

DIREÇÃO MIGUEL RODRIGUES ROTEIRO CLEBER MARQUES

# DÚDÚ

a série



# LOG LINE

*Dudu é um garoto negro de 7 anos de idade que, com seu jeito questionador, busca respostas para os mais diversos assuntos. A partir de um conflito gerado por uma fala racista – Use o lápis cor da pele! – Dudu desperta sua consciência questionadora para temas como racismo, diferenças sociais, cultura, gênero, identidade, família e muitos outros que fazem parte da vida de seus colegas de escola.*

# AÇÕES TRANSMÍDIA

*De forma a integrar a série e suas temáticas em um universo do qual as crianças têm cada vez mais domínio – a internet –, delineamos, primeiramente, uma estratégia de ação transmídia intrinsecamente ligada à trama. Trata-se do canal VeriGlô, planejado para a plataforma YouTube, no qual as personagens Verinha e Glorinha comentarão alguns temas da série de forma divertida e interativa, convidando as crianças a participar. Esboçamos, ainda, o aplicativo +Dúdú, que possibilitaria às crianças acesso tanto anterior quanto posteriormente à exibição do episódio da semana a conteúdos exclusivos ligados aos temas abordados naquela unidade da trama. Pretendemos, desta forma, que as ações transmídia criem um universo narrativo próprio, capaz de atrair mais telespectadores para o principal produto da matriz Dúdú: a série de televisão.*

**PRODUÇÃO:**



## SÉRIE SEMANAL

Temporada 01

13 episódios • 24 minutos

Série para TV - comédia-dramática  
para a família com muita aventura

# UNIVERSO NARRATIVO

*“Dúdú, a série” é construída a partir de um ambiente escolar e as situações do cotidiano de uma turma de alunos com perfis variados e que vivem conflitos diversos, sempre motivada pela empatia do protagonista por aqueles que o cercam. Pretendemos que Dúdú e sua turma irradiem as discussões propostas entre eles para os lares dos telespectadores da série. Focamos nosso olhar, portanto, na essência do problema e na forma como ele mais comumente se apresenta na atualidade: o racismo velado. Esse é o ponto de partida da nossa série. A formação da personalidade de nosso protagonista, baseada nas questões anteriormente descritas, serve para que ele funcione como o agente questionador de seu meio.*

## SOBRE A SÉRIE

*Dudu é um garoto negro de 6 anos de idade que transforma suas próprias questões em um motivo para ajudar todos à sua volta, buscando resposta para os mais variados assuntos. É desta forma que pretendemos retratar diversos temas - dos questionamentos comuns da idade a pontos amplamente discutidos na contemporaneidade, tais como diferenças sociais, cultura, gênero - sob uma abordagem leve e sempre a partir do ponto de vista infantil.*

*O mundo de Dúdú.*

*Pretendemos que Dúdú e sua turma irradiem as discussões propostas entre eles para os lares dos telespectadores da série. Alguns assuntos, fatalmente, terão que ser abordados de uma forma um pouco mais didática; objetivamos fazer isso sem, contudo, assumir o caráter panfletário ou diminuir a carga de entretenimento destinada ao público infantil.*

*A consciência do espectador é como uma criança que, aos poucos, queremos trazer para a razão e instigar para que tire as suas próprias conclusões. A ideia é humanizar, personagens e público.*

# JUSTIFICATIVA

*Não existe maior sinceridade do que a de uma criança, certo? Então ninguém melhor do que uma delas para nos falar acerca de questões como identidade, valorização da cultura e raça.*

*Quantos protagonistas negros existem em nossa dramaturgia? Em quantos personagens da TV nossa imensa população negra pode se espelhar? E nossas crianças? Quantas obras de ficção em live action direcionadas aos públicos infantil e infanto-juvenil são produzidas, de fato, pelo audiovisual brasileiro? Estes são grandes pontos motivadores.*

*A necessidade de obras audiovisuais genuinamente brasileiras de qualidade para o público infantil e infanto-juvenil é uma grande motivadora desta obra.*

*Ter a oportunidade de fazer um projeto onde podemos ajudar a produzir um mundo melhor, contar histórias com positividade, com alegria, apesar de todos os dramas da vida.*

## “ME EMPRESTA O LÁPIS COR DA PELE?”

**Quem, quando era criança, já não ouviu esta frase?** Algo aparentemente dito de forma inocente pode guardar um grave problema social, o racismo. Este é o ponto de partida para o principal conflito do filme. Um tema ainda atual tratado pela ótica de uma criança. Um enredo singelo, verdadeiro e emocional para públicos de todas as idades e capaz de cativar e falar aos públicos mais diversificados. Dúdú e o Lápis Cor da Pele pode ser visto como a fala de uma criança sobre um assunto do “mundo dos adultos”. Não existe maior sinceridade do que a de uma criança, certo? Então ninguém melhor do que uma delas para nos falar sobre questões como identidade, valorização da cultura e da raça.

