa, das pessoas que es-
tarão envolvidas, se prendendo ao quanto de dinheiro
pode ser gasto.

**- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?**

Na minha opinião eles tem a mesma função, porém
as funções de uma rede afiliada não são tão abrang-
gentes.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

**- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?**

O produtor é aquele que vai correr atrás dos equi-
pamentos e materiais necessário, ~~para~~ também é aquele que
tem os contatos ~~de~~ de pessoas a ser trazidas por
o programa. ~~como~~

**NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?**

Acho que como o trabalho de maiores emissoras são
maiores não há necessidade de vários produtores e
divisões de tarefas como chefe de produção, produ-
tório executivo e etc.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O produtor é responsável pela parte administrativa ~~de~~ e de produção como por exemplo arrecadar patrocínios, organizar orçamentos, ser representante do programa ~~geral~~ em reuniões.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

Sim, o que muda é apenas a proporção do trabalho. O produtor de grandes redes como a Globo tem mais autoridade que o de pequenas emissoras por possuir mais autonomia. ~~Se o produtor de uma emissora afiliada~~
~~depende do que~~

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

**- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?**

Agiliza a verba necessária para a produção do programa,
coordena e organiza a forma que esse dinheiro será
empregado.

**- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?**

Sim, tem as mesmas funções.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

**- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?**

É a pessoa que produz, e coloca para funcionar o programa proposto.
As funções dele são desde contratações e tarefas de pré-produção até
finalização do programa.

**- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?**

Sim tem as mesmas funções. Não se aplica pois as funções
apesar de parecidas são menores, pois os equipamentos são "inferiores".

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP -
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE **ACHAM** MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O produtor de programas de entretenimento na televisão é responsável por ~~de~~ cuidar da administração de um programa de televisão é ele quem cuida dos detalhes do programa, faz contato com várias pessoas, cuida dos gastos e é responsável pelos prazos a serem cumpridos.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

Não, nas grandes empresas existe uma maior distribuição das funções, por exemplo, produtor criativo, produtor de arte etc. Já nas pequenas emissoras os produtores também acumulam várias funções.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE **ACHAM** MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

Um produtor atua facilitando o trabalho de todos os outros envolvidos com o ar de filmagens (as equipes que executam diferentes tarefas). Ele basicamente participa de todas as etapas de produção. É quem vai achar dos objetos de cena, procura atores, determina o enredo base, entre outras funções. Para realizar essas tarefas existem vários tipos de produtores como o executivo, cada um responsável por questões dadas na etapa de produção.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

Nas grandes emissoras há uma quantidade maior de programas, sendo assim, mais trabalho; portanto é necessário que haja um número maior de produtores, para que estes tenham melhor das etapas de realização de projeto. Em pequenas emissoras, por conta, do menor número de tarefas não é necessário uma equipe tão grande.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE **ACHAM** MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

Um produtor atua em um programa durante a pré-produção e produção. Eles cuidam da parte financeira do programa; vão atrás de patrocínios; coordenam todas as necessidades da produção; buscam atores junto com o diretor; procuram locações, objetos de cena, figurinos (algumas vezes) e tudo mais que for preciso para o bom andamento da gravação.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

Em grandes emissoras existe uma grande divisão nos papéis da produção, passando por diretores de cenografia, figurino, produtor executivo etc... Já em emissoras menores o que pode ocorrer é a concentração destas funções em uma pessoa.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE **ACHAM** MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O produtor tem a função de "arrumar", escolher, conseguir os elementos necessários para que o programa aconteça. Como "contato" o diretor e depois trabalhar juntamente com ele na contratação de atores, jornalistas, cenógrafos. Além de depois disso se vai for produtor executivo, você tem como função conseguir o dinheiro necessário para fazer o programa, produzir de arte, "com ideias" e conseguir os elementos (pessoas, etc.) para a parte encenada da arte (direção de arte, cenógrafos) e depois o diretor decide no fim quem trabalha.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

Eu acredito que nas grandes emissoras existem vários produtores e suas funções são divididas como em: produtor executivo, de arte, de elenco, etc. Já nas pequenas existem menos produtores e eles acumulam funções.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

**- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?**

O PRODUTOR FORNECE/ORGANIZA O QUE É NECESSÁRIO
PARA O PROGRAMA IR AO AR. CONTRATA/ORGANIZA O
ELENCO, AS LOCAÇÕES, ALUGA CÂMERA, ILUMINAÇÃO
SE NECESSÁRIO. NO CASO DO PRODUTOR EXECUTIVO
VAI ATRAS DE PATROCÍNIO, LEI DE INSENTIVO,
ADMINISTRA O DINHEIRO E O PAGAMENTO DE
TODOS ENVOLVIDOS.

**- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?**

ACHO QUE NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS
O PRODUTOR ACUMULA MAIS TAREFAS E
ACABA FICANDO RESPONSÁVEL POR ACOMPANHAR
MAIS ETAPAS DA PRODUÇÃO.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE **ACHAM** MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O produtor de programas de entretenimento "cabe lá" do que tem que ser providenciado para ocorrer no programa. Por exemplo, se o programa precisa de crianças o produtor é o responsável por conseguir as crianças que irão atuar no programa, ou se uma banda irá tocar no programa, o produtor tem que entrar em contato com a banda e agendar a data, a hora; é o responsável por conseguir os acessórios da programação, os equipamentos necessários, e no caso do produtor executivo, fica por conta dele avaliar o orçamento de tudo que tem que ser providenciado.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

Em grandes emissoras, o que acontece é que são destinados as funções de produção à mais profissionais, dividindo mais as tarefas; já em pequenas emissoras uma pessoa fica encarregada de diversas funções dentro da produção, se envolvendo mais com o programa.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

**- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?**

O produtor realiza ~~tudo~~ as funções de locação da gravação; materiais para cena; ou seja, administra toda equipe de produção.

**- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?**

Sim. Há diferença consiste na verba e nos equipamentos para realização do programa.

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

*O produtor é o responsável pela manutenção e substituição dos
quadros apresentados na programação, sendo responsável por ditar,
contactar e pensar que irão participar do quadro responsável
ou pelo programa em si, gerando funções (produtor executivo);*

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

*Existe uma maior divisão das funções em grandes emissoras,
ali mesmo pelo real grau de importância delas. Em emissoras
menores, um produtor pode exercer várias funções dentro da
produção de um programa, devido ao porte, importância e
recursos disponíveis.*

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O PRODUTOR ORGANIZA AS FILMAGEM, NO CASO ~~EM~~ ESCOLHE AS LOCAÇÕES, TEM A LISTA DE OBJETOS E EQUIPAMENTOS QUE VAI TER QUE ALUGAR / COMPRAR, FIGURINO, TODO RESTO, OU SEJA O PRODUTOR (EQUIPE DE PRODUÇÃO) DEIXA TUDO PREPARADO PARA QUE A FILMAAGEM ACONTEÇA. O PRODUTOR TAMBÉM É RESPONSÁVEL PELO ORÇAMENTO.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

NOS PROGRAMAS QUE SÃO FEITOS PELAS AFILIADAS (EX: REVISTA DE SÁBADO DA TV TEM) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES, SÓ NOS PROGRAMAS RETRANSMITIDOS O PRODUTOR ORGANIZA OS ANÚNCIOS LOCAIS.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE **ACHAM** MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O produtor tem a função de administrar uma produção audiovisual. Ele trabalha com todos os envolvidos e está ligado a todos os etapas da produção desde a pré-produção (como arrecadação de fundos) até a fase de pós-produção (como divulgação do material).

Na televisão o produtor também divulga o piloto já produzido para as emissoras, também podendo estar envolvido na criação do programa (roteiro, elenco, etc).

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

As pequenas emissoras normalmente possuem menos dinheiro, fazendo com que o produtor faça mais trabalhos na área, ele exerce mais funções.

As grandes emissoras possuem equipes maiores deixando que o produtor delegue funções, focando-se em sua tarefa específica.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

*Para mim, um produtor de programas de entretenimen-
to na televisão deve ajudar de conseguir ~~investidores~~ ^{patrocinadores}
para o programa, se for o caso, ir atrás de fornece-
dores, avaliar os gastos envolvidos, garantir o andamento
do programa.*

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

*Acho que em afiliadas o produtor deve executar
mais funções por se tratar de uma rede menor
e com menos recursos. Imagino que haja menos
produtores e que estes devam ser menos específicos.*

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

**- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?**

O PRODUTOR É O RESPONSÁVEL PELA ORGANIZA-
ÇÃO DO PROGRAMA. É ELE QUEI VAI ATRAS DOS
CONVIDADOS EM UM PROGRAMA DE ENTREVISTAS POR
EXEMPLO. ACREDITO QUE TUDO NO QUE DIZ RESPEITO
A PRODUÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE UM PROGRAMA SEJA
DE RESPONSABILIDADE DO PRODUTOR.

**- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?**

ACREDITO QUE EM EMISSORAS MENORES OU AFILIADAS,
A DEMANDA DE TRABALHO TAMBÉM É MENOR, E
POR ISSO ACHO QUE O PRODUTOR ACABE REALIZANDO
OUTRAS TAREFAS TAMBÉM.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE **ACHAM** MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O produtor é quem pode intermediar as outras funções. Ele serve de link, por exemplo, entre o diretor e o cenógrafo. O produtor trabalha nos três estágios do programa (pré, produção e pós) realizando desde funções financeiras (gastos, pagamentos) até funções que não são especificamente suas (auxílio no figurino, cenários, iluminação). Na verdade tem-se a ideia de que o produtor faz "tudo" e é o que acaba acontecendo.

. NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

Os produtores têm as mesmas funções, entretanto em uma escala menor e talvez com mais superiores e menos subordinados.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

**- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?**

PARA MIM, UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO É
RESPONSÁVEL POR VÁRIAS FUNÇÕES, DENTRE ELAS ORGANIZAR UM CRONOGRAMA,
COORDENAR EQUIPES PARA A REALIZAÇÃO DE QUADROS OU ATRAÇÕES
E SE RESPONSABILIZAR PELO ANDAMENTO DO MESMO, ANTES
DO CORTE FINAL OU DO PROGRAMA IR AO AR. HÁ VÁRIAS OUTRAS
FUNÇÕES, MAS PARA MIM ESSAS SÃO AS MAIS BÁSICAS.

**- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?**

TALVEZ ELE TENHA, MAS EM FILIAIS MENORES O PRODUTOR É
RESPONSÁVEL EM ORGANIZAR ATRAÇÕES DIRECIONADAS À AUDIÊNCIA
DAQUELA REGIÃO ESPECÍFICA. OU NÃO, ESTOU DEDUZINDO.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP -
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O produtor, na minha opinião, é responsável pelas
atuações do programa. É ele quem traz uma banda
ou artista para o programa² etc.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

As funções do produtor são as mesmas em pequenas
ou grandes emissoras.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

**- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?**

O produtor participa essencialmente da fase de pré-produção e gravação. Suas responsabilidades envolve disponibilizar todos os recursos necessários para o programa, principalmente recorrendo aos recursos mais viáveis. Desfruta da orientação da direção e até mesmo criação do programa e dispõem-se a adquirir desde materiais que ~~figuram~~^{constituam} cenário, figurino, contato com profissionais, locações, aluguel de equipamentos, até os próprios atores.

**- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?**

A função dos produtores é essencialmente a mesma. O que modifica é a demanda de trabalho. As grandes emissoras responsáveis por produções maiores e com mais recursos possuem mais profissionais, portanto a tarefa do produtor é dividida e torna-se mais específica para cada profissional.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE
ACHAM MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE
ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM
PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O PRODUTOR TEM A FUNÇÃO DE ORGANIZAR O PROGRAMA, PESQUISAR
E SABER DO QUE O PROGRAMA PRECISA, E ASSIM CONSEGUIR
ESSAS COISAS PARA QUE O PROGRAMA POSSA ACONTECER. O
PRODUTOR TAMBÉM TEM A FUNÇÃO DE DIVULGAR O PROGRA-
MA E DE CONSEGUIR PATROCÍNIOS.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX:
TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O
QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS
MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES TANTO NAS GRANDES
QUANTO NAS PEQUENAS EMISSORAS, MAS EM PROPORÇÕES DIFE-
RENTES. NAS GRANDES EMISSORAS ELE ORGANIZA O PROGRAMA, E NAS
PEQUENAS ELE ALÉM DE ORGANIZAR, TAMBÉM PRECISA DIVUL-
GAR O PROGRAMA E DIVULGÁ-LO.

**ENTREVISTA: DISCENTES DO PRIMEIRO ANO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM RADIALISMO/ UNESP –
BAURU, 2009.**

RESPONDAM A REAL OPINIÃO DE VOCÊS, É PRA ESCREVER O QUE **ACHAM** MESMO...

- PRA VOCÊ, O QUE FAZ UM PRODUTOR DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO NA TELEVISÃO? QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM PRODUTOR NESSE TIPO DE PROGRAMA?

O produtor coordena as etapas ~~iniciais~~ inicial e "de gravação" em si de um programa de TV, sendo responsável pela ideia central e a temática a ser desenvolvida.

- NO CASO DE PEQUENAS EMISSORAS OU AFILIADAS DE REDE (EX: TV TEM / REDE GLOBO) O PRODUTOR TEM AS MESMAS FUNÇÕES? O QUE SE APLICA ÀS GRANDES EMISSORAS TAMBÉM SE APLICA ÀS MENORES? SE NÃO, QUAIS AS MUDANÇAS?

~~tem diferenças, pois~~
Em partes sim, sendo que a grande diferença é a "submissão" do produtor às regras das redes principais, ou seja, a metodologia de trabalho depende de uma metodologia mais geral, diminuindo sua autonomia.

DOC.002 – ENTREVISTA COM A PRODUTORA DO PROGRAMA “HOJE EM DIA”

Nome da Produtora: Luciane

- QUANTOS PRODUTORES O “HOJE EM DIA” TEM (INCLUINDO ASSISTENTES DE PRODUÇÃO)? QUAL É A “DIVISÃO DAS FUNÇÕES” ENTRE ELES? QUEM É RESPONSÁVEL PELO QUE? (exemplo: um é responsável por pautas, outro por contatos, outro por acompanhar gravações... enfim.... todos os produtores e “divisões de tarefas”).

São 65 produtores, no Rio de Janeiro e em São Paulo. Todos eles têm agenda (contatos). No tocante, a divisão de tarefas, temos a Direção Geral (1), Assistente de Direção (2), Direção de Externa (1), Coordenação de Produção (3), Pauta (5), Produção (30), Produção de Externa (5), Produção de Set (3), Redatores/ Roteiristas (2), Assistentes de Produção (10)

- SEGUINDO O “ROTEIRO” A SEGUIR, QUAIS ETAPAS SÃO DE RESPONSABILIDADE DOS PRODUTORES? AS QUE NÃO FOREM, SÃO RESPONSABILIDADE DE QUEM?

SUGESTÃO DE PAUTA – Produtores, apresentadores, todo mundo...

APROVAÇÃO DA PAUTA – direção geral do programa, coordenação de produção

ESCOLHA DE PERSONAGENS – Pauteiros

CONTATOS – Produção

ROTEIRO DE CAPTAÇÃO – Produtores de Externa

ACOMPANHAMENTO DA GRAVAÇÃO – Produtores de Set, direção geral, produtores de externa

DIREÇÃO DA GRAVAÇÃO – Produtores de externa

DECUPAGEM DO MATERIAL – Roteiristas e produtores de externa, assistentes de produção

ROTEIRO PARA EDIÇÃO – Roteirista, direção geral

MONTAGEM DO ESQUELETO DO VT PARA EDIÇÃO – Roteiristas

PROVIDENCIAR IMAGENS PARA COBRIR O VT, CASO AS IMAGENS CAPTADAS NÃO FOREM SUFICIENTES – Produtores de VT

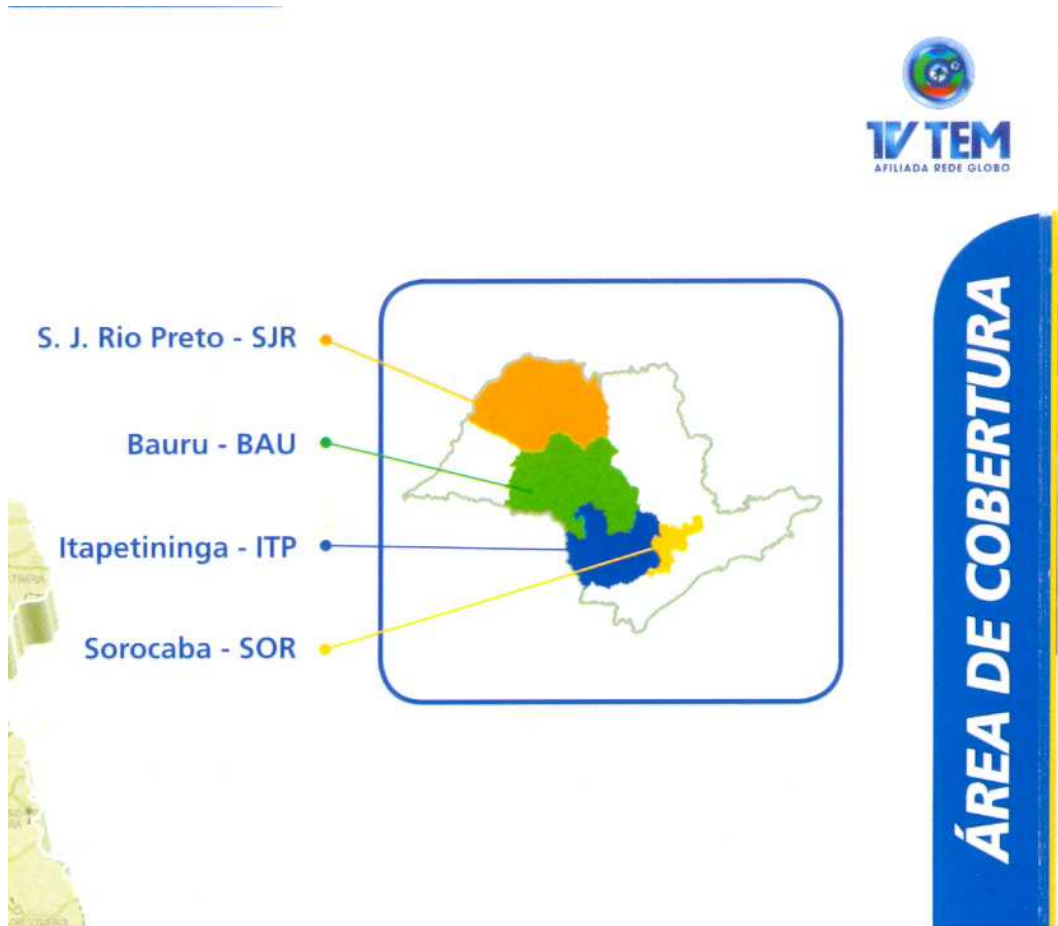
REVER O MATERIAL JÁ EDITADO ANTES DE MANDAR PARA APROVAÇÃO – Coordenação de produção

APROVAÇÃO – direção geral

ESCREVER AS CABEÇAS PARA O APRESENTADOR “CHAMAR” O VT – Roteiristas e redatores

VERIFICAR TODOS OS CRÉDITOS A SEREM INSERIDOS NO VT PARA ENVIÁ-LOS À EQUIPE DE FINALIZAÇÃO – Roteiristas e redatores.

DOC.003 - MAPA DA ÁREA DE COBERTURA DA TV TEM



DOC.004 – TEXTO POSTADO NO BOLG “JOGO DE CINTURA”

Sent: Thursday, June 25, 2009 5:46 PM

Subject: Re: TEXTO PARA O BLOG - CORRIGIDO - OK DENISE

“NATURALMENTE” BONITA... TODOS OS DIAS!

Você também é dessas mulheres que não sai de casa sem maquiagem? Eu tenho que admitir que sou!!! Muita gente fala que é um exagero usar maquiagem todos os dias, que é desnecessário... Mas eu não ligo para essas coisas. Cada mulher sabe como se sentir mais bonita, não é verdade?

Usar maquiagem muito “pesada” e colorida durante o dia pode, realmente, ficar exagerado. Mas se a maquiagem for “natural”, muita gente nem percebe que você está maquiada, e esse é o grande truque!

Antes de tudo, é preciso cuidar muito da pele, pois não há pele que resista a tanta maquiagem. Antes de começar o “processo”, lave bem o rosto, use um tonificante e passe um hidratante PRÓPRIO PARA ROSTO (isso é muito importante, porque esses hidratantes são menos oleosos e não dão espinhas). Procure um hidratante que já tenha protetor solar ou use, depois do hidratante, um protetor de sua preferência (também próprio para rosto, pelo mesmo motivo do hidratante).

Pele preparada? Mãos a obra! Use um corretivo para esconder as manchas, imperfeições e olheiras (vale lembrar que o resultado fica mais natural se você usar um corretivo com “um tom abaixo” do tom da sua pele). Feito isso, passe pó do tom da sua pele por TODO o rosto (assim ele fica uniforme). Se notar que o rosto ficou com a cor diferente do pescoço, pode passar um pouco de pó no pescoço também. Mas ATENÇÃO: Cuidado para não exagerar! A camada de pó, tanto no rosto quanto no pescoço, deve ser bem fina, quase imperceptível, é isso que dá a naturalidade da maquiagem.

Agora finalize com máscara de cílios, lápis (marrom é mais discreto e natural) e gloss. Se sentir necessidade, passe um pouco de blush, mas POUCO, hein? E dê preferência a tons mais “naturais”, os mais próximos do tom da sua pele.

Não se esqueça de retirar TODA a maquiagem antes de dormir!!!!

Depois de alguns anos me maquiando diariamente, aprendi alguns truques e até “descobri” uma ótima técnica para retirar a maquiagem, o que é fundamental!

