

Opinii ale profesioniștilor Televiziunea – Sport de echipă

Constantin TROFIN

Constantin Trofin este moderator și realizator de emisiuni de televiziune. Experiența sa în domeniul audio-vizualului a debutat la începutul anilor nouăzeci, iar emisiunile realizate de el au fost transmise pe posturi precum TVR Cluj, TVR 1, Antena 1 etc.

The author presents the way the television works as a product of a team. The most relevant activities in the production of TV outputs are described in this material with strong and weak points.

Televiziunea este în egală măsură un mediu fascinant și periculos. Este fascinant pentru că totul se desfășoară cu o viteză amețitoare. Este fascinant pentru că lucrează curent cu o tehnologie ea însăși extrem de spectaculoasă. Este fascinant pentru că imaginea transmisă de multe ori telespectatorului chiar în timp real are fără discuție cel mai mare impact. Este fascinant pentru cei care lucrează în interior fiindcă le oferă o expunere și o notorietate care înțelese și gestionate greșit dau naștere celui mai hidos și superficial monstru media: FALSA VEDETĂ. Și de aici apare marele pericol. Spre deosebire de fiarele naturii, oamenii de televiziune se mănâncă între ei, pentru că omul este un pachet de orgolii. În toate televiziunile în care am lucrat sau pe care le-am vizitat (în România, Marea Britanie, Franța sau SUA) am întâlnit orgoliul, uneori în cel mai violent mod de manifestare. Adevăratele vedete sunt acelea care reușesc să-și țină în frâu propriul orgoliu și să convingă prin calitățile lor profesionale, canalizând orgoliul colaboratorilor pe un făgaș profesional și nu generând frustrări și ranchiună care se concretizează în final în performanțe slabe și rezultate de proastă calitate.

Dar să detaliez. Televiziunea, prin complexitatea ei, este realizată de către un număr foarte mare de specialiști, majoritatea cu meserii care necesită o mare doză de talent consolidat de o foarte înaltă calificare. Ei au meserii care într-un alt context n-ar avea nici o legătură una cu alta. În televiziune ei sunt aduși la un loc pentru a servi unui scop unic: PRODUCȚIA DE TELEVIZIUNE.

Pentru a mă face mai bine înțeles, voi explica cine participă la producția unui program de televiziune, fără să intru în detalii:

- Producătorul executiv. Conduce întregul proces de producție din punct de vedere managerial, bugete, organizare, administrare, concepție etc.
- Producătorul. Conduce și organizează producția efectivă.
- Regizorul. Pune în scenă producția, organizează filmarea.
- Regizorul secund. Face munca de rutină, foarte importantă de altfel, care ar umple inutil timpul regizorului.
- Asistentul de producție. Se ocupă de timing, respectarea scenariului, comunicare, notează și informează despre problemele apărute.
- Șeful de producție. Urmărește încadrarea în buget, ajută producătorul și regizorul să rezolve chestiuni de natură organizatorică.
- Regizorul de platou. Este asistentul regizorului în studio, urmărind organizarea generală a studioului, cine când intră în emisie etc.
- Scenaristul. Scrie scenariile necesare producției.
- Documentaristul. Face documentare și investigații asupra subiectelor, persoanelor invitate etc.
- prezentatorul (moderatorul, gazda, comentatorul, actorul, prezentatorul de știri, sport, meteo etc, persoana care apare cu fața pe ecran).
- Coordonatorul tehnic. Conduce organizarea tehnologică a producției.
- Directorul de imagine. Conduce echipa de cameramani.
- Cameramani. Operează camerele video.
- Asistentul de imagine (asistent de cameră, tehnician de cameră). Ajută cameramanii. Manipulează tehnica anexă camerei (macarale, lifturi, cărucioare etc.).
- Regizorul tehnic. Operează switcherul (mixerul) video.
- Regizorul de lumini. Proiectează, aranjează și comandă lumina.
- Luministul. Ajută dispunerea, aranjarea și controlul luminilor.
- Electricianul. Operează, comută, controlează echipamentele electrice (în special lumini).
- Operatorul video. Stabilește și controlează parametrii de lucru ai camerelor video pentru obținerea performanței maxime.
- Inginerul de sunet. Controlează din punct de vedere tehnic și artistic calitatea sunetului. E asistat de echipa de sunetiști.
- Operatorul (asistentul) de sunet. Aranjează și operează echipamentul audio (microfoane, CD-uri, legături prin satelit sau terestre etc.).
- Designerul de grafică video. Creează și operează grafica computerizată.
- Operatorul de grafică video. Comandă generatorul de caractere și introduce grafica video în program.
- Scenograful. Concepe și conduce realizarea decorurilor.
- Echipa decoruri. Tâmplari, vopsitori, zugravi care realizează efectiv decorul.
- Mașiniștii. Manipulează tot ce e de manipulat în platou (decoruri, echipamente etc.).

