



COMUNICAÇÃO SOCIAL – RÁDIO, TELEVISÃO E INTERNET

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PETER PAN

DEIVID MOREIRA ROSSATTO

EDYELMA ALMEIDA DA COSTA

LIVIA APARECIDA LOPES

LUÃ LIGERO MIRANDA GALLEGGO

LUANA BATZLI BORLENGHI

MARCO ANTONIO LIMA SILVA

OTÁVIO FREITAS DE ARAÚJO

São Paulo, SP

2023

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

DEIVID MOREIRA ROSSATTO

EDYELMA ALMEIDA DA COSTA

LIVIA APARECIDA LOPES

LUÃ LIGERO MIRANDA GALLEGU LOUSADA

LUANA BATZLI BORLENGHI

MARCO ANTONIO LIMA SILVA

OTÁVIO FREITAS DE ARAÚJO

Trabalho de conclusão de curso desenvolvido para a disciplina Trabalho de Conclusão de Curso I, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Rádio, TV e Internet, pela Universidade Anhembi Morumbi, sob orientação da professora Jonathas Beck Ramos.

São Paulo, SP

2023

DEIVID MOREIRA ROSSATTO
EDYELMA ALMEIDA DA COSTA
LIVIA APARECIDA LOPES
LUÃ LIGERO MIRANDA GALLEG0
LUANA BATZLI BORLENGHI
MARCO ANTÔNIO LIMA SILVA
OTÁVIO FREITAS DE ARAÚJO

PETER PAN

Data da aprovação: _____ de dezembro de 2023.

Banca examinadora:

Prof.	Assinatura	Instituição
Prof.	Assinatura	Instituição
Prof.	Assinatura	Instituição
Prof.	Assinatura	Instituição

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse projeto a todos os jovens adultos dessa geração que vivem do lema “é só uma fase”.

AGRADECIMENTOS

Queridos professores, familiares e amigos,

É com imensa alegria e gratidão que dedico estas palavras a todos vocês, que de alguma forma contribuíram para a realização do TCC "Peter Pan". A conclusão deste short film representa não apenas o fim de uma etapa acadêmica, mas também a celebração de uma jornada cheia de desafios e aprendizados.

Agradecemos primeiramente aos professores, mentores incansáveis que guiaram os nossos passos ao longo dessa caminhada acadêmica. Suas orientações foram fundamentais para o desenvolvimento deste projeto, proporcionando um olhar crítico e aprofundado sobre as nuances do universo da comunicação. Cada feedback recebido foi valioso e contribuiu diretamente para o amadurecimento das ideias apresentadas no nosso TCC "Peter Pan".

Às nossas queridas famílias, nosso porto seguro, expressamos nossa eterna gratidão. O apoio incondicional, paciência e amor foram fundamentais para superar os momentos desafiadores. Cada conquista alcançada é também de vocês, e compartilhar este momento com cada família envolvida no projeto isso é motivo de grande alegria e realização.

Aos amigos que estiveram ao nosso lado, oferecendo incentivo, compreensão e risadas que aliviaram as tensões, nosso muito obrigado. Cada conversa, cada troca de ideias foi enriquecedora, tornando essa jornada mais leve e prazerosa. Compartilhar este trabalho com amigos transformou desafios em memórias valiosas, e o "Peter Pan" se tornou não apenas um TCC, mas uma experiência compartilhada.

Enfim, este "Peter Pan" é fruto de uma construção coletiva, e cada um de vocês teve um papel fundamental nessa trajetória. Este não é apenas o TCC da YellowRoad, mas um esforço conjunto que celebra a importância da educação, do apoio familiar, da amizade e do companheirismo.

Que este seja apenas o início de muitas outras conquistas que virão, e que possamos compartilhar juntos cada passo dessa jornada que é a vida.

Nosso muito obrigado a todos!

RESUMO

O projeto desenvolvido pela nossa produtora é um short film de videoclipe, que aborda as particularidades da Síndrome de Peter Pan no cotidiano. O videoclipe conta a história de Pedro, que aos 27 anos ainda se comporta como um adolescente, vivendo em festas, morando com os pais e sem qualquer responsabilidade afetiva ou financeira. Um dos nossos principais objetivos com essa narrativa é gerar um impacto forte na vida das pessoas que se identificarem com Pedro, e mostrar as diferentes perspectivas dessa síndrome: da pessoa que a possui e das pessoas que são afetadas por ela.

Palavras-chave: Short film, Síndrome de Peter Pan e videoclipe.

ABSTRACT

The Project developed by our production company is a short film music video which addresses the particularities of Peter Pan Syndrome in everyday life. The music video tells the story of Pedro, who at 27 years old still behaves like a teenager, always at parties, residing with his parents and without any emotional or financial responsibilities. One of our main objectives in this narrative is to have a strong impact in the lives of people who identify with Pedro, and to showcase the different perspectives of this syndrome: from the person who has it to the people affected by it.

Keywords: Short film, Peter Pan Syndrome and music video.

Sumário

1	Introdução	10
2	Justificativa	12
3	Metodologia	13
4	Objetivo.....	14
5	Pesquisa Temática	15
6	O Projeto.....	17
6.1	Proposta	17
6.2	Sinopse.....	18
6.3	Argumento	18
6.4	Pré Produção.....	19
6.5	Produção	20
6.6	Direção	21
6.7	Storyline.....	21
6.8	Perfil Dos Personagens	21
6.9	Direção De Atores	23
6.10	Casting E Divulgação De Casting.....	24
6.11	Tratamento De Pós-Produção	26
6.12	Captação, Fotografia, Iluminação E Edição.....	26
6.13	Extensões Transmidiáticas	30
6.14	Referências Visuais.....	31
6.15	Direção De Arte	37
6.16	Personas	41
7	Processo Produtivo	43
7.1	Cronograma De Realização	43
7.2	Orçamento Modelo Ancine	43

7.3	Orçamento Simples	44
7.4	Arrecadação Do Dinheiro	45
7.5	Organograma Da Equipe.....	45
8	Considerações Finais	46
9	Anexo 1: Identidade Visual Da Produtora	48
10	Anexo 2: Ordem Do Dia.....	53
11	Termo De Cessão De Direitos De Uso De Imagem, Voz E Nome A Título Gratuito 55	
12	Anexo 3: Últio Tratamento Do Roteiro	73

1 INTRODUÇÃO

“Na modernidade, cada vez mais, os jovens prologam sua passagem da infância à vida adulta, sendo diversos fatores que influenciam para que isso ocorra” (HENRIQUES ET AL, 2006). Tal assertiva está ligada diretamente a Síndrome de Peter Pan.

A síndrome de Peter Pan é resultado do estudo do Autor, Dan Kiley, que escreveu sobre a síndrome há cerca de três décadas atrás. Kiley se inspirou na obra de J.M Barrie, “*Peter Pan and Wendy*”, atualmente muito conhecida, e na qual a narrativa se baseia na vida de um menino que não queria crescer. No começo de sua análise, o autor começou a perceber que jovens adultos, entre 25 a 50 anos, com comportamentos que seriam mais prováveis em meninos de dez anos.

Naquela época, a síndrome foi descrita como uma síndrome portadora somente pelo gênero masculino. Atualmente, ela é mais conhecida como “adolescência prolongada”, onde abrange também o gênero feminino. Ademais, o autor Kiley também diz que os portadores da síndrome podem sofrer de uma “paralisia emocional”, na qual sentimentos normais como a tristeza e alegria são potencializados de formas desproporcionais, a tristeza se torna em autopiedade e a alegria em histeria etc.

Além disso, existem outros comportamentos, como relações sempre muito conflituosas, seja com os pais ou relacionamentos amorosos. A relação com os pais é geralmente imersa de raiva e culpa, e muitas vezes, mesmo já tendo alcançado a independência financeira insistem em ficar na casa dos pais, uma vez que não tenham adquirido a independência psicológica suficiente para assumir novas e até mesmo pequenas responsabilidades, e assim sair da zona de conforto. Já nas relações amorosas, devido a personalidade difícil, imaturidade e falta de responsabilidade afetiva, os mesmos não conseguem estar/ficar em uma relação amorosa por muito tempo.

Ademais, a síndrome apresenta outros diversos comportamentos como a ansiedade, podendo se dar ao fato de os pais das mesmas possuírem problemas conjugais e refletir diretamente na criança. A solidão também é um sintoma, onde tem também relação com a ansiedade, na qual o adolescente pode se sentir rejeitado e indesejado na sua própria casa, uma vez que os pais não dão a atenção necessária. Outrossim, apresentam dificuldade ao papel sexual, não conseguindo se relacionar

por medo da rejeição e por sua imaturidade. O narcisismo também aparece, dado que mesmo com sua irresponsabilidade, não consegue sentir e admitir culpa. E por último, o chauvinismo, o portador da Síndrome de Peter Pan acredita no fato de haver dois conjuntos de regras, um para homens e outro para mulheres.

Contudo, a YellowRoad Filmes escolheu esse tema com o intuito de falar sobre uma síndrome que é pouco discutida atualmente, mas que está presente nos mais variados grupos sociais. O formato projeto escolhido é um short film que tem como objetivo mostrar e explorar os mais diversos comportamentos em que a Síndrome de Peter Pan apresenta. Nesse projeto, escolhemos relatar uma situação cotidiana que ocorre na vida dos portadores, a fim de informar e transmitir os diversos sentimentos de maneira concreta e realista.

2 JUSTIFICATIVA

A YellowRoad Filmes tem como justificativa diversos fatores. Primeiramente, a escolha do tema se deu com o intuito de buscar algo em comum aos integrantes do grupo, em sua totalidade, na qual teríamos um bom conhecimento para criar e produzir, ou que já tivéssemos vivenciado de alguma forma em nossas vidas. Portanto, a escolha de criar um projeto que envolve comportamentos sociais, sendo este, diretamente ligado a psicologia se deu ao fato de que todos nós, conheciam alguém com esses comportamentos.

Em segundo lugar, a escolha do projeto está diretamente conectada ao público-alvo da produtora, onde os personagens são jovens-adultos entre 20 e 50 anos de idade, sendo essa a mesma fase em que a Síndrome de Peter Pan atinge.

Ademais, a escolha do formato do projeto é dada a diversos princípios. Após a decisão em produzir o dia a dia de um portador da síndrome, tal como um looping infinito de festas e irresponsabilidades, chegamos à conclusão de que o mais ideal seria a criação de um videoclipe, ou melhor, um short-film. Pois acreditamos que assim, seria mais possível transmitir seus diversos comportamentos e sintomas com mais clareza e realismo.

Outrossim, é imprescindível pensar em questões financeiras e facilidades, devido ao orçamento da equipe. Ao optar por um videoclipe o grupo, de início, já teria sua locação definida e de fácil acesso, pois seria parte de um dos integrantes do grupo. Além disso, não teríamos tantos gastos em relação a direção de arte, dado que já possuímos praticamente todo o material em nossas respectivas casas.

Para finalizar, a equipe teve como objetivo aplicar todas as técnicas e habilidades que foram aprendidas nas aulas durante todos os anos, a fim de que desenvolveríamos o projeto de forma prática e efetiva.

3 METODOLOGIA

A termo 'Síndrome de Peter Pan' não é tão conhecido atualmente, mas é algo que vem afetando grande parte dos jovens dessa geração. Pensando nisso, a metodologia desenvolvida foi de abordagem qualitativa.

Utilizamos como forma de pesquisa o '*social listening*', reunindo informações do nosso próprio ciclo social de pessoas que apresentaram respostas positivas referente ao conhecimento de pessoas portadoras dessa síndrome. Também estudamos artigos científicos que contêm propriedade sobre o tema retratado no nosso projeto, a fim de acrescentar dados relevantes e um embasamento científico para falar do assunto.

A partir dessas pesquisas, podemos afirmar que a Síndrome de Peter Pan realmente é um problema social agravante nos jovens adultos de 20 a 30 anos de idade.

4 OBJETIVO

O objetivo geral do nosso projeto é apresentar os diversos cenários que a Síndrome de Peter Pan pode ter, abrangendo suas mais diversas particularidades que são pouco faladas na sociedade atualmente. Portanto, um dos nossos propósitos consiste em focar nos comportamentos dos portadores da síndrome, mostrar que pessoas que possuem a síndrome não fazem ideia de que a possuem e no impacto que causam na vida das pessoas ao seu redor, a fim de que possa gerar um impacto no telespectador que acabar se identificando com o personagem principal, causando-o grandes reflexões em sua vida.

5 PESQUISA TEMÁTICA

O nome “Peter Pan” apareceu pela primeira vez ao mundo em 1902 num livro intitulado *The Little White Bird*, onde retrata a história de um pequeno rapaz que se recusa a crescer e que deseja passar a vida vivendo aventuras mágicas. Ao longo do tempo, a história também foi adaptada a peças de teatro e filmes. A mais recente adaptação de Peter Pan feita, foi transmitida em todos os cinemas do Brasil, no mês de abril de 2023.

A Síndrome de Peter Pan foi aceita na psicologia quando houve a publicação de um livro escrito em 1983, *The Peter Pan Syndrome: Men Who Have Never Grown Up* ou “síndrome do homem que nunca cresce”, escrito pelo Dr. Dan Kiley.