Sabe como retirar a MÁSCARA A PROVA D'ÁGUA? Seus problemas acabaram!! É muito simples: é só você usar óleo de amêndoas (aquele para bebês mesmo). Coloque o óleo em uma haste flexível e passe diretamente nos cílios, sai tudo como num passe de mágica! ATENÇÃO: não use o óleo em algodão e não passe nos olhos!

Quando você retirar toda a máscara, suas pálpebras ficarão oleosas; aí é só lavar bem o rosto, usar o adstringente e hidratar... Prontinho! Está pronta para dormir e repetir todo o “ritual” amanhã.

Espero ter ajudado. Quem tiver algum truque, escreva pra gente. Vamos compartilhar!

Beijos

Juliana Mota – estagiária Bauru

DOC.005 – ESCALA SEMANAL DO NÚCLEO DE PRODUÇÃO

	ESCALA SOROCABA - 05 a 11/10					
	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁB/DOM
GISELY	CAPTA PRÉ- PRODUÇÃO SÃO ROQUE	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO + NEWS CUTTER	GRAVA VT SÃO ROQUE	PRODUÇÃO	
LU PIRES	ROTEIRO ITAÍ + ESQUELETA VT CIDADE	FINALIZA ROTEIRO ITAÍ	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO + NEWS CUTTER	PRODUÇÃO	
FELA	ASSISTE VTS + REVISA ESPELHOS	REVISA ROTEIRO ITAÍ	ESCREVE INTEIRADO	GRAVA INTEIRADO EM ESTÚDIO + VIAJA PARA ITAÍ	GRAVA CABEÇAS ITAÍ	
PAULA			ESQUELETA VT		GRAVA VT SÃO ROQUE	
LUIZ	EDITA VT FOTOCÓPIAS	TERMINA FOTOCÓPIAS + COMEÇA VT BAILARINA PROFESSORA	TERMINA BAILARINA+ COMEÇA PINBALL	TERMINA PINBALL+ COMEÇA NA TRILHA	TERMINA NA TRILHA+ COMEÇA VT A DEFINIR	
TADASHI	FECHA PGM	FECHA PGM	FECHA PGM	FECHA PGM	FECHA PGM	
RENATINHO	ESTÚDIO JC ENTRA 14H	SB - VT ANIMAIS COM LU MARTINS - DEF HORÁRIO	PP - PGM EM ESTÚDIO ENTRA 14H	PP - VT A DEFINIR COM MARCOS PAIVA	RS - VT SÃO ROQUE COM PAULA DEF HORÁRIO	
MOISÉS	SB -PERSONAGEM DE PESO ACADEMIA COM LU MARTINS ENTRA 7H30	PP - VT FOFOCA VIZINHA ENTRA 8H30	SB - VT BOXE COM LU MARTINS ENTRA 13H	JC - QM SOROCABA COM SIMONE DEF HORÁRIO	SB - CABEÇAS PGM COM ROSE E LU ENTRA 9H30	

GUERRA	RS - PRÉ-PRODUÇÃO SÃO ROQUE COM GI ENTRA 8H	JC - IMAGENS QM + FALA POVO COM ANA ENTRA 9H30	JC - VT/INSÔNIA - RENATA GOLOMBIESKI - ENTRA 16H	RS - INTEIRADO EM ESTÚDIO + VIAJA PARA ITAÍ COM FELA ENTRA 13H	RS - CABEÇAS COM FELA EM ITAÍ	
FERNANDO	PP - SONORA ADVOGADO COM CIÇA + JC GRAVA DICAS COM MARLI ENTRA 8H	SB - ALIMENTAÇÃO TERCEIRA IDADE COM ROSE ENTRA 12H30	JC - GRAVA MÃE CANGURU DEF HORÁRIO	JC - IMAGENS INSÔNIA DA RENATA + RS - VT SÃO ROQUE COM GI ENTRA 5H	PP - VT A DEFINIR COM MARCOS PAIVA	
MARLI	GRAVA DICAS	PRODUZ MÃE CANGURU + ESQUELETA ÁGUA	REUNIÃO + GRAVA MÃE CANGURU+ REUNIÃO	EDITA EXPÔ LACROIX+ PRODUÇÃO	PRODUZ VT PAI DESEJO	
SIMONE	GRAVA PGM EM ESTÚDIO+ESCREVE BOLG	BLOG+ PRODUÇÃO QM	BLOG+ PRODUÇÃO QM+REUNIÃO	BLOG+GRAVA QM SOROCABA	BLOG+REVÊ TEXTOS	
ANA GUEIROS	REVISA VTS + GRAVAÇÃO ESTÚDIO	EXTERNA IMAGENS QM + FALA POVO	REUNIÃO + EDIÇÃO QM	REVISA TEXTOS BLOG	PRODUÇÃO	
RENATA			GRAVA VT INSÔNIA - ENTRA 16H			
RENATO	FINALIZA PGM	FINALIZA PGM	FINALIZA PGM	FINALIZA PGM	FINALIZA PGM	
FER	FINALIZA VT ESTÉTICA+CORTA FALA POVO	EDITA CONOMIA ÁGUA COM MARLI	EDITA QM MARIA DO CARMO	EDITA EXPÔ LACROIX	FINALIZA QM	
FABI	CHAMADAS	CHAMADAS + CONCURSO REDAÇÃO	DEFINIMOS	CHAMADAS+ DICAS	CHAMADAS+ DICAS	
LEANDRO	CHAMADAS	CHAMADAS + CONCURSO REDAÇÃO	DEFINIMOS	CHAMADAS+ DICAS	CHAMADAS+ DICAS	

DÉBORA	ESCREVE ROTEIRO FOFOCA	FINALIZA ROTEIRO	GRAVA PGM EM ESTÚDIO	FINALIZA PGM FOFOCA	FINALIZA PGM FOFOCA	
CARLA	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	
MARCOS	PRODUÇÃO	GRAVA VT FOFOCA VIZINHA	GRAVA PGM EM ESTÚDIO	GRAVA VT A DEFINIR	GRAVA VT A DEFINIR	
CIÇA	ESQUELETA VT FOFOCA CABELEREIRO COM JOHN	ESQUELETA VT GAIARSA+ FOFOCA VIZINHA - NEWS CUTTER	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	
MARCELO	FAZ ARQUIVO FANFARRA E INVENTORES - PORTAL	FINALIZA FOFOCA HOMEM x MULHER	FINALIZA VT ABERTURA E SEPARA IMAGENS PARA TELÃO	FINALIZA PGM FOFOCA	FINALIZA PGM FOFOCA	
JOHN	ESQUELETA VT FOFOCA COM CIÇA	FINALIZA FOFOCA CABELEREIRO	FINALIZA VT GAIARSA + PÍLULAS	FINALIZA VT VIZINHA	FAZ ARQUIVO E PORTAL FOFOCA	
VANESSA	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	
GUILHERME	TP JC	PRODUÇÃO	TP PP	GRAVAÇÃO INTEIRADO	PRODUÇÃO	
KLEBER						
MACHADO	FINALIZA PESO CARDIOLOGISTA	EQUOTERAPIA	TERMINA EQUOTERAPIA	PESO - INVASÃO DE CASA	TERMINA INVASÃO CASA	

GIBA	EDITA VT CERVEJA	FINALIZA VT CERVEJA	FECHAMENTO PGM	FINALIZA PGM	FAZ ALTERAÇÕES PGM	
LU MARTINS	GRAVA PERSONAGEM DE PESO ACADEMIA	GRAVA VT SB ANIMAIS	GRAVA VT BOXE	PRODUÇÃO	GRAVA CABEÇAS PGM	
ROSE	PRODUÇÃO	GRAVA ALIMENTAÇÃO TERCEIRA IDADE	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	GRAVA CABEÇAS PGM	
NEWS/14H	RS - VT/CIDADE - LU PIRES	PP - VT GAIARSA+ FOFOCA VIZINHA - CIÇA	RS - GISELY E PAULA	RS - LU PIRES	PP - CIÇA	
LILI	MARCOS GRAVA 1 VTS - FIG ATÉ 18H+ LU GRAVA 1 VT - FIG ATÉ 7H+LU MARTINS GRAVA 1 VT FIG ATÉ 18H	DÉBORA E MARCOS GRAVAM PGM EM ESTÚDIO - FIG ATÉ 18H+RENATA GRAVA 1 VT - FIG ATÉ 18H	MARCÃO GRAVA 1 VT - FIG ATÉ 18H+LU MARTINS GRAVA 1 VT FIG ATÉ 12H+SIMONE GRAVA 1 QM - FIG ATÉ 18H	FELA GRAVA 1 INTEIRADO EM ESTÚDIO + 1 PGM - CABEÇAS - FIG ATÉ 12H+PAULA GRAVA 1 VT EM SÃO ROQUE - FIG ATÉ 18H+MARCÃO GRAVA 1 VT - FIG ATÉ 18H+LU GRAVA CABEÇAS FIG ATÉ 18H	LU GRAVA CABEÇAS DE 1 PGM - FIG ATÉ 8H30	
	ESCALA BAURU					
RODRIGO	DECUPA FILME ASSIS / RS HOME OFFICE - 15hs	PRODUÇÃO AVIÕES DE PAPEL / ROTEIRO FILME ASSIS	PRODUÇÃO CIDADES / RAIMUNDOS	CAPTA RS AVIÕES PAPEL	PRÉ PRODUÇÃO CIDADES / CAPTA RAIMUNDOS (BY)	
IVAN	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	ESQ POS VENDA FESTA DO OVO	PRODUÇÃO	ACOMPANHA EDIÇÃO POS VENDA	

JOEL	ESQ CULINÁRIA	CAPTA QM IPRESPA	PRODUÇÃO QM IPRESPA	DECUPA ALMIR SATER / PRODUÇÃO CULINÁRIA	PRODUÇÃO	
RAUL	REFEIÇÃO JC / PR TURISMO	JC CULINÁRIA	RS FILME ASSIS	SB AR COND	PÓS VENDA FESTA DO OVO	
PELÉ	RS HOME OFFICE - 15hs	CAPTA QM IPRESPA - 9hs	CAPTA FITBALL - RIO PRETO - 10hs	CAPTA RS AVIÕES PAPEL - 9hs	PRÉ PRODUÇÃO CIDADES / CAPTA RAIMUNDOS (BY)	
MICHELE	ESQ AR	PRODUÇÃO	CAPTA FITBALL - RIO PRETO	ACOMPANHA EDIÇÃO	DECUPA FITBALL	
JULIANA	CIDADES	BODY SYSTEM	QM / ESQ POS VENDA FESTA DO OVO	REVISTA	X	
RENATO						

	ESCALA RIO PRETO					
	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁB/DOM
KELLY	PRODUÇÃO VT PAISAGISMO	SEGUNDA PARTE GINECOLOGISTA E PRIMEIRA PARTE PAISAGISMO	SEGUNDA PARTE PAISAGISMO	ESQUELETO VT GINECOLOGISTA	ESQUELETO VT SOBREPESO	
BRANQUINHO	VT FOFOCA E FALA POVO FOFOCA ENTRA 9H00	SEGUNDA PARTE GINECOLOGISTA E PRIMEIRA PARTE PAISAGISMO ENTRA 7H00	MANHÃ PRODUÇÃO COSMORAMA E TARDE SEGUNDA PARTE PAISAGISMO ENTRA 8H00	VT FÃ CLUBE ENTRA 9H00	VT DE PONTA A PONTA A DEFINIR	

BETO	VT FOFOCA E FALA POVO FOFOCA	PRODUÇÃO VT DE PONTA A PONTA	PRODUÇÃO VT DE PONTA A PONTA	PRODUÇÃO VT DE PONTA A PONTA	VT DE PONTA A PONTA A DEFINIR	
ERON	EDIÇÃO DE PONTA A PONTA (14H ÀS 21H)	EDIÇÃO REVISTA (14H ÀS 21H)	EDIÇÃO REVISTA (14H ÀS 21H)	EDIÇÃO JOGO DE CINTURA (9H ÀS 16H)	EDIÇÃO JOGO DE CINTURA (9H ÀS 16H)	
MALU	DECUPA CABEÇAS E ESQUELETO VT REVISTA	PRODUÇÃO VT FÃ CLUBE	VIAGEM E PRODUÇÃO CABEÇAS REVISTA (COSMORAMA)	VT FÃ CLUBE	PRODUÇÃO VT A DEFINIR REUNIÃO DE PAUTA	
ANDRESSA	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO	
ANDREA						

DOC.006 – ENTREVISTA COM A COORDENADORA DO NÚCLEO DE PRODUÇÃO DA TV TEM, MARINA CRESPI.