- Make-up artist. Concepe machiajul fiecărui personaj, stabilește caracteristicile de machiaj pentru fiecare față (culoare, intensitate etc.).
- Machieorul. Realizează machiajul.
- Hair stylistul. Aranjează părul, coafurile.
- Costumierul. Creează, selectează, combină ținutele.
- Garderobierul. Pregătește hainele pentru fiecare persoană, le curăță, calcă, repară, depozitează etc.
- Operatorul de efecte speciale. Concepe și operează efecte speciale mecanice (vânt, ploaie, efecte pirotehnice etc.).
- Operator video (MGS; VTR). Operează echipamentul de înregistrare sau redare video.
- Editorul de imagine (monteurul). Realizează montajele video.
- Operatorul post-producție. Este un editor de imagine expert. Realizează montajul final, integrează și ajustează sursele audio și video în producția finală. Aduagă muzica, efectele, grafica, titrajale, finisajele audio.

Sunt 35 de poziții și lista mai poate continua cu încă cel puțin zece.

Care dintre ei e mai deștept? Care dintre ei e mai important? Puteți decide dumneavoastră? Eu, în 18 ani de televiziune, n-am reușit. Pentru că munca fiecăruia dintre ei *se vede*. O părticică din talentul, pregătirea, sufletul și chiar orgoliul fiecăruia dintre ei se vede pe ecran, în calitatea produsului finit.

O singură lampă amplasată prost de către luminist poate să distrugă poate cel mai important cadru al unui show. Un regizor de platou care întârzie nu mai mult de 10 – 12 secunde introducerea invitatului după ce acesta a fost anunțat poate să pună moderatorul în cea mai penibilă situație din viața lui. Un sunetist care nu verifică acumulatorii unui microfon wireless poate să transforme dintr-o dată la mijlocul emisiunii un invitat sobru și important într-un clown care dă din gură ca un pește fără să se audă nimic, la fel ca în filmele mute. Din păcate, aici nu mai avem nici cartoanele cu textul, nici pianul. Un regizor de montaj (sau de emisie) care nu comută cadrul pe un detaliu important în cele câteva secunde în care se vorbește despre el, poate să distrugă tot momentul. Dar regizorul, la rândul său depinde de un cameraman din platou care poate *doarme în papuci* sau nu înțelege suficient de rapid ce i se cere prin căști, din regie. Dar dacă regizorul pur și simplu nu știe că va fi nevoie să arate acel detaliu pentru că producătorul a uitat să-i spună acest lucru? Astfel, el nu va pregăti momentul, va fi luat prin surprindere (la fel ca și cameramanii) și va rata momentul, perturbând și următoarele 5-6 cadre, creând în plus o tensiune nedorită în echipă, injurături și nervi. Ca să nu mai spun de posibilitatea ca un moderator sau prezentator să nu poată fi arătat la prim plan pentru că machiajul este prost executat în ultimul moment! Vă dați seama ce penibilă poate deveni o astfel de situație în cazul unui jurnal de știri? Să vezi un purece vorbindu-ți din fundul platoului? Sigur, regizorul poate să ignore acest lucru, să dea un prim plan corect din punct de vedere al compoziției, dar dezastruos pentru bietul prezentator, de care va râde o țară întregă