## PÚBLICO ALVO

*Buscamos que os telespectadores infantil e infanto-juvenil se identifiquem, tenham curiosidade e queiram descobrir mais acerca dos dilemas que afligem nossos personagens. O despertar da consciência de cada um, o crescimento e o aprendizado pelos quais toda criança precisa passar e os conceitos que muitos adultos precisam rever. Quantos protagonistas negros existem em nossa dramaturgia? Em quantos personagens da TV nossa imensa população negra pode se espelhar? E nossas crianças? Quantas obras de ficção em live action direcionadas aos públicos infantil e infanto-juvenil são produzidas, de fato, pelo audiovisual brasileiro? Estes são grandes pontos motivadores da série.*

## PLAYERS OU JANELAS

*Segmento de mercado prioritário é o de televisão tanto aberta como paga. O público-alvo é o infanto-juvenil, crianças a partir de 05 anos. Muitos temas atuais e que permeiam a vida das crianças desta geração serão abordados – da maneira como é possível para essa faixa etária de público. Essa é uma preocupação presente na pauta de grandes marcas, estúdios e muitos canais de televisão que buscam ampliar a representatividade de todas as parcelas sociais e culturais de espectadores cada vez mais exigentes e politizados. Os pais e educadores anseiam por essa representatividade e as crianças anseiam por respostas. TV Cultura, SBT, Globo.*



# REFERÊNCIAS

*Carrossel / Chiquititas / "Mundo da Lua", "Um Menino Muito Maluquinho", e o "Fantástico Mundo de Bob" são as referências para a série, com o diferencial que nosso protagonista é uma criança negra. Abordaremos os mais variados temas para a reflexão como preconceito, uso de tecnologia por crianças, desconstrução de rótulos sociais ligados a gênero, empoderamento negro, morte, competição, importância dos negros na História, bullying, representatividade negra, identidade de gênero na infância, respeito à terceira idade, cultura indígena e relacionamento dos pais nessa primeira temporada.*

*Um enredo singelo, verdadeiro e emocionante para plateias de todas as idades, capaz de cativar e falar aos mais diversos públicos. Não existe maior sinceridade do que a de uma criança, certo? Então ninguém melhor do que uma delas para nos falar acerca de questões como identidade, valorização da cultura e raça.*



Carrossel



Chiquititas

# O CURTA QUE DEU ORIGEM A SÉRIE



*Dúdu e o Lápis cor da pele (2015/2016) nasceu com o propósito de abordar o tema racismo no contexto atual da nossa sociedade. A opção de fazer isso através da ótica de uma criança surgiu de uma situação comum a qual muitos de nós já vivenciou ou presenciou quando crianças:*

**- Usa o lápis cor da pele para pintar!**

*Não demorou para identificarmos um potencial existente no personagem título do curta e na temática que serviu de ponto de partida para o enredo. A repercussão entre educadores e instituições de ensino, antes mesmo do curta entrar em exibição, também chamou nossa atenção: diversas escolas pediram o curta para exibirem para seus alunos. Assim, “Dúdu e o Lápis Cor da Pele” será o título de um dos episódios, marcando e definindo a personalidade do protagonista.*

## ESTRUTURA DA TEMPORADA

O arco dramático da série está nas modificações que cada questionamento, busca e descoberta do protagonista Dúdú e de seus amigos farão neles mesmos e nas personagens adultas – estas, para além das já citadas, aparecerão na trama em uma espécie de rodízio: em um episódio, a avó de Dúdú o visitará, apresentando a ele todo o seu conhecimento em cantos e rezas da cultura afro e lhe contando histórias de seus antepassados. Em outro, teremos os pais de Henrique, Nestor e Dalila, a visitarem a escola para serem aconselhados acerca dos dilemas do filho, e assim sucessivamente. O novo namorado de Marta também será uma questão a afligir Dúdú. O que o seu pai vai pensar, afinal? Será que a mãe não vê que ele está ali, na frente de casa, sempre que o filho precisa? A morte de uma prima já adolescente de Glorinha em um acidente de carro também trará uma questão, mostrando as diferentes maneiras com as quais as crianças lidam com a morte – e, principalmente, como os adultos intermediam esta questão com seus filhos de forma a “não traumatizá-los”.