- O NÚCLEO DE PRODUÇÃO É RESPONSÁVEL POR QUAIS PROGRAMAS TRANSMITIDOS PELA TV TEM? ALÉM DOS PROGRAMAS, O NÚCLEO TAMBÉM TEM MAIS ALGUMA FUNÇÃO (CHAMADAS, PROMOCIONAIS, ETC)?

O NÚCLEO DE PRODUÇÃO É RESPONSÁVEL POR QUATRO PROGRAMAS SEMANAIS: REVISTA DE SÁBADO, JOGO DE CINTURA, DE PONTA A PONTA E SUPERBEM. ALÉM DISSO, TAMBÉM PRODUZ TODOS OS PROMOS E INSTITUCIONAIS DA TV TEM.

- EXISTE UMA EQUIPE PARA CRIAR OS NOVOS PROGRAMAS? COMO É ESSA CRIAÇÃO (DESDE COMO VAI SER, NOME, VINHETAS, QUADROS, HORÁRIO...)? EXISTE ALGUMA RELAÇÃO OU “NEGOCIAÇÃO” COM A REDE?

TODOS OS PROGRAMAS CRIADOS PELA TV TEM, PRECISAM PASSAR PELA APROVAÇÃO DA REDE, TAMBÉM É ELA QUE DISPONIBILIZA O QUE CHAMAMOS DE HORÁRIOS LOCAIS, OU SEJA, OS ESPAÇOS RESERVADOS PARA A PRODUÇÃO DAS AFILIADAS. A EQUIPE FORMADA PELA DIRETORIA DA TV TEM, E TAMBÉM PELO NÚCLEO, É A RESPONSÁVEL PELA CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DOS NOVOS PRODUTOS.

- COMO É DIVIDIDA A PRODUÇÃO DOS PROGRAMAS NAS PRAÇAS (NÚMERO DE PRODUTORES EM CADA PRAÇA)? TEM UM COORDENADOR RESPONSÁVEL POR CADA PROGRAMA?

CADA PROGRAMA TEM UM COORDENADOR, E O NÚMERO DE PRODUTORES VARIA COM O TEMPO DE PRODUÇÃO DE CADA UM DELES. TEMOS EQUIPES EM TRÊS EMISSORAS: BAURU, RIO PRETO E SOROCABA, QUE TAMBÉM É RESPONSÁVEL PELA COBERTURA DA REGIÃO DE ITAPETININGA.

- UM PROGRAMA É COMPOSTO PRINCIPALMENTE POR CABEÇAS E VTS, CERTO? OS VTS E CABEÇAS PRODUZIDOS PELOS PRODUTORES PASSAM POR SUA APROVAÇÃO OU SÓ PELA APROVAÇÃO DO COORDENADOR DO PROGRAMA?

TODOS OS PROGRAMAS PASSAM PELA APROVAÇÃO DO COORDENADOR, E POSTERIORMENTE, PELA GERENTE DO NÚCLEO DE PRODUÇÃO.

PROCURAMOS INOVAR A CADA EXIBIÇÃO, PORTANTO, NÃO TEMOS UM FORMATO DEFINIDO, UM PADRÃO. O QUE VALE É SURPREENDER E AGRADAR O TELESPECTADOR.

- EM QUE MOMENTO VOCÊ “ENTRA EM CENA”? PARA QUE O PROGRAMA ESTEJA PRONTO PARA IR AO AR, QUAIS ETAPAS VOCÊ ESTÁ PRESENTE OU PELO MENOS DÁ UM “OK”?

SOU A REPONSÁVEL POR TODA A COORDENAÇÃO OPERACIONAL DO NÚCLEO NAS TRÊS EMISSORAS, OU SEJA, ASSIM QUE UM CONTEÚDO É APROVADO PELA GERENTE DO DEPARTAMENTO, TENHO QUE OFERECER ESTRUTURA PARA QUE AS EQUIPES O EXECUTEM DA MELHOR MANEIRA POSSÍVEL.

CUIDO DESDE A ESCALA SEMANAL DOS CINQUENTA FUNCIONÁRIOS, ATÉ O PRAZO DE ENTREGA DOS PROGRAMAS, PROMOS E INSTITUCIONAIS. FUNÇÃO COMPATÍVEL COM A DO CHEFE DE REDAÇÃO NO JORNALISMO.

- QUEM DECIDE QUAIS VTS VÃO ENTRAR EM QUAL PROGRAMA?

CADA PROGRAMA FAZ UMA REUNIÃO SEMANAL DE PAUTA E JUNTOS DECIDEM OS VTS QUE SERÃO PRODUZIDOS, SEMPRE COM O MEU ACOMPANHAMENTO, E TAMBÉM O DA GERENTE DO DEPARTAMENTO.

- QUEM MONTA O ESQUELETO DOS PROGRAMAS?

CADA PROGRAMA TEM UM EDITOR DE IMAGENS PARA AS MATÉRIAS, E UM FINALIZADOR, É ELE QUEM MONTA O PROGRAMA.

- É VOCÊ QUE DIRIGE A GRAVAÇÃO DAS CABEÇAS FEITAS NO ESTÚDIO? SE NÃO, QUEM É?

APENAS O JOGO DE CINTURA E O DE PONTA A PONTA SÃO GRAVADOS NO ESTÚDIO.

O JOGO É DIRIGIDO PELA COORDENADORA DO PROGRAMA, O DE PONTA A PONTA, POR MIM OU PELA GERENTE DO NÚCLEO, JÁ QUE A COORDENADORA, NESSE CASO, TAMBÉM É A APRESENTADORA

- QUANDO UM PROGRAMA É FINALIZADO, É VOCÊ QUE APROVA PARA QUE VÁ AO AR? VOCÊ DECIDE MUDANÇAS A SEREM FEITAS? OU OUTRA PESSOA?

CADA PROGRAMA PASSA PELA APROVAÇÃO DO SEU COORDENADOR, E EM SEGUIDA, É ASSISTIDO PELA GERENTE DO DEPARTAMENTO OU POR MIM.

SE JULGARMOS QUE HÁ NECESIDADE DE ALGUMA MUDANÇA, ELA É FEITA.

- SENDO A PRODUÇÃO “ESPALHADA” EM DIFERENTES CIDADES, COMO É FEITA A COMUNICAÇÃO ENTRE VOCÊS E COMO SÃO FEITAS AS REUNIÕES GERAIS DOS PROGRAMAS?

ALÉM DAS REUNIÕES SEMANAIS DE PAUTA, TAMBÉM NOS COMUNICAMOS O TEMPO TODO POR TELFONE, E-MAIL E MSN.

- EM ALGUMA SITUAÇÃO O NÚCLEO DE PRODUÇÃO TRABALHA JUNTO COM O DEPARTAMENTO COMERCIAL? SE SIM, QUAIS SITUAÇÕES? COMO OCORRE A PARCERIA?

O NÚCLEO TRABALHA DIRETAMENTE COM O MARKETING, E NÃO COM O COMERCIAL.

PRODUZIMOS TODOS OS PROMOS DOS EVENTOS DA TV TEM DURANTE O ANO INTEIRO.

A DURAÇÃO DE CADA UM DELES E AS DATAS DE ENTREGA, SÃO SOLICITADAS PELO MARKETING.

O CONTEÚDO E EXECUÇÃO SÃO DE RESPONSABILIDADE DO NÚCLEO DE PRODUÇÃO.

- O QUE VOCÊ CONSIDERA SER A PARTE MAIS DIFÍCIL DO SEU TRABALHO?

NÃO CONSIDERO NENHUMA PARTE DO MEU TRABALHO DIFÍCIL, ELE É UM DESAFIO DIÁRIO EM BUSCA DO MELHOR, SEJA PARA OS PROGRAMAS, PROMOS OU INSTITUCIONAIS.

PENSAMOS DIARIAMENTE EM INOVAR O FORMATO E A LINGUAGEM DOS PRODUTOS, E DESTA FORMA, TRAZERMOS PARA OS NOSSOS OITO MILHÕES DE TELESPECTADORES O MELHOR DA PROGRAMAÇÃO.

PARA ISSO, É NECESSÁRIO QUE A EQUIPE ESTEJA MOTIVADA E TRABALHANDO COM CRIATIVIDADE.

ASSIM, A ROTINA SE TORNA MAIS PRODUTIVA E PRAZEROSA, E O PRODUTO CADA VEZ MELHOR.

DOC.007 – SUGESTÃO DE PAUTA: “CONSÓRCIO DE CIRURGIA PLÁSTICA”

SOU VENDEDORA DE CONSORCIO DE CIRURGIA PLASTICA ENTRE EM
CONTATO AGORA MESMO lucineiakitada@hotmail.com ou 019 97460707

Embracon é a primeira administradora a lançar em São Paulo este tipo de serviço.

o Conselho Federal de Medicina (CFM) não permite o negócio. O CFM acha que a medida transforma o trabalho médico num mero comércio.

Essa história ainda vai dar muita discussão, até porque o número de cirurgias plásticas já vinha aumentando bastante desde que os médicos começaram a parcelar o pagamento. As empresas de consórcio já estavam se preparando para entrar nesse mercado milionário. No ano passado, foram feitas 1,2 mil plásticas por dia no Brasil.

Aos 21 anos, a estudante Thaís Zenezini se recupera da segunda cirurgia plástica. “Meu sonho é ser dançarina. Por isso, eu invisto bastante na beleza e no meu corpo”, comentou.

Para fazer lipoaspiração e colocar silicone nos seios, a estudante gastou R\$ 8 mil, que foram parcelados. “Só faltam três parcelas de R\$ 750”, disse Thaís Zenezini.