O transtorno foi denominado com o nome de Peter Pan, pois as atitudes de pessoas que possuem a síndrome, têm exatamente a ideia de viver em um mundo imaginário, onde não se têm nenhuma responsabilidade e obrigação de amadurecer ou crescer.

A síndrome de Peter Pan causa nos indivíduos comportamentos inseguros e infantis que os impedem de amadurecer normalmente. Portanto, acabam falhando em diversas questões da vida adulta, dado que possuem um estilo de vida que se associa ao não cumprimento de regras, comportamento frequentemente sem ética e moral, geralmente com tendência a quebrar leis. Por isso, elas não possuem sucesso em nenhuma de suas relações, seja elas profissionais, familiares e amorosas.

A maioria dessas pessoas sabem que agem diferente do padrão, mas se recusam a crescer pelo medo de viver no mundo real e serem rejeitados pela sociedade, uma vez que, não conseguem se desprender dos pais e continuam a viver dependentes de seus familiares, mesmo que no auge da fase adulta.

Dentre alguns fatores apontados como causa da síndrome, são eles:

Papéis de gênero: As mulheres são criadas para assumir responsabilidades domésticas, trabalho emocional e cuidar dos filhos. Isso colabora com o abandono desses papéis e responsabilidades por parte dos homens que é gênero mais afetado pela Síndrome.

Solidão: A psicóloga Humbelina Robles Ortega, acredita que as pessoas com a síndrome têm medo de ficar sozinhas, isto se dá pelo fato do indivíduo não se ver longe do amparo de seus cuidadores. Dessa forma, eles procuram e precisam de alguém para cuidar delas e tomar as responsabilidades para si.

Ansiedade: Fora do seu padrão de normalidade, isto é, em desequilíbrio, acaba causando diversos prejuízos e acarretando danos psíquicos ao sujeito. Como por exemplo, a insatisfação profunda consigo mesmo, embora muitas vezes, não demonstre explicitamente.

Irresponsabilidade: Está também, relacionado há como foi a criação do sujeito. Considerando o resultado de uma criação extremamente permissiva e protetora de seus responsáveis, isto é, uma criação sem limite, regras, cuidados excessivos e grande dependência dos seus responsáveis. A irresponsabilidade é a chave para se permanecer criança.

A partir desta pesquisa, foi possível compreender os impactos que a síndrome de Peter Pen pode causar em suas vítimas, sendo ela, contudo, devastadora no que tange ao bem-estar emocional do indivíduo, e também, de sua família. Ademais, esse sofrimento psíquico pode afetar diretamente o seu perfil social e psicológico.

Contudo, é notório que a síndrome requer alta atenção e cuidado, principalmente, dentro do contexto familiar. Todavia, uma das formas mais eficazes de tratamento para a Síndrome de Peter Pen, é por meio da psicoterapia. Onde a mesma, servirá como forma de aconselhamento e ajuda ao paciente para que ele supere o medo do amadurecimento.

6 O PROJETO

O short-film de um videoclipe da YellowRoad representa a fusão entre trilha sonora e trama, combinando elementos de videoclipe com um curta-metragem. A escolha por essa abordagem foi motivada pelo tema que a equipe desejava explorar, especialmente pela ambientação principal do projeto em uma festa caseira, tornando a combinação de curta e videoclipe uma escolha coesa.

O objetivo da YellowRoad ao criar este short film é capturar a atenção e provocar reflexões em seu público-alvo, composto por jovens adultos entre 20 e 29 anos de idade. Dada a atualidade do tema, que impacta diretamente as gerações "millennials" e "Z", acredita-se que muitos espectadores se identificarão com os personagens principais ou conhecerão alguém com características semelhantes.

A narrativa pretende provocar uma reflexão profunda sobre a vida vivida sob a desculpa de que "é só uma fase". Questiona se, de fato, trata-se apenas de uma fase ou se é um ciclo contínuo. Explora a ideia de se é possível "parar quando quiser" ou se a resistência à maturidade é uma prisão alimentada pelo medo de crescer.

O projeto visa apresentar os diversos cenários associados à Síndrome de Peter Pan em jovens adultos contemporâneos, abordando suas particularidades muitas vezes pouco discutidas na sociedade. A proposta concentra-se nos comportamentos dos portadores da síndrome, destacando como essas pessoas muitas vezes não têm consciência de sua condição e o impacto que isso pode ter nas vidas de amigos e familiares. A intenção é impactar o espectador que se identifica com o personagem principal, provocando reflexões sobre seu próprio comportamento e desencadeando diálogos importantes sobre essa temática.

6.1 PROPOSTA

Nosso projeto visa apresentar os diversos cenários que a Síndrome de Peter Pan pode ter em um jovem adulto atualmente, abrangendo suas mais diversas particularidades que são pouco faladas na sociedade. Portanto, nossa proposta consiste em focar nos comportamentos dos portadores da síndrome, mostrar como essas pessoas não fazem ideia de que a possuem e no impacto que causam na vida de seus amigos e familiares, a fim de impactar o telespectador que se identifica com o personagem principal, gerando reflexões sobre seu comportamento.

6.2 SINOPSE

A ideia do *short film* consiste em mostrar um dia na vida de Pedro, um jovem que possui a Síndrome de Peter Pan. Desde o momento em que ele acorda até a hora que vai dormir, acompanhamos Pedro interagindo com familiares, amigos, possíveis namoradas, festa, bebidas alcoólicas e drogas. Com o intuito de gerar uma reflexão social importante, 'Peter Pan' expõem a realidade difícil das pessoas que possuem apego emocional a um portador da síndrome, consequentemente exibindo a falta de responsabilidade emocional do respectivo.

6.3 ARGUMENTO

'Peter Pan' vai contar a história da vida de Pedro, um adulto de 27 anos que age como uma adolescente de 18. O personagem vive às custas de seus pais, não trabalha, não estuda, passa a maior parte do seu tempo se embriagando e não consegue manter um relacionamento amoroso. Todas essas características da vida de Pedro apontam à uma síndrome social muito presente na vida da maioria dos jovens atualmente: a Síndrome de Peter Pan. O portador dessa síndrome geralmente não sabe que a possui, mas quando sabe, simplesmente decide ignorá-la convencendo a si mesmo de que "é só uma fase". Com Pedro não é diferente.

No projeto, mostramos um dia na vida de Pedro: em um apartamento completamente bagunçado e sujo, ele passa sua tarde jogando videogames, mexendo no celular e olhando as redes sociais, até que vem à noite e chegam seus amigos para uma *house party*. Pedro abre a porta e entram várias pessoas com garrafas de bebidas alcoólicas, cigarros eletrônicos e caixinhas de som. Ele passa a noite dançando, fumando e se embriagando.

Essa visão de festa, dança e risadas com amigos é a visão de Pedro da síndrome. Mas existe a outra versão, que é a versão de sua irmã mais nova, Luiza, e de sua suposta namorada, Giovanna. Luiza entra no apartamento, vê Pedro largado na cama e o apartamento completamente destruído. Ela não mora com seus pais, como Pedro. Luiza tem sua vida própria, seu trabalho, seu apartamento... Quando ela tenta aconselhar Pedro, ele se irrita e se mostra completamente incensível. Vemos que o assunto de "crescer para a vida" incomoda muito o Pedro, como se ele ouvisse isso muitas vezes e estivesse cansado do sermão. Luiza simboliza o completo oposto

de Pedro, e é um personagem que tem o intuito de ajudar em sua reflexão pessoal. Já Giovanna simboliza a dor que as pessoas próximas de Pedro sofrem. Nós encontramos a personagem quando ela chega na festa que o próprio Pedro dá em seu apartamento. Podemos ver que eles possuem um relacionamento afetivo, e no começo parece ser algo mais sério, que envolve sentimentos. Mas ao passar do tempo, Pedro vai ficando bêbado e é como se a Giovanna nem existisse mais. Ele dá em cima de outras mulheres, grita, empurra e deixa Giovanna completamente desconfortável e desolada. A personagem mostra para nós o que é estar apegada a alguém que não possui responsabilidade afetiva, e não consegue manter um relacionamento amoroso.

No final da trama, vemos Pedro na mesma posição que ele estava no início no vídeo, mostrando que o dia que ele passou é na verdade todos os dias de sua vida. Como se fosse um ciclo: ele acaba exatamente onde começou. Finalizamos com essa cena no intuito de gerar a reflexão sobre uma vida vivida a base da desculpa de que “é só uma fase”. É realmente só uma fase? ou é um ciclo? Você pode “parar quando quiser”? ou é uma prisão movida pelo seu medo de crescer?

6.4 PRÉ PRODUÇÃO

A pré-produção foi iniciada em março de 2023. Marcamos uma reunião para definir qual seria o projeto audiovisual que realizaríamos. Primeiro, ponderamos assuntos que poderiam ser abordados, que a equipe tinha em comum e o que saberíamos falar e fazer com mais propriedade, e foi assim que decidimos falar sobre a Síndrome de Peter Pan: um tema que conversou com todos da equipe (todos conhecemos alguém que sofre dessa síndrome). Logo após a escolha do tema, decidimos que iríamos retratar a história em uma festa e que produzir um *short-film* de videoclipe seria fundamental para transmitir exatamente o que queríamos.

Ainda em março, decidimos o nome da produtora, fizemos a logo marca e realizamos algumas atividades em sala de aula, como a definição de objetivos do projeto, personas e começamos a desenvolver o roteiro. Já em abril, depois de ter ideias bem definidas, fizemos a nossa chamada de casting (publicação de banners em redes sociais). No decorrer do mês de abril também realizamos uma sessão de fotos da equipe para que pudéssemos começar a produção do Instagram da produtora. Começamos a ter orientações online com a professora Rosana, e

finalizamos a identidade visual da produtora, a justificativa do projeto, cronograma, organograma, pesquisas temáticas, planilhas de gastos e *moodboards*.

No início de maio, realizamos o *casting* de atores, o qual foi um sucesso pois havia muitas pessoas interessadas. Poucas semanas depois já havíamos definido quais seriam nossos atores. O manual de marca da produtora também foi finalizado em maio. Começamos as postagens no Instagram da produtora, e decidimos fazer nossa primeira rifa para arrecadar fundos financeiros para a etapa de produção.

Em junho, realizamos diversas reuniões do grupo, estávamos focados em produzir e entregar o teaser da obra. Também decidimos a locação da gravação: seria no apartamento de um dos integrantes do grupo, a fim de economizar dinheiro pois sabíamos que a Direção de Arte iria demandar bastante. A primeira versão do roteiro também foi finalizada.

Em julho, fizemos mais uma rifa e enfim, a finalização do roteiro. Em agosto, realizamos nosso primeiro ensaio geral com os atores contratados, onde também começamos a produzir conteúdo para o making of. No mesmo mês, também começamos a procurar figurantes, pois precisaríamos de no mínimo dez pessoas para conseguir fazer a gravação da festa. Também realizamos a compra de alguns dos objetos de cena, e finalizamos as planilhas de gasto.

6.5 PRODUÇÃO

A produção começou em setembro, quando decidimos a primeira diária, que foi realizada no dia 23. Ao longo da semana, locamos todos os equipamentos na faculdade, compramos o restante dos objetos de cena e reutilizamos diversos objetos utilizados na gravação do teaser do projeto. A ordem do dia também foi finalizada a fim de nos organizarmos melhor.

No dia da gravação, a equipe chegou na locação às 08h da manhã, preparamos o cenário, montamos e testamos os equipamentos, passamos o roteiro com toda a equipe e recebemos o ator principal às 12h, na qual começamos a gravar por volta de 12:40. Logo que terminamos suas cenas solo, recebemos nossa atriz coadjuvante, ensaiamos as cenas com os dois, fizemos uma pausa para almoço e por volta de 14h chegaram os figurantes. Passamos o texto novamente com todo o elenco e começamos a gravar o restante do projeto às 15h. Durante o dia também gravamos todo o making off da diária.

A princípio achávamos que precisaríamos de mais uma diária, mas terminamos as gravações muito antes do esperado, por volta das 17:30h ao invés de 19h. Descarregamos os arquivos, desmontamos o cenário e guardamos os equipamentos.

6.6 DIREÇÃO

O nosso principal intuito consiste em retratar uma visão atual de um tema pouco debatido, com uma linguagem que possa falar diretamente com nosso público-alvo: jovens adultos, majoritariamente homens. Acreditamos que mostrar o ponto de vista das pessoas que são afetadas por essa síndrome é uma boa estratégia de engajamento, focando no sofrimento daqueles mais próximos do personagem principal. Assim conseguimos gerar um sentimento de empatia do telespectador pelas pessoas afetadas, consequentemente levando a uma reflexão particular mais profunda.

Nosso protagonista é um estereótipo de homem muito presente atualmente: branco, hétero, narcisista e metrossexual. Acompanhamos um dia na vida desse personagem que possui a síndrome de Peter Pan, e percebemos que, na realidade, o clipe representa um looping. Como se todos os dias da vida do personagem fossem exatamente iguais aquele mostrado. Com esse efeito de “looping infinito” queremos mostrar que viver com a síndrome de Peter pan é um ciclo que não se encerra, e os dias são exatamente iguais, mas a pessoa não percebe, desconstruindo a ideia de que viver em baladas, bebendo, fumando, sem se comprometer com nada nem ninguém, não gera um sentimento de liberdade, mas sim de prisão.

