



## **Programa televisivo: SE JOGA! <sup>1</sup>**

Juliana cândida ALBANO<sup>2</sup>

Daniela Teixeira da Câmara BEZERRA<sup>3</sup>

Jamaika de Lima FERNANDES<sup>4</sup>

Tatiana Dantas CAVALCANTE<sup>5</sup>

Maria Ângela PAVAM<sup>6</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### **RESUMO**

O “Se Joga!” é um programa televisivo, de entretenimento, que traz aos telespectadores sugestões sobre atividades, lugares, filmes e livros interessantes e relevantes para serem feitas, visitados, vistos e lidos antes de morrer. A idéia é aliada ao teor turístico que apontará o Rio Grande do Norte como o ponto de partida para aventuras e práticas das mais diversas atividades.

**PALAVRAS-CHAVE:** TV, entretenimento, aventura, cotidiano, turístico;

### **APRESENTAÇÃO**

O projeto “Se Joga!” trata-se de um programa piloto para televisão produzido por alunos de Radialismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Um programa da categoria “entretenimento” e gênero “aventura” que foi produzido como atividade avaliativa para a disciplina Produção em TV. Para a realização do programa, foram usadas várias locações, como a Universidade Federal do Rio Grande do Norte, a praia de Ponta Negra, uma área para jogo de paintball localizado no município de Pium (RN), uma pista de kart e shoppings de Natal. O programa ainda conta com o “Portuga” que apresenta o programa, e a repórter “Cobaia” que testa todas as aventuras antes do telespectador se arriscar. O programa tem como público-alvo, adolescentes e adultos, na faixa etária entre 20 e 40 anos.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Programa avulso de vídeo/TV

<sup>2</sup> Aluno(a) líder do grupo e estudante do 7º Semestre do Curso de Radialismo, email: juli\_albano@hotmail.com.

<sup>3</sup> Co-autor(a) e estudante do 7º Semestre do Curso de Radialismo, email: puca\_lee17@hotmail.com.

<sup>4</sup> Co-autor(a) e estudante do 7º Semestre do Curso de Radialismo, email: jamaikalim@hotmail.com.

<sup>5</sup> Co-autor(a) e estudante do 7º Semestre do Curso de Radialismo, email: tatiana\_dantas@ig.com.br.

<sup>6</sup> Orientador(a) e professor (a) do curso de Radialismo, email: gelpavan@gmail.com.



## 2. OBJETIVO

O Programa tem como objetivo trazer uma nova proposta de entretenimento, incentivando os telespectadores a aproveitarem melhor a vida. Dando aos Norte Rio-Grandenses um conhecimento maior sobre o próprio estado, e o que de melhor está escondido interior à dentro, o projeto incita o telespectador a fazer sua própria lista de atividades, cumpri-las e viver na sua plenitude. Incentiva o turismo, exhibe as belezas da terra e mostra diversas formas de lazer em que ele poderá se divertir muito.

O programa “Se joga!” exhibe opções curiosas de coisas para se fazer antes de morrer que trazem humor, diversão e um forte apelo turístico; além de mostrar opções econômicas e diferentes de passatempo.

## 3. JUSTIFICATIVA

A partir do século XVIII com a Revolução Industrial na Inglaterra, o mundo passava a sentir a experiência do fenômeno das sociedades modernas: o Cotidiano. Com essa industrialização, o ritmo de vida que fora imposto outrora, e que está impregnada às atividades do mundo contemporâneo não corresponde com as necessidades biológicas do homem, causando um desequilíbrio corporal e psicológico.

A correria do dia a dia, ao longo das décadas, exaure o tempo de muitas pessoas e as desestimula a aproveitarem seu tempo livre com novas experiências. Na busca pela fuga do stress e da rotina do dia-a-dia, o homem naturalmente se refugia no lazer, e nas mais diversas formas de entretenimento, que segundo o professor doutor Luiz Gonzaga Godoi Trigo “é algo relativamente novo no mundo”.

O conceito surgiu de forma mais específica ao longo dos séculos XIX e XX fruto da estruturação do capitalismo em sua fase pós-industrial.

(Luiz Gonzaga Godoi Trigo, Entretenimento: uma crítica aberta.)