câteva săptămâni. Am trecut eu însumi printr-o atare situație dar în cazul meu spiritul de echipă a funcționat. Regizorul de emisie a strigat prin intercom: *Fugi Tutankamoane la machiaj! Urgent!!!* N-am mai pierdut timpul cu întrebări, am alergat la machiaj și am înțeles: Fusesem machiat cu un pancake (un fond de ten special destinat machiajului tv) prea închis la culoare, care în reacția care a urmat cu pielea mea a devenit și mai închis. Eram ideal pentru prezentarea unei emisiuni pentru minoritatea imigranților din Africa de Nord. Totul s-a remediat în două minute, am revenit în platou și după un minut am intrat în emisie. Mai târziu m-am dus în regie, i-am strâns mâna și când am avut ocazia, am dat o bere.

Am povestit toate astea pentru a înțelege că televiziunea este o mașinărie în care fiecare roțiță trebuie să funcționeze impecabil pentru a genera un produs fără cusur. Că poate proverbul *Buturuga mică răstoarnă carul mare* își găsește în televiziune cea mai bună ilustrație. Și după cum ați văzut, televiziunea are nenumărate *buturugi mici*.

Paradoxal, deși vorbim despre un mediu hipertehnologizat, tot acest angrenaj al televiziunii poate să funcționeze dacă sunt acceptate și respectate câteva valori profund umane: COMUNICARE, RESPECT, COLEGIALITATE, SPIRIT DE ECHIPĂ, RESPONSABILITATE, DORINȚĂ DE PERFECTIONARE. Sigur, vedetele sunt iubite de către public pentru șarmul și savoarea aparițiilor din emisiuni, de către televiziuni pentru banii pe care-i aduc prin vânzarea emisiunii, dar în spatele unei vedete care de multe ori are norocul unui dram de talent sau unui șarm deosebit, lucrează zeci (uneori sute) de oameni cu înaltă specializare și ani lungi de experiență.

În multe cazuri am cunoscut *vedete* de care azi nu mai știe nimeni care prin aroganță și nesimțire și-au întors împotriva echipele cu care lucrau. Astfel de perosane cu fițe de vedetă descoperă adesea dureros cât sunt de vulnerabile. Și apoi... dispar de pe ecran, așa cum au și apărut.

Ceea ce încerc eu la cursul practic este să formez reporteri de știri de televiziune. Un reporter este asemeni unui soldat din linia întâi, responsabil să culeagă informația inițială a fiecărei știri. În ciuda verificărilor și stilului echilibrat care trebuie să funcționeze în fiecare departament de știri, prima sarcină a oricărui reporter este corectitudinea știrii. Ca reporter vă puteți dezvolta propriile surse pentru a acoperi un domeniu sau mai multe: economie, justiție, politică etc. Acoperind un domeniu, veți deveni atât de familiar cu un subiect încât veți deveni la rândul vostru un fel de experți. Sunteți responsabili pentru colaborarea cu editorul coordonator pentru a-l informa sau a afla ce noutăți au mai apărut în domeniul de care răspundeți. Colaborând astfel, aflați în permanență care este politica editorială și concepția care o definește. Apoi această colaborare cu editorul coordonator definește gândurile lui și producătorului despre ceea ce trebuie să acoperiți voi. Aceste lucruri trebuie cunoscute pentru a ști de unde trebuie apucată orice nouă știre. Cum abordați întrebările despre știrea pe care trebuie s-o acoperiți. Cea mai bună unealtă a reporterului este telefonul. Trebuie să puneți întrebări și să fixați interviuri încă înainte de a părăsi redacția. Pe măsură ce știrea se dezvoltă, trebuie să țineți la curent departamentul de știri despre evoluție sau

schimbările survenite. Pe teren trebuie să colaborați strâns cu cameramanul pentru a vă asigura că aveți același mod de a privi lucrurile astfel încât imaginile să corespundă faptelor. După ce ați adunat tot materialul brut pentru știre îl organizați într-o formă concisă și clară. Colaborați cu producătorul pentru a vă asigura că înțelege știrea pe care ați acoperit-o și felul în care s-a schimbat de când ați început să lucrați la ea. Faptele, dacă le aveți pe toate și corect. Filmați materialul împreună cu cameramanul și apoi montați-l colaborând cu monteurul pentru a vă asigura că materialul este elaborat așa cum doriți și voi și producătorul.