A manicure Márcia Oliveira também parcelou o valor da cirurgia plástica que fez no nariz. Ela achou que fez um bom negócio. “Quando é algo para você se sentir melhor, tudo vale à pena”, acredita.

Como Márcia e Tais, jovens insatisfeitas com detalhes do corpo, não são alvo só das clínicas de cirurgia plástica. São clientes potenciais também para as administradoras de consorcio. No início do mês, o Banco Central regulamentou a lei que permite a venda de consórcios de serviços. Agora, as administradoras estudam como entrar no mercado milionário de cirurgias plásticas.

O consumidor que pensa em utilizar essa forma de pagamento deve tomar cuidado. A Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica não quer a entrada dos consórcios, porque teme que as administradoras passem a indicar médicos para os clientes, mas não vê problema no sistema atual: a cobrança de juros feita pelas clínicas.

“A forma de pagamento que o médico faz diretamente com paciente é uma relação direta. O médico pode parcelar da forma como ele achar mais adequado. Ninguém estabeleceu critérios para cobrar juros ou não. A forma de cobrar honorário é uma disposição direta entre paciente e médico”, disse José Yoshikazu Tariki, presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica.

Uma resolução do Conselho Federal de Medicina (CFM) proibiu a participação de intermediários na relação entre médico e paciente. Os médicos podem até perder o diploma se aceitarem as cartas de crédito.

“Nessa resolução proíbe qualquer vínculo do médico com empresas que financiam ou tenham consórcio. Acho que o mais importante é respeitar a resolução do Conselho Federal de Medicina: que a medicina não deve ser usada como comércio. O paciente tem de ter liberdade de escolher o médico sem ter vínculo com a empresa. Isso é fundamental”, afirmou José Yoshikazu Tariki, presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica.

Os consórcios dizem que não vão indicar os médicos. “Nossa associação concorda que não deve haver um vínculo da administradora com o profissional prestador de serviço”, disse o presidente da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (Abac-SP), Luiz Fernando Savian.

Esses consórcios apostam na economia como forma de atrair os clientes. Uma cirurgia como a da manicure Márcia Oliveira, por exemplo, à vista sairia por R\$ 4 mil. A clínica parcelou em 24 vezes de R\$ 210. O valor final foi de R\$ 5.040. Se Márcia tivesse feito pelo consórcio, as prestações seriam menores: R\$ 183. O custo total seria de R\$ 4.392, uma diferença de R\$ 608.

O problema é que as administradoras não garantem que a carta de crédito será aceita pelo médico. Será que os consórcios venderão esse serviço sabendo que o CFM proíbe o médico de aceitar a carta de crédito?

“Nenhuma administradora de consórcio vai vender um serviço especificamente. Nós vamos vender um crédito com opção para serviço. O consumidor deverá, por meio dos órgãos de proteção ao consumidor, encontrar um caminho em que ele possa fazer valer os direitos dele”, acrescentou o presidente da Abac-SP, Luiz Fernando Savian.

Alheia a essa briga, Márcia Oliveira faz planos. Ela já pensa na próxima cirurgia. “Na clínica que eu fiz, se você faz a segunda cirurgia tem desconto”, comentou a manicure.

Fábio Zerfan Nahas, professor de cirurgia plástica da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), faz um alerta: cirurgias plásticas envolvem riscos.

“Essa história de fazer lipoaspiração e ir para o shopping não deve ser seguida. Nós temos de tomar alguns cuidados quando indicamos uma cirurgia. Nós temos de pedir uma série de exames para esses pacientes e colocar esses pacientes em hospitais com condições de nos dar uma retaguarda caso haja necessidade”, explicou o professor Fábio Zerfan Nahas.

A lei que permite novas formas de consórcio entrou em vigor no dia 6 de fevereiro, mas os detalhes de como devem ser feitos os contratos ainda estão sendo redigidos e só devem ficar prontos nas próximas semanas.

Veja mais notícias sobre: [Plástica](#)

Fonte: Bom Dia Brasil (g1.com.br/bomdiabrasil)

Cirurgia Plástica – Paciente deve ser livre para escolher cirurgião – 23/3/2009 10:43:34

Quem deposita nos consórcios a única esperança de acertar o nariz, tirar a gordura extra ou esticar a pele encontra nos empresários do setor os grandes defensores da ulle. Eles garantem que a alternativa não trará riscos aos pacientes.

O presidente regional da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (**Abac**), Marco Aurélio uller, acredita que os consórcios vão democratizar o acesso às cirurgias plásticas nos mesmos moldes que ajudaram muita gente a ter o primeiro carro ou a primeira casa e rebate as críticas dos especialistas receosos com a nova forma de pagamento. Ele assegura que as administradoras não vão limitar as alternativas de médicos para os clientes. Segundo ele, o dinheiro poderá ser usado para realizar a operação em qualquer profissional.

- Pode ser até no Pitanguy (Ivo Pitanguy) se a pessoa quiser. Na verdade, ela vai escolher a quantia que precisa, vai entrar no consórcio que mais lhe agrada e, quando for contemplada, vai pegar o dinheiro e ir onde achar melhor – defende.

Para evitar que a inclusão das cirurgias plásticas nos consórcios comprometa a saúde dos brasileiros, a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP) protocolou, em fevereiro, um pedido ao Banco Central (BC) para que sejam feitas garantias e exigências para que as administradoras não limitem o número de profissionais, mas deixem o cliente livre para escolher o médico de sua preferência. O debate, porém, não deve impedir a organização dos consórcios que, apesar de autorizados, devem começar a oferecer a opção a partir do mês que vem, em Porto Alegre.

- Há algumas décadas, quando começaram os planos de saúde, as discussões e controvérsias foram as mesmas. Hoje, a maioria das pessoas tem o seu convênio e se consulta com os médicos de sua escolha – lembra o cirurgião plástico Carlos Uebel.

Enquanto a opção dos consórcios não é lançada, o cirurgião plástico André Hermann, do Hospital Moinhos de Vento, sugere que pessoas sem condições econômicas para custear uma operação estética à vista busquem financiamento no banco ou reserve parte do salário mensalmente. A segunda sugestão foi adotada pela contadora Fernanda Prüfer, 25 anos. Em 2007, ela resolveu fazer uma cirurgia estética para melhorar a autoestima. Como não poderia fazer o procedimento por meio de convênio médico, reservou uma pequena parte do seu salário durante seis meses.

- Era algo que queria muito. Não deixaria a questão financeira me atrapalhar. Então, me planejei, fiz a cirurgia e agora estou feliz com o resultado – comemora

O CONSORCIADO TEM A VANTAGEM DE NÃO PAGAR JUROS COMO EM OUTROS FINANCIAMENTOS

A principal vantagem do consórcio, segundo as administradoras, é a ausência de juros. Em vez de pagar 12% mais TR ao ano em um financiamento habitacional ou 37,56% no financiamento médio de veículos, conforme levantamento do Banco Central, quem optar por um consórcio pagará cerca de 15% de taxa de administração, diluída pelo prazo do consórcio. Não é pouco, mas é viável. "É claro que ele pode poupar, mas um estudo do IBGE mostra que há 21 milhões de contas de poupança inativas. É difícil poupar. O consórcio é uma alternativa a essa dificuldade", diz o diretor comercial da Remaza, Ricardo Jacques.

Nova lei de consórcios aumenta consultas, e setor começa 2009 em alta

Entre janeiro deste ano e o mesmo mês do ano passado, vendas de novas cotas tiveram alta de 4,1%

SÃO PAULO - A nova legislação para o Sistema de Consórcio tem ajudado o setor a apresentar bons resultados nesse início de 2009. Segundo dados da Abac (Associação Brasileira de Administradores de Consórcios), depois de terminar 2008 com alta de 5,4%, o setor manteve crescimento semelhante em janeiro deste ano, chegando a um total de 3,64 milhões de participantes ativos.

"Um dos diferenciais foi a expectativa da entrada em vigor da nova legislação para o Sistema de Consórcios, projetando aumento nos negócios", afirma o presidente da entidade, Rodolfo Montosa, lembrando dos efeitos negativos que a crise econômica teve em diversos setores da economia. "No sentido contrário dessa tendência, os consórcios demonstraram sua importância, crescendo e batendo recordes de participação em vários setores", comemora.

Com isso, as vendas de novas cotas apresentaram alta de 4,1%, de 136 mil em janeiro do ano passado, para 141,7 mil no mesmo mês deste ano. Já as contemplações subiram de 63,8 mil para 75,7 mil, o que representa uma alta de 18,6%, na mesma base de comparação.

Novos participantes

Com mais de 30% nas consultas ao SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) sobre o Consórcio de Serviço, a Abac prevê que a nova legislação traga novos participantes, com o objetivo de utilizar o crédito nas áreas de educação, saúde, turismo e outras.

"A flexibilidade do consorciado contemplado em escolher como utilizará o crédito, permite antecipar uma grande procura pela modalidade. A exemplo de outros setores, o mercado deverá responder positivamente, consultando e aderindo aos novos grupos", diz Montosa.

Lei do Consórcio - Lei Nº11.795, em vigor a partir de 6 de fevereiro de 2009

Fique por dentro das mudanças com Lei dos Consórcios em vigor

Veja abaixo, as principais mudanças para consorciados e administradoras, com a Lei do Consórcio - Lei Nº11.795, em vigor a partir de 6 de fevereiro de 2009

Desistência/inadimplência:

- Antes, quem desistia do consórcio tinha que vender a cota para outro cliente ou esperar o fim do grupo para receber o dinheiro.
- Agora desistentes continuam participando dos sorteios mensais e, quando contemplados, recebem as parcelas pagas com valores corrigidos.

Quitar financiamento:

- Pelo novo sistema, quem tem financiamento bancário poderá quitar o débito com uma carta de crédito, obtida por sorteio ou lance.
- O bem financiado tem que estar no nome do consorciado e o financiamento e o consórcio têm que ser do mesmo tipo de bem.

- Só é permitido se o valor da carta de crédito for suficiente para a quitação total do financiamento; caso não, o consorciado deverá somar os recursos.

Rigor às administradoras:

- Entre as mudanças que geram mais segurança para consorciados, está a separação de recursos e patrimônio da administradora e dos grupos e o estabelecimento de regras para a responsabilização e eventual punição dos administradores.
- O Banco Central poderá suspender a operação e até cassar a autorização de funcionamento de uma administradora em caso de dano ao consumidor.
- A lei também atualiza os valores do capital mínimo exigido das administradoras. Para administradoras de consórcios que atuam nos segmentos de bens móveis, o capital mínimo passa de R\$ 180 mil para R\$ 400 mil. Para as que atuam no segmento de bens imóveis, o capital mínimo sobe de R\$ 470 mil para R\$ 1 milhão.