6.7 STORYLINE

Pedro é um jovem de 27 anos que tem medo de crescer. Giovanna é uma mulher de 25 anos que tem medo de desapegar. Esse short film mostra a realidade de duas pessoas que precisam viver com seus medos, mas onde só uma consegue superá-los.

6.8 PERFIL DOS PERSONAGENS

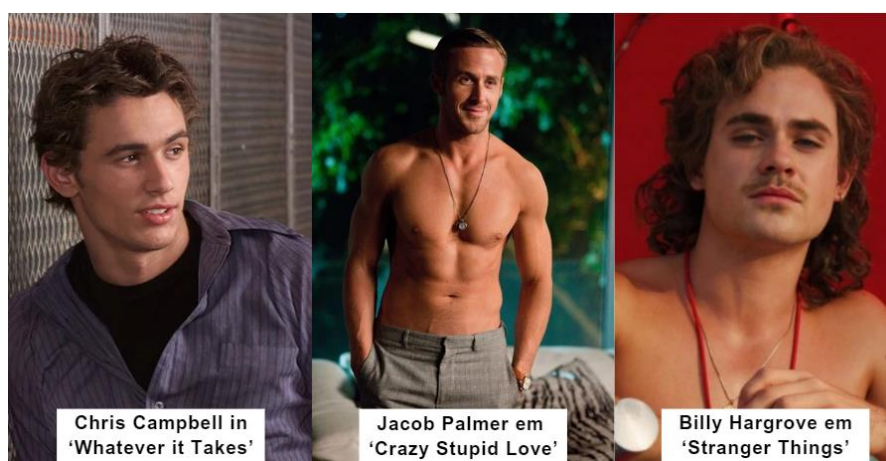
Nosso personagem principal, Pedro, é o próprio estereótipo de pessoa que sofre da Síndrome de Peter Pan: um jovem adulto nos seus 27 anos, homem, branco

e heterossexual. Adotamos nos mínimos detalhes esse estereótipo, para mostrar que existe um padrão quando nos referimos aos portadores da síndrome.

Pedro mora com seus pais em um apartamento em São Paulo, e vive a custo deles. Não trabalha nem estuda, e passa seu tempo jogando videogames e indo em festas e baladas. Pedro inconscientemente se recusa a se abster dos hábitos de adolescente inconsequente. Ele já é um homem adulto, mas segue vivendo sua vida sem responsabilidades, e quem acaba sofrendo com as consequências de suas decisões são as pessoas mais próximas de Pedro: sua família e relacionamentos amorosos.

As referências que utilizamos para construir o figurino e a personalidade de Pedro foram majoritariamente pessoais, de amigos que conhecemos e possuem essa síndrome. Mas também utilizamos como base alguns personagens de obras audiovisuais:

Figura 1– Idealização do ator



Fonte: Pinterest

Nossa personagem secundária é uma das pessoas que é afetada pela síndrome social de Pedro: a Giovanna. Uma jovem de 25 anos que se encontra em um status amoroso muito famoso atualmente, consequência da mentalidade da geração de jovens atual: um “ficante”. Giovanna é considerada “ficante” de Pedro, um status que se refere a uma pessoa que você se envolve casualmente, sem ter que lidar com as responsabilidades de um namoro oficial.

Giovanna é uma mulher independente que trabalha, estuda e tem seu próprio apartamento. Ela simboliza o contraste entre uma pessoa que lida com as responsabilidades de uma vida adulta e uma pessoa que não. Ela acabou se envolvendo com Pedro, e no decorrer do projeto, podemos ver que ela possui

sentimentos por ele, que vão além desse relacionamento raso que eles possuem. Pedro, por outro lado, mostra total desapego com a Giovanna. A construção desse contraste de personalidades foi proposital, a fim de criticar pessoas que lidam de maneira irresponsável com o sentimento de outras.

As referências para a personagem de Giovanna também foram majoritariamente retiradas de pessoas que conhecemos no nosso ciclo pessoal de amizades, mas também utilizamos como base alguns personagens de obras audiovisuais:

Figura 2 – Idealização da atriz



Fonte: Pinterest

6.9 DIREÇÃO DE ATORES

A direção de atores é essencial para qualquer projeto. As personalidades dos nossos personagens foram estudadas a fundo e desenvolvidas a fim de transparecerem as características específicas de um portador da Síndrome de Peter Pan (personagem principal, Pedro) e de uma pessoa afetivamente apegada (personagem secundária, Giovanna).

Cada ator possui sua própria técnica de imersão ao personagem, mas nossa Diretora de Casting também trabalhou suas técnicas: realizamos um ensaio geral antes do dia da gravação, e lemos todo o roteiro junto com os atores, a equipe e a direção. Ao lerem em voz alta e interpretarem as emoções descritas no roteiro, os atores puderam tirar suas dúvidas referente as personalidades, características e figurino de seus personagens em tempo real, disseminando qualquer insegurança. Também ensaiamos as cenas pelos cômodos da locação para testar o espaço e a linguagem corporal.

A química dos atores também foi uma das etapas a serem trabalhadas no ensaio geral, onde os atores interpretaram as cenas de romance várias vezes até ficarem confortáveis o suficiente e as cenas possuírem mais credibilidade no sentimento.

Durante as gravações, foram poucas as correções nas atuações principais. Como os figurantes somente participaram do dia de gravação oficial, e não do ensaio, passamos um tempo instruindo-os. Também realizamos pausas para lanches e descanso, que serviram como um tempo de interação maior entre os atores e os figurantes, gerando mais intimidade nas cenas.

6.10 CASTING E DIVULGAÇÃO DE CASTING

A busca pelos atores iniciou com postagens em grupos no Facebook e posts no Instagram em abril. Publicamos um banner com as informações do projeto, sobre o cachê, alimentação e transporte, e solicitamos contato via e-mail da produtora.

Banner de divulgação usado nas publicações:





Nosso principal meio de comunicação com os atores foi o e-mail da produtora. Tivemos retorno de 80 atores que enviaram suas informações, e a grande maioria dos materiais que recebemos eram de atrizes mulheres para o papel da Giovanna, coadjuvante do projeto. Com o envio desses materiais fizemos uma análise de cada atriz. A Diretora, juntamente com a Produtora de Casting e Assistente, alinharam suas opiniões e fizeram uma análise minuciosa sobre todas as características importantes que queriam ver nos personagens e a habilidade de cada ator e atriz de interpretá-las. Foi muito importante entenderem todos os pontos que buscavam nos personagens e através disso selecionar os atores que correspondiam com as demandas.

Foram selecionadas 30 pessoas para um casting presencial no estúdio da faculdade Anhembí Morumbi - Campus Mooca. Entramos em contato com os atores pré-selecionados, enviamos o roteiro de uma cena específica que continha uma interação dos dois personagens principais e tivemos a confirmação de 10 pessoas para a data escolhida do casting: 5 mulheres e 5 homens.

Reservamos uma câmera t5i e o estúdio B para o dia 02/05/2023. O processo de casting fluiu sem problemas. Para alguns atores, solicitamos a interpretação de mais de uma cena, e explicamos um pouco sobre o projeto para todos. Foi uma experiência muito importante para entender se os atores estavam alinhados com nossas expectativas e entendimento do projeto e personagens.

Após o casting presencial, a Diretora, junto com a Produtora de Casting, decidiram qual atriz interpretaria a Giovanna. Porém, todos os atores que interpretaram o personagem do Pedro pessoalmente não foram do agrado da equipe. Um dos atores que enviou seu material de forma virtual foi o escolhido para nosso personagem principal. O ator enviou as cenas atuando em vídeo, conversando com a

câmera nas cenas de interação com a personagem secundária. Depois de selecionar nossos atores principais, enviamos um e-mail para todos os outros pré-selecionados avisando sobre a seleção.

6.11 TRATAMENTO DE PÓS-PRODUÇÃO

A YellowRoad Filmes possui quase todos os integrantes suficientes para uma produção audiovisual completa, a única posição que faltava ser ocupada era a de Editor. Procuramos por fora um editor para realizar o tratamento de pós-produção do projeto, e através de indicações de amigos que trabalham na área, contratamos um editor. Gabriel Lucas já realizou diversos trabalhos, em sua maioria, edições para projetos de moda, eventos e filmes curtos para as redes sociais. A Direção do projeto discutiu e concordou que a abordagem e estilo do editor eram perfeitas para o projeto de *short film* de videoclipe.

Gabriel utilizou o aplicativo Adobe Premiere Pro para editar todo o projeto e realizar os tratamentos da pós-produção como o color grading, efeitos de vídeo e transições. A inserção de sons para o background e músicas de preenchimento também foram através desse mesmo app.

Realizamos o pagamento do editor em duas etapas: metade antes de iniciar o projeto, e metade após a finalização.

6.12 CAPTAÇÃO, FOTOGRAFIA, ILUMINAÇÃO E EDIÇÃO

A captação dos sons da produção audiovisual “Peter Pan” foi realizada separadamente, utilizando microfones e gravadores, visando melhorar a qualidade do áudio durante a edição e pós-produção.

O gravador permitiu a gravação do microfone BOOM. O gravador tascam e o gravador de áudio do Iphone, possibilitaram a captura de foleys e áudios separados durante o clipe para dar destaque e foco para sons que não teriam tanta atenção e que são importantes. Fizemos uso somente do microfone Boom, um microfone com ampla área de abrangência e qualidade na captação de som com diversos recursos possíveis, capaz de pegar o som ambiente e todas falas dos diálogos com precisão. Isso se deu pelo fato de termos detectado depois de alguns ensaios e estudos, que os microfones lapelas não iriam gerar um bom resultado e poderiam trazer ruídos e

sons das roupas, além de outros fatores que comprometeriam a qualidade do áudio final na pós-produção.

Valorizamos o som ambiente dos diálogos e da festa, ressaltando em diferentes momentos a trilha sonora de Peter Pan, que estará presente ao longo do clipe em cenas dramatizadas. A música foi reproduzida durante a festa e na casa do personagem principal, sendo também evidenciada em primeiro plano durante o clipe.

Destacamos que a música *diegética* é aquela que faz parte da cena e é ouvida pelos personagens, ideia nossa colocada em ação. No início, em momentos de dramatização, a música não será reproduzida, podendo ser utilizada como som de fundo (BG) durante as falas na festa, com outras músicas que tenham um estilo de pop, funk rap, e eletrônica como trilhas sonoras do clipe que também estiveram presentes na festa.

O BOOM captou o som ambiente da festa e dos diálogos, junto ao gravador, que focou em garantir a qualidade das falas e da história no clipe. Na pós-produção, os áudios foram cortados, normalizados, amplificados e os ruídos reduzidos. Como forma de trabalho, sempre tivemos conversas entre os diretores de áudio, diretora geral e o editor. Além disso, aplicamos *fades* (in ou out) na transição e no término dos áudios de cada personagem, em relação à música e à festa. Valorizamos também o som ambiente da festa, buscando um volume alto para que o espectador se sinta imerso no clipe, identificando-se e experimentando o significado, a trilha sonora e a energia do momento e da fase dos personagens. No início (abertura) e no final (encerramento) do clipe, reduzimos o áudio e a trilha se tornou menos abrangente, o que deu espaço para cenas de dramatização, interação entre personagens e figurantes, além da apresentação geral.

Detalhamos cada som e áudio, buscando manter a qualidade em cada aspecto sonoro do clipe, independentemente de sua diversidade. Ou seja, trabalhamos individualmente na edição de áudio, especialmente na trilha sonora, para aproximá-la do clipe em termos de imagens, semiótica, significados e sentidos.

Em seguida, buscamos trabalhar na pós-produção em conjunto com as imagens e os vídeos, visando alcançar a sincronização perfeita e encontrar o momento mais adequado para cada cena e seu respectivo som.

A festa retratada no clipe seguirá um gênero próximo ao da nossa trilha sonora, mesmo que a música em si seja diferente, ou seja, um estilo pop com elementos

eletrônicos e de um funk rap como canta o cantor “Veigh”, já que se aproxima com a linguagem e conceito que buscamos no projeto audiovisual.

Nosso desejo é mostrar cada áudio em seus detalhes, incorporando o cotidiano dos personagens em uma residência, nos diálogos com todas as pessoas presentes, além de destacar cada som importante mesmo em meio à festa. Para isso, utilizamos o microfone Boom, gravadores do celular e Tascam.

Pela necessidade na pós-produção, também fizemos uso de efeitos sonoros comuns, com maior qualidade comparado a aqueles que produzimos durante a gravação.

Além da trilha de Peter Pan, usamos também trechos da música “Novo Balanço” de Veigh, Bvga Beatz e Malax.

Para a produção audiovisual de Peter Pan, utilizamos os seguintes equipamentos:

- Boom.

- 1 gravador para o Boom e captação de foleys

- Gravador de iPhone para capturar outros áudios.

- 1 Câmera T5i com as lentes 24-70mm e 16-35mm.