Un defect important al multor departamente de știri este acela că principalii colaboratori, cameramanul și editorul de imagine, nu sunt considerați jurnaliști *adevărați* ci mai degrabă niște slugi ale reporterului. GRAVĂ GREȘALĂ! De multe ori ei dau știrii profunzime, viață, făcînd-o astfel mai reală pentru telespectatori. Considerîndu-vă colaboratorii inferiori, vă diminuați calitatea muncii și vă descalificați ca oameni și profesioniști.

Insist mereu asupra importanței echipei. În ceea ce privește reporterul, în teren el lucrează într-o subunitate (termen militar, de altfel) care chiar așa se numește: ECHIPĂ DE FILMARE. În trecutul nu foarte îndepărtat, aceasta era alcătuită din reporter, cameraman, asistent de cameră, sunetist, luminist și șofer.

Astăzi, datorită progresului datorat introducerii tehnologiei digitale echipa s-a redus la reporter și cameraman, care poate fi și șofer. Dar tot echipă se cheamă că e. Și spiritul de echipă trebuie să pornească de la acest nivel, bazându-se pe aceleași valori.

Cameramanul este cel care face din televiziune ceea ce este ea de fapt: imagine. Reporterul adună informațiile și consemnează faptele pe cînd cameramanul adună elemente distinctive, imaginile. Dacă lucrul se face în echipă, produsul final conține toate elementele de bază ale unei știri bune. Imaginile dau viață unei știri alcătuite din informație, fapte și personaje. O veche zicală spune că o imagine face cât o mie de cuvinte. În televiziune imaginile dezvăluie totul. Un bun exemplu este o întâmplare din timpul mandatului lui Ronald Reagan. Leslie Stahl de la CBS a făcut o știre în care critica administrația prezidențială. La scurt timp după difuzare, a primit o notă de mulțumire de la biroul de presă al președinției. Se pare că deși vorbele ei erau critice, imaginile știrii au fost atât de flatante încât mesajul critic al lui Stahl a fost complet ignorat.

Aceste distorsionări ale realității se pot vedea din lucruri simple, cum ar fi lumina pusă pe o persoană căreia i se ia interviu. Dacă puneți luminile pe o persoană astfel încât să pară aspră sau severă iar pe opozantul acestuia îl faceți din lumină să arate bine, blînd, uman, atunci înseamnă că imaginile au distorsionat știrea. Și prin sunet se poate distorsiona realitatea. Dacă se aude clar numai una dintre opiniile exprimate într-o știre, ați contorsionat din nou esența știrii. Aveți responsabilitatea să faceți știrea cât mai corectă și clară cu putință. Cine înregistrează imaginile și sunetul? CAMERAMANUL. Comunicați și colaborați în permanență.

Și dacă tot vorbeam de realitate, nu pot să nu remarc înduioșat montajele Realității TV de la summitul NATO, cu George W. și Laura Bush într-un montaj abundând de slow motion, dissolvuri lente și imagini *îndulcite* cromatic, pe fondul sonor al *The Star Spangled Banner* interpretat de o femeie cu o voce caldă în ritm R&B, atât de glamour- telenovelic încât pe imaginile de final cu Air Force One pierzându-se în zare, am cedat nervos. Am plâns mai tare ca la „Casablanca”!