Sustentado nessa procura, o Programa “Se Joga!” vem para ser um meio de entretenimento, que de maneira inovadora, aborda o próprio tema que o justifica: coisas para se fazer antes de morrer. Sair da rotina estressante do cotidiano e fazer das atividades sugeridas pelo “Se Joga!” uma extensão do entretenimento visto no programa.



“Não deixe nada pra semana que vem, porque semana que vem pode nem chegar”. Não só em músicas, mas em livros e filmes, a idéia de que se faça tudo o que se tem vontade antes que seja tarde é pura realidade. Não o ato inconseqüente, sem pensar que o amanhã poderá vir, mas o ato consciente de que longevidade não é sinônimo de qualidade de vida. Algumas oportunidades e vontades ignoradas poderão transformar-se em um futuro arrependimento.

O programa vem então, incentivar o telespectador a fazer sua própria lista, a não adiar vontades, além de incentivar a realização pessoal.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Durante o processo de criação do “Se Joga!” foi definido que o programa teria a duração de 10 minutos, sendo exibido semanalmente aos sábados. O programa conta com um apresentador do sexo masculino e uma repórter do sexo feminino. O apresentador – o Portuga – age como uma ponte que conduz o telespectador de uma aventura à outra, e a repórter – a repórter Cobaia –, como o combustível que move as atrações.

Durante o período de três semanas, referente à fase de pré-produção, houveram reuniões semanais, onde foram decididas as questões primordiais para a realização do projeto. Nesta fase foi definido o formato do programa e tema, foi escolhido o apresentador e a repórter e foi decidida a pauta do primeiro programa para que enfim chegássemos à elaboração do roteiro.

Desde o momento que foi decidido que haveria um apresentador e uma repórter, já tínhamos em mente quem seria esta. Faltava então a escolha de um apresentador. Para tal, foi realizada uma seletiva que aconteceu no próprio laboratório de comunicação da universidade. Para convocar os interessados foram espalhados cartazes passando as informações necessárias como dia e horário. Nesta seletiva foram analisadas questões como dicção, desenvoltura, simpatia, fotogenia e postura com a repórter diante das câmeras.

O período de pré-produção ainda incluiu uma vasta pesquisa dentre os programas turísticos e de aventura já existentes, além de filmes e livros que falam da temática que o “Se Joga!” aborda, dentre os quais estão os filmes “Antes de Partir” (Warner Bros, Pictures, 2007), “Patch Adams” (Universal, 1998) e “Um Amor pra



Recordar” (Warner Bros, Pictures, 2002), além dos livros “1001 Discos para ouvir antes de Morrer” (Dimery, Robert, 2008), “1000 Lugares para conhecer antes de Morrer” (Shultz, Patrícia, 2006), “1001 comidas para provar antes de Morrer” (Case, Francis, 2009) e o “100 coisas para fazer antes de morrer” (Oqden, Michael, 2006).

Nas reuniões foi chegado ao consenso de que a cada nova edição, o programa partiria de uma cidade diferente do Rio Grande do Norte dando sugestões de atividades ao telespectador e fazendo desta mesma cidade, o palco para tais sugestões. Assim, cada cidade do estado é contemplada e o roteiro turístico é incrementado ao programa. O programa piloto aponta Natal, capital do Rio Grande do Norte, como a primeira parada da nossa viagem que excursionará por todo o território Potiguar, levando ao telespectador uma nova ótica de programa turístico.

Também foram colocadas em discussão e em prática, nessa primeira fase do processo, as possíveis maneiras de captação de recursos para a realização do projeto, os possíveis investidores e parcerias que viriam a dar certo.

Sobre o figurino, optamos por fazer uso de acervo próprio. Foi escolhido o uso de roupas mais despojadas devido o programa ser do gênero aventura. O figurino foi pensado de acordo com o tipo de atividade e o local, para que ele contrastasse de forma positiva com o ambiente e com o que estava sendo transmitido.