## SINOPSE CURTA

Dúdú, com dois acentos, significa NEGRO em língua Yourubá, como é dito no primeiro episódio e no curta que originou a série. Ele representa o entendimento e aceitação de identidade do protagonista. Por isso, “Dúdú” passa a ser mais do que uma série contada a partir da óptica de uma criança: torna-se uma história contada sob o ponto de vista de uma criança negra. Nossa história mostrará o universo de DÚDÚ, um garoto negro de classe média que tem a curiosidade, a inteligência e principalmente a sensibilidade como suas maiores qualidades. O garoto é filho único de MARTA, uma mulher que teve seu marido assassinado em um episódio de racismo – tema que é o ponto de partida e um dos principais conflitos da temporada. Durante uma aula de educação artística, sua professora, Sônia, diz a ele que utilize o que ela chama de lápis cor da pele para pintar o rosto das pessoas num desenho. A frase desperta em Dúdú uma crise de identidade. Com toda a inocência de uma criança da sua idade, Dúdú passa a carregar o lápis em questão consigo para encontrar alguém que possa sanar seus questionamentos. Este é só o ponto de partida para despertar no garoto seu espírito questionador e para que, a cada episódio da série, ele busque encontrar respostas para os mais diversos temas. Assuntos como gênero, competição, morte, terceira idade, valorização da cultura nacional e racismo irão despertar o lado questionador do garoto que, com a ajuda da sua turminha, irá buscar soluções para as situações do seu dia a dia e de todos que o cercam.



# PERSONAGENS



**DÚDÚ (Lúcio Correia)**

*Garoto negro de 6 anos de idade. Inteligente, questionador e com sede de descobertas. Filho de Marta, filho único, teve seu pai assassinado. Mora no Bairro da aclimação.*



**MARTA (Naruna Costa)**

*Mãe de DúDú, advogada. Perdeu o marido que foi assassinado vítima de racismo. Batalhadora e engajada nos movimentos de direitos dos negros.*



**SÔNIA (Claudiane Carvalho)**

*Professora de DúDú. Representa o racismo velado existente na sociedade. Sofrerá grandes mudanças ao longo do enredo.*

## PERSONAGENS



**FÁBIO (Mário Möhrle)**

*Diretor da escola em que Dúdu estuda. Homem sério e preocupado em tornar sua instituição cada vez melhor.*



**MADALENA (Nelly Trindade)**

*Antropóloga e curadora de arte. É ela que apresenta a Dúdu os grandes feitos de personalidades negras do Brasil. Torna-se amiga e uma espécie de “Fada Madrinha” do garoto.*



**WALTER (Ornellas)**

*Pai racista de Sônia. No passado, foi contra a filha ter um filho com um homem negro.*

## PERSONAGENS



**GUSTAVO** (Taiguara Nazareth)

*Ex-namorado negro de Sônia. Queria ter um filho com ela, mas Walter foi contra.*



**ANTÔNIO** (Dudu de Oliveira)

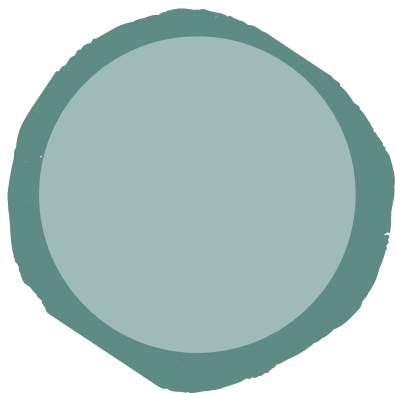
*Marido de Marta e pai de Dudu. Assassinado ao ser confundido com um bandido. Estará presente na série em episódios com flashbacks.*



**ANINHA** (Kiara Lopes)

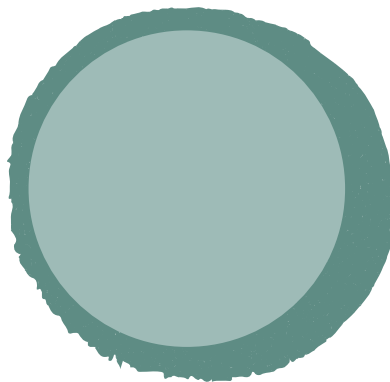
*Amiga de Dúdu. Criança esperta, sempre topa embarcar com ele em suas aventuras.*