Concret, într-o redacție de știri reporterul mai lucrează și are contact nemijlocit cu următorii oameni:

Producătorul – este persoana responsabilă de conținutul jurnalului de știri și de subiectele pe care le acoperă fiecare reporter de-a lungul zilei. Lucrând cu echipa care adună știrile și cu editorul coordonator, producătorul organizează toate programele de știri de-a lungul zilei, hotărând care sunt cele mai bune știri care trebuie produse. El trebuie să știe ce reporter a fost repartizat fiecărei știri. El stabilește durata fiecărei știri, unghiul de abordare și locul în jurnal. Tot el decide care este cea mai importantă știre a zilei. Această știre se numește știre conducătoare și este întotdeauna difuzată prima. În funcție de știrea conducătoare, producătorul decide ordinea în care vor fi difuzate celelalte știri în jurnal. O altă funcție importantă a producătorului este aceea de a verifica fiecare știre pregătită în parte. Să se asigure că sunt exacte și bine spuse. Producătorul ocupă una dintre cele mai importante poziții în departamentul de știri.

Editorul coordonator – ocupă o funcție importantă pentru succesul unui departament de știri funcțional. Editorul coordonator caută știrile zilei și asistă producătorul să acopere în cel mai bun mod cu putință știrile respective. Aceasta se face prin dezvoltarea de contacte personale și stabilirea unui tipar pentru dezvoltarea de contacte regulate cu persoane și instituții care *fac* știrile. Editorul coordonator este foarte important pentru reporterii care își dezvoltă știrile de-a lungul zilei. Editorul coordonator citește ziarele și scanează siturile de știri pe Internet în căutarea unor știri care merită acoperite, monitorizează radiourile și celelalte stații de televiziune în căutarea unor știri care ar putea apărea în timp ce echipele lucrează pe teren. Dacă editorul coordonator aude la radio că la un restaurant a avut loc o explozie, știe care echipă este cea mai apropiată de locul respectiv, ia legătura cu echipa și o trimite urgent să acopere subiectul respectiv. Este o poziție logistică și în același timp una editorială, de culegere de știri.

În final vă propun un mic ghid de comportament de aplicat în cazul filmărilor în teren:

Înainte de a părăsi sediul, informează-te cât poți de temeinic asupra subiectului. Pune întrebări producătorului despre tot ceea ce n-ai înțeles pe deplin. Trebuie să înțelegi totul foarte clar. Lămurește-te ce anume vrea producătorul să primească de la tine: Ce perspectivă de abordare a subiectului? Pe ce întindere? Vrea unul sau mai

multe interviuri? Cu cineva anume? Există imagini pe care le vrea neapărat? Care e dead-line-ul?

Documentează-te cât poți de temeinic. Verifică știrea din alte surse. Dacă e posibil (și strategic), ia legătura cu cei pe care vrei să-i interviezi. Fă-ți un plan general de acțiune (nu în detaliu, fiindcă detaliile le vei identifica la fața locului) pentru că odată ajuns acolo nu vei mai avea timp pentru asta. E bine să ai și un plan de rezervă dacă lucrurile nu merg cum ai plănuit (persoanele cu care voiai să vorbești nu sunt acolo, ai ratat o anumită acțiune etc.).

Ia legătura cu cameramanul și stabilește ora și locul de întâlnire.

Verifică dacă ai luat caseta video pentru filmare. Pare ceva banal, dar am văzut nenumărate cazuri de echipe care au plecat la filmare fără casetă. Prin 1998 am avut o echipă care a plecat să filmeze la Muntele Băișorii, au ajuns acolo, și-au dat seama că reporterul (azi vedetă) a uitat caseta pe birou, s-au făcut de râs atât ei cât și postul pe care cu *onoare* îl reprezentau și au venit acasă, fără material, ridicoli și cu o cheltuială inutilă.

Verifică-ți ținuta. Nu uita că vei reprezenta postul la care lucrezi în fața unor personalități dar și în fața telespectatorului simplu. S-ar putea să fie nevoie să apari în materialul filmat și atât tu cât și șefii tăi vor să fii credibil și prezentabil. În Statele Unite, stațiile de televiziune au trecut în regulamentul de organizare și funcționare reguli vestimentare stricte pentru reporteri: *Bărbații vor purta întotdeauna pantaloni lungi, cămașă, cravată și sacou iar femeile taioare și fuste care să ajungă până la cel mult o palmă deasupra genunchilor* (extras din regulamentul CBS). Epoca de glorie a ziariștilor nebărbierți, răvășiți și soioși care poartă trei ani aceeași jachetă de pescar încercând să convingă lumea că arată așa din cauza ideilor care le bântuie creierul a trecut. Până și Ion Cristoiu și-a luat o geacă nouă (tot dintr-aia, dar mai curată).