- 1 Câmera FS100 com tripé, para usar travelling.

No projeto, na pós-produção e edição final do projeto, o editor usou os programas de edição Adobe Premiere.

Boas opções de softwares de edição que estudamos e tínhamos um conhecimento, inclui:

- Sony Vegas

- Sound Ford

- Áudio Mass (um programa conectado ao Wi-Fi, por meio de um site)

- Áudio Online Converter (para converter arquivos em formatos diferentes do MP3, como efeitos sonoros ou foleys, se necessário)

- Outra opção: Audition

Premiere/Videomaker/Filmora/Da Vinci/Vegas Pro para a pós-produção e criação visual. Nosso editor de vídeo incorporou, sincronizou, melhorou o áudio, e adicionou efeitos e outros ajustes do som em momentos específicos do clipe.

Com essa seleção de equipamentos e softwares, garantimos a qualidade da produção audiovisual de Peter Pan, capturando sons nítidos, utilizando diferentes

recursos para a gravação e edição, e proporcionando uma experiência imersiva para o espectador.

Para a produção audiovisual, utilizamos as seguintes referências como inspiração:

Músicas e festas com músicas eletrônicas, buscando criar uma atmosfera animada e energética, como: Real Love(<https://www.youtube.com/watch?v=aDNRphs9MiY>), Car Keys de Alok e Ayla(https://www.youtube.com/watch?v=ah8W-mx_Q-g), Something On My Mind(<https://www.youtube.com/watch?v=UgYSUYamucl>), Friday(<https://www.youtube.com/watch?v=U6n2NcJ7rLc>), Be My Lover(<https://www.youtube.com/watch?v=ViP87WipSm0>). Festas e shows como:

Tomorrowland

Electric Daisy Carnival

Ultra Music Festival

Creamfields

Mysteryland

Universo Paralelo

XXXPerience Festival

Só Track Boa

Nossa inspiração veio de clipes dramatizados e animados, com cenas que transmitam emoções intensas e visualmente cativantes, principalmente em festas.

Também assistimos ao filme "Peter Pan" e vídeos relacionados ao enredo, para captar elementos do universo e da história do personagem.

Músicas como "All Too Well", de Taylor Swift; "Habits", de Tove Lo; "Despacito", de Luis Fonsi; "Photograph", de Ed Sheeran; "Sua Mãe Vai Me Amar", de Turma do Pagode, foram referências para a trilha sonora e estilo musical do clipe.

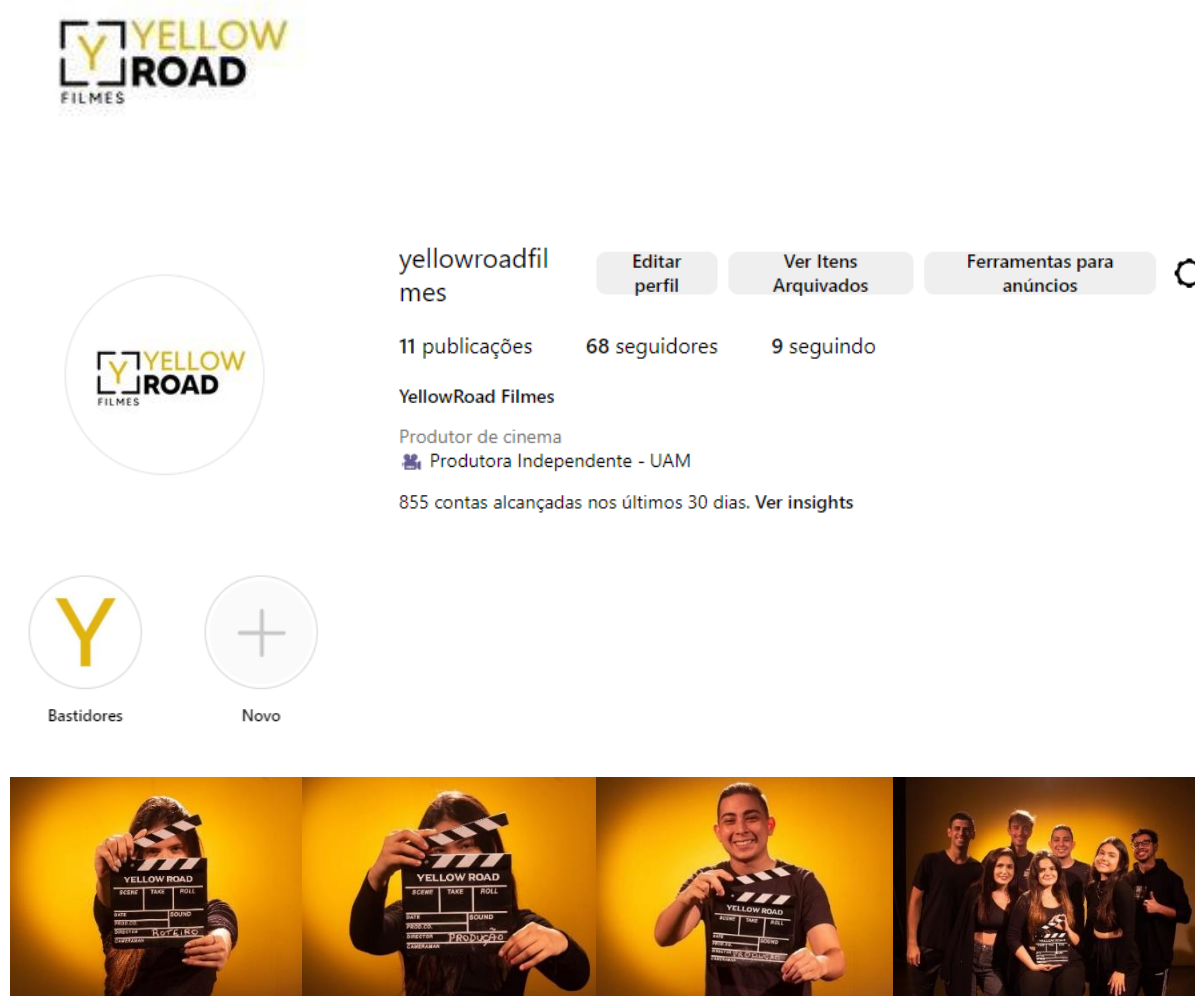
Filmes como "Projeto X", "Finalmente 18", "American Pie", "Vizinhos", "Nerve: Um Jogo Sem Regras", nos inspiraram para atingir a atmosfera de festa, juventude e diversão presentes no clipe.

Clipes como Rabiosa, de Shakira; "The Time (Dirty Bit)" de Black Eyed Peas, "One Time" de Justin Bieber, "Me Adora" de Pitty, "New Rules" de Dua Lipa, servir também como referências visuais e estéticas para a produção do clipe.

Com base nessas referências, criamos uma produção audiovisual que combine elementos de músicas eletrônicas, festas animadas e clipes dramáticos, capturando energia e narrativa envolventes de Peter Pan, ao mesmo tempo em que nos inspiramos em artistas, filmes e clipes reconhecidos.

6.13 EXTENSÕES TRANSMIDIÁTICAS

Para uma extensão transmidiática do projeto, criamos uma conta no Instagram para a nossa produtora. Nosso intuito foi apresentar um pouco da nossa equipe, do objetivo do nosso grupo e do nosso projeto, compartilhar os bastidores de nossas gravações, spoilers da produção final, e divulgar nossas rifas como forma de arrecadação para produzir nosso trabalho.





6.14 REFERÊNCIAS VISUAIS

O projeto tem como finalidade transmitir os sentimentos do portador da síndrome: felicidade, êxtase, empolgação, apatia; e os sentimentos das pessoas afetadas pelo portador: solidão, negligência, carência e sofrimento. A princípio, temos em nossa paleta cores frias como azul, roxo e rosa, e em contraste, cores quentes como o vermelho. O contraste dessas cores é de extrema importância para a direção de arte e fotografia, tendo em vista que os pontos de vista trabalhados no projeto são completamente opostos.

Buscamos referências visuais mais atuais para o projeto, por tratarmos de um tema que está sendo mais discutido atualmente, do que no passado.

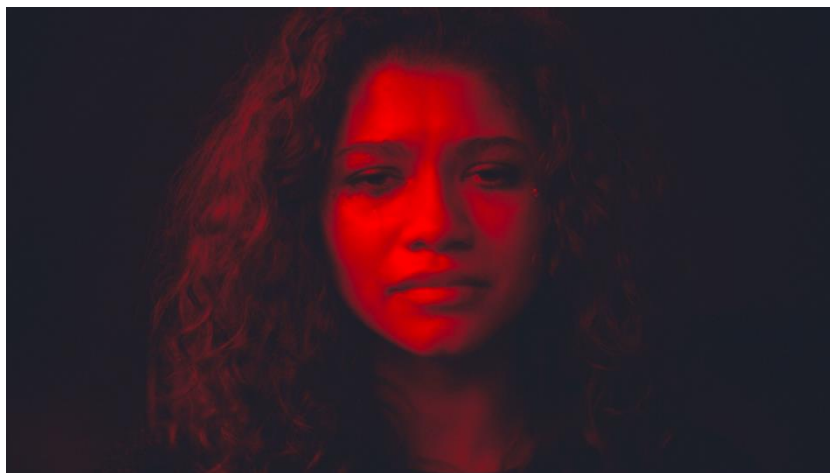
As filmagens vão variar de acordo com o sentimento que queremos passar na cena. Um exemplo pode ser visto em episódios da série Euphoria.

Figura 3 - Euphoria, de Sam Levinson (2019)



Fonte: The Shield

Figura 4 - Euphoria, de Sam Levinson (2019)



Fonte: Esquire

Figura 4 - Euphoria, de Sam Levinson (2019)



Fonte: The Daily Dot

Figura 5 -Projeto X, de Nima Nourizadeh (2012)



Fonte: Papo de Cinema

Figura 6 -Projeto X, de Nima Nourizadeh (2012)



Fonte: Portal Exibidor

Figura 7 -Projeto X, de Nima Nourizadeh (2012)



Fonte: Clockwork Corleone

Mas também utilizamos referências visuais de videoclipes e short films, como:

Figura 8 - Habits, de Tove Lo (2014)



Fonte: Szafa

Figura 9 - Habits, de Tove Lo (2014)



Fonte: X.com

Figura 10 - All Too Well, de Taylor Swift (2021)



Fonte: Rocknbold

Figura 11 - All Too Well, de Taylor Swift (2021)



Fonte: Cine Com

Figura 12 That's Not How This Works, de Charlie Puth (2023)



Fonte: IG Mail

Figura 13 That's Not How This Works, de Charlie Puth (2023)



Fonte: Celeb Mix

6.15 DIREÇÃO DE ARTE

Como nosso projeto consiste em mostrar a vida de um jovem adulto com a Síndrome de Peter Pan, a maioria das cenas são em festas, com muita bebida alcoólica e cigarros eletrônicos. A pessoa que vive com essa síndrome se recusa a deixar os hábitos adolescentes para traz, logo, vive em um ambiente sujo, desorganizado e anti-higiênico.

Nossa Direção de arte consistiu em replicar esse ambiente no apartamento do personagem principal, principalmente em seu quarto. As gravações se passaram na sala de estar, na cozinha e no quarto principal, onde foram posicionadas diversas

garrafas de bebidas alcoólicas, cigarros eletrônicos¹, copos de festa americanos² e roupas largadas.

Figura 14 – Cigarro eletrônico.



Fonte: Pinterest

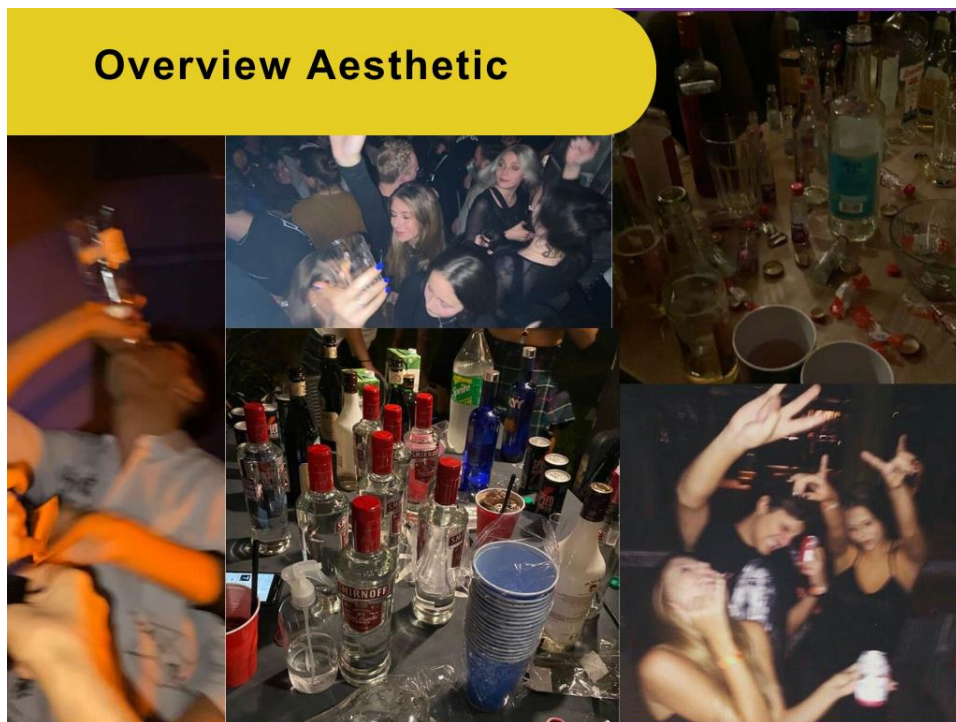
Figura 15 – Copos vermelhos de festa.