CUIDADOS E ORIENTAÇÃO

- Antes de entrar para um consórcio, certifique-se no Banco Central de que a empresa escolhida está regularizada. E verifique também nas entidades de defesa do consumidor se há queixas.
- Confira se tudo o que foi prometido consta no contrato. Não considere as promessas verbais, leia atentamente as cláusulas contratuais e peça todos os esclarecimentos que julgar necessários.
- O contrato deve ter entre outros detalhes, a descrição do bem ou do serviço contratado; as regras para o valor do lance; o valor da taxa de administração; a duração do grupo; e o percentual de contribuições mensais.
- Também devem ser informados os tipos de seguro que serão exigidos; as garantias que deverão ser fornecidas quando você for contemplado; e o prazo para a utilização do crédito contemplado.
- Certifique-se, ainda, contratualmente, sobre a possibilidade de optar por um bem diferente do indicado, a forma de antecipação de pagamento das prestações e a previsão de reajuste das prestações pela desvalorização do bem no mercado.
- Informações sobre as administradoras e o sistema de consórcios podem ser obtidas nos sites: www.bc.gov.br e www.abac.org.br

Fonte: Folha de Londrina - Economia/Consumidor - 7 de fevereiro

Plástica a perder de vista Nova lei inclui plástica como produto de consórcio e empresas de Rio Preto já abrem grupos

Ayla Farias

Os consórcios de Rio Preto já estão abrindo grupos para a modalidade prestação de serviços, prevista na nova Lei dos Consórcios, em vigor desde o dia 6.

A cirurgia plástica é a estrela da lei que, ao incluir prestação de serviços, abriu brecha para que procedimentos médicos estéticos e dentários sejam pagos desta forma. Também podem ser feitos grupos para pagamento de cursos, viagens e itens de segurança.

Pela lei, o consorciado adere a um grupo de acordo com o valor desejado e, ao ser sorteado, define em que tipo de serviço será usado.

O consórcio Finama já definiu a tabela e prazos para os grupos. As cartas de crédito variam de R\$ 7.500 a R\$ 15 mil com parcelamentos de 12, 24 ou 36 meses.

A previsão é que os grupos comecem até março. “Já estamos vendendo as cotas e esperando montar os grupos de no mínimo 72 participantes”, diz Tanios Mourad El Khouri, supervisor de vendas da Finama.

O Consórcio Nacional Tarraf também vai lançar em março os planos para grupos na nova modalidade. A empresa também aposta na cirurgia como maior procura. “Estamos estudando o mercado, mas a plástica com certeza será a grande aquisição”, diz Luiz Augusto Scalfi, diretor comercial da Tarraf.

A Rodobens Consórcios também estuda o mercado para criar grupos.

E quem mais comemora a cirurgia plástica por consórcio são as mulheres. As amigas Jaqueline Melhano, 25 e Sara Gois, 28, que já fizeram plástica, se preparam para usar o consórcio nas próximas. “Ainda este ano faço implante de silicone. Já fiz lipo, fiquei satisfeita e, agora, com mais facilidade vou continuar fazendo”, diz.

Sara, que pôs silicone, pretende fazer correção no nariz e lipoaspiração.

'Não é um produto de supermercado'

O cirurgião plástico de Rio Preto Rodrigo Antoniassi considera a lei prejudicial para a medicina estética.

“Não acho benéfica. A facilidade banaliza a cirurgia plástica, que é um procedimento cirúrgico como os outros, com riscos, e não um produto que se compra em supermercado” diz.

O cirurgião diz que não vai aderir a consórcio e acredita que as empresas irão fazer parecerias para indicar e privilegiar médicos.

O Conselho Federal de Medicina e a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica condenam a inclusão da cirurgia nos consórcios por temerem que se torne um comércio, banalize e eleve riscos nas cirurgias

Para receber a visita de um profissional de vendas do Consórcio União, você pode ligar para o telefone (14) 2105-8900 ou entrar no site www.consorciouniao.com.br. Conheça todas as outras vantagens da União pelo site www.meupatrimonio.com.br. A filial Marília fica na Avenida Ipiranga, 207.

Consórcios terão grupos para saúde e construção Clientes já procuram as administradoras locais para cirurgias plásticas

Rosimeire Silva

As administradoras de consórcio de Sorocaba preparam lançamento de novos grupos para financiamento de cirurgia plástica, construção e reforma de imóveis.

O diretor comercial da Sorobens, Marcos Flório, disse que na última semana, com o anúncio da nova lei, dobrou o número de clientes interessados em participar de novos grupos, principalmente para o financiamento de cirurgias plásticas. Ele estima

que os primeiros grupos devem ser iniciados em trinta dias. “Essa expansão de serviços promete movimentar o segmento.”

Wilson Boscoa, da Confia, confirma que a procura maior tem sido para cirurgias plásticas. “Nosso desafio agora é estabelecer as garantias e valores para o lançamento dos pacotes no mercado com segurança”. As cartas de crédito devem ter valor a partir de R\$ 6 mil e pagamento em 36 meses.

Comerciante vai aderir a serviço

A comerciante Grasielle do Carmo Vaz Rosa, 32 anos, recebeu com entusiasmo a notícia de que agora as cirurgias plásticas poderão ser financiadas por meio de consórcios.

Ela disse que há muito tempo gostaria de fazer uma lipoaspiração, mas que não tem condições financeiras para pagar a intervenção e os convênios médicos também não cobrem esse gasto.

“Pelo consórcio é bem mais fácil, pois posso ir pagando aos poucos, sem apertar o orçamento, e quando for sorteada faço a cirurgia, já que não existe tanta pressa.” Grasielle diz que está apenas aguardando o lançamento no mercado para entrar em um dos grupos.

Nova lei dá garantias a consorciados

Além da inclusão de novos serviços, a Lei do Consórcio também traz maior garantia para quem utiliza essa modalidade de crédito para financiamento.

Wilson Boscoa, da Confia, diz que um dos principais benefícios é que agora nos casos de desistência, o consorciado poderá receber o ressarcimento do valor já pago antes da conclusão do grupo. Antes da lei, ele tinha que aguardar até o último sorteio para ter o dinheiro volta. Segundo ele, de 20% a 30% dos consorciados não conseguem permanecer até o fim.

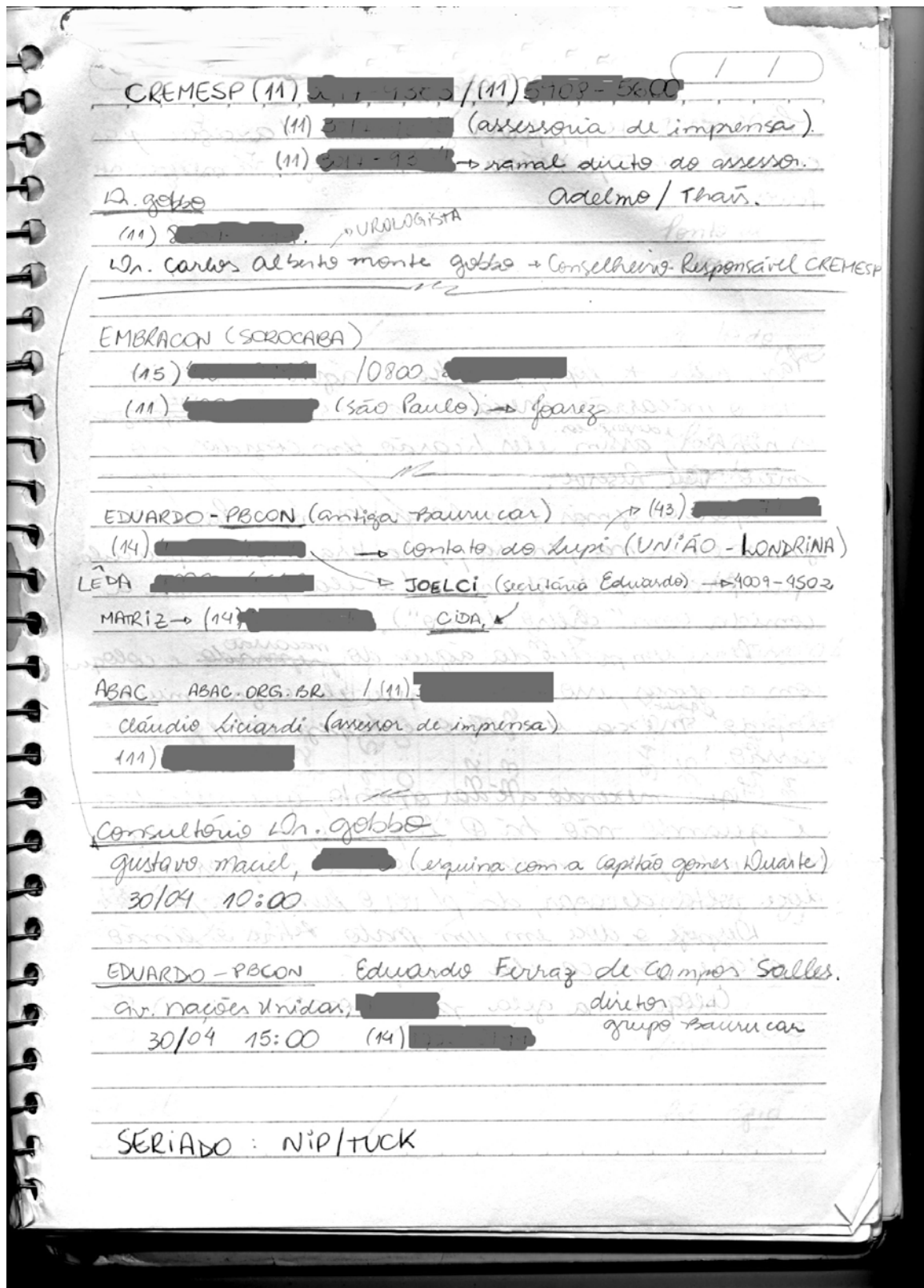
O diretor comercial da Sorobens, Marco Flório, considera que a lei dará uma segurança maior ao mercado, já que não existia uma normatização específica sobre esse serviço.

Atualmente, a aquisição de imóveis é o que mais movimenta o mercado. Desde novembro, com o aumento de juros em função da crise, Flório disse que houve um aumento de 30% para esse tipo de operação. “Enquanto as taxas de mercado não são inferiores a 13% ao ano, no consórcio é pago apenas 16% de taxa de administração em todo o período do contrato.” Ele avalia que os grupos para construir terão boa demanda

Até agora, três administradoras - Embrakon, Multimarcas e União - lançaram grupos para serviços. Nesses consórcios novos, o participante pode ou não informar, quando contrata, a finalidade para o crédito. Segundo os

administradores dos consórcios já lançados, a cirurgia plástica, com finalidade estética, tem sido a principal razão para a contratação do consórcio. No caso de uma delas, 66% das cotas vendidas foram para serviços de saúde. Destas, 90% têm como objetivo a plástica. Especialistas consideram que o consórcio é uma melhor alternativa que um financiamento, no caso de a pessoa não ter o dinheiro para fazer a compra à vista. Quanto mais a pessoa for sorteada e receber o crédito, maior é a vantagem financeira do consórcio.

DOC.008 – CONTATOS DE PERSONAGENS



DOC.009 – ROTEIRO PARA CAPTAÇÃO

PRODUTOR: JULIANA MOTA

RETRANCA: CONSÓRCIO PARA CIRURGIA PLÁSTICA

PROPOSTA: FALAR SOBRE A NOVA LEI DOS CONSÓRCIOS, QUE ENTROU EM VIGOR EM 06/02/2009, DEFINIDA COMO CONSÓRCIOS PARA SERVIÇOS, QUE ABRANGE, ENTRE OUTRAS COISAS, A **CIRURGIA PLÁSTICA**.