# PERSONAGENS



## **MARIA** *(Escolhida por Teste)*

*Outra criança amiga de Dúdu. Sensível e delicada, ajuda Dúdu a entender seus dilemas.*



## **FRANCISCO** *(Escolhido por Teste)*

*Vizinho de Dúdu. Criança hipocondríaca, cheia de medos, mas acaba embarcando nas ideias de Dúdu.*

# EPISÓDIOS 1ª TEMPORADA

1

**PILOTO**

*O Mundo de Dúdú*

2

**EPISÓDIO 2**

*Dúdú e o lápis cor da pele*

3

**EPISÓDIO 3**

*Dúdú e o amigo imaginário*

4

**EPISÓDIO 4**

*Dúdú e o seu cabelo estiloso*

5

**EPISÓDIO 5**

*Dúdú e a nova aluna*

6

**EPISÓDIO 6**

*Dúdú e sua supermãe*

7

**EPISÓDIO 7**

*Dúdú e a África*

8

**EPISÓDIO 8**

*Dúdú e a festa de aniversário*

9

**EPISÓDIO 9**

*Dúdú e as histórias da Vovó*

10

**EPISÓDIO 10**

*Dúdú e ele mesmo*

11

**EPISÓDIO 11**

*Dúdú e aquele sonho de novo*

12

**EPISÓDIO 12**

*Dúdú e as suas férias*



# FICHA TÉCNICA



## **Direção e Produção Executiva | Miguel Rodrigues**

É filmmaker, diretor, diretor de fotografia, ator, criador, artista de alma e profissão que há vinte anos produz para território nacional e internacional. Na Rede Globo, Miguel fez parte da equipe de direção do núcleo Wolf Maya assinando novelas como “Kubanacan”, “Senhora do Destino”, “Cobras e Lagartos” e “Duas Caras”, além da série “Na Forma da Lei”, indicada ao Emmy. Com 18 curtas-metragens premiados, dirigiu diversas camanhas publicitárias. Realiza oficinas de dramaturgia e está em fase de finalização do longa “O Inferno de Cada Um”.



Diretor de série  
indicada ao EMMY  
*Na Forma da Lei*



# FICHA TÉCNICA



## **Roteiro | Cleber Marques**

Roteirista e dramaturgo. Autor de peças como “Gravidade”, publicada pela editora SESI-SP em projeto do Núcleo de Dramaturgia SESI – British Council e do texto “Human Food” escrito para o projeto “Young Writers Festival 100 word plays”, do Royal Curt Theatre, de Londres.

Na lista filmes assinados por ele estão os curtas “Consciência”, “Fotógrafas”, “Aprender a voar” (curta publicitário), “Dúdú e o Lápis Cor da Pele” além de esquetes de humor, uma websérie e outras peças de teatro. Dentre os cursos de sua formação está o de Dramaturgia Infantil na SP Escola de Teatro, com o roteirista Flávio de Souza, de projetos como “Castelo Ra-Tim-Búm” e “Mundo da Lua”, da TV Cultura.



## **Direção de Fotografia | Ricardo Rheingantz**

Tem mais de 20 anos de experiência em produção multimídia, atua como Diretor de Fotografia em Cinema & Vídeo tendo passado por diversas áreas, desde produção, direção de cena, edição e motion graphics. Da fotografia analógica a digital desenvolveu exclusiva técnica Night and Day de produção de arquivos de alta resolução em painéis cenográficos HD para a TV e Cinema. Este ano lança o longa-metragem ficção “Para Sempre Nunca Mais” (Forever Nevermore) nos Festivais Internacionais de Boston e Madri no qual fez a Direção de Fotografia. A referida película acabou de ganhar o Prêmio de Melhor Direção de Fotografia, no Salon Internacional de La Luz de Bogotá.