Fonte: Pinterest

A estética geral do projeto é a ambientação de uma *house party*, onde, no caso, seria uma festa organizada pelo personagem principal em sua própria casa.

Figura 16 – Festa.



Fonte: Pinterest

Também utilizamos materiais de iluminação que foram essenciais para a ambientação do projeto. Faixas de LED coloridos e monitores de LED coloridos foram as principais fontes de luz para criar o clima de festa. Espalhamos pela sala e pela cozinha diversas linhas de LED, seguindo a paleta de cores abaixo:

Figura 17 – Paleta de cores.



Fonte: Pinterest

Para dar a sensação de calor e preenchimento nas cenas da festa, também utilizamos gelo seco a fim de criar muita fumaça. Por adicionarmos cigarros eletrônicos

na gravação, o gelo seco deu a sensação de continuidade no ato de fumar, como se a todo momento os personagens estivessem fumando.

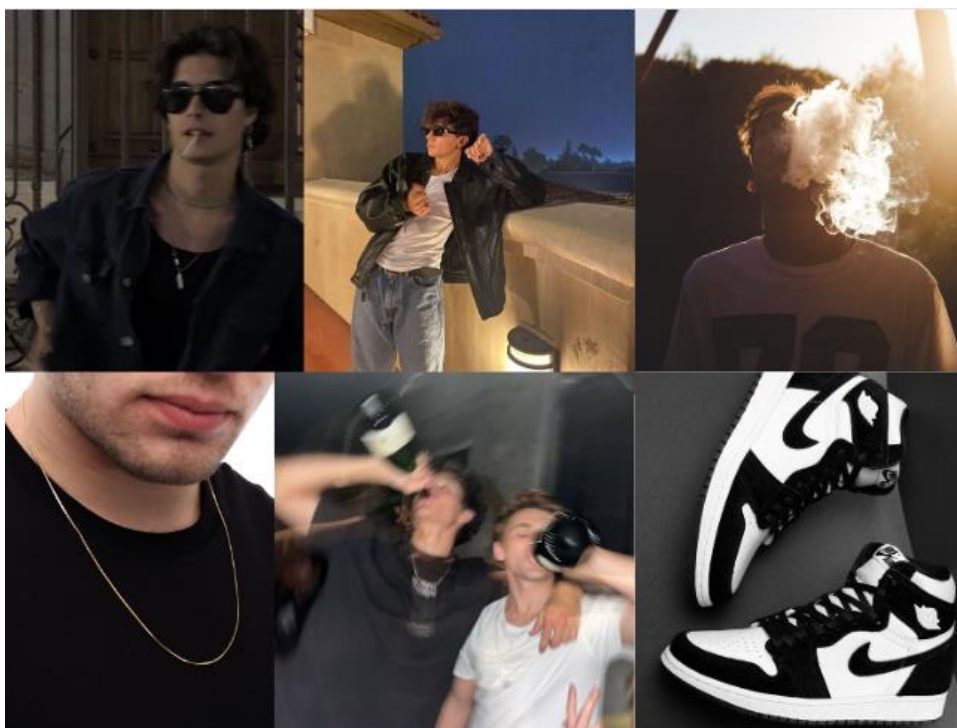
Figura 17 – Cigarro eletrônico e fumaça.



Fonte: Brasil ao Minuto

Para a montagem dos figurinos, utilizamos referências do nosso ciclo pessoal de amizades: jovens que conhecemos e que mantêm um estilo de vida parecido com o dos nossos personagens. E também com pesquisas nas redes sociais.

Figura 18 – Homens fumando.



Fonte: Pinterest

Figura 19 – Vestuário feminino.



Fonte: Pinterest

6.16 PERSONAS

Nome: Lucas

Idade: 27 anos

Características:

Estilo de vida social: Lucas é um jovem de 27 anos que aprecia uma vida social ativa e gosta de participar de festas e eventos. Ele é conhecido por ser o "agito" do grupo e frequentemente procura oportunidades para se divertir com os amigos.

Círculo social limitado: Embora ele seja um indivíduo sociável, Lucas tem apenas alguns amigos próximos em quem realmente confia. Ele valoriza a qualidade da amizade sobre a quantidade e tem dificuldade em formar relacionamentos profundos e duradouros.

Desafios na carreira: Até agora, Lucas não conseguiu desenvolver uma carreira sólida. Ele pode ter feito algumas tentativas em diferentes áreas, mas ainda não encontrou seu caminho ou paixão profissional. Isso pode criar uma sensação de insegurança e falta de perspectiva a longo prazo em sua vida.

Falta de direção: Lucas pode sentir-se perdido ou sem um objetivo claro em sua vida. A falta de perspectiva a longo prazo pode causar ansiedade e desmotivação.

Aberto a mudanças: No entanto, Lucas ainda é jovem e tem a capacidade de crescer e mudar. Ele pode estar aberto a explorar novas oportunidades e encontrar seu propósito no futuro.

7 PROCESSO PRODUTIVO

7.1 CRONOGRAMA DE REALIZAÇÃO

Cronograma de Gravação

CRONOGRAMA														
Nº	Atividade	Setembro				Outubro				Novembro				Dezembro
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1
1	Desenvolvimento do roteiro													
2	Ajuste de roteiro de projeto													
3	Pesquisa de referencial													
4	Desenvolvimento do projeto escrito													
5	Entrega do projeto escrito													
6	Reunião como professor orientador													
7	Gravações													
8	Pós-produção													
9	Entrega Final													
10	Apresentação final													

7.2 ORÇAMENTO MODELO ANCINE



ORÇAMENTO

ITEM ORÇAM.	IV.b. DESCRIÇÃO	UNIDADE	QUANTDADE DE UNIDADE	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	Desenvolvimento de Projeto				
1.1	Roteiro	Mensal	30	R\$ 0,00	R\$ 0,00
1.2	Rifa	Mensal	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
2	Pré-Produção				
2.1	Equipe	DIARIA	30	R\$ 0,00	R\$ 0,00
2.2	Alimentação	DIARIA	1	R\$ 98,96	R\$ 98,96
2.3	Transporte	DIARIA	1	R\$ 68,07	R\$ 68,07
2.4	Despesas de Produção	DIARIA	1	R\$ 122,29	R\$ 122,29
3	Produção e Filmagem				
3.1	Equipe	DIARIA	7	R\$ 0,00	R\$ 0,00
3.2	Elenco Principal	DIARIA	2	R\$ 317,00	R\$ 634,00
3.3	Figuração	DIARIA	1	R\$ 132,95	R\$ 132,95
3.4	Cenografia	DIARIA	1	R\$ 479,19	R\$ 479,19
3.5	Equipamento	DIARIA	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00
3.6	Alimentação	DIARIA	1	R\$ 103,10	R\$ 103,10
3.7	Transporte	DIARIA	1	R\$ 33,80	R\$ 33,80
3.8	Despesas de Produção	DIARIA	1	R\$ 115,79	R\$ 115,79
4	Pós-Produção				
4.1	Edição	Mensal	2	R\$ 600,00	R\$ 1.200,00
5	Despesas Administrativas				
5.1	Cópias e Encadernações	UNIDADE	1	R\$ 27,50	R\$ 27,50
5.2	Material gráfico	UNIDADE	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
TOTAL DE PRODUÇÃO					3.815,65
7	Gerenciamento				

7.1	Gerenciamento de Projeto - Yellow Roald Filmes			0%	R\$ 0,00
-----	---	--	--	----	----------

TOTAL GERAL	3.815,65
--------------------	-----------------

7.3 ORÇAMENTO SIMPLES

SAÍDA		
Nº	Descrição	Valor
1	Cachê ator 1	R\$ 317,00
2	Cachê ator 2	R\$ 317,00
3	Edição	R\$ 1.200,00
4	Objetos de cena Luana	R\$ 116,28
5	Objetos de cena Luana	R\$ 138,91
6	Uber Livia	R\$ 10,80
7	Rotiro Edy	R\$ 13,00
8	Rotiro Edy	R\$ 27,50
9	Uber Livia	R\$ 12,90
10	Uber Deivid	R\$ 20,70
11	Ensaio	R\$ 82,64
12	Ensaio	R\$ 25,50
13	Ensaio	R\$ 14,15
14	Uber Deivid	R\$ 10,67
15	Objetos de cena Otavio	R\$ 160,00
16	Padaria ensaio	R\$ 98,96
17	Uber Livia	R\$ 13,30
18	Uber Deivid	R\$ 20,50
19	Pilha Luã	R\$ 24,00
20	Gravação Gasto gerais	R\$ 49,79
21	Comida gravação	R\$ 23,25
22	kaluga	R\$ 7,00
23	pod	R\$ 35,00
24	gelo	R\$ 64,00
25	Comida gravação	R\$ 67,30
26	Comida gravação	R\$ 12,55
27	figurantes	R\$ 32,20
28	figurantes	R\$ 17,60
29	figurantes	R\$ 83,15
30	Prêmio PIX	R\$ 200,00
31	Prêmio Rifa 1	R\$ 200,00
Total:		R\$ 3.415,65

Entrada		
Nº	Descrição	Valor

1	Rifa dia dos namorados	R\$	1.000,00
2	Investimento integrantes	R\$	1.600,00
3	Rifa PIX 200	R\$	810,00
Total:		R\$	3.410,00

7.4 ARRECADAÇÃO DO DINHEIRO

A arrecadação de recursos para o projeto "Peter Pan" foi realizada por meio de duas principais estratégias: a realização de rifas e o investimento financeiro dos integrantes do grupo. A primeira rifa ofereceu como prêmio um voucher no valor de R\$200 para um jantar no Outback, especialmente programado para o Dia dos Namorados. A segunda rifa sorteou um Pix no valor de R\$200. Essas estratégias foram escolhidas devido à sua capacidade de atrair apoiadores por meio de incentivos tangíveis e emocionalmente apelativos.

O processo de arrecadação mostrou-se bem-sucedido. A combinação das rifas com premiações atrativas e o investimento direto dos membros do grupo resultou em um montante de R\$3.815,65.

7.5 ORGANOGRAMA DA EQUIPE

Organograma



Luana Borlenghi
Direção e Roteiro



Otávio Araújo
Direção Executiva



Deivid Rossatto
Direção de Arte



Edyelma Costa
Direção de Casting



Marco Antonio Silva
Direção de Fotografia



Livia Lopes
Produção



Luã Miranda
Direção de Áudio



8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste projeto, fomos privilegiados por acompanhar todas as etapas, desde o processo de pré-produção até a pós-produção. Estive envolvido de perto no desenvolvimento, o que proporcionou uma valiosa experiência de aprendizado para toda a equipe. Ver uma ideia inicial transformar-se em um produto audiovisual completo é uma conquista significativa. Acreditamos que, como equipe e individualmente, evoluímos, saindo desse projeto com uma compreensão mais clara do que realmente nos apaixona e no que somos proficientes.

Este trabalho não apenas nos ensinou sobre nossas próprias habilidades e limitações, mas também sobre a força que uma equipe bem coordenada pode ter. Acreditamos que firmemente que, sozinhos, podemos fazer pouco, mas com a equipe certa, somos capazes de confiar em indivíduos comprometidos que agregam um valor significativo ao projeto.

Como uma produtora amadora, enfrentamos diversos desafios, especialmente porque muitos aspectos da produção eram complexos devido à nossa falta de experiência. A transição para o ensino remoto, que deveria ter sido presencial, também impactou negativamente em algumas áreas do projeto, como a captação de som, por exemplo. Mesmo diante desses obstáculos, acredito que conseguimos superar e entregar o nosso melhor. As dificuldades em disciplinas como direção de arte foram valiosos aprendizados para futuros projetos, destacando a importância da organização.

Esperamos que sinceramente que este trabalho tenha provocado reflexões na vida dos espectadores, especialmente aqueles que se identificaram com o protagonista, e que tenha gerado diálogos significativos com aqueles que simpatizaram com as dores dos outros personagens. Este projeto, sem dúvida, deixou um impacto profundo na vida da equipe e representa um desfecho perfeito após quatro anos de curso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Dra. Ana Beatriz Barbosa. Síndrome Do Peter Pan - Mentos Em Pauta | Ana Beatriz. YouTube, 27 de abr. de 2019.

FALCO, Diego Falco. Sinais da Síndrome de Peter Pan. YouTube, 22 de abr. de 2022.

KILEY, Dan Kelley. Síndrome de Peter Pan. Círculo do livro, 1 de janeiro de 1980.

PETER PAN. Direção de Paul John Hogan. Austrália: Revolution Studio, 2003. 1 DVD (113 min.).

