



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
BACHARELADO EM RADIALISMO**

**PEDRO HENRIQUE MARQUES FERNANDES**

**CHAMADA CANTOS & CONTOS**

**João Pessoa, PB  
2024**

**PEDRO HENRIQUE MARQUES FERNANDES**

**CHAMADA CANTOS & CONTOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Radialismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

**Orientador:** Prof. Dr. Rodrigo Martins Aragão.

**João Pessoa, PB  
2024**

**PEDRO HENRIQUE MARQUES FERNANDES**

**CHAMADA CANTOS & CONTOS**

Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado à Coordenação do Curso de Radialismo, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), como requisito parcial necessário à obtenção do grau de Bacharel em Radialismo.

**Orientador:** Prof. Dr. Rodrigo Martins Aragão

Aprovado em: 24/10/2024

**Banca Examinadora**



Prof Dr Rodrigo Martins Aragão  
Universidade Federal da Paraíba



Prof Dr Arthur Fernandes Andrade Lins,  
Universidade Federal da Paraíba



Prof Me Artur Barbosa Lima Maia  
Universidade Federal da Paraíba

**Catálogo na publicação Seção de  
Catálogo e Classificação**

F363c Fernandes, Pedro Henrique Marques.  
Chamada Cantos & Contos / Pedro Henrique  
Marques Fernandes. - João Pessoa, 2024.  
40 f. : il.

Orientação: Rodrigo Martins  
Aragão. TCC (Graduação) -  
UFPB/CCTA.

1. Radialismo - TCC. 2. Televisão -  
Programação - Chamadas. 3. Intertextualidade  
inter-gêneros. 4. Videoclipes. 5. Transmídiação.

UFPB/CCTA Aragão, Rodrigo Martins. II. Título CDU  
654.195(043.2)

## AGRADECIMENTOS

Minha paixão pela televisão começou como uma brincadeira, ia para o meu quarto e apresentava o telejornal do horário nobre da minha própria emissora. Por isso, primeiro, preciso agradecer a todos, de bom coração, que fizeram parte da televisão brasileira.

Agradeço aos meus pais, Valquiria Marques e Francimar Fernandes, por priorizarem a minha educação, pelo apoio nesta produção e por não abrirem a porta do quarto enquanto me imaginava na bancada. Ao meu irmão, Paulo Guilherme, a quem dedico este trabalho, agradeço por ser a lembrança viva desta minha brincadeira de infância e por compartilhar da mesma paixão. E minha avó, Maria de Lourdes Alves, por inundar o meu imaginário com suas histórias de vida que inspiraram o roteiro deste material.

Aos meus amigos, irmãos e irmãs de alma, da família, da escola e da universidade, que me acompanharam durante todos esses anos e fizeram a minha jornada educacional mais aprazível. Obrigado. Também agradeço aos mestres que passaram por minha vida, desde os primeiros anos de educação infantil, passando pelos anos fundamentais, o ensino médio e a universidade. Entre eles, agradeço ao meu orientador, Rodrigo Martins, por todo suporte.

A cada um que me deu uma oportunidade de trabalhar, coisa que adoro fazer, obrigado. Webster Alves e cada braço da equipe de programação da TV Correio, que testemunharam o surgimento deste meu novo apego profissional, as chamadas. E Flavio Pina, que junto à equipe Loggia, me deram espaço e condições para realizar essa produção.

Por último, mas não menos importante, muito pelo contrário, preciso agradecer à equipe que esteve ao meu lado. Cícero Júnior, o primeiro cinegrafista que eternizou em imagens algo que escrevi; Gisele Martins, minha amiga e produtora fantástica; Ivyson Sotero, editor e fotógrafo extraordinário; Sophia Carvalho, Amina Carvalho, Thomas Evertton e Jenniffer Pessoa, por toda paciência e carinho; a banda Os Fulanos, por me confiarem a canção; à equipe do Hotel Fazenda Pai Mateus, em nome do guia Gerson Lima, por todo suporte na gravação e à equipe do Bessa Grill, por permitirem as gravações no interior do estabelecimento.

## RESUMO

A presente obra é o relatório de produção da Chamada Cantos & Contos. Este trabalho de conclusão de curso produziu uma chamada de programação para o programa da TV Correio, afiliada da Record TV na Paraíba, Cantos & Contos. A fundamentação teórica traz conceitos como a intertextualidade inter-gêneros, que destaca a possibilidade da união das chamadas com outros gêneros para obter uma maior divulgação; a própria concepção das chamadas de programação, o porquê da sua necessidade e como o processo de desenvolvê-las é conduzido; o gênero dos videoclipes, como possível gênero agregador à chamada em questão e a noção de transmídiação, que busca estabelecer uma proposta de divulgação transmídia, com a televisão e as redes sociais como principais canais. O trabalho também apresenta a história do programa beneficiado por esta chamada, o Cantos & Contos, e como o conteúdo da atração está presente na narrativa utilizada na chamada, para aproximar a divulgação ao produto divulgado. A metodologia utilizada respeita as etapas de uma produção audiovisual, a pré-produção, produção e pós-produção. Este trabalho resultou na produção da chamada, com versões de 1:30” (um minuto e trinta segundos), 30” (trinta segundos) e uma versão estendida de 3:01” (três minutos e um segundo).

**Palavras-chave:** televisão; chamada de programação; intertextualidade inter-gêneros; videoclipes; transmídiação.

## ABSTRACT

This work is the production report for the Pomo Cantos & Contos. This final work produced a TV programme announcement spot, a promo, for the program Cantos & Contos on TV Correio, a Record TV affiliate in Paraíba. The theoretical basis includes concepts such as inter-genre intertextuality, highlighting the possibility of combining promos with other genres in order to achieve greater exposure; the very concept of program promos, why they are necessary and how the process of developing them is carried out; the genre of music videos, as a possible genre to add to the promo in question and the notion of transmedia, seeking to establish a proposal for transmedia dissemination, using television and digital social networks. The work also presents the history of the program benefiting from this promo, Cantos & Contos, and how the content of the program is present in the narrative used in the promo, in order to bring the promotion closer to the product being promoted. The methodology used respects the stages of an audiovisual production: pre-production, production and post-production. This work resulted in the production of the promo, with versions of 1:30“ (one minute and thirty seconds), 30” (thirty seconds) and an extended version of 3:01” (three minutes and one second).

**Keywords:** television; tv programme announcement spot; inter-genre intertextuality; music videos; transmedia.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>8</b>
2.1 PROGRAMAÇÃO DE TV.....	8
2.2 GÊNERO E INTERTEXTUALIDADE INTER-GÊNEROS.....	9
2.3 CHAMADAS DE PROGRAMAÇÃO.....	10
2.4 VIDEOCLÍPE.....	12
2.5 TRANSMIDIAÇÃO.....	13
<b>3 PROGRAMA CANTOS &amp; CONTOS.....</b>	<b>14</b>
<b>4 RELATO DE PRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
4.1 PRÉ-PRODUÇÃO.....	15
4.2 PRODUÇÃO.....	17
4.3 PÓS-PRODUÇÃO.....	19
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>22</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>24</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>26</b>
APÊNDICE A - ROTEIRO DA CHAMADA.....	26
APÊNDICE B - ORDEM DO DIA - PRIMEIRA DIÁRIA.....	28
APÊNDICE C - ORDEM DO DIA - SEGUNDA DIÁRIA.....	30
APÊNDICE D - CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO PARA ATORES.....	32
APÊNDICE E - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE LOCAÇÃO.....	33
APÊNDICE F - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DA CANÇÃO.....	35
APÊNDICE G - PLANILHA DE GASTOS.....	36
APÊNDICE H - DECUPAGEM 1º CORTE.....	37
<b>ANEXOS.....</b>	<b>39</b>
ANEXO A - FIGURINOS.....	39

## 1 INTRODUÇÃO

As chamadas têm o objetivo de divulgar uma atração da emissora na própria grade de programação do canal de TV. Esse gênero televisivo surge como um dispositivo propagandístico para que os telespectadores tenham conhecimentos básicos sobre o programa, como horário e dia de veiculação, e conteúdo. O objetivo deste trabalho foi produzir uma chamada para o programa Cantos & Contos<sup>1</sup>. Ela foi elaborada com o propósito de divulgar a atração da TV Correio, de uma maneira mais criativa e inovadora. Com diferentes elementos, a incorporação de outros formatos e a ramificação em diferentes meios de comunicação, as chamadas talvez possam ser mais efetivas com o seu principal objetivo, o de anunciar o programa de uma emissora de TV.

Durante minha experiência como assistente de programação da TV Correio, afiliada da Record TV, na Paraíba, fui responsável pela redação e produção das chamadas da emissora, e conheci na prática os procedimentos e obstáculos que moldam esse gênero. As chamadas são transmitidas durante os intervalos comerciais e possuem o desafio de se destacar entre os demais atrativos. Essas “propagandas da tevê”, como a professora Jamile Palacce (2016) denomina em seu livro, podem utilizar de outros mecanismos para conquistar a atenção do telespectador. A intertextualidade inter-gêneros é um desses métodos, ela consiste na junção de diferentes gêneros em busca de um objetivo. Por exemplo, a união de uma chamada com um videoclipe, onde o público teria um possível estranhamento e poderia prestar uma maior atenção à mensagem passada, Gustavo de Almeida (2005).