ENCAMINHAMENTO: SERÁ EXPOSTA A POSIÇÃO DO CONSELHO DE MEDICINA EM RELAÇÃO A ISSO, UM REPRESENTANTE DE CONSÓRCIO EXPLICARÁ A NOVA LEI, COMO FUNCIONARÁ EM RELAÇÃO A CIRURGIAS E FALARÁ DAS VANTAGENS EM FAZER UM CONSÓRCIO AO INVÉS DE RECORRER A OUTRAS FORMAS DE OBTENÇÃO DE CRÉDITO. TAMBÉM SERÁ EXPOSTA A OPINIÃO DE UM CIRURGIÃO PLÁSTICO E DE UMA CLIENTE, QUE JÁ FEZ CIRURGIA PLÁSTICA PAGANDO COM CHEQUES E AGORA JÁ ENTROU EM UM GRUPO DE CONSÓRCIO PARA OUTRA CIRURGIA.

CAPTAÇÕES 30/04 QUINTA-FEIRA

3.10.1- 10:30 – RUA GUSTAVO MACIEL, ?? (ESQUINA COM A RUA CAPITÃO GOMES DUARTE) (14) XXX

CONTATO: DOUTOR GOBBO (DR. CARLOS ALBERTO MONTE GOBBO) – CONSELHEIRO RESPONSÁVEL DO **CREMESP** (CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE SÃO PAULO).
(11) XXX

- QUAL A OPINIÃO DO CONSELHO DE MEDICINA EM RELAÇÃO AO CONSÓRCIO PARA CIRURGIA PLÁSTICA? CONTRA OU A FAVOR?
- CASO ALGUM MÉDICO FAÇA “PARCERIA” COM ADMINISTRADORAS DE CONSÓRCIO, PARA QUE ELAS O INDIQUEM A CLIENTES, HAVERÁ ALGUMA PUNIÇÃO? QUAL? HAVERÁ ALGUM TIPO DE SUPERVISÃO POR PARTE DO CONSELHO PARA EVITAR ESSE TIPO DE NEGOCIAÇÃO?
- OS MÉDICOS SERÃO OBRIGADOS A ACEITAR O PAGAMENTO EM FORMA DE CONSÓRCIO?

11:30 – ENDEREÇO A CONFIRMAR AS 11:00, DEPENDE DE ONDE O MÉDICO ESTARÁ, POIS SAIRÁ DE UMA CIRURGIA.

CONTATO: DOUTOR.BAXIR (CIRURGIÃO PLÁSTICO. ELE É O MÉDICO DA RAQUEL LOPES, QUE PASSOU O CONTATO).

(14) ??? / (14) ??? – CONSULTÓRIO; SECRETÁRIA: VANESSA.

- QUAL A SUA OPINIÃO, COMO MÉDICO, DOS CONSÓRCIOS COMO FORMA DE PAGAMENTO DE CIRURGIAS PLÁSTICAS?
- O SENHOR ACHA QUE AS CIRURGIAS PLÁSTICAS FICARÃO MAIS ACESSÍVEIS? PESSOAS COM MENOS RENDA PODERÃO FAZÊ-LAS?
- AS CIRURGIAS PLÁSTICAS, EM GRANDE PARTE, SÃO FEITAS POR RAZÕES ESTÉTICAS, POR VAIDADE. NUM MOMENTO DE CRISE, AS PESSOAS COSTUMAM “CORTAR” DESPESAS QUE NÃO SEJAM DE SUMA IMPORTÂNCIA, E NESSE CASO, O NÚMERO DE CIRURGIAS PLÁSTICAS PODERIA DIMINUIR... O SENHOR ACHA QUE OS CONSÓRCIOS PODEM SER UMA SOLUÇÃO PARA QUE ISSO NÃO ACONTEÇA?
- OS CONSÓRCIOS PODEM AJUDAR A DIMINUIR O NÚMERO DE INADIMPLÊNCIAS?

14:00 – RUA FLORENTINO ALEXANDRINO DE OLIVEIRA, ?? (EM FRENTE A PRAÇA SABIÁ; SOBE A CASTELO E VIRA NA RUA DO POSTO DE GASOLINA “SABIÁ”. ??? “??”)

CONTATO: RAQUEL LOPES (CLIENTE DA BAURUCAR, JÁ FEZ CIRURGIA PLÁSTICA, COM PAGAMENTO EM FORMA DE CHEQUE, ACERTADO DIRETAMENTE COM O MÉDICO E AGORA ENTROU NO GRUPO DE CONSÓRCIO PARA FAZER OUTRA CIRURGIA).

(14) XXX / (14) XXX

- COMO FICOU SABENDO DA POSSIBILIDADE DE FAZER CONSÓRCIO PARA CIRURGIA PLÁSTICA? (PROVAVELMENTE ELA VAI FALAR O NOME DA BAURUCAR, AÍ VOCÊ FALA PRA ELA FALAR “ADMINISTRADORA DE CONSÓRCIO” PRA NÃO CITAR O NOME).
- VOCÊ JÁ FEZ ALGUMA CIRURGIA PLÁSTICA? QUAL FOI A FORMA DE PAGAMENTO? COMO VOCÊ FEZ PARA NÃO PESAR NO ORÇAMENTO?
- E QUAL A VANTAGEM DE FAZER UM CONSÓRCIO EM RELAÇÃO À OUTRAS FORMAS DE PAGAMENTO?
- VOCÊ ACHA QUE COM ESSA FACILIDADE DOS CONSÓRCIOS, AS CIRURGIAS PLÁSTICAS FICARÃO MAIS ACESSÍVEIS? QUE PESSOAS COM MENOR RENDA, QUE ANTES NÃO TINHAM CONDIÇÕES DE PAGAR, AGORA VÃO PODER FAZÊ-LA?

15:30 – AV. NAÇÕES UNIDAS, ?? (BAURUCAR)

CONTATO: EDUARDO FERRAZ DE CAMPOS SALLES (DIRETOR DO GRUPO BAURUCAR).

(14) XXX / (14) XXX – SECRETÁRIA: JOELCI

- O QUE DIZ A NOVA LEI DOS CONSÓRCIOS?
- NO CASO DAS CIRURGIAS PLÁSTICAS, COMO FUNCIONA O CONSÓRCIO? (DEIXAR CLARO QUE QUEM VAI ESCOLHER O MÉDICO É O PRÓPRIO CLIENTE, QUE A ADMINISTRADORA NÃO INFLUENCIARÁ).
- QUAIS SÃO AS VANTAGENS DE SE FAZER UM CONSÓRCIO, EM RELAÇÃO A OUTRAS FORMAS DE OBTENÇÃO DE CRÉDITO?
- O SENHOR ACREDITA QUE COM ESSA NOVA LEI O MERCADO DOS CONSÓRCIOS VÁ CRESCER? QUE AGORA O MERCADO VAI ABRANGER UM MAIOR NÚMERO DE PERFIS DIFERENTES? PESSOAS QUE ANTES NÃO COSTUMAVAM PROCURAR POR CONSÓRCIOS?

DOC. 010 – TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Nome	
Endereço	
RG	
CPF	
Tema	
Local/Data	

1. - Pelo presente instrumento, o **Autorizador** abaixo qualificado e assinado, autoriza à **TV ALIANÇA PAULISTA S.A.**, com sede em Sorocaba, S.P., na Av. Eng. Carlos Reinaldo Mendes, 2700, Bairro Alto da Boa Vista, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º 58.833.997/0001-40 e Inscrição Estadual nº 669.233.932.111, doravante denominada simplesmente **"TVTEM"**, de forma inteiramente gratuita, a título universal, em caráter total, definitivo, irrevogável e irretratável, a utilização de sua imagem e voz para a fixação destes, pela **TVTEM**, na obra audiovisual por ela produzida, intitulada no quadro acima, doravante denominada simplesmente **"Obra"**.

2. - Reconhece expressamente o **Autorizador** que a **TVTEM**, na qualidade de detentora dos direitos patrimoniais de autor sobre a **Obra** e tendo em vista a autorização efetuada neste Termo, poderá, a seu exclusivo critério, utilizar a **Obra** livremente, bem como seus extratos trechos ou partes, podendo, exemplificativamente, adaptá-la para fins de produção de obras audiovisuais novas, obras audiovisuais para fins de exibição em circuito cinematográfico, obras literárias, peças teatrais e/ou peças publicitárias, fixá-la em qualquer tipo de suporte material, tais como películas cinematográficas de qualquer bitola, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc") e suportes de computação gráfica em geral, ou armazená-la em banco de dados, exibi-la através de projeção em tela em casas de frequência coletiva ou em locais públicos, com ou sem ingresso pago, transmiti-la via rádio e/ou televisão de qualquer espécie (televisão aberta ou televisão por assinatura, através de todas as formas de transporte de sinal existentes, exemplificativamente UHF, VHF, cabo, MMDS e satélite), adaptá-la para forma de minissérie, comercializá-la ou alugá-la ao público em qualquer suporte material existente, promover ações de *merchandising* ou veicular propaganda, bem como desenvolver qualquer atividade de licenciamento de produtos e/ou serviços derivados da **Obra**, disseminá-la através da Internet, ceder os direitos autorais sobre a **Obra** ou sobre as imagens cuja utilização foi autorizada através deste Termo a terceiros, para qualquer espécie de utilização, produzir novas obras audiovisuais ("re-makes"), utilizar trechos ou extratos da mesma ou, ainda, dar-lhe qualquer outra utilização que proporcione à **TVTEM** alguma espécie de vantagem econômica.

2.1. - Nenhuma das utilizações previstas no *caput* desta Cláusula, ou ainda qualquer outra que pretenda a **TVTEM** dar à **Obra** e/ou às imagens cuja utilização foi autorizada através deste Termo, têm limitação de tempo ou de número de vezes, podendo ocorrer no Brasil e/ou no exterior, sem que seja devida ao **Autorizador** qualquer remuneração.

3. - O presente instrumento é firmado em caráter irrevogável e irretratável obrigando-se as partes por si, seus herdeiros e sucessores a qualquer título, ficando eleito o foro da Comarca de Sorocaba/SP para dirimir quaisquer dúvidas oriundas deste Termo.