NASCIMENTO, Viviane Regina Andrade Nascimento. A Síndrome De Peter Pan Na Contemporaneidade. Master Editora, 2015. Disponível em: https://www.mastereditora.com.br/periódico/20151201_202316.pdf. Acesso em: 08, maio e 2023.

BECK, Aron T.; FREEMAN, Arthur; DAVIS, Denise D. Terapia Cognitiva dos Transtornos da Personalidade. Porto Alegre: Artmed, 2005.

CORDIOLI, Aristides Volpato (org.). Psicoterapias: Abordagens Atuais. Porto Alegre: Artmed, 2008.

KILEY, Dan, A síndrome de Peter Pan na Contemporaneidade. Disponível em https://www.mastereditora.com.br/periodico/20151201_202316.pdf> Acesso em: 19 out. 2023.

BARBOSA, Ana Beatriz, A síndrome de Peter Pan. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=O9ah1QkFMaM>> Acesso em: 5 nov. 2023.

TELAVITA, A síndrome de Peter Pan e o medo de crescer. Disponível em <https://www.telavita.com.br/blog/sindrome-de-peter-pan/>> Acesso em: 6 nov. 2023

WIKIPÉDIA, Síndrome de Peter Pan. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADndrome_de_Peter_Pan> Acesso em: 6 nov. 2023



MANUAL DE MARCA

1. Logo

A ilustração abaixo representa a forma oficial do logo da Yellow Road Filmes.

Uso Preferencial

Sempre que possível deve-se utilizar o logo sobre fundo neutro e com bom contraste.



2. Variações

Versões Positivo e Negativo

Para a aplicação do logo em versão positivo e negativo utiliza-se a versão plana em preto ou branco.



Versão minimizada.

O logo deve ser utilizado em suas cores e formas oficiais, previstas neste manual.



3. Aplicação

A aplicação do logo deve ser utilizado preferencialmente em fundo branco. Para outras cores de background, deve ser utilizado a versão plana respeitando as regras de contraste.



4. Área de Segurança

É o espaço vazio que deve existir como uma proteção em torno do logo.



5. Dimensões Mínimas

O logo pode ser reduzido até 7,5mm, conforme ilustra a figura.



6. Cores

Cores utilizadas nas versões dos logos.

- CMYK 13%, 28%, 96%, 2%. RGB 225, 180, 15.
- CMYK 91%, 79%, 62%, 97%. RGB 0, 0, 0.

7. Cores Alternativas

Toda e qualquer cor pode ser utilizada para os logos, desde que exista contraste e a composição visual funcione.

8. Tipografia

A tipografia utilizada no logo Yellow Roald Filmes é a Made Tommy Regular e Made Tommy Bold

Made Tommy Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
~ + - = () ' " ; : . , ` ¢ / ! ?

Made Tommy Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
~ + - = () ' " ; : . , ` ¢ / ! ?

9. Proibição

O logo não pode ser distorcido ou complementado com efeitos visuais de quaisquer naturezas que interfiram em sua forma oficial e tampouco ser aplicada em fundos que não tenham contraste suficiente para sua leitura.





10 ANEXO 2: ORDEM DO DIA



ORDEM DO DIA

DATA: 23/09
HORÁRIO DE CHEGADA: 08:00
HORÁRIO DE SAÍDA: 19:00

CHEGADA DO FERNANDO: 11h
CHEGADA DA CAROL: 13h
CHEGADA DOS FIGURANTES: 16h

HORÁRIO	DESCRIÇÃO	EQUIPE
08:00	Montagem do set de gravação Otávio e Lívia: colar o restante dos LEDs (cozinha) Deivid e Marco: montagem dos tripés e teste de câmeras (sala) – resetar as câmeras Luã: teste do equipamento de som (sala) – resetar o Tascam Luana e Edy: cenografia no (quarto principal)	TODOS
09:00	Passagem do cronograma de gravação com a equipe	TODOS
10:00	Finalização da montagem do set Cozinha e Sala	Luana, Edy e Lívia
10:00	Gravação de cenas para o Making Of (quarto extra) Entrevista com a equipe	Deivid, Marco, Luã e Otávio
11:00	Chegada do ator principal Gravação das CENAS 1 (+ cena final), 2 (sem gravar o close no celular), 3 e Seq. 1 - respectivamente	TODOS



	Câmera A: Marco Câmera B: Deivid Luz: Lívia Rebatedor (caso necessário): Edy Boom: Luã Fone e Tascam: Otávio *Essas cenas não precisaremos de equipe de apoio, somente nas cenas seguintes.	
13:00	Pause para o almoço/lanche Chegada da atriz secundária	TODOS
13:30	Rápido ensaio de CENA 3 Deivid: entrevista com os atores para o Making Of	Luana, Edy, Deivid e Marco (avaliação de planos)
14:30	Chegada dos figurantes Passagem das cenas com atores e figurantes Sessão de fotos para o conteúdo no Instagram que o Pedro visualiza na CENA 2	TODOS
15:30	Gravação das CENAS 2 (close no celular agora com as fotos), 4, 5, Seq. 2, Seq. 3, Seq. 4, Seq. 5, Seq. 6 – respectivamente	TODOS
18:00	Pause para o lanche	TODOS
18:30	Sessão de fotos	TODOS
19:00	Fim das gravações	TODOS



Cenografia: Celular, aspirinas, engov, camisinhas, copos, garrafas de bebida alcoólica vazias, sutãs, dispositivo Alexa Echo Dot, cigarros eletrônicos, PlayStation, copos coloridos, copos de shot, bolinhas de ping pong e energéticos.

Moral da história – Mensagens que eu quero passar/reflexões que quero deixar

- Um ciclo de amizades, mesmo que divertido, pode influenciar de maneira negativa na vida de uma pessoa
- Nós precisamos pensar no futuro, querendo ou não. Não adianta viver nessa de "vai que não estamos aqui amanhã" toda hora. Equilíbrio é necessário.
- Inteligência emocional é algo fundamental

Reflexões/Dúvidas

- Existe realmente uma idade para parar com festas, bebidas e drogas? Até onde tudo isso pode influenciar nossa vida?
- É realmente uma fase? Até que ponto pode chamar de fase?

Observações

- Luiza vai simbolizar o oposto de Pedro. Enquanto ele vive em um extremo da vida, ela vive no outro, e nada disso é saudável.
- Era tiktok, onde queremos que nossa vida seja aqueles 15 segundos incríveis que a gente vê em um reels, como se aquilo fosse uma realidade próxima. 90% das pessoas não vivem naquela realidade = dinheiro, fama (de certa forma, nem que seja via instagram), tempo livre, viagens ao redor do mundo... uma vida baseada em viajar e gravar pro tiktok, ir em festivais, sair com amigos. Como se a vida fosse SÓ isso.
- Mostrar que as redes sociais influenciam diretamente nas nossas decisões e no nosso estilo de vida
- Se rodear de pessoas que te influenciem a ser melhor, e não que te afundem junto com elas

11 TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS DE USO DE IMAGEM, VOZ E NOME A A TÍTULO GRATUITO

**TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS DE USO DE IMAGEM, VOZ E NOME A
TÍTULO GRATUITO**

Pelo presente instrumento e na melhor forma de direito, na qualidade de **CEDENTE** e doravante assim denominado:

Nome <u>ANA CAROLINA RUEDA VEIGA</u>			
Cédula de Identidade	RG n. <u>34498425-4</u>	CPF n. <u>407702168-54</u>	
Endereço	Rua/Av <u>MOURA RIBEIRO</u>	n. <u>18A</u>	
Bairro	<u>VILA MONUMENTO</u>	Cidade <u>SÃO PAULO</u>	Estado
Telefone	<u>11 983073700</u>	Celular	e-mail <u>ANACARUEDES@GMAIL.COM</u>

CEDE, gratuitamente, para os devidos fins, todos os direitos relativos ao uso de sua imagem e voz, bem como de direitos artísticos, autorais e patrimoniais, em favor dos CESSIONÁRIOS:

Nome 1 <u>Livia Aparecida Lopes</u>			
Cédula de Identidade	RG n. <u>166235324</u>	CPF n. <u>14530216643</u>	
Endereço	Rua/Av	n. <u>290</u>	
Bairro	<u>Mooca</u>	Cidade <u>São Paulo</u>	Estado <u>SP</u>
Telefone		Celular <u>37983335383</u>	e-mail <u>liviaplopes13@gmail.com</u>

Nome 2 <u>Luana Botoli Borlenghi</u>			
Cédula de Identidade	RG n. <u>39.128.333-9</u>	CPF n. <u>512.542.418-84</u>	
Endereço	Rua/Av <u>5 guacaria</u>	n. <u>326</u>	
Bairro	<u>Mooca</u>	Cidade <u>SP</u>	Estado <u>SP</u>
Telefone		Celular <u>(13) 996299675</u>	e-mail <u>luinabbor@gmail.com</u>

Nome 3			
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.	
Endereço	Rua/Av	n.	
Bairro		Cidade	Estado
Telefone		Celular	e-mail

Nome 4			
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.	
Endereço	Rua/Av	n.	
Bairro		Cidade	Estado
Telefone		Celular	e-mail

Nome 5			
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.	
Endereço	Rua/Av	n.	
Bairro		Cidade	Estado
Telefone		Celular	e-mail

1

Nome 6				
Cédula de Identidade	RG n.		CPF n.	
Endereço	Rua/Av			n.
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	

Nome 7				
Cédula de Identidade	RG n.		CPF n.	
Endereço	Rua/Av			n.
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	

Nome 8				
Cédula de Identidade	RG n.		CPF n.	
Endereço	Rua/Av			n.
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	

Cumpra esclarecer que a presente cessão de direitos resulta de participação voluntária e espontânea, para a gravação e/ou transmissão "ao vivo" do projeto/programa _____, produzida pelos (as) CESSIONÁRIOS, para geração, comercialização, cessão onerosa ou não, distribuição e/ou veiculação por meio de emissoras de televisão, cabo, satélite, TV por assinatura, *Pay Per View*, *Music on Demand*, rádio ou *Download* de Arquivo ou Site da Internet, de todo o material criado ou obras que contenham a sua imagem e ou/voz da forma que melhor lhe aprouver, por meio de qualquer método ou meio de exibição, utilização e distribuição da imagem e/ou voz não se limitando a material impresso (matérias jornalísticas, edição de revistas, cartazes, *flyers* e *outdoor*), CD (*compact disc*), CD ROM, CD-I (*compact-disc* interativo), *home video*, DAT (*digital audio tape*), DVD (*digital video disc*), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, em território nacional, além de execuções e/ou audições públicas em todos os suportes materiais, digitais ou virtuais videofonográficos existentes ou que venham a existir sem limitação de tempo ou território, total ou parcial, podendo os (as) CESSIONÁRIOS comercializar quaisquer produtos oriundos da participação do(a) CEDENTE acima identificado, renunciando o mesmo ao recebimento de quaisquer remunerações por sua participação e frutos provenientes da comercialização, cessão a terceiros ou quaisquer outras modalidades de exercício comercial ou não, com fundamento na Lei n. 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

O presente instrumento de CESSÃO DE DIREITOS é de caráter irrevogável e irretroatável, compreendendo a cessão definitiva que se perfaz neste ato do direito ao uso do nome pessoal ou artístico, da imagem, da voz, com exclusividade ou sem exclusividade, na forma como foi fixada na gravação do supracitado projeto/programa, inclusive em compilações futuras e/ou relançamento e da imagem institucional ou não, bem como, em todas e quaisquer peças publicitárias e promocionais para divulgação do mencionado projeto/programa, na íntegra ou em partes, em qualquer tipo de mídia, sem limitação de tempo ou território.

Os (as) CESSIONÁRIOS (AS) não se responsabilizarão pelas declarações, opiniões, escritas, manifestações ou quaisquer outras formas de exposição de pensamento que venha ofender outrem, suportando, portanto, o(a) CEDENTE com o ônus de sua manifestação perante terceiros.

Declara, expressamente, o(a) CEDENTE(a), não possuir nenhuma restrição em razão de contrato de exclusividade com quaisquer pessoas jurídicas ou não, portanto, sendo-lhe permitido ceder os direitos previstos neste Termo, recaindo sobre si os ônus que houverem. E, por ser a expressão da verdade, firma o presente como prova de sua exatidão.

São Paulo, 2 de maio de 2023.