Vencedor do prêmio de  
MELHOR FOTOGRAFIA no  
LABRFF 2014 em Hollywood  
pelo longa *Para Sempre Nunca Mais*



# FICHA TÉCNICA



## **Cenografia e Direção de Arte | Carol Gomes**

Trabalhou como cenógrafa no espetáculo “Mãe de Dois” (2014), foi arquiteta e produtora no Day of Action, reforma da creche Santa Amaro no Vidigal para a Clinton Foundation com participação de Chelsea Clinton e Luciano Huck. Com experiência de sete anos na Central Globo de produções foi cenógrafa assistente no atual programa do Fantástico, bem como nos projetos de “O Dentista Mascarado”, “Suburbia”, “Aquele Beijo”, “Cordel Encantado”, “Chico Anysio Especial 2010”, “Criança Esperança 2010”, “Malhação ID”, “Paraíso”, “A Favorita”, “Conexão Xuxa”, “Malhação 2008”, “Domingão do Faustão”, “Linha Direta” e “Carga Pesada”.



## **Produção Executiva | Leandra Aieedo**

Leandra já produziu mais de 40 filmes entre elas obras publicitárias, curta metragens, longa metragens, webséries e séries para tv. A mais de 8 anos como produtora executiva na Take a Take Films Leandra vem conceituando junto a equipe artística obras de sucesso e grande impacto sócio educacional com a Série de TV “Dúdu Á Série” e a série policial “Metrópole”, entre outras obras Premiadas estão o curta metragem Sorria Você Está Morto - Co Produção - Direção Marcelo Caldas - 2009, curta metragem O Silêncio Não Está Morto, Querida Vó Helena - Co Produção - Direção William Costa Lima 2014 e o curta metragem Desencanto - Direção Hamilton Rosa - 2015.

# SOBRE A PRODUTORA | TAKE A TAKE

**MAIS QUE UMA PRODUTORA DE CONTEÚDO, UMA PRODUTORA COM CONTEÚDO.**

A Take a Take Films, nasceu do desejo de explorar novas possibilidades narrativas, abordagens de tecnologias, tanto de produção quanto de veiculação do conteúdo. Com muita criatividade, desde 2000, produzimos conteúdo original e de qualidade. Nosso último passo foi a criação de um Núcleo Criativo de TV e Cinema, em que diretores, roteiristas e produtores debatem juntos e discutem projetos, novidades do mercado e conteúdo. Nosso diretor geral é o premiado Miguel Rodrigues fundador da Take a Take. Nesta caminhada foram quinze curtas, cinquenta episódios das web séries, (Wizstar, Descarga Elétrica e Conjugados.) Cinco pilotos para TV. Criação de conteúdo de quatro séries; Metrôpole 50 minutos série de suspense policial em pitch com a Fox, Dúdu a Série - pitch com a Tv Cultura e Globo Sat, Nem Tudo é Verdade, no portfólio também quatro longas; O Inferno de Cada Um, aprovado na Ancine e em captação; Viagem Sem Volta e Oceano Azul em Co-produção com Los Angeles, O rei da Pirataria, uma comédia divertida em pré produção, além de projetos audiovisuais e publicidades para empresas, como Wizard, Citroen, Microsoft, Sap, Intra Links Comercial Zaffari, Óticas Diniz, Liquido Moda, Ana Hickmann entre outros.

PARA CONHECER  
NOSSO PORTFÓLIO COMPLETO, ACESSE:

[www.takeatakefilms.com](http://www.takeatakefilms.com)



# PLANO DE NEGÓCIO:

*Estabelecer e consolidar um acompanhamento semanal (online) com os patrocinadores, fazendo entrega de 10 posts semanais (segunda a sexta-feira), com criação e edição de texto/conteúdo, direção e planejamento do filme em redes sociais. Desde o início da pré produção até o lançamento.*

*Trabalhar de forma integrada. Cada ação de Relações Públicas, Fortalecimento de Branding e Gestão de Marketing é planejada e aprovada a partir do plano de comunicação e marketing criado em conjunto*

*Aprovar todas as estratégias de abordagem com as marcas envolvidas. Neste trabalho de posicionamento no universo digital o mais importante é refletir o plano de comunicação criado para a marca e a construção de sua imagem no seu mercado.*

*Analisar e agenciar de maneira ativa e passiva toda a oportunidade de parceria comercial que tiver adesão com o core business do projeto.*

*Criar special projects and Branded Content de desenvolvimento em ações editoriais e conteúdos especiais customizados para o patrocinador.*

*Trabalharmos com os melhores parceiros, a fim de atrair a atenção do público-alvo, fazendo com que ele veja, acompanhe, compartilhe e interaja com a série.*

*Estudar o seu posicionamento de mercado para criar oportunidades estratégicas de comunicação nos meios online e offline.*