Logo quando assumi o cargo de assistente de programação na TV Correio, iniciei minhas pesquisas sobre o gênero e me deparei com um ramo profissional exclusivamente dedicado às chamadas, de onde me supri de inúmeras referências. Além disso, também me encantei com a probabilidade de criar narrativas curtas enquanto divulgava alguma produção televisiva. Entre várias referências, destaco a campanha de 90 anos da ABC (*Australian Broadcasting Company*) que trabalha com a intertextualidade trazendo várias performances musicais unidas sob uma única canção.

O programa Cantos & Contos é um programa cultural da TV Correio, com mais de 20 anos de história. A atração apresenta músicos de forró e poesias tipicamente nordestinas. Por ser tão musical, o melhor gênero que poderia se unir a uma chamada para este programa seria um videoclipe. Ao assumir o formato de um videoclipe, abriu-se um espaço para uma

---

<sup>1</sup> Link para o produto:

[https://drive.google.com/drive/folders/159mX-jzrXpGOH\\_XSD9VEIhdpmAI9PzxW?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/159mX-jzrXpGOH_XSD9VEIhdpmAI9PzxW?usp=sharing)

narrativa na chamada. A história, inspirada em relatos familiares, conta a realidade de muitas famílias sertanejas, que buscam uma vida melhor na capital. E para a trilha sonora do vídeo, recordando as características do programa, uma canção de forró. Uma chamada para o Cantos & Contos se faz necessária, pois, devido ao seu horário isolado na grade de programação, dificilmente ele se beneficia do fluxo de audiência que os programas locais semanais compartilham.

Esta chamada trabalha com os conceitos da intertextualidade inter-gêneros e do formato de videocliques, mas também da transmídiação. Uma forma de estender a narrativa apresentada na chamada, com referências ao programa, para diferentes meios de comunicação além da televisão. A metodologia desta produção segue a sequência mais utilizada no audiovisual. Na pré-produção, desenvolvemos um roteiro, montamos a equipe e elenco, emitimos termos e contratos, e confirmamos as locações. Na produção, partimos para as gravações que foram realizadas em duas diárias, e na pós-produção, montamos o material, desenvolvemos as diferentes versões e trabalhamos para divulgar a produção nas redes sociais antes que o projeto estreasse.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 PROGRAMAÇÃO DE TV**

As emissoras de TV distribuem, durante as horas de um dia, os seus programas na grade de programação. Essa decisão, de qual atração vai ao ar em qual horário, além de atender aos interesses dos anunciantes e da própria emissora, para que tenha sua efetividade garantida, deve também ser uma distribuição inteligente, que leva em consideração os sujeitos que são determinantes para os números de audiência, os telespectadores.

A televisão tenta compreender o público, antever suas ações e oferecer programas que se enquadrem nas atividades habituais que ele realiza. Portanto, produção de conteúdo e a distribuição do material ao longo dos horários pelas emissoras partem dessa análise sobre as expectativas e modo de ser da audiência. (Severino, 2015, p. 12)

Tiago Severino em sua análise da programação da emissora pública TV Brasil, enfatiza que a programação dos canais ultrapassam o status apenas organizacional dos programas. O autor ressalta que a programação também constitui a identidade das emissoras e que estão intrinsecamente conectadas com a rotina das famílias brasileiras. “Por ser direta e,

por isso mesmo, estar conectada com uma temporalidade do cotidiano, a programação da TV faz sentido, antes de mais nada, como hábito.” (Fechine, 2004, p. 2).

Esse hábito é explicado por Gustavo de Almeida a partir da horizontalidade e verticalidade da programação. Entende-se horizontalidade como a distribuição semanal ou mensal de certo programa na grade de programação, e verticalidade, como a disposição em horários de um dia. Essa distribuição estabelece uma relação entre o público e a emissora, onde a segunda determina quando o telespectador vai assistir ao conteúdo, realidade que já não é mais universalmente aceita em um contexto em que o público se diversificou e modificou as maneiras de consumir televisão.

É preciso contar agora, de um lado, com um público mais heterogêneo, que consome os conteúdos televisivos em situações e com interesses cada vez mais diversificados que afetam a natureza dos programas difundidos. (Fechine, 2013, p. 19)

Ainda relacionada à análise do público que Tiago Severino apresenta, para conservar sua audiência em tempos em que o perfil dos telespectadores se diversificou, os canais de TV buscam ampliar as opções de atrações em sua grade, abrangendo diferentes gêneros televisivos e até, em casos, mesclando esses gêneros para capturar ainda mais a atenção do público.

## 2.2 GÊNERO E INTERTEXTUALIDADE INTER-GÊNEROS

Os gêneros televisivos são inúmeros e surgem com o passar dos tempos. Eles podem ser compreendidos como a união das semelhanças que determinados programas de TV possuem. O conjunto de características que fazem com que uma atração seja denominada como um telejornal, um drama seriado, um reality show, um videoclipe e etc. O pesquisador Arlindo Machado (1999) escreve que os gêneros eram lembrados, anteriormente, apenas pelo seu teor organizacional. Se um telespectador, por exemplo, soubesse que um *talk show* fosse ao ar em certo horário, ficaria mais fácil decidir se assistiria ou não, independentemente do conteúdo daquela atração. Essa compreensão também facilitava para que as emissoras estabelecessem o espaço na programação para cada gênero.

Entretanto, como pontua o autor, os gêneros não se limitam ao papel de organização da programação. Essas expressões da linguagem são mutáveis, elas podem adquirir diferentes experiências a depender da atração, do período histórico e da identidade do público. Para o

pesquisador, os gêneros conduzem o uso dos discursos com os seus incrementos e novas necessidades.

Num certo sentido, é o gênero que orienta todo o uso da linguagem no âmbito de um determinado meio, pois é nele que se manifestam as tendências expressivas mais estáveis e mais organizadas da evolução de um meio, acumuladas ao longo de várias gerações de enunciadores. (Machado, 1999, p. 143)

Este conceito também é visto nas pesquisas de Gustavo de Almeida (2005). No texto do pesquisador, os gêneros podem ser compreendidos como as representações das manifestações sociais na linguagem. Além disso, Almeida enfatiza que os telespectadores estão cada vez mais diversos e, com isso, os canais de TV buscam diversificar suas atrações, entre os mais diferentes gêneros televisivos. Ao compreender esta realidade, as emissoras procuram até mesclar os seus gêneros.

Neste sentido, Gustavo de Almeida e Cristina de Melo lembram que o filósofo russo Mikhail Bakhtin (Bakhtin, 1979 apud Almeida; Melo, 2005, p. 5) abordava em seus textos a natureza mutável e agregadora dos gêneros, e para os autores, os gêneros “Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos.” (Almeida; Melo, 2005, p. 7). Baseados nos textos do filósofo, Gustavo e Cristina apresentam o conceito de intertextualidade inter-gêneros. Esse mecanismo caracteriza-se como uma junção provocada de dois ou mais diferentes gêneros para a conquista de um objetivo específico.

Os autores usam como exemplo a intertextualidade inter-gêneros utilizada em chamadas de programação. Como esse gênero tem o objetivo de divulgar uma produção da emissora e é, na programação, transmitido nos intervalos comerciais, ele tem o desafio de se destacar entre as inúmeras propagandas que ocupam os *breaks*. O possível estranhamento, como pontuam os autores, é o efeito causado pela intertextualidade, quando, por exemplo, uma chamada de uma novela é mesclada a um programa político partidário, e acaba por conquistar a atenção do público e assim cumprir com a responsabilidade promocional do gênero. (Almeida; Melo, 2005)

### 2.3 CHAMADAS DE PROGRAMAÇÃO

As chamadas de programação são, de acordo com Almeida (2005), um produto publicitário utilizado pelos canais de televisão para divulgar suas atrações ao longo da grade de programação. Essa propaganda apresenta ao telespectador o que ele vai encontrar no programa divulgado, em exatos dia, horário e emissora. Com a divulgação das atrações, as

chamadas de programação fortalecem o que Almeida vai denominar como o hábito de assistir TV. Yvana Fachine (2004) traz em sua obra que, este hábito embasa a natureza da programação de TV.

Além disso, a relevância estratégica das chamadas é enorme, pois, como é observado nas emissoras locais e nacionais, alguns programas possuem índices maiores de audiência que podem favorecer os demais. Esta realidade gera a necessidade de se trabalhar com um mapa de inserções, como apresenta Almeida (2005). O autor explica a elaboração dos mapas através de uma observação de como as Divisões de Mídia e de Promoções trabalham na Rede Globo. A primeira realiza uma análise do público dos programas, através das pesquisas de audiência, assim a emissora entende quais horários seriam melhores para divulgar específicas atrações. A partir daí, a Divisão de Mídia desenvolve os mapas de inserção e apresenta a necessidade da elaboração de uma chamada para a Divisão de Promoções, que irá produzi-lá.

Gustavo Almeida ainda discorre sobre as categorias das chamadas. Entre elas, constam, por exemplo, os *teasers*, que despertam a curiosidade no público sem detalhar sobre o programa; as chamadas de estreia, que apresentam todas as informações sobre uma nova atração; as institucionais, que destacam a imagem da emissora por completo; e as de manutenção diária; que contam ao telespectador o que ele pode esperar no episódio do dia seguinte. Existem ainda, as chamadas de manutenção periódica, que divulgam produções que não estão presentes todos os dias na grade de programação, e por isso podem sofrer um certo esquecimento por parte do público. “Estas chamadas servem para manter a lembrança do telespectador sobre o produto promovido e divulgar o conteúdo específico de cada programa especial.” (Almeida, 2005, p. 54). Ao ter conhecimento desta classificação de Almeida e as características do programa Cantos & Contos, a chamada, resultado deste trabalho, é de manutenção periódica.