Duas semanas foi o período destinado a produção. Aqui foram feitas todas as gravações, que foram realizadas em locais distintos de Natal, onde o cenário foi a própria cidade. Nesta primeira edição, o “Se Joga!” convida o espectador a participar de uma batalha de Paintball, realizada no Cangaceiro Paintball, localizado no município de Pium; uma corrida de Kart, no Kurt-Kart em Natal; uma partida de Pump it up, em um dos shoppings da capital; um vôo de Parapent, na praia de Ponta Negra; além de uma visita a uma instituição que apóia crianças com câncer, o GACC. A idéia é de que as atividades realizadas no programa não sejam apenas propostas pela produção, mas também pelo telespectador por meio de entrevistas e sugestões enviadas via blog e/ou email. Agindo dessa forma, fazemos com que o telespectador se sinta mais próximo e mais participativo, contribuindo de forma direta com o programa.

Para a captação de imagens foram utilizadas uma câmera Minidv e outra HD. Assim como o figurino, a captação de imagens também foi pensada de forma que interagisse com o que estava sendo passado; movimentos mais suaves e/ou imagens estáticas para atividades “leves”, movimentos mais bruscos e/ou imagens ousadas para



atividades com um “peso” maior. Já para o áudio, fizemos uso de microfone direcional, shotgun.

Para a pós-produção, dispusemos do tempo de uma semana que envolveu a captura do material gravado, decupagem, edição e montagem. Em relação à edição, foram pensadas maneiras de diferenciação do produto, sendo assim, buscamos trazer um pouco da influência das transições cinematográficas como, por exemplo, a ‘linkagem’ de imagens. A montagem do programa segue um ritmo crescente de adrenalina, começando com uma matéria mais suave e tranquila até uma de maior energia. Por fim, chega-se novamente a uma matéria de maior tranquilidade preparando o telespectador para o fim deste programa e início do próximo da grade de programação.

## **5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Quando surgiu a idéia de fazer um programa sobre coisas para se fazer antes de morrer, a princípio pareceu uma idéia muito comum, muito clichê, afinal já existem várias obras literárias e cinematográficas que abordam o mesmo assunto. Partimos então para a busca de algo que desse o diferencial do produto, até que chegamos a outro ponto: o turismo. A idéia de um programa sobre coisas para se fazer antes de morrer aliada ao aspecto turístico é sem dúvidas o nosso diferencial. Assim como o próprio nome “Se Joga!”, tudo neste produto audiovisual corrobora a idéia de sair da zona de conforto, de despertar no telespectador o desejo de colocar em prática atividades pensadas, mas não praticadas.

Vale a ressalva de que apesar ser de cunho turístico e de aventura, no “Se Joga!” também incitamos a corrente do bem. Mostramos que não só grandes aventuras, como voar de parapent, mas atividades simples como uma visita a uma instituição, dar um pouco de atenção a pessoas que necessitam, também podem fazer parte do roteiro do espectador.

Enfim, seja qual for o desejo, o importante aqui é realizá-lo.

### **5.1 Características técnicas**

Produtora: Ás Produção

Produto Final: Programa de TV

Duração: 10’





RADICALIZAR TANTO, QUE TAL UMA OPÇÃO SIMPLES E DIVERTIDA COM UM AMIGO? AGORA EU QUERO VER A NOSSA REPÓRTER SE JOGAR ALI NO PUMP COMIGO, E AÍ PRISCILA? TOPA?		IMAGEM EM PARALELO, REPORTER “ESPERANDO” RESPOSTA
---	--	---

Página 4

## 6. CONSIDERAÇÕES

A partir da intenção de produzir um programa inovador no campo turístico, a estratégia do “Se Joga!” vai além do mostrar apenas o município, mas também as possíveis outras atividades que podem ser realizadas lá – ou em outro município.

A meta é a de alcançar o público jovem – no início do caminho da vida. Mas não é por isso que o público mais velho está excluído do programa. Com apresentação jovem e descontraída, o programa espera atingir e contagiar o maior número possível de pessoas, tornando-as habitadas a não protelar suas prioridades. Pensando também na possível desculpa, o programa traz variadas formas de lazer, para várias condições financeiras, e faixa etária.



## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

KELLISON, Cathrine. Produção e Direção para TV e Vídeo. Campus, 2006.

TTRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Entretenimento: uma crítica aberta. Nacional. SENAC, 2008.

DAY, Chris. 100 Coisas Para se Fazer [antes de Morrer]. Editora Melhoramentos, 2006.

SHULTZ, Patrícia. 1001 Lugares Para Conhecer Antes de Morrer. EDITORA SEXTANTE, 2007.