*Criar e gerar relacionamentos para ampliar a visibilidade das marcas parceiras do projeto.*

*Criação de 100 pílulas desde a pré produção até lançamento do filme nos cinemas.*

*Fechar parcerias com os principais veículos de promoção de cinema. Como: Omelete, Super Cinema, Cinema na Veia etc.*

*Distribuir em TV aberta ou fechada e On Demand.*



# AÇÕES PROMOCIONAIS NAS REDES DE COMUNICAÇÃO

Hoje em dia essas redes servem como integração social e multiplicador de informação, através da internet foram derrubados ditadores, incluídas leis em congressos, salvaram animais e mantiveram a democracia e o direito em vários países. Definitivamente é uma ferramenta importante, portanto a usaremos de uma forma jamais feita antes por outro produto audiovisual. Contrataremos uma equipe de jovens internautas ligados a todas as ferramentas disponíveis para divulgação em massa e gratuita na internet. Por isto criaremos vídeos virais a todo momento, produzido por uma equipe que não esteja envolvida no filme, mas infiltrada e disparando a todo momento, fotos, making of, entrevistas sobre o filme compartilhando-o em sites, Facebook, blogs, Twitter, entre outros.

## ORÇAMENTO E LEIS DE INCENTIVO (P)

SALIC / 170401

Orçamento por episódio - 234.100,00

Total 12 episódios = **2.809.020,00**

Lei do Audiovisual nos Artigos: primeiro - 1.200.000,00

Artigo terceiro ou terceiro A - 200.000,00

Fundo Setorial do Audiovisual - R\$ 900.000,00

PROAC - 400.000,00

Recursos próprios - R\$ 29.020,00

Product placement e patrocínio direto - R\$ 80.000,00

## CONTRAPARTIDA AO PATROCINADOR (P)

Patrocínio incentivado	Quantidade de cotas	Valores da cota
Cota ouro	2	R\$ 400.000,00
Cota prata	3	R\$ 150.000,00
Cota diamante	2	R\$ 700.000,00

## PRODUCT PLACEMENT (P)

*O product placement é a inclusão de marcas comerciais dentro de conteúdos de entretenimento e ficção. São mostrados de maneira sutil e está envolvido no contexto da cena ou aparecendo como parte do cenário.*

*As marcas que utilizam do product placement reforçam a sua notoriedade através de personagens com os quais o consumidor da marca se identifica. O telespectador gosta e não acha mais tal tendência tão intrusiva no contexto das cenas.*

*O product placement pode ser inserido das seguintes formas: Visual (screen placement)*

# CONTRAPARTIDA AO PATROCINADOR (P)

*O investidor da série Dúdu... fará uma contribuição social e também cultural à sociedade, além de agregar grande valor à marca da empresa, reforçando sua imagem corporativa. Além de estar associando sua marca ao projeto social e educacional, estará investindo em uma série com um belo roteiro, que já possui uma trajetória e uma equipe qualificada e experiente um elenco coeso e vários atores reconhecidos nacionalmente.*

Contrapartida x Cota	Diamante	Ouro	Prata
Inserção do logotipo do patrocinador nos créditos iniciais da série	X	X	
Inserção do logotipo do patrocinador nos créditos iniciais da série em cartela conjunta			X
Inserção do logotipo do patrocinador nos créditos finais da série	X	X	X
Inserção do logotipo do patrocinador em todas as peças gráficas de divulgação	X	X	X
Inserção do logotipo do patrocinador em toda a mídia impressa	X	X	
Pré-estreia exclusiva para patrocinadores, equipe e elenco	100 convites	200 convites	50 convites
Product placement dentro da série	X		
Possibilidade de operacionalizar uma ação promocional com nome/ imagens do filme (toda a criação e execução serão feitas pelo patrocinador sob a validação/autorização da produtora)	X	X	
Exibição do logotipo do patrocinador no site/blog da série com link para o site da empresa	X	X	X
Menção do nome do patrocinador nas pré-estreias de todo o Brasil	X	X	
Inserção do nome do patrocinador nos filmes de divulgação e making of	X	X	

# CONTATO

contato@takeatakefilms.com

**Leandra Aieedo**

leandraaieedo@gmail.com

**Miguel Rodrigues**

miguelrodriguesdiretor@gmail.com



ASSISTA AO CURTA QUE DEU ORIGEM A SÉRIE AGORA MESMO:



<https://youtu.be/8gc1Y7OiJhc>