As chamadas vão ao ar durante os intervalos comerciais do canal e disputam a audiência do telespectador com as demais publicidades que ocupam o espaço dos *breaks*. Maria de Castro (2005) em sua pesquisa sobre ações convergentes entre os mundos da televisão e da publicidade, pontua que esta intersecção gera inúmeras possibilidades de ação, fazendo com que assim a TV mude a abordagem de divulgação dos seus produtos.

Desde a construção da grade de programação, a escolha de um novo formato até a chamada de um programa, a televisão está buscando estratégias de ação que a aproximam daquelas usadas pela publicidade. (Castro, 2005, p. 6)

Para se destacar entre tantas ofertas e chamar a atenção do público para que consuma um específico programa, as chamadas podem se utilizar da intertextualidade inter-gêneros, que Gustavo de Almeida e Cristiana de Melo apresentam. Para este trabalho, compreendendo que o programa a ser divulgado, o Cantos & Contos, é um programa cultural, e quase que sua totalidade é musical, um gênero que pode ser mesclado com a chamada é o dos videoclipes.

#### 2.4 VIDEOCLIFE

Os videoclipes, união de imagem e música, constituem um gênero que permeia o campo televisivo desde sua origem, como enfatiza Thiago Soares em “A Estética do Videoclipe”. Soares lembra que “*Bohemian Rhapsody*”, da banda inglesa Queen, é um precursor no gênero graças ao seu lançamento em um programa de TV britânico. O autor também lembra do esforço que a *Music Television* (MTV) fez na tentativa de tornar a televisão um espaço mais musical. Michele Kapp Trevisan (2011) reforça essa teoria quando afirma que o público que cresceu nas décadas de 80, 90 e no início dos anos 2000, foi inundado por videoclipes transmitidos pelo gigante canal americano.

Laura Corrêa (2007) ao fazer um breve panorama histórico do gênero dos videoclipes, lembra que a princípio os vídeos consistiam em “[...] uma justaposição de imagens para se vender a música” (Corrêa, 2007, p. 2). Porém, para a autora, esse gênero verdadeiramente televisivo e comercial, possui uma natureza muito experimental, e com o passar dos tempos absorveu, e ainda absorve, aspectos de outros gêneros, fazendo com que os videoclipes não estejam ligados apenas à venda da música para a construção das suas narrativas.

O espaço da narrativa que existe em um videoclipe permite que se trabalhe a intertextualidade inter-gênero com a chamada de programação, divulgando o programa sem que fuja da estética dos cliques. Também pode-se reforçar o poder persuasivo que esse gênero possui, como aponta Corrêa, “Como ferramenta de apelo mercadológico, o videoclipe também influencia comportamentos e dita moda.” (Corrêa, 2007, p. 7). Esse comportamento, pode ser o hábito de assistir TV e até o de acompanhar um específico programa, objetivo principal de uma chamada.

Entretanto, esse gênero passou por uma grande transição com a revolução digital. Com a chegada do *YouTube* e de outras plataformas digitais, os videoclipes começaram a ocupar a internet. “Grupos musicais e as próprias gravadoras estão cada vez mais usando a internet para veicular videoclipes, [...] mas sobretudo por meio de portais de divulgação audiovisual, como o *Youtube* e o *Daily Motion*.” (Nercolini, 2009, p. 52). Essa transição fez

com que o gênero se adaptasse aos novos hábitos de consumo de um público cada vez mais heterogêneo.

## 2.5 TRANSMIDIAÇÃO

A análise do comportamento dos telespectadores é essencial para a estruturação das grades de programação, como aponta Tiago Nunes Severino, e o mesmo lembra da diversidade de perfis e rotinas do público atual. E esse telespectador consome o conteúdo televisivo de diferentes maneiras, lugares e em diferentes dispositivos. Diante deste panorama, Yvana Fachine afirma que uma distribuição obedecendo um comportamento transmidiático é o novo comum entre as emissoras de televisão.

Entendemos transmídiação como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelo ambiente de convergência. (Fachine, 2013, p. 26).

Fachine apresenta a propagação como uma das estratégias de transmídiação adotadas pelas emissoras de TV atualmente. Neste método, os canais se aproveitam do próprio conteúdo já criado, que a autora denomina de “conteúdos reformatados”, e de novas produções, “conteúdo informativos”, para realizar nas redes sociais uma divulgação prévia ou até mesmo uma repercussão daquilo que já foi transmitido. Nos conteúdos reformatados, podemos encontrar os *teasers*, que são usados para a antecipação de uma produção, e versões remixadas de um material já exibido, que dão um novo significado àquele produto audiovisual.

Nos conteúdos informativos, Fachine destaca os materiais contextuais e promocionais, como por exemplo, os *making off* de uma novela. A autora também pontua que a estratégia de propagação serve para criar uma reação em cadeia, prendendo a atenção do telespectador e fazendo com que ele consuma uma série de conteúdos relacionados.

Visto que uma chamada de programação é um gênero televisivo, que tem o objetivo de divulgar uma atração da emissora, esse conteúdo também deve ser disponibilizado, observando as particularidades das mídias digitais, para aqueles telespectadores que fogem dos horários impostos pela grade de programação. Neste trabalho, para que a divulgação do programa seja mais eficaz, as redes sociais foram importantes tanto para divulgar o Cantos &

Contos, quanto para estender a narrativa criada a partir da intertextualidade que foi utilizada juntamente ao gênero dos videoclipes.

### **3 PROGRAMA CANTOS & CONTOS**

A TV Correio possui uma grade de programação que conta com mais de 40 horas semanais de conteúdo próprio, entre programas ao vivo e gravados. Com uma diversidade de gêneros televisivos, o canal conta com telejornais e programas de entretenimento. Entre os programas No conjunto das atrações gravadas, destaca-se o Cantos & Contos, que vai ao ar todos os domingos, das 8h às 9h da manhã. Em cada um dos episódios, a produção recebe um grupo e um artista musical, que sempre vão privilegiar o gênero do forró em seu repertório. Além disso, alguns episódios contam com poetas, declamadores e cordelistas, que celebram a cultura nordestina em palavras. Em 2024, o Cantos & Contos também passou a contar com quadro “Café com Poesia”, apresentado por um dos produtores, o poeta Pedro Fernandes.

O projeto, inicialmente, foi idealizado pelo produtor cultural Celso Soares, em 2003. Hoje, a atração conta com a apresentação do publicitário e radialista Cléber Oliveira, mas já foi comandada por grandes nomes da música paraibana, como Ton Oliveira e os repentistas Nonato Neto e Nonato Costa. O programa é gravado a cada quinzena em um bar localizado na orla marítima de João Pessoa, o Bessa Grill. A equipe da TV Correio desloca-se para o bar para realizar as gravações e a entrada para o público é gratuita.

Além do grande público ao vivo, os telespectadores, também são bastante numerosos, como pode ser observado na publicação do dia 27 de outubro de 2023, na página oficial da TV Correio no Instagram. O Cantos & Contos é líder de audiência entre os públicos de 25 a 35 anos no horário em que é transmitido, e atinge 119 mil pessoas por programa. A pesquisa de audiência foi realizada pelo instituto de pesquisa Kantar Ibope.

O Cantos & Contos é transmitido em um dia que possui apenas duas atrações locais na grade da TV Correio, e além disso, vai ao ar no horário das 8h às 9h da manhã, período esse, que no dia anterior, sábado, está ocupado por uma atração nacional. Com isso, ocorre uma quebra do hábito de assistir a um conteúdo local nesta faixa de horário, estabelecida pelo Mulher Demais, apresentado por Bruna Borges, de segunda à sexta.

Durante as gravações do Cantos & Contos, a equipe grava uma chamada que vai ao ar dentro do Mulher Demais da sexta-feira anterior ao programa. Nesta gravação, Cléber Oliveira convida o público para assistir a atração do domingo. Outra versão desta chamada é transmitida durante a programação da emissora, entretanto, esta produção é constituída apenas

de recortes do programa com algumas falas do apresentador. Ambas as versões são elaboradas sem nenhum desenvolvimento criativo e não possuem atrativos que possam convencer o telespectador.

## 4 RELATO DE PRODUÇÃO

### 4.1 PRÉ-PRODUÇÃO

Em 2021 ingressei como jovem aprendiz na TV Correio, e fui logo demandado a escrever os roteiros das novas chamadas dos programas da emissora, conhecendo assim, esse gênero televisivo. Nas pesquisas para a realização deste trabalho de conclusão, encontrei nos textos de Gustavo de Almeida e Cristina de Melo, uma forma diferente de produzir uma chamada, unindo este produto com outro gênero televisivo, realizando uma intertextualidade inter-gêneros. Como o programa escolhido a ser divulgado foi o Cantos & Contos, uma atração quase que totalmente musical, não teria outro gênero melhor para unir-se com uma chamada, do que o videoclipe.

A pré-produção teve início com a elaboração do roteiro da chamada (APÊNDICE A). Seguindo os modelos apresentados por Felipe Santos (2018) em seu estudo de caso da TV Globo, o roteiro apresenta as descrições das cenas, enquadramentos, ângulos e movimentos de câmera, na aba imagem. Na aba áudio, há a indicação da música que acompanha o vídeo. Nos *letterings*, são apresentadas as informações básicas do programa, horário e dia de transmissão, e duas frases que resumem sucintamente a história.