Autorizador: _____

DOC.011 – FOTO DAS FITAS BRUTAS





DOC.012 – FOTOS DA MÁQUINA VT





DOC.013 – DECUPAGEM DO MATERIAL BRUTO

58:55		Encerra 01
59:06	/	
59:12		Encerra 02
59:25	/	
JC - CONSÓRCIOS		
FITA 115 (única)		
DR. GOBBO / CREMESP:		
02:29	nem contra	Posição do
03:20	nem a favor	CRM
03:23		FISCALIZAÇÃO
04:30	/	CRM
04:32		médicos decreto
05:27	/	Processados decreto
05:22		Penas
06:00	/	Posíveis
06:01		Reclamações
06:33	/	Gradação da pena
06:43		aceitar as
07:44	/	cartas de crédito
07:57		mediante não
08:43	/	comércio

08:52	/	LIBERDADE DO
09:19	/	CONSORCIADO
09:45	/	COMPLICAÇÕES
12:34	/	CIRÚRGICAS
12:35	/	ORIENTAÇÕES
13:22	/	01
13:43	/	ORIENTAÇÕES
15:24	/	02
15:23	/	DENUNCIAR
16:03	/	AO CRM
DR. BASTIN / CIRURGIÃO PLÁSTICO:		
18:58	/	CIRURGIA
00:00 19:54	/	PLÁSTICA
20:07	/	FORMA DE
20:30	/	PAGAMENTO
21:31	/	FACILIDADE
21:53	/	DE PAGAMENTO
22:10	/	SOCIALMENTE
22:48	/	FAVORÁVEL
22:47	/	INADIMPLÊNCIA
23:28	/	MENOR

23:58

24:40

⊗ PODE DIMINUIR
INADIMP.

24:41

28:44

PERIGOS

RAQUEL / CONSORCIADA:

30:44

31:10

FICOU
SABENDO

31:41

31:59

EMAGRECEU ~~ORRRA~~
~~REDA~~

32:12

32:35

CIRURGIA
FEITA

32:40

33:05

SONHO
REALIZADO

33:23

34:06

VANTAGEM

34:12

34:33

OPÇÕES
P/ GASTAR

34:33

34:49

NÃO SABE
AINDA

34:55

35:42

FACILIDADE

35:50

36:32

NÉ

NECESSIDADE

36:26

36:39

REALIZADA

EDUARDO / CONSÓRCIO:

42:02

43:00

A LEI

43:08 — 43:35

45:03

O CONSÓRCIO

45:04

45:29

PAGAMENTO
AO MÉXICO.

45:30

46:26

VANTAGENS

46:26

46:46

TAXA

46:48

47:58

CRESCER
MERCADO

48:52

50:59

EVENTUAIS
PROBLEMAS.

51:05

53:26

ORIENTAÇÕES
SEGURADORA

DOC.014 – ROTEIRO PARA EDIÇÃO

VENDEDOR DE CONSÓRCIOS

42:02 A Nova Lei de consórcios, na realidade...

45:03 ... um crédito de consórcio que seja adequado ao que ela vai gastar na sua cirurgia.

CRM

02:29 O Conselho de Medicina, ele não é contra ou a favor da utilização desse meio...

04:30 ... não pode existir um consórcio, que beneficie esse, aquele, aquele e aquele médico.

VENDEDOR DE CONSÓRCIOS

45:04 Nós das Administradoras, não nos envolvemos na parte da cirurgia...

45:29 ... se compromete em repassar o valor pra ela. É só esse nosso contato com os profissionais.

CLIENTE

31:41 Eu tive 5 filhos e depois emagreci...

33:05 ... e fazer a cirurgia foi a realização de um sonho!

CRM

06:43 O médico, ele não é obrigado a aceitar uma carta de crédito...

07:44 ... não há nada contrário ao médico aceitar essa forma de pagamento.

SOBE SOM – SERIADO NIP/TUCK

SENHORA MICHAELS, EU GOSTARIA MUITO DE AJUDAR, MAS...

... UM PLANO RESERVA, OU TALVEZ UM FINANCIAMENTO?

CIRURGIÃO PLÁSTICO

20:07 Como ele vai angariar esses recursos...

21:53 ...não necessitaria, por motivo de doença, ser mudado.

CLIENTE

33:23 As vantagens de se fazer um consórcio...

34:33 ... caso desista, tenho outras opções para gastar.

CIRURGIÃO PLÁSTICO

24:41 Que tipo de legislação existe para sustentar...

28:44 ... a medicina não é uma ciência exata.

CRM

09:45 Todo mundo sabe que...

12:34 ... cirurgias têm complicações de todas as espécies.

VENDEDOR DE CONSÓRCIOS

48:52 Se houver uma complicação e houver...

50:59 ... qual é o volume de dinheiro que ele precisa pra isso, e quais os riscos.

CLIENTE

34:55 A facilidade do pagamento por consórcio...

35:42 ... consultar um médico de confiança.

CRM

12:35 Aos candidatos a essas cartas de crédito...

15:24 ... desde que respeitado o objetivo que ele fez o consórcio.

VENDEDOR DE CONSÓRCIOS

51:05 O consorciado tem que tá ciente que a responsabilidade...

53:26 ... consegue ter uma segurança também dessa maneira.

DOC.015 – ROTEIRO DE CAPTAÇÃO DA SEGUNDA ENTREVISTA COM
CLIENTE

PRODUTOR: JULIANA MOTA

REPÓRTER: JOEL CORSINI

RETRANCA: CONSÓRCIO PARA CIRURGIA PLÁSTICA

4 - Captação dia 01/07(quarta-feira) – 15:00

RUA FLORENTINO ALEXANDRINO DE OLIVEIRA, ??? (EM FRENTE A PRAÇA SABIÁ; SOBE A CASTELO E VIRA NA RUA DO POSTO DE GASOLINA “SABIÁ”. É ??? “??”)

CONTATO: RAQUEL LOPES (CLIENTE DA BAURUCAR, JÁ FEZ CIRURGIA PLÁSTICA (COM O DR. BACHIR), COM PAGAMENTO EM FORMA DE CHEQUE, ACERTADO DIRETAMENTE COM O MÉDICO E AGORA ENTROU NO GRUPO DE CONSÓRCIO PARA FAZER OUTRA CIRURGIA).
(14) XXX / (14) XXX

- VOCÊ JÁ FEZ ALGUMA CIRURGIA PLÁSTICA? COMO FOI? QUAL CIRURGIA? CONTE A HISTÓRIA...
- VOCÊ ESTÁ SATISFEITA COM O RESULTADO?
- E AGORA PRETENDE FAZER OUTRA CIRURGIA? (ela tem que responder que sim!!!!) EM QUE PARTE DO CORPO?
- PORQUE QUER FAZER ESSA CIRURGIA? PORQUE ESSA VONTADE DE MUDAR O CORPO?
- JÁ ESCOLHEU O MÉDICO QUE VAI OPERAR?
- TEM O APOIO DA FAMÍLIA PARA FAZER ESSA CIRURGIA?
- COMO FICOU SABENDO DA POSSIBILIDADE DE FAZER CONSÓRCIO PARA CIRURGIA PLÁSTICA?
- O QUE ACHOU DA “IDÉIA” DE PODER PAGAR A CIRURGIA COM UM CONSÓRCIO?
- TEM MEDO DE OPERAR? TEM MEDO DE COMPLICAÇÕES?
- CASO TENHA ALGUM PROBLEMA, VOCÊ ESTÁ PREPARADA PARA “ARCAR” COM AS DESPESAS? ESTÁ PAGANDO UM CONSÓRCIO COM

UMA QUANTIA MAIOR DO QUE A DA CIRURGIA (UMA FOLGA) PARA SE GARANTIR?

DOC.016 – FOTOS DA ILHA DE EDIÇÃO



DOC. 017 – CABEÇA DO VT

VOCÊ SABIA QUE AGORA PODE PAGAR UMA CIRURGIA PLÁSTICA ATRAVÉS DE UM CONSÓRCIO? POIS É, O ASSUNTO É POLÊMICO E O “JOGO DE CINTURA” FOI TRÁS DE PROFISSIONAIS PARA EXPLICAR COMO FUNCIONA ESSA NOVIDADE. CONFIRA...

DOC. 018 – CRÉDITOS DO VT

JC - CRÉDITOS VT CONSÓRCIOS

1 EDUARDO FERRAZ – DIRETOR COMERCIAL DE CONSÓRCIOS

2 DR. CARLOS ALBERTO GOBBO – REPRESENTANTE DO CONSELHO DE MEDICINA

3 QUEIME DEPOIS DE LER – UNIVERSAL PICTURES

4 RAQUEL LOPES – EMPRESÁRIA

5 NIP/ TUCK – WARNER BROS

6 SOBE SOM: NIP/ TUCK – WARNER BROS

7 DR. BASHIR GAZI – CIRURGIÃO PLÁSTICO

8 NIP/ TUCK – WARNER BROS

9 NIP/ TUCK – WARNER BROS

10 NIP/ TUCK – WARNER BROS

11 NIP/ TUCK – WARNER BROS

PRODUÇÃO: JOEL CORSINI

IMAGENS: FERNANDO BELON

DOC. 019 – ESPELHOS DE PROGRAMA

5 - ESPELHO PROGRAMA 229 - 20 DE JUNHO- 20´

6 -

1º BLOCO

1) MULHERES DE 40 CABELOS LONGOS (BAURU)

2) QUERO MUDAR (MARISA/RIO PRETO)

2º BLOCO

5) ENTREVISTA ESTÚDIO (atrizes Clarice Lispector)

7 - ESPELHO PROGRAMA 230 – 27 DE JUNHO

8 -

DICAS:

1º BLOCO

1) CASA COR 2009 (SÃO PAULO)

2) UM TOQUE (VALÉRIA CAMPOS) JUNDIAÍ

2º BLOCO

3) REPÓRTER (NAMORADOS)

4) QUERO MUDAR (ANA PAULA/SOROCABA)

3º BLOCO

5) DIONNE WARWICK (RIO PRETO)

9 -

10 - ESPELHO PROGRAMA 231 - 04 DE JULHO

11 -

DICAS:

1º BLOCO

1) REPÓRTER (NÓS MULHERES)

2) QUERO MUDAR (LUISA/BAURU)

2º BLOCO

- 3) REDUÇÃO DE ESTOMAGO (RIO PRETO)**
- 4) ENTREVISTA ESTÚDIO ALEXANDRE GOMES (NUTRÓLOGO)**

3º BLOCO

- 5) UM TOQUE (ANDREA FURCO/SPFW)**
- 12 - ESPELHO PROGRAMA 232 - 11 DE JULHO**

13 -

DICAS:

1º BLOCO

- 1) TENDÊNCIAS SAPATOS JAÚ**
- 2) UM TOQUE (VALÉRIA CAMPOS/RESPOSTAS)**

2º BLOCO

- 3) REPÓRTER (CRENDICES)**
- 4) QUERO MUDAR (SOROCABA)**

3º BLOCO

- 5) ENTREVISTA (ZEZÉ DE CAMARGO)**

14 - ESPELHO PROGRAMA 233 - 18 DE JULHO- 20´-GRAVADO

15 -

DICAS:

1º BLOCO

- 1) UM TOQUE EMPANADO DE CARNE (CARLOS ALBERTO/BAURU)**
- 2) REPÓRTER (HERPES LABIAL)**

2º BLOCO

- 3) ENTREVISTA (SANDRA CORVELONI)**

16 - ESPELHO PROGRAMA 234 - 25 DE JULHO- 20´

17 -

DICAS:

1º BLOCO

- 1) UM TOQUE (INVERNO/ANDREA FURCO)**
- 2) REPÓRTER (MULHERES MÚSICA)**

2º BLOCO

- 3) QUERO MUDAR (MAGNAURA/BAURU)**