Pela(o) CEDENTE:

Rosa Carolina R. Veiros
Nome:

Pelos(as) CESSIONÁRIOS:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Testemunhas:

Nome:

CPF:

Nome:

CPF:

TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS DE USO DE IMAGEM, VOZ E NOME A TÍTULO GRATUITO

Pelo presente instrumento e na melhor forma de direito, na qualidade de **CEDENTE** e doravante assim denominado:

Nome: <u>RENAN BELOMON CARREZ DA CRUZ LADÃO</u>	
Cédula de Identidade	RG n. <u>037 23665 200 9-9</u> CPF n. <u>053.441.433-89</u>
Endereço	Rua/Av <u>RUA DA RAIVA</u> n. <u>51</u>
Bairro	<u>VILA INARA</u> Cidade <u>SÃO PAULO</u> Estado <u>SÃO PAULO</u>
Telefone	Celular <u>388365242</u> e-mail <u>ADAO.MUSIC.OFC@GMAIL.COM</u>

CEDE, gratuitamente, para os devidos fins, todos os direitos relativos ao uso de sua imagem e voz, bem como de direitos artísticos, autorais e patrimoniais, em favor dos **CESSIONÁRIOS**:

Nome 1: <u>Guilherme Alexandre Soares</u>	
Cédula de Identidade	RG n. <u>MG 20 959304</u> CPF n. <u>04535216643</u>
Endereço	Rua/Av <u>Guarapiranga</u> n. <u>280</u>
Bairro	<u>Itaquera</u> Cidade <u>São Paulo</u> Estado <u>SP</u>
Telefone	Celular <u>3753335333</u> e-mail <u>luizalopes13@gmail.com</u>

Nome 2	
Cédula de Identidade	RG n. _____ CPF n. _____
Endereço	Rua/Av _____ n. _____
Bairro	Cidade _____ Estado _____
Telefone	Celular _____ e-mail _____

Nome 3	
Cédula de Identidade	RG n. _____ CPF n. _____
Endereço	Rua/Av _____ n. _____
Bairro	Cidade _____ Estado _____
Telefone	Celular _____ e-mail _____

Nome 4	
Cédula de Identidade	RG n. _____ CPF n. _____
Endereço	Rua/Av _____ n. _____
Bairro	Cidade _____ Estado _____
Telefone	Celular _____ e-mail _____

Nome 5	
Cédula de Identidade	RG n. _____ CPF n. _____
Endereço	Rua/Av _____ n. _____
Bairro	Cidade _____ Estado _____
Telefone	Celular _____ e-mail _____

Nome 6				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	

Nome 7				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	

Nome 8				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	

Cumpra esclarecer que a presente cessão de direitos resulta de participação voluntária e espontânea, para a gravação e/ou transmissão "ao vivo" do projeto/programa _____, produzida pelos (as) CESSIONÁRIOS, para geração, comercialização, cessão onerosa ou não, distribuição e/ou veiculação por meio de emissoras de televisão, cabo, satélite, TV por assinatura, *Pay Per View*, *Music on Demand*, rádio ou *Download* de Arquivo ou Site da Internet, de todo o material criado ou obras que contenham a sua imagem e ou/voz da forma que melhor lhe aprouver, por meio de qualquer método ou meio de exibição, utilização e distribuição da imagem e/ou voz não se limitando a material impresso (matérias jornalísticas, edição de revistas, cartazes, *flyers* e *outdoor*), CD (*compact disc*), CD ROM, CD-I (*compact-disc* interativo), *home video*, DAT (*digital audio tape*), DVD (*digital video disc*), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, em território nacional, além de execuções e/ou audições públicas em todos os suportes materiais, digitais ou virtuais videofonográficos existentes ou que venham a existir sem limitação de tempo ou território, total ou parcial, podendo os (as) CESSIONÁRIOS comercializar quaisquer produtos oriundos da participação do(a) CEDENTE acima identificado, renunciando o mesmo ao recebimento de quaisquer remunerações por sua participação e frutos provenientes da comercialização, cessão a terceiros ou quaisquer outras modalidades de exercício comercial ou não, com fundamento na Lei n. 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

O presente instrumento de CESSÃO DE DIREITOS é de caráter irrevogável e irretroatável, compreendendo a cessão definitiva que se perfaz neste ato do direito ao uso do nome pessoal ou artístico, da imagem, da voz, com exclusividade ou sem exclusividade, na forma como foi fixada na gravação do supracitado projeto/programa, inclusive em compilações futuras e/ou relançamento e da imagem institucional ou não, bem como, em todas e quaisquer peças publicitárias e promocionais para divulgação do mencionado projeto/programa, na íntegra ou em partes, em qualquer tipo de mídia, sem limitação de tempo ou território.

Os (as) CESSIONÁRIOS (AS) não se responsabilizarão pelas declarações, opiniões, escritas, manifestações ou quaisquer outras formas de exposição de pensamento que venha ofender outrem, suportando, portanto, o(a) CEDENTE com o ônus de sua manifestação perante terceiros.

Declara, expressamente, o(a) CEDENTE(a), não possuir nenhuma restrição em razão de contrato de exclusividade com quaisquer pessoas jurídicas ou não, portanto, sendo-lhe permitido ceder os direitos previstos neste Termo, recaindo sobre si os ônus que houverem. E, por ser a expressão da verdade, firma o presente como prova de sua exatidão.

São Paulo, 02 de maio de 2023.

Pela(o) CEDENTE:

8 João Renato Beckman S. da Silva
Nome:

Pelos(as) CESSIONÁRIOS:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Testemunhas:

Nome:
CPF:

Nome:
CPF:

TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS DE USO DE IMAGEM, VOZ E NOME A TÍTULO GRATUITO

Pelo presente instrumento e na melhor forma de direito, na qualidade de **CEDENTE** e doravante assim denominado:

Nome João Carlos de Souza
 Cédula de Identidade RG n. 45.246.03-5 CPF n. 430.224.603-5
 Endereço Rua/Av Turismos 65 n. 55
 Bairro Alto do Carmo Cidade Itapetininga Estado SP
 Telefone Celular 11-543167454 e-mail joaocarlosde Souza@gmail.com

CEDE, gratuitamente, para os devidos fins, todos os direitos relativos ao uso de sua imagem e voz, bem como de direitos artísticos, autorais e patrimoniais, em favor dos **CESSIONÁRIOS**:

Nome 1 Livia Aparecida Torres
 Cédula de Identidade RG n. 29.553.04 CPF n. 143.531.664-3
 Endereço Rua/Av Av. Anacleto n. 230
 Bairro Mooca Cidade São Paulo Estado SP
 Telefone Celular 37588395383 e-mail liviatorres13@gmail.com

Nome 2
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 3
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 4
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 5
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 6				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	
Nome 7				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	
Nome 8				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	

Cumpra esclarecer que a presente cessão de direitos resulta de participação voluntária e espontânea, para a gravação e/ou transmissão "ao vivo" do projeto/programa _____, produzida pelos (as) CESSIONÁRIOS, para geração, comercialização, cessão onerosa ou não, distribuição e/ou veiculação por meio de emissoras de televisão, cabo, satélite, TV por assinatura, *Pay Per View*, *Music on Demand*, rádio ou *Download* de Arquivo ou Site da Internet, de todo o material criado ou obras que contenham a sua imagem e ou/voz da forma que melhor lhe aprouver, por meio de qualquer método ou meio de exibição, utilização e distribuição da imagem e/ou voz não se limitando a material impresso (matérias jornalísticas, edição de revistas, cartazes, *flyers* e *outdoor*), CD (*compact disc*), CD ROM, CD-I (*compact-disc* interativo), *home video*, DAT (*digital audio tape*), DVD (*digital video disc*), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, em território nacional, além de execuções e/ou audições públicas em todos os suportes materiais, digitais ou virtuais videofonográficos existentes ou que venham a existir sem limitação de tempo ou território, total ou parcial, podendo os (as) CESSIONÁRIOS comercializar quaisquer produtos oriundos da participação do(a) CEDENTE acima identificado, renunciando o mesmo ao recebimento de quaisquer remunerações por sua participação e frutos provenientes da comercialização, cessão a terceiros ou quaisquer outras modalidades de exercício comercial ou não, com fundamento na Lei n. 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

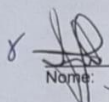
O presente instrumento de CESSÃO DE DIREITOS é de caráter irrevogável e irretroatável, compreendendo a cessão definitiva que se perfaz neste ato do direito ao uso do nome pessoal ou artístico, da imagem, da voz, com exclusividade ou sem exclusividade, na forma como foi fixada na gravação do supracitado projeto/programa, inclusive em compilações futuras e/ou relançamento e da imagem institucional ou não, bem como, em todas e quaisquer peças publicitárias e promocionais para divulgação do mencionado projeto/programa, na íntegra ou em partes, em qualquer tipo de mídia, sem limitação de tempo ou território.

Os (as) CESSIONÁRIOS (AS) não se responsabilizarão pelas declarações, opiniões, escritas, manifestações ou quaisquer outras formas de exposição de pensamento que venha ofender outrem, suportando, portanto, o(a) CEDENTE com o ônus de sua manifestação perante terceiros.

Declara, expressamente, o(a) CEDENTE(a), não possuir nenhuma restrição em razão de contrato de exclusividade com quaisquer pessoas jurídicas ou não, portanto, sendo-lhe permitido ceder os direitos previstos neste Termo, recaindo sobre si os ônus que houverem. E, por ser a expressão da verdade, firma o presente como prova de sua exatidão.

_____, _____ de _____ de _____.

Pela(o) CEDENTE:

8 
Nome: Jacy Romo de Souza

Pelos(as) CESSIONÁRIOS:

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Testemunhas:

Nome: _____
CPF: _____

Nome: _____
CPF: _____

TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS DE USO DE IMAGEM, VOZ E NOME A TÍTULO GRATUITO

Pelo presente instrumento e na melhor forma de direito, na qualidade de **CEDENTE** e doravante assim denominado:

Nome Aisabella Arrandes
 Cédula de Identidade RG n. 53.106.800-6 CPF n. 485.207.398-1
 Endereço Rua/Av Al. Lúcia n. 325
 Bairro Capão Cidade Quaresma Estado SP
 Telefone 11 949289377 Celular 11 949289377 e-mail aisabellaarrandes@gmail.com

CEDENTE, gratuitamente, para os devidos fins, todos os direitos relativos ao uso de sua imagem e voz, bem como de direitos artísticos, autorais e patrimoniais, em favor dos **CESSIONÁRIOS**:

Nome 1 Livia Aparecida Lopes
 Cédula de Identidade RG n. 16.209.333-4 CPF n. 145.332.166-43
 Endereço Guapira Rua/Av n. 130
 Bairro Itapoca Cidade São Paulo Estado SP
 Telefone Celular 37588335383 e-mail livia10pesss13@gmail.com

Nome 2 Luana Botli Borlenghi
 Cédula de Identidade RG n. 39.128.333-19 CPF n. 512.542.418-84
 Endereço Sapucaia Rua/Av n. 326
 Bairro Mooca Cidade SP Estado SP
 Telefone Celular (11) 996299675 e-mail luanabotli@gmail

Nome 3
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 4
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 5
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 6				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	
Nome 7				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	
Nome 8				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	

Cumpra esclarecer que a presente cessão de direitos resulta de participação voluntária e espontânea, para a gravação e/ou transmissão "ao vivo" do projeto/programa _____, produzida pelos (as) CESSIONÁRIOS, para geração, comercialização, cessão onerosa ou não, distribuição e/ou veiculação por meio de emissoras de televisão, cabo, satélite, TV por assinatura, *Pay Per View*, *Music on Demand*, rádio ou *Download* de Arquivo ou Site da Internet, de todo o material criado ou obras que contenham a sua imagem e ou/voz da forma que melhor lhe aprouver, por meio de qualquer método ou meio de exibição, utilização e distribuição da imagem e/ou voz não se limitando a material impresso (matérias jornalísticas, edição de revistas, cartazes, *flyers* e *outdoor*), CD (*compact disc*), CD ROM, CD-I (*compact-disc* interativo), *home video*, DAT (*digital audio tape*), DVD (*digital video disc*), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, em território nacional, além de execuções e/ou audições públicas em todos os suportes materiais, digitais ou virtuais videofonográficos existentes ou que venham a existir sem limitação de tempo ou território, total ou parcial, podendo os (as) CESSIONÁRIOS comercializar quaisquer produtos oriundos da participação do(a) CEDENTE acima identificado, renunciando o mesmo ao recebimento de quaisquer remunerações por sua participação e frutos provenientes da comercialização, cessão a terceiros ou quaisquer outras modalidades de exercício comercial ou não, com fundamento na Lei n. 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

O presente instrumento de CESSÃO DE DIREITOS é de caráter irrevogável e irretroatável, compreendendo a cessão definitiva que se perfaz neste ato do direito ao uso do nome pessoal ou artístico, da imagem, da voz, com exclusividade ou sem exclusividade, na forma como foi fixada na gravação do supracitado projeto/programa, inclusive em compilações futuras e/ou relançamento e da imagem institucional ou não, bem como, em todas e quaisquer peças publicitárias e promocionais para divulgação do mencionado projeto/programa, na íntegra ou em partes, em qualquer tipo de mídia, sem limitação de tempo ou território.

Os (as) CESSIONÁRIOS (AS) não se responsabilizarão pelas declarações, opiniões, escritas, manifestações ou quaisquer outras formas de exposição de pensamento que venha ofender outrem, suportando, portanto, o(a) CEDENTE com o ônus de sua manifestação perante terceiros.

Declara, expressamente, o(a) CEDENTE(a), não possuir nenhuma restrição em razão de contrato de exclusividade com quaisquer pessoas jurídicas ou não, portanto, sendo-lhe permitido ceder os direitos previstos neste Termo, recaindo sobre si os ônus que houverem. E, por ser a expressão da verdade, firma o presente como prova de sua exatidão.

Rio de Janeiro, 2 de maio de 2023.