O roteiro foi inspirado em uma realidade muito comum entre os nordestinos. Maria de Lourdes Alves Fernandes, minha avó paterna, é uma senhora de 93 anos, do interior da Paraíba, que ainda criança teve que aprender a sobreviver apenas com sua mãe, Aguida Henrique de Souza. Elas compartilhavam da paixão pela dança e juntas vieram para a capital, João Pessoa, em busca de uma melhor qualidade de vida. Essa história real foi adaptada para roteiro, antes mesmo da escolha da música.

Com a conclusão do roteiro, a elaboração do cronograma de produção foi a seguinte demanda a ser realizada, determinando os espaços de tempo que cada etapa deveria ser desempenhada. Observando o calendário acadêmico, o objetivo principal era que a edição tivesse, pelo menos, um mês para entregar o material, a partir daí as datas foram sendo escolhidas obedecendo a lógica de uma produção curta e que contaria com pouquíssimas pessoas envolvidas.

Dentro dessa organização foi estipulado um período para uma divulgação prévia da produção nas redes sociais, tanto do programa quanto do artista musical, e também a publicação de uma segunda versão do vídeo, nas redes da banda escolhida. Esta outra versão, não mais com as características da chamada, mas sim como um videoclipe, ramificando o conteúdo. Essa segunda versão contaria com cenas adicionais para que toda a música do artista fosse contemplada no vídeo.

**Tabela 1:** Cronograma de produção.

<b>Ações</b>	<b>Datas</b>
Seleção e alinhamento de equipe.	01/07 - 07/07
Escolha da música e artista.	01/07 - 15/07
Consulta e escolha de locações, figurinos e elenco.	15/07 - 02/08
Envio da música e material gráfico.	15/07 - 02/08
Gravações.	04/09 - 18/09
Edição.	18/09 - 11/10 (1º Corte 30/09 - Versão Final 11/10)
Divulgação.	24/10 - 29/10
Estreia na TV.	29/10

**Fonte:** Autor.

Com o calendário e o roteiro prontos, uma reunião com Webster Alves, Gerente de programação da TV Correio, foi marcada, onde ele pôde observar e aprovar todo o projeto. Em seguida, Celso Soares, produtor do Cantos & Contos, também teve conhecimento do projeto. Para Webster, foi solicitado apoio no transporte da produção, e para Celso, foram solicitadas algumas indicações de artistas locais para que pudessem ceder alguma música para ser a trilha do projeto. Webster disponibilizou um veículo para o transporte. Entretanto, no dia da gravação, utilizamos o carro pessoal de Cícero Júnior, o cinegrafista, e do meu pai, Francimar Alves. Já das indicações de Celso, não encontramos uma música ideal para o vídeo e iniciamos uma busca ativa pelo artista musical.

A equipe de produção da chamada foi composta por colegas do curso de Radialismo, que já tive experiências de *set* antes. Gisele Martins foi convidada para ocupar a produção e Ivyson Sotero, a fotografia *still* e edição. Já como cinegrafista, Cícero Júnior, um colaborador da TV Correio do setor de programação, responsável pelas chamadas da emissora, foi

convocado. Os integrantes do elenco foram os últimos a serem selecionados através de uma busca ativa de perfil, sem a necessidade de teste de elenco. Amina Carvalho foi escolhida para interpretar a versão adulta da protagonista da história, enquanto sua filha, Anna Sophia Carvalho, interpretaria a personagem enquanto criança. Thomas Evertton foi escalado para dar vida ao “Pai” e o “Homem”, e Jenniffer Pessoa seria a “Mãe”.

A pesquisa de locação cumpriu o prazo e ainda em julho os ambientes foram escolhidos. Para a primeira parte do roteiro, a Fazenda Pai Mateus, em Cabaceiras, conhecida por comportar o Lajedo de Pai Mateus, era a que mais coincidia com a história do filme. Já para a segunda parte, em João Pessoa, a orla e o bar Bessa Grill, local onde ocorrem as gravações do programa Cantos & Contos, foram entendidas como locações ideais.

Com a equipe formada e as locações confirmadas, o primeiro desafio foi determinar a data das gravações. Devido a agenda de compromissos do cinegrafista, as datas para as filmagens foram marcadas para 14 de setembro, em Cabaceiras, e 18 de setembro, em João Pessoa. Outros documentos essenciais que foram desenvolvidos após esta confirmação foram as ordens do dia, (APÊNDICE B e C), que organizam as sequências de *takes* a serem gravados e os horários de entrada e saída nas diárias de gravações.

Em agosto, os contratos dos atores, integrantes da equipe de produção e os termos de autorização das locações, (APÊNDICE D e E), foram elaborados simultaneamente com a pesquisa de figurino. As vestimentas dos atores (APÊNDICE H) prezavam por materiais com uma aparência mais artesanal. Parte dos figurinos são de acervos pessoais dos atores e outra parte, como sandálias e alguns vestidos foram comprados.

A música escolhida foi “Canção de Abraçar” da banda paraibana Os Fulano, por ter uma letra relacionada à saudade e uma melodia lenta e regional. Após os primeiros contatos, a banda tomou conhecimento de todo o projeto e o termo de autorização da canção (APÊNDICE F) foi enviado para que o detentor dos direitos autorais assinasse. Para cumprir com o teor da transmediação deste trabalho, estendendo a narrativa criada, e também para que o grupo musical tivesse algum retorno, ficou acordado que uma versão estendida da chamada seria produzida e que poderia ser utilizada pela banda como videoclipe em suas redes sociais.

## 4.2 PRODUÇÃO

No dia 13 de setembro, providenciamos o café da manhã da equipe, imprimimos o roteiro e ordem do dia, e informamos a todos sobre horário, local de encontro e o que cada um deveria levar. No dia 14 de setembro, dia de gravação, nos reunimos às 6 da manhã para nos

dividir em dois carros. Foi solicitado por Amina que o pai de Sophia também estivesse presente, completando assim dez pessoas, número exato para os dois veículos. Abastecemos e por volta das 6:40 começamos a viagem.

No caminho para Campina Grande, um dos carros começou a apresentar um superaquecimento. Em Riachão do Bacamarte, paramos definitivamente, enquanto o carro era analisado por mecânicos, perguntamos à população local se havia algum ambiente que reproduzisse a paisagem que buscávamos em Cabaceiras. Guiados por um local, fomos até uma “cachoeira” que não passava de uma linha d’água em uma paisagem arenosa.

Com o carro resfriado, decidimos continuar a viagem. Em Campina Grande, o carro parou novamente, e depois em mais duas cidades no percurso até o Lajedo de Pai Mateus. Chegamos ao Hotel Fazenda, às 12:40. Enquanto o elenco aguardava o almoço, e com o suporte da produtora, se maquiava e vestia os figurinos, o restante da equipe foi até o Lajedo. Fizemos o reconhecimento da área e aproveitamos para gravar as cenas de ambientação. Contamos, durante toda a produção, com o suporte de Gerson Lima, um guia local que foi solicitado pelo hotel para que nos acompanhasse.

Após o almoço, toda a equipe estava reunida no Lajedo, enquanto o cinegrafista organizava seus equipamentos, Ivyson, na fotografia *still* registrava os figurinos dos atores e também produzia as fotos promocionais. Iniciamos as gravações, por volta das 14:30. Sempre ao lado do cinegrafista, como diretor, fiz questão que tivéssemos várias opções do mesmo *take* e também gravamos as cenas adicionais para o videoclipe, seguindo a ordem do dia. Próximo às 16 horas, turistas começaram a ocupar o lajedado para as trilhas, que geralmente acontecem nesse horário. Porém, antes das 16:30 já tínhamos encerrado as gravações do dia.

**Figura 1:** Foto Promocional.



**Fonte:** Ivyson Sotero (2024).

Voltamos para o hotel onde nos dividimos nos carros e seguimos viagem de volta. Chegando em João Pessoa, o cinegrafista, Cícero, entregou a Ivyson o cartão das gravações. No dia seguinte, Ivyson já tinha editado as fotos da primeira diária, e a equipe publicou os registros de bastidores em suas redes, mantendo as fotos mais promocionais para serem publicadas no período de divulgação.

Na quarta-feira, dia 18 de setembro, a segunda diária foi marcada para ter início às 15 horas. Agora, o ponto de encontro já seria na segunda locação, a faixa de praia em frente ao bar Bessa Grill. Nesta diária, do elenco, só seriam necessários Thomas, que também interpretou o “Homem” e Amina, que representaria a versão adulta da protagonista. Após gravarmos as cenas na faixa de areia, Ivyson fez os registros dos figurinos e fomos para o interior do bar.

**Figura 2:** Foto Still.



**Fonte:** Ivyson Sotero (2024).

Dentro do Bessa Grill, reservamos uma mesa próxima ao palco externo, onde às 18 horas, uma atração de forró iria se apresentar. Enquanto aguardávamos a atração, solicitamos alguns tira-gostos e cafés. A atração chegou e logo iniciamos as gravações finais. Às 20h, já tínhamos encerrado as filmagens e fomos para o palco interno do bar onde, algumas horas depois, aconteceu a gravação do Cantos & Contos daquela semana. Aproveitamos para fazer um take do cenário que serviria de alusão ao programa na chamada, tiramos nossa foto no palco e conversamos com a equipe de produção do programa.