După ce te întâlnești cu cameramanul, explică-i pe drum ceea ce știi despre subiect, ce vrei să obții, cât de lung trebuie să fie materialul, ce imagini vrei neapărat să apară în materialul filmat. Cere-i părerea. S-ar putea să aibă idei foarte bune în ceea ce privește filmarea și eficiența ei. Explică-i CE vrei să obții dar nu-i spune CUM să filmeze. E meseria lui și oricum o stăpânește mai bine decât tine.

Odată ajunși la fața locului cooperați pe deplin și nu-i da ordine în gura mare ca să vadă lumea că tu ești șeful. Lasă-l să-și facă treaba și tu fă-ți-o pe a ta. El va filma URGENT imaginile care sunt atunci în derulare și pe care altfel le vei pierde (evacuarea răniților, prăbușirea podului, ridicarea epavei, arestarea suspectilor etc.) fiindcă e o vorbă care spune: *If it is not on tape, it never happened*. Și e și mai rău dacă posturile concurente AU aceste imagini. În acest timp, tu aduni cât de multe informații poți, identifici și iei legătura cu persoanele pe care vrei să le interviezi.

Te reunești apoi cu cameramanul, inventariați ce aveți și ce vă mai trebuie. Stabilește de comun acord cu cameramanul unde faci interviurile (atenție la background și la

zgomote). Un cameraman atent și cooperant va avea grijă atât de compoziția cadrului, de mesajul pe care-l transmite, cât și de aspectul tău. Îți va spune dacă hainele îți stau rău, dacă părul îți stă ridicol, dacă te uiți aiurea sau dacă-ți răsare un pom din creștetul capului. Dimpotrivă, un cameraman pe care l-ai umilit (mai ales în public), te va urî și nu va pierde ocazia să te facă să arăți ridicol ori de câte ori va avea ocazia. Și tehnicile de filmare oferă o multitudine de trucuri pentru asta. Sigur, orice om greșeste, dar în televiziune întotdeauna rufele se spală în familie, nu în public. V-ar conveni ca, aflat la o filmare, șeful să vă întrerupă interviul și să vă explice de față cu interviuatul, cameramanul și publicul că habar n-aveți de meserie? Nu uitați, lucrați cu OAMENI. Au sentimente, au mândrie și unii se răzbună. Aproape toți.

Când considerați că aveți tot ce vă trebuie, înregistrați sincronul, strângeți-vă lucrurile și plecați spre bază.

Nu uita să-i ceri cameramanului să scoată caseta din cameră ca să n-ajungi la montaj fără obiectul muncii iar la despărțire mulțumește-i pentru colaborare.

Și încă un amănunt, deloc lipsit de importanță. Fii mereu punctual!

Rândurile de mai sus nu sunt un ghid de lucru pentru producția de teren, care presupune mult mai mult. Ele se vor doar un mic îndreptar de comportament în echipă.

Scopul întregului articol e acela de a sublinia, din perspectiva celui care a produs și prezentat câteva sute de producții complexe atât în direct cât și înregistrate, că TELEVIZIUNEA nu poate produce în condiții de performanță decât dacă există, în fapt și în spirit, ECHIPA.

Bibliografie

Garner, Jean W, *Manual pentru televiziune*, Centrul pentru Jurnalism Independent București, Knight International Press Foundation și International Center for Journalism, Washington D.C.,

Millerson, Gerald, *Effective TV Production*, Third Edition, Oxford, UK, Focal Press, 1998

Shook Frederick, *Television Field Production and Reporting*, Second Edition, Longman Publishers, USA, 1997.