### 4.3 PÓS-PRODUÇÃO

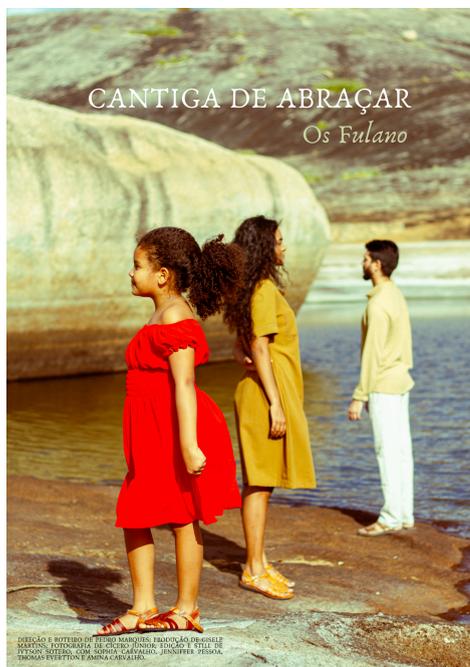
Ainda na semana de gravações, Ivyson, responsável pela edição, enviou o primeiro corte, e já na primeira montagem mostrou que tinha compreendido o roteiro pois apenas

seriam necessários ajustes de cortes e algumas trocas de *takes*. Tivemos uma reunião no *Google Meet* onde escolhemos juntos os *takes* que seriam utilizados, e, embasado no primeiro corte e na seleção, enviei uma decupagem (APÊNDICE I) marcando os *takes* selecionados.

Com o passar do período de edição, alguns *takes* que constituíam o roteiro foram substituídos. No terceiro corte já tínhamos o material ideal, entretanto o tempo excedia o de 1:30, por isso tivemos que realizar outra seleção de específicos *takes* e, infelizmente, excluímos alguns para que toda a produção estivesse no tempo determinado. Neste período, solicitei as logomarcas da TV Correio e do programa Cantos & Contos para Webster, que as enviou prontamente, e em seguida as encaminhei para Ivyson.

Com o sexto corte pronto, enviei desta vez para Ivyson uma opção reduzida do roteiro, para que ele pudesse desenvolver a versão de 30 segundos. Após a conclusão de ambas as versões, Ivyson partiu para a coloração dos materiais. Por fim, enviei para Ivyson, uma decupagem para a versão estendida, que será utilizada pela banda Os Fulanos como videoclipe, e solicitei que ele fizesse um pequeno corte de 10 segundos para ser utilizado como teaser nas redes sociais do programa.

**Figura 3:** *Pôster.*



**Fonte:** Autor (2024).

Enquanto Ivyson trabalhava na montagem e coloração dos materiais, eu idealizei um plano de conteúdo<sup>2</sup> para a divulgação. Para o perfil no Instagram do programa Cantos & Contos, agendamos um teaser para ser publicado antes da estreia na TV, no dia 24 de outubro. E para o perfil da banda Os Fulanos, separamos três fotos promocionais para serem postadas na mesma data. Já na data de estreia, 29 de outubro, após a veiculação na TV, o perfil do programa, publicaria a chamada completa, a versão de 1'30, e o perfil da banda, compartilharia o poster divulgando a versão em videoclipe, publicada no canal do *Youtube*.

---

<sup>2</sup> Link para o plano de conteúdo:

[https://docs.google.com/presentation/d/1urpbS4WuqfiRJ\\_1atX6TviHviFWbBZHAmuinWmCtC74/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/presentation/d/1urpbS4WuqfiRJ_1atX6TviHviFWbBZHAmuinWmCtC74/edit?usp=sharing)

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante minha passagem pela TV Correio fui me encontrando profissionalmente no mercado das chamadas. Essa união de publicidade e televisão, permite que os profissionais das agências internas das emissoras, e, em casos de menores proporções, profissionais do setor de promoções possam também trabalhar com a criatividade, e até com a construção de narrativas. Essas inúmeras possibilidades foram essenciais na decisão de produzir uma chamada para o Cantos & Contos.

O programa, por ser posicionado na programação da emissora em um horário isolado nos domingos, algo poderia ser feito para atrair ainda mais a atenção do público semanal. As chamadas, “a propaganda da tevê” como intitula a professora Jamile Palacce (2016), são as grandes responsáveis pela divulgação de um programa de TV. Esse gênero pode ser visto nos intervalos comerciais, e por esse motivo devem ser bem distribuídos na grade de programação do canal, após uma boa análise de comportamento do público, como pontua Severino (2015). Além disso, as chamadas precisam se destacar entre as ofertas comerciais que são transmitidas em seguida. Para isso, esse gênero pode contar com o auxílio de outros.

A intertextualidade inter-gêneros é um conceito apresentado nas pesquisas de Gustavo de Almeida e Cristina de Melo (2005), que pode funcionar como um método sedutor para prender a atenção do telespectador. Para a produção da Chamada Cantos & Contos, o gênero dos videoclipes se mostrou mais adequado para convergir com o vídeo promocional. Os videoclipes são um gênero que teve sua origem na televisão, e por muito tempo, foi nela que os clipes encontraram o seu maior canal de distribuição. Entretanto, hoje os videoclipes estão no universo digital. Por isto, e também por compreender os novos comportamentos que o público mais heterogêneo apresenta na hora de consumir conteúdos televisivos, uma divulgação transmídia desta produção também se fez necessária.

Seguindo a divisão em pré-produção, produção e pós-produção, encontrei uma forma pragmática de se trabalhar na elaboração das chamadas. Na pré-produção, realizei, junto à produtora, todo o trabalho invisível, de reunir equipe e escrever o roteiro, até a elaboração e o envio de termos e contratos. Na produção, tivemos grandes desafios, com um orçamento pessoal e curto, nossa margem de erro era muito pequena. Apesar dos empecilhos que ocorreram durante a primeira diária, toda a gravação ocorreu como esperado. Vale ressaltar que, na pós-produção observamos que alguns *takes* que não estavam originalmente previstos no roteiro eram mais assertivos para a construção do filme.

Apesar dos desafios encontrados, acreditamos que este trabalho cumpriu com seu principal objetivo de produzir uma chamada para o programa Cantos & Contos. Buscamos inovar no gênero, incorporando características de outro, referenciando-se na intertextualidade inter-gêneros. E realizamos a divulgação do programa e da chamada na TV e nas redes sociais, além de expandir a narrativa criada no roteiro para outros produtos, cumprindo com o teor transmidiático deste material.

A Chamada Cantos & Contos, conta com uma versão de 1:30” (um minuto e trinta segundos), 30” (trinta segundos) e uma de 3:15” (três minutos e quinze segundos). Esta última, postada nas redes sociais da banda Os Fulano, como videoclipe. Toda a realização deste projeto foi um grande desafio, tanto profissional quanto pessoal, mas espera-se que com essa conclusão, as chamadas tornem-se mais um caminho criativo nas emissoras de TV locais e que esta produção sirva como um cartão postal profissional para os próximos caminhos.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Gustavo Henrique Oliveira de . **O gênero chamada de programação: uma investigação sobre as chamadas de novelas da Rede Globo.** 2005. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em: [https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/3439/1/arquivo4699\\_1.pdf](https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/3439/1/arquivo4699_1.pdf). Acesso em: 9 jul. 2024.
- AUSTRALIA, Abc. *Celebrating 90 years with this epic rendition of I Am Australian | ABC 90 | ABC Australia.* **YouTube**, 2022. Disponível em: <https://youtu.be/xh9DusRmM-0?si=gdKDTTbqOIULVnLT>. Acesso em: 27 out. 2024.
- CANTOS & Contos, Programa. O Programa, **Programa Cantos & Contos**, 2024. Disponível em: <https://programacantosecontos.com/o-programa>. Acesso em: 23 mar. 2024.
- CASTRO, Maria Lília Dias de. Televisão e publicidade: ações convergentes. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-Compós.** [S. l.], v. 4, 2005. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/50/50>. Acesso em: 25 jul. 2024.
- COELHO, Lilian Reichert. As relações entre canção, imagem e narrativa nos videoclipes. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., 2003, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Belo Horizonte: INTERCOM, 2003. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/48650596182031961566843099816384469322.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2024.
- CORRÊA, Laura Josani Andrade. Breve história do videoclipe. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO CENTRO-OESTE, 8., 2007, Cuiabá. **Anais [...]**. Cuiabá: INTERCOM, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2007/resumos/r0058-1.pdf>. Acesso em: 9 jul. 2024.
- EMISSORAS, Record TV. Cléber Oliveira é o novo apresentador do Cantos & Contos, **R7**, 2020. Disponível em: <https://recordtv.r7.com/recordtv-emissoras/nordeste/tv-correio/cleber-oliveira-e-o-novo-apresentador-do-cantos-e-contos-29062022> Acesso em: 23 mar. 2024.
- FECHINE, Yvana. Programação direta da TV: sentido e hábito. Significação: **Revista de Cultura Audiovisual**, [S. l.], v. 31, n. 22, p. 41-57, 20. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/65593/68205>. Acesso em: 9 jul. 2024.
- HISTÓRIA de sucesso e credibilidade: TV Correio completa 30 anos nesta quinta (1º). **Portal Correio**, 2022. Disponível em: <https://portalcorreio.com.br/historia-de-sucesso-e-credibilidade-tv-correio-completa-30-anos-nesta-quinta-1o/>. Acesso em: 05 de mar. 2024.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira.** Porto Alegre: Sulina, 2013. Disponível em: [https://www.academia.edu/37564719/Estrat%C3%A9gias\\_de\\_Transmidia%C3%A7%C3%A3o\\_na\\_Fic%C3%A7%C3%A3o\\_Televisiva\\_Brasileira](https://www.academia.edu/37564719/Estrat%C3%A9gias_de_Transmidia%C3%A7%C3%A3o_na_Fic%C3%A7%C3%A3o_Televisiva_Brasileira). Acesso em: 10 jul. 2024.
- MELO, Cristina Teixeira Vieira de; ALMEIDA, Gustavo Henrique Oliveira de. A Chamada de programação de TV, um estudo pelo enfoque das Teorias de Gênero. **Revista da**

**Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-Compós.** [S. l.], v. 2, 2005. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/34/34>. Acesso em: 15 mar. 2024.

MACHADO, Arlindo. Pode-se falar em gêneros na televisão? **Revista Famecos**, [S. l.], v. 6, n. 10, p. 142–158, 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/3037/2315>. Acesso em: 10 jul. 2024.

NERCOLINI, Marildo José; HOLZBACH, Ariane Diniz. Videoclipe em tempos de reconfigurações. **Revista Famecos**, [S. l.], v. 16, n. 39, p. 50–56, 2009. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/5841/4235>. Acesso em: 12 out. 2024.

PALACCE, Jamile Marinho. **Chamadas:** a propaganda da tevê. [S. l.]: Appris Editora: Livraria Eireli-ME, 2016. Disponível em: <https://research.ebsco.com/c/jko7cb/search/details/b7qhzs4pjn/?limiters=FT1%3AY&q=PALACCE%2C+Jamile+Marinho>. Acesso em: 7 out. 2024.

PROGRAMAÇÃO. **TV Correio**, 2024. Disponível em: <https://tvcorreio.com.br/site/programacao/>. Acesso em: 23 mar. 2024.

RAMOS, Felipy. Horário Eleitoral Gratuito Da Novela Porto dos Milagres Rede Globo 2001. **YouTube**, 2021. Disponível em: <https://youtu.be/VYu58ssKhFI?si=brfuB8G-kcPpMMQT>. Acesso em: 23 mar. 2024.

SANTOS, Felipe Duarte da Fraga. **Chamadas de programação:** da concepção à veiculação, um estudo do caso TV Globo. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação-Habilitação em Publicidade e Propaganda)-Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/15995/1/FSantos.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2024.

SEVERINO, Tiago Nunes. **Programação na televisão pública:** uma análise da TV Brasil. São Carlos, 2015. Programa De Pós-Graduação Em Imagem E Som - PPGIS. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/7608/DissTNS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 9 jul. 2024.

TREVISAN, Michele Kapp. **A era MTV:** análise da estética de videoclipe (1984-2009). Tese (Doutorado) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Departamento de Comunicação, 2011. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/2248/1/000432693-Texto%2BCompleto-0.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2024.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - ROTEIRO DA CHAMADA

<b>CHAMADA</b> <b>Cantos &amp; Contos - MANUTENÇÃO - ESPECIAL</b>	
<b>IMAGEM</b>	<b>ÁUDIO</b>
<p>(<b>PLANO MÉDIO / FRONTAL</b> - Uma planície de água, alguém joga uma pedra que cai no centro da imagem.)</p> <p>(<b>PLANO GERAL / NUCA</b> - A <b>FILHA</b> está de frente para um açude, localizado em uma paisagem interiorana, quando escuta a canção vindo da sua direita, primeiro ela vira o rosto e sorri, logo em seguida, corre na direção da música.)</p> <p>(<b>PLANO AMERICANO / TRAVELLING FRONTAL - PAN / NUCA - FRONTAL</b> - Seguimos a <b>FILHA</b> que vai em direção à sua humilde casa. Em frente à casa está a <b>MÃE</b> dançando enquanto esfrega roupas em bacia, e o <b>PAI</b> está tocando uma sanfona na frente da casa.)</p> <p>(<b>PLANO MÉDIO / ¾</b> - A <b>MÃE</b>, seca as mãos chamando a <b>FILHA</b> para dançar.)</p> <p>(<b>PRIMEIRO PLANO / TRAVELLING VERTICAL / PERFIL</b> - As mãos da <b>FILHA</b> vão sobre os antebraços da <b>MÃE</b>, e depois, os pés da <b>FILHA</b>, um por um, sobem sobre os pés da <b>MÃE</b>.)</p> <p>(<b>PLANO GERAL / ZOOM OUT / PERFIL - NUCA</b> - Saímos do abraço entre a <b>MÃE</b> e <b>FILHA</b> e logo observamos todo o cenário. Elas dançam e rodopiam, sorrindo, enquanto o <b>PAI</b> continua alegre tocando sua sanfona.)</p> <p>(<b>PRIMEIRÍSSIMO PLANO / FRONTAL</b> - A <b>FILHA</b> vira o rosto e olha sorrindo para o <b>PAI</b>.)</p> <p>(<b>PRIMEIRÍSSIMO PLANO / FRONTAL</b> - O <b>PAI</b>, também sorrindo, olha para a <b>FILHA</b>.)</p> <p>(<b>PLANO MÉDIO / NUCA</b> - A <b>MÃE</b> coloca as mãos sob os braços da <b>FILHA</b> e a suspende.)</p> <p>(<b>PRIMEIRÍSSIMO PLANO / FRONTAL</b> - Os pés descalços da <b>FILHA</b> passam de baixo para a parte superior da imagem até saírem do quadro.)</p> <p>(<b>PRIMEIRÍSSIMO PLANO / FRONTAL</b> - Os pés da <b>FILHA</b>, agora, voltam descendo pela imagem, já calçados, até que encostam em uma estrada.)</p> <p>(<b>PLANO MÉDIO / FRONTAL</b> - A <b>FILHA</b> e <b>MÃE</b>. caminham tristes por estrada.)</p> <p>(<b>PLANO GERAL / NUCA</b> - A <b>FILHA</b> e <b>MÃE</b> estão em frente à praia, observando o mar, com mala ao lado.)</p>	<p><b>SOM AMBIENTE + BARULHO DA PEDRA.</b></p> <p><b>TRILHA INICIA.</b> “Cantiga de Abraçar” - Os Fulano.</p>

(**PRIMEIRÍSSIMO PLANO / PERFIL**- A água do mar se aproxima dos pés da **FILHA** , ela recua os pés até que saiam do plano para que não os molhe.)

(**PRIMEIRÍSSIMO PLANO / PERFIL** - Os pés que voltam para o plano já são da **MULHER**.)

(**PLANO GERAL / NUCA** - Agora, a **MULHER** está sozinha em frente à praia.)

(**PLANO AMERICANO / PERFIL** - A **MULHER** entra no bar que está acontecendo a gravação.)

(**PLANO MÉDIO / NUCA** - A **MULHER** observa as pessoas dançando forró, algumas sentadas em mesas e ao fundo um trio pé de serra toca no palco. Ela olha para sua lateral esquerda e observa uma mesa vazia, logo vai em direção para se sentar.)

(**PLANO MÉDIO / PERFIL** - A **MULHER** está sentada na mesa observando as pessoas. Logo o **HOMEM** lhe chama para dançar. )

(**PLANO MÉDIO / PERFIL** - A **MULHER** fica sem reação quando vê no **HOMEM**, o rosto do seu pai, o **HOMEM** insiste com um pequeno gesto de mão e um olhar, ela sorri de canto de boca, segura em sua mão e levanta.)

(**PRIMEIRO PLANO / PERFIL** - Eles estão na pista de dança. A **MULHER** olha para os pés e logo olha para o **HOMEM**. Eles começam a dançar.)

(**PLANO GERAL / PERFIL** - Eles dançam entre os demais casais.)

(**PRIMEIRO PLANO / ¼** - A **MULHER** abre um grande sorriso. )

**LETTERING: CELEBRE OS CANTOS.**

(**PLANO GERAL / PERFIL** - Eles dançam entre os demais casais.)

**LETTERING: RELEMBRE OS CONTOS.**

**LETTERING: TODOS OS DOMINGOS, ÀS 8:00 DA MANHÃ.**

**LOGO TV CORREIO + LOGO PGM Cantos & Contos**

**TRILHA ENCERRA.**

“Cantiga de Abraçar” - Os Fulano.

## APÊNDICE B - ORDEM DO DIA - PRIMEIRA DIÁRIA

ORDEM DO DIA 14/09/2024  
MARQUES

“CHAMADA Cantos & Contos”

DIR: PEDRO HENRIQUE

**Locação: Cabaceiras**

**Prod: Gisele Martins**

Saída de JP: 6h

Chegada: 8:30h

Preparação do Set: 8:30h

Rodando: 9h

Almoço: 11h

Rodando: 13h

Desprodução: 15h

Saída do Set: 15h

**CENA 1, EXTERNA, DIA**

PLANOS	AÇÃO	TIPO DE PLANO	MOVIMENTO	ÂNGULO	HORA
1	Uma planície de água, alguém joga uma pedra que cai no centro da imagem.	PLANO MÉDIO	PARADO	FRONTAL	9h - 9h10
2	A <b>FILHA</b> está de frente para um açude, localizado em uma paisagem interiorana, quando escuta a canção vindo da sua direita, primeiro ela vira o rosto e sorri, logo em seguida, corre na direção da música.	PLANO GERAL	PARADO	NUCA	9h10 - 9h20
3	Seguimos a <b>FILHA</b> que vai em direção à sua humilde casa. Em frente à casa está a <b>MÃE</b> dançando enquanto esfrega roupas em bacia, e o <b>PAI</b> está tocando uma sanfona na frente da casa.	PLANO AMERICANO	TRAVELLING FRONTAL / PAN	NUCA / FRONTAL	9h20 - 9h35
4	A <b>MÃE</b> seca as mãos chamando a <b>FILHA</b> para dançar.	PLANO MÉDIO	PARADO	3/4	9h35 - 9h45

5	As mãos da <b>FILHA</b> vão sobre os antebraços da <b>MÃE</b> , e depois, os pés da <b>FILHA</b> , um por um, sobem sobre os pés da <b>MÃE</b> .	PRIMEIRO PLANO	TRAVELLING VERTICAL	PERFIL	9h45 - 10h
6	Saímos do abraço entre a <b>MÃE</b> e <b>FILHA</b> e logo observamos todo o cenário. Elas dançam e rodopiam, sorrindo, enquanto o <b>PAI</b> continua alegre tocando sua sanfona.	PLANO GERAL	ZOOM OUT	PERFIL / NUCA	10h - 10h15
7	A <b>FILHA</b> vira o rosto e olha sorrindo para o <b>PAI</b> .	PRIMEIRÍSSIMO PLANO	PARADO	FRONTAL	10h15 - 10h25
8	O <b>PAI</b> , também sorrindo, olha para a <b>FILHA</b> .	PRIMEIRÍSSIMO PLANO	PARADO	FRONTAL	10h25 - 10h35
9	A <b>MÃE</b> coloca as mãos sob os braços da <b>FILHA</b> e a suspende.	PLANO MÉDIO	PARADO	NUCA	10h35 - 10h45
10	Os pés descalços da <b>FILHA</b> passam de baixo para a parte superior da imagem até saírem do quadro.	PRIMEIRÍSSIMO PLANO	PARADO	FRONTAL	10h45 - 11h

### CENA 2, EXTERNA, DIA

1	Os pés da <b>FILHA</b> , agora, voltam descendo pela imagem, já calçados, até que encostam em uma estrada.	PRIMEIRÍSSIMO PLANO	PARADO	FRONTAL	13h - 13h15
2	A <b>FILHA</b> e a <b>MÃE</b> . caminham tristes por estrada.	PLANO MÉDIO	PAN	FRONTAL	13h15 - 13h30

## APÊNDICE C - ORDEM DO DIA - SEGUNDA DIÁRIA

ORDEM DO DIA 18/09/2024  
MARQUES

“CHAMADA Cantos & Contos”

DIR: PEDRO HENRIQUE

**Locação: João Pessoa**

**Prod: Gisele Martins**

Chegada:

15h

Preparação

do Set: 15h

Rodando:

16h00

Jantar: 19h

Desprodução

o: 23h

Saída do Set: 23h

**CENA 1, EXTERNA, DIA**

PLANOS	AÇÃO	TIPO DE PLANO	MOVIMENTO	ÂNGULO	HORA
1	A <b>FILHA</b> e <b>MÃE</b> estão em frente à praia, observando o mar, com mala ao lado.	PLANO GERAL	PARADO	NUCA	16h - 16h10
2	A água do mar se aproxima dos pés da <b>FILHA</b> , ela recua os pés até que saiam do plano para que não os molhe.	PRIMEIRÍSSIMO	PARADO	PERFIL	16h10 - 16h20
3	Os pés que voltam para o plano já são da <b>MULHER</b> .	PRIMEIRÍSSIMO	PARADO	PERFIL	16h20 - 16h30
4	Agora, a <b>MULHER</b> está sozinha em frente à praia.	PLANO GERAL	PARADO	NUCA	16h30 - 16h40

**CENA 2, INTERNA, NOITE**

1	A <b>MULHER</b> entra no bar que está acontecendo a gravação.	PRIMEIRO AMERICANO	PARADO	PERFIL	20h - 20h10
2	A <b>MULHER</b> observa as pessoas dançando forró, algumas sentadas em mesas e ao fundo um trio pé de serra toca no palco. Ela olha para sua lateral esquerda e observa uma mesa vazia, logo vai em direção para se sentar.	PLANO MÉDIO	PARADO	NUCA	20h10 - 20h20
3	A <b>MULHER</b> está sentada na mesa observando as pessoas. Logo o <b>HOMEM</b> lhe chama para dançar.	PLANO MÉDIO	PARADO	PERFIL	20h20 - 20h30
4	A <b>MULHER</b> fica sem reação quando vê no <b>HOMEM</b> , o rosto do seu pai, o <b>HOMEM</b> insiste com um pequeno gesto de mão e um olhar, ela sorri de canto de boca, segura em sua mão e levanta.	PLANO MÉDIO	PARADO	PERFIL	20h30 - 20h40
5	Eles estão na pista de dança. A <b>MULHER</b> olha para os pés e logo olha para o <b>HOMEM</b> . Eles começam a dançar.	PLANO PRIMEIRO	PARADO	PERFIL	20h40 - 20h50
6	Eles dançam entre os demais casais	PLANO GERAL	PARADO	PERFIL	20h50 - 21h
7	A <b>MULHER</b> abre um grande sorriso.	PLANO PRIMEIRO	PARADO	3/4	21h - 21h10
8	Eles dançam entre os demais casais	PLANO GERAL	PARADO	PERFIL	21:10 - 21:20

## APÊNDICE D - CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO PARA ATORES

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO TEMPORÁRIO PARA CHAMADA DO PROGRAMA  
CANTOS & CONTOS**

Pelo presente instrumento de Contrato de Prestação de Serviços de ATOR/ATRIZ

\_\_\_\_\_, por Tempo determinado, nos dias 14 e 18 de Setembro, portador (a) do CPF \_\_\_\_\_, residente e domiciliado em \_\_\_\_\_ doravante denominado (a) **CONTRATADO (A)** têm por justo e contratado o que segue:

**CLÁUSULAS DESTE CONTRATO**

**Primeira** - O Contratado prestará serviços na função de ATOR/ATRIZ para produção de chamada do PROGRAMA CANTOS & CONTOS, DA TV CORREIO, durante o período de vigência deste contrato, sem exclusividade.

**Segunda** - O presente contrato terá vigência pelo prazo entre os dias que compreendem o período de gravação, que acontecerá nos dias 14 e 18 de setembro. Neste período, fica o (a) **CONTRATADO (A)** à disposição para executar as atividades inerentes a este projeto relacionadas a sua participação na chamada.

**Terceira** - Ao assinar este contrato, o (a) **CONTRATADO (A)** está de acordo com a quantia de R\$ 80,00 (oitenta) reais referente a cada diária de gravação da produção independente, sem fins lucrativos, produzida pelo aluno do curso de Rádio e TV da Universidade Federal de Paraíba, Pedro Marques, portador do CPF 058.891.884-96, em prol de seu TCC. Deste modo, a obra cooperará de forma a agregar no portfólio profissional do **CONTRATADO (A)**.

**Quarta**- O(a) **CONTRATADO (A)** autoriza desde já, a produção a utilizar o seu nome e sua imagem para o produto final, prestado a televisão aberta, para os canais da banda Os Fulanos e para divulgação, seja por meio de redes sociais, festivais de audiovisual ou congêneres sendo esta liberação válida exclusivamente para esta produção, porém por prazo indeterminado.

**Quinta** - A **ORGANIZAÇÃO DA PRODUÇÃO** fornecerá as informações e ferramentas necessárias para prover o melhor ambiente de trabalho para o(a) **CONTRATADO (A)**.

E por ser verdade, firmam as partes através deste instrumento em 2 (duas) vias de igual teor e forma para que produza seus efeitos legais.

João Pessoa 10, de SETEMBRO de 2024

\_\_\_\_\_  
Contratado(a)

\_\_\_\_\_  
Produção

\_\_\_\_\_  
Diretor

## APÊNDICE E - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE LOCAÇÃO

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA GRAVAÇÃO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)

Pelo presente instrumento particular, as partes a seguir identificadas

#### 1. AUTORIZADOR:

Nome:

Cargo:

Nome da Instituição/Empresa: HOTEL FAZENDA PAI MATEUS

Endereço:

Telefone:

#### 2. AUTORIZADO:

Nome: PEDRO HENRIQUE MARQUES FERNANDES

Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

Curso: RADIALISMO

Endereço: Rua Juiz Manoel João da Silva, 161 - CEP: 58075428

Telefone: 83 8678-5779

E-mail: [pedro.marques@academico.ufpb.br](mailto:pedro.marques@academico.ufpb.br)

Considerando que o Autorizado deseja realizar gravações no local de propriedade ou sob a administração do Autorizador, para fins de produção de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC);

As partes resolvem firmar o presente Termo de Autorização, que se regerá pelas seguintes cláusulas:

#### Cláusula 1 – Objeto

1.1.O Autorizador concede permissão ao Autorizado para realizar gravações no local situado em HOTEL FAZENDA PAI MATEUS, CABACEIRAS - PARAIBA, exclusivamente para a produção do TCC, que será uma chamada para o programa Cantos & Contos, da TV Correio.

#### Cláusula 2 – Escopo da Autorização

2.1. A autorização é concedida para o uso do local para gravações na seguinte data e horário: DIA 14 DE SETEMBRO DE 2024, DE 08 HORAS DA MANHÃ ÀS 16 HORAS DA TARDE.

2.2. O Autorizado poderá utilizar o local para as seguintes finalidades: GRAVAR CENAS UTILIZANDO DA PAISAGEM DO HOTEL FAZENDA PAI MATEUS, PARA FINS DE UMA CHAMADA PARA CONCLUSÃO DE CURSO.

### Cláusula 3 – Duração

3.1. A presente autorização é válida enquanto houver necessidade de gravação, em busca do take final, podendo ser prorrogada mediante acordo por escrito entre as partes.

### Cláusula 4 – Compensação

4.1. Não havendo compensação, espaço cedido voluntariamente, sem fins lucrativos.

### Cláusula 5 – Responsabilidades

5.1. O Autorizado compromete-se a utilizar o local de forma cuidadosa e em condições adequadas, responsabilizando-se por qualquer dano causado durante a gravação.

### Cláusula 6 – Disposições Gerais

6.1. Qualquer alteração ou adição ao presente Termo deverá ser feita por escrito e assinada por ambas as partes.

E, por estarem assim justas e contratadas, firmam o presente Termo em duas vias de igual teor e forma.

03/09/2024 João Pessoa, PB.

AUTORIZADOR:

---

AUTORIZADO:

---

PEDRO HENRIQUE  
MARQUES  
RADIALISMO, UFPB

APÊNDICE F - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DA CANÇÃO

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DA CANÇÃO CANTIGA DE  
ABRAÇAR  
DIREITOS AUTORAIS**

Eu, \_\_\_\_\_ (nome completo),  
\_\_\_\_\_ (nacionalidade), \_\_\_\_\_ (estado civil),  
\_\_\_\_\_ (profissão), portador (a) da Cédula de Identidade n.º  
\_\_\_\_\_, inscrito no CPF/MF sob n.º \_\_\_\_\_,  
e-mail \_\_\_\_\_ residente e domiciliado (a) na Rua

\_\_\_\_\_  
(endereço completo), considerando os direitos assegurados aos autores de obras literárias, artísticas e científicas insculpidos nos incisos XXVII e XXVIII do art. 5º da Constituição Federal, bem como nos termos da Lei Federal n.º 9.610/98 e dos Decretos n.º 57.125/65 e n.º 75.699/75, pelo presente termo e sob as penas da lei declaro e reconheço ser o único titular dos direitos morais e patrimoniais de autor da obra CANTIGA DE ABRAÇAR, intitulada \_\_\_\_\_ (denominação completa) e por conseguinte AUTORIZO a utilização da música autoral Cantiga de Abraçar por parte do **Aluno de Radialismo, Pedro Henrique Marques Fernandes da Universidade Federal da Paraíba**, inscrito no CPF sob n.º 058.891.884-96, endereço: Rua Juiz Manoel João da Silva, 161 - CEP: 58075-428, especialmente para a construção do seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

A presente autorização é concedida a título gratuito, por tempo indeterminado, de forma a permitir a utilização desta obra na chamada de manutenção do programa Cantos & Contos da TV Correio, e participe em festivais audiovisuais e de publicidade.

Por ser expressão de minha livre e espontânea vontade, firmo este termo em 02 (duas) vias de igual teor e forma sem que nada haja, no presente ou no futuro, a ser reclamado a título de direitos autorais, conexos ou qualquer outro.

João Pessoa, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2024

\_\_\_\_\_  
Lucas Dan  
Compositor e Cantor

\_\_\_\_\_  
Gisele Martins  
Produção

## APÊNDICE G - PLANILHA DE GASTOS.

<b>Necessidade</b>	<b>Status</b>	<b>Valor</b>
Cachê: <b>Câmera</b>	Pago ▾	R\$ 500
Cachê: <b>Produtora</b>	Pago ▾	R\$ 200
Cachê: <b>Still/Edição</b>	Pago ▾	R\$ 200
Cachê: <b>Filha</b>	Pago ▾	R\$ 80
Cachê: <b>Mulher</b>	Pago ▾	R\$ 160
Cachê: <b>Pai/Homem</b>	Pago ▾	R\$ 160
Cachê: <b>Mãe</b>	Pago ▾	R\$ 80
Cachê: <b>Guia Lajedo</b>	Pago ▾	R\$ 300
Alimentação: <b>Diária 1</b>	Pago ▾	R\$ 480
Alimentação: <b>Diária 2</b>	Pago ▾	R\$ 110
Transporte: <b>Diária 1</b>	Pago ▾	R\$ 500
Transporte: <b>Diária 2</b>	Pessoal ▾	-
Transporte: <b>Compras</b>	Pago ▾	R\$ 110
Objeto De Cena: <b>Bacia</b>	Pago ▾	R\$ 30
Objeto De Cena: <b>Sanfona</b>	Pessoal ▾	-
Objeto De Cena: <b>Lençol</b>	Pago ▾	R\$ 10
Objeto De Cena: <b>Mala</b>	Pessoal ▾	-
Figurino: <b>Vestido Mãe</b>	Pago ▾	R\$ 60
Figurino: <b>Sandália Mãe</b>	Pago ▾	R\$ 35
Figurino: <b>Vestido Filha</b>	Pessoal ▾	-
Figurino: <b>Sandália Filha</b>	Pago ▾	R\$ 30
Figurino: <b>Pai</b>	Pessoal ▾	-
Figurino: <b>Mulher</b>	Pessoal ▾	-
Figurino: <b>Homem</b>	Pessoal ▾	-
Maquiagem	Pessoal ▾	-
<b>Total</b>	Pago ▾	<b>R\$ 3.045</b>

## APÊNDICE H - DECUPAGEM 1º CORTE

<b>CHAMADA CANTOS E CONTOS - MANUTENÇÃO - ESPECIAL</b>	
<b>IMAGEM</b>	<b>ÁUDIO</b>
<p>(0008 - Uma planície de água, alguém joga uma pedra que cai no centro da imagem.)</p> <p>(MANTÉM- A <b>FILHA</b> primeiro ela vira o rosto e sorri e sobe os ombros, sai e corta.)</p> <p>(MANTÉM - Seguimos a <b>FILHA</b> que vai em direção à sua humilde casa.)</p> <p>(0073 - <b>MÃE</b> olha e sorri vendo <b>FILHA</b> chegar.)</p> <p>(0076 - Em frente à casa está a <b>MÃE</b> esfregando roupas em bacia, e o <b>PAI</b> está tocando uma sanfona na frente da casa. Elas se abraçam.)</p> <p>(0078 - Close do abraço.)</p> <p>(0080 - Close dos pés.)</p> <p>(0081 - Elas dançam.)</p> <p>(MANTÉM- A <b>FILHA</b> vira o rosto e olha sorrindo para o <b>PAI</b>.)</p> <p>(0094- O <b>PAI</b>, também sorrindo, olha para a <b>FILHA</b>.)</p> <p>(0123 - A <b>MÃE</b> suspende a <b>FILHA</b>. E depois a imagem vai pro céu. )</p> <p>(MANTÉM- Do céu para uma estrada seca, a <b>FILHA</b> e <b>MÃE</b> caminham.)</p> <p>(MANTÉM - Na estrada, a <b>FILHA</b> olha para trás.)</p> <p>(MANTÉM - A <b>FILHA</b> olha para o rio.)</p> <p>(0129 - A <b>MULHER</b> olha para a praia.)</p> <p>(MANTÉM - A <b>MULHER</b> está de frente para a praia e vira o rosto, sorri e vai em direção ao bar.)</p> <p>(CORTA INÍCIO- A <b>MULHER</b> entra no bar que está acontecendo a gravação.)</p> <p>(0192 - Sanfona.)</p> <p>(0195 - Cantos e Contos.)</p> <p>(0163 - A <b>MULHER</b> está sentada na mesa observando as pessoas. Logo o <b>HOMEM</b> lhe chama para dançar e se assusta. )</p>	<p><b>SOM AMBIENTE + BARULHO DA PEDRA.</b></p> <p><b>TRILHA INICIA.</b> “Cantiga de Abraçar” - Os Fulano.</p>

(MANTÉM - A MULHER olha para o HOMEM.

(MANTÉM - O HOMEM, sorrindo, olha para a MULHER.)

(MANTÉM - A MULHER dá a mão para o HOMEM.)

(0181- Close pés dançando.)

(PLANO GERAL / PERFIL - Eles dançam.)

**LETTERING:** Celebre os cantos, relembre os contos.

(MANTÉM - A MULHER abre um grande sorriso. )

(0189 - Sai da sanfona e vemos eles dançarem.)

**LOGO PGM CANTOS E CONTOS**

**LETTERING:** Todos os domingos, às 8 da manhã.

**TRILHA ENCERRA.**

“Cantiga de Abraçar” - Os Fulano.

## ANEXOS

### ANEXO A - FIGURINOS

**Figura 4:** Figurino “FILHA”



**Fonte:** Ivyson Sotero.

**Figura 5:** Figurinos “PAI” e “MÃE”



**Fonte:** Ivyson Sotero.

**Figura 6:** Figurinos “HOMEM” e “MULHER”



**Fonte:** Ivyson Sotero.