Pela(o) CEDENTE:

x Problema Fernandes
Nome:

Pelos(as) CESSIONÁRIOS:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Nome:

Testemunhas:

Nome:

CPF:

Nome:

CPF:

TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS DE USO DE IMAGEM, VOZ E NOME A TÍTULO GRATUITO

Pelo presente instrumento e na melhor forma de direito, na qualidade de **CEDENTE** e doravante assim denominado:

8 Nome Larissa Garcia Alves
 Cédula de Identidade RG n. 39.347.049-2 CPF n. 421.663.388-10
 Endereço Rua/Av Univ. de Almeida Pais 565 n. —
 Bairro Vila Guaraní (2 Sul) Cidade São Paulo Estado SP
 Telefone 11 988149012 Celular — e-mail LARISSAGARCIAALVES@gmail.com

CEDE, gratuitamente, para os devidos fins, todos os direitos relativos ao uso de sua imagem e voz, bem como de direitos artísticos, autorais e patrimoniais, em favor dos **CESSIONÁRIOS:**

Obs: apenas em sala de aula

Nome 1 Livia Aparecida Lopes
 Cédula de Identidade RG n. MG 3353204 CPF n. 4535296643
 Endereço Rua/Av — n. 290
 Bairro Itaoca Cidade São Paulo Estado SP
 Telefone — Celular 31988335383 e-mail liviapessoa136@gmail.com

Nome 2
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 3
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 4
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 5
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone Celular e-mail

Nome 6				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	
Nome 7				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	
Nome 8				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	

Cumpra esclarecer que a presente cessão de direitos resulta de participação voluntária e espontânea, para a gravação e/ou transmissão "ao vivo" do projeto/programa _____, produzida pelos (as) CESSIONÁRIOS, para geração, comercialização, cessão onerosa ou não, distribuição e/ou veiculação por meio de emissoras de televisão, cabo, satélite, TV por assinatura, *Pay Per View*, *Music on Demand*, rádio ou *Download* de Arquivo ou Site da Internet, de todo o material criado ou obras que contenham a sua imagem e ou/voz da forma que melhor lhe aprouver, por meio de qualquer método ou meio de exibição, utilização e distribuição da imagem e/ou voz não se limitando a material impresso (matérias jornalísticas, edição de revistas, cartazes, *flyers* e *outdoor*), CD (*compact disc*), CD ROM, CD-I (*compact-disc* interativo), *home video*, DAT (*digital audio tape*), DVD (*digital video disc*), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, em território nacional, além de execuções e/ou audições públicas em todos os suportes materiais, digitais ou virtuais videofonográficos existentes ou que venham a existir sem limitação de tempo ou território, total ou parcial, podendo os (as) CESSIONÁRIOS comercializar quaisquer produtos oriundos da participação do(a) CEDENTE acima identificado, renunciando o mesmo ao recebimento de quaisquer remunerações por sua participação e frutos provenientes da comercialização, cessão a terceiros ou quaisquer outras modalidades de exercício comercial ou não, com fundamento na Lei n. 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

O presente instrumento de CESSÃO DE DIREITOS é de caráter irrevogável e irretroatável, compreendendo a cessão definitiva que se perfaz neste ato do direito ao uso do nome pessoal ou artístico, da imagem, da voz, com exclusividade ou sem exclusividade, na forma como foi fixada na gravação do supracitado projeto/programa, inclusive em compilações futuras e/ou relançamento e da imagem institucional ou não, bem como, em todas e quaisquer peças publicitárias e promocionais para divulgação do mencionado projeto/programa, na íntegra ou em partes, em qualquer tipo de mídia, sem limitação de tempo ou território.

Os (as) CESSIONÁRIOS (AS) não se responsabilizarão pelas declarações, opiniões, escritas, manifestações ou quaisquer outras formas de exposição de pensamento que venha ofender outrem, suportando, portanto, o(a) CEDENTE com o ônus de sua manifestação perante terceiros.

Declara, expressamente, o(a) CEDENTE(a), não possuir nenhuma restrição em razão de contrato de exclusividade com quaisquer pessoas jurídicas ou não, portanto, sendo-lhe permitido ceder os direitos previstos neste Termo, recaindo sobre si os ônus que houverem. E, por ser a expressão da verdade, firma o presente como prova de sua exatidão.

São Paulo, 02 de maio de 2023.

Pela(o) CEDENTE:

Y Benito Garcia Alves
Nome:

Pelos(as) CESSIONÁRIOS:

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Testemunhas:

Nome: _____
CPF: _____

Nome: _____
CPF: _____

TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS DE USO DE IMAGEM, VOZ E NOME A TÍTULO GRATUITO

Pelo presente instrumento e na melhor forma de direito, na qualidade de **CEDENTE** e doravante assim denominado:

X Nome Heather Pacheco
 Cédula de Identidade RG n. 53.067.479-8 CPF n. 412.045.858-06
 Endereço Rua/Av Antônio Calmon n. 95
 Bairro nao chaves Cidade Araxos Estado SP
 Telefone | Celular 11946790168 e-mail bia-pacheco15@hotmail.com

CEDE, gratuitamente, para os devidos fins, todos os direitos relativos ao uso de sua imagem e voz, bem como de direitos artísticos, autorais e patrimoniais, em favor dos **CESSIONÁRIOS**:

Nome 1 Jeniffer Aparecida Lopes
 Cédula de Identidade RG n. 20555204 CPF n. 14539216643
 Endereço Rua/Av Guarapiranga n. 350
 Bairro Mooca Cidade São Paulo Estado SP
 Telefone | Celular 39588383383 e-mail luizalopes3513@gmail.com

Nome 2 Luan Batista Barlerghi
 Cédula de Identidade RG n. 39.128.353-9 CPF n. 512.542.418-84
 Endereço Rua/Av Sapucaia n. 326
 Bairro Mooca Cidade SP Estado SP
 Telefone | Celular (13)996299675 e-mail luanabbar@gmail.com

Nome 3
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone | Celular e-mail

Nome 4
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone | Celular e-mail

Nome 5
 Cédula de Identidade RG n. CPF n.
 Endereço Rua/Av n.
 Bairro Cidade Estado
 Telefone | Celular e-mail

Nome 6				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	
Nome 7				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	
Nome 8				
Cédula de Identidade	RG n.	CPF n.		
Endereço	Rua/Av		n.	
Bairro		Cidade		Estado
Telefone		Celular	e-mail	

Cumpra esclarecer que a presente cessão de direitos resulta de participação voluntária e espontânea, para a gravação e/ou transmissão "ao vivo" do projeto/programa _____, produzida pelos (as) CESSIONÁRIOS, para geração, comercialização, cessão onerosa ou não, distribuição e/ou veiculação por meio de emissoras de televisão, cabo, satélite, TV por assinatura, *Pay Per View*, *Music on Demand*, rádio ou *Download* de Arquivo ou Site da Internet, de todo o material criado ou obras que contenham a sua imagem e ou/voz da forma que melhor lhe aprouver, por meio de qualquer método ou meio de exibição, utilização e distribuição da imagem e/ou voz não se limitando a material impresso (matérias jornalísticas, edição de revistas, cartazes, *flyers* e *outdoor*), CD (*compact disc*), CD ROM, CD-I (*compact-disc* interativo), *home video*, DAT (*digital audio tape*), DVD (*digital video disc*), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, em território nacional, além de execuções e/ou audições públicas em todos os suportes materiais, digitais ou virtuais videofonográficos existentes ou que venham a existir sem limitação de tempo ou território, total ou parcial, podendo os (as) CESSIONÁRIOS comercializar quaisquer produtos oriundos da participação do(a) CEDENTE acima identificado, renunciando o mesmo ao recebimento de quaisquer remunerações por sua participação e frutos provenientes da comercialização, cessão a terceiros ou quaisquer outras modalidades de exercício comercial ou não, com fundamento na Lei n. 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

O presente instrumento de CESSÃO DE DIREITOS é de caráter irrevogável e irretroatável, compreendendo a cessão definitiva que se perfaz neste ato do direito ao uso do nome pessoal ou artístico, da imagem, da voz, com exclusividade ou sem exclusividade, na forma como foi fixada na gravação do supracitado projeto/programa, inclusive em compilações futuras e/ou relançamento e da imagem institucional ou não, bem como, em todas e quaisquer peças publicitárias e promocionais para divulgação do mencionado projeto/programa, na íntegra ou em partes, em qualquer tipo de mídia, sem limitação de tempo ou território.

Os (as) CESSIONÁRIOS (AS) não se responsabilizarão pelas declarações, opiniões, escritas, manifestações ou quaisquer outras formas de exposição de pensamento que venha ofender outrem, suportando, portanto, o(a) CEDENTE com o ônus de sua manifestação perante terceiros.

Declara, expressamente, o(a) CEDENTE(a), não possuir nenhuma restrição em razão de contrato de exclusividade com quaisquer pessoas jurídicas ou não, portanto, sendo-lhe permitido ceder os direitos previstos neste Termo, recaindo sobre si os ônus que houverem. E, por ser a expressão da verdade, firma o presente como prova de sua exatidão.

_____, _____ de _____ de _____.

Pela(o) CEDENTE:

x Beatriz Lachis

Nome: _____

Pelos(as) CESSIONÁRIOS:

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Nome: _____

Testemunhas:

Nome: _____

CPF: _____

Nome: _____

CPF: _____

12 ANEXO 3: ÚLTIO TRATAMENTO DO ROTEIRO

PETER PAN

CENA 1 - INT/DIA/QUARTO DO PEDRO

Vemos o Pedro (P.P.) deitado e largado na cama. O celular apita uma notificação e vemos o relógio apontando 15:23 de uma terça-feira. Um quarto muito bagunçado, papel de engov, aspirinas, sutiãs e camisinhas espalhados. Ouvimos um barulho no fundo e é sua IRMÃ MAIS NOVA entrando na casa. Ouvimos ela falar no celular com os pais, mas desliga assim que vê a bagunça que está a casa.

LUIZA (V.O. abafado)

(conformada com a situação)

Putá merda Pedro...

Luiza tenta passar pela sujeira e, enquanto ainda vemos Pedro, ela fala consigo mesma.

LUIZA

(decepcionada)

Meu deus que sujeira... Meu deus...

Ela vai até a porta do quarto de Pedro e abre a porta escancarada^{1.2}

LUIZA

(mais brava)

Pedro! ^{1.3}

Ninguém responde. Ela começa a bater incessantemente na porta pro irmão acordar. Pedro acorda com uma ressaca absurda.

PEDRO

Que é porra?

LUIZA

Mano, são DUAS DA TARDE de uma TERÇA-FEIRA!! Você viu como tá o estado desse apartamento???

Pausa. Ninguém responde.

LUIZA

ACORDA PEDRO, PORRA!

PEDRO

(irritado)

To acordado...

LUIZA

Você não tem dó dos nossos pais não?

1.4 Luiza "contempla" o quarto nojento do Pedro.

Que porra que você fez aqui... Que nojo

Luiza vê que ele não está ouvindo nada que ela fala, e abre a 1.5 janela do quarto. A claridade acorda Pedro.

1.6 PEDRO

Caralho luiza...

1.7 LUIZA

Você tem 27 anos, que porra é essa???

PEDRO

Mano o que você tá fazendo aqui?

LUIZA

Eu vim deixar janta pra mamãe e o papai que voltam HOJE de viagem.

Pausa.

Eles vão chegar e encontrar a casa deles nesse estado... meu deus Pedro.

PEDRO

Calma, eu vou arrumar

LUIZA

Ah vai... fonte: confia.

PEDRO

Já deixou a janta? Pode ir embora já.

LUIZA

(olhando decepcionada)

Eu não consigo acreditar que você ainda faz isso... sério.

CENA 2 - INT/DIA/QUARTO DO PEDRO

Pedro pega o celular e ignora a irmã completamente enquanto ela continua falando. No celular do Pedro vemos mais de 100 notificações no **wpp do grupo da festa** (um nome pro grupo). Ele vê que o marcaram em fotos no **Instagram**. Ele arrasta para o lado, vê várias fotos da noite anterior.

LUIZA

(num tom mais de dó)

É sério Pe, você tem que parar com isso. Isso é atitude de adolescente. Eu sei que a gente tem que viver a vida ao máximo e aproveitar todos os momentos, mas tudo tem um limite, você tem que encarar responsabilidades... você realmente quer morar aqui pra

sempre? Você nunca parou pra pensar nisso? Eu encontrei com a Gi esses dias e ela super concorda comigo, sabe, não é coincidência.

Pedro interrompe sua irmã quando escuta o nome da ficante.

2.1 PEDRO

Uou, a Gi? Você fala com ela?

2.2 LUIZA

A gente é amiga...

PEDRO

(indignado)

Desde quando?

LUIZA

Ué desde aquela janta lá em casa que você levou ela.

PEDRO

Eu não levei ela pra jantar em casa. A gente ia sair e vocês insistiram que ela comesse com vocês.

LUIZA

Taa ta whatever. Ela foi super fofa comigo e fez questão da gente ficar próxima. Você sabe o quanto era importante pra ela. Porque, eu não sei né, mas... E que que tem eu ser amiga dela?

PEDRO

Ela não é minha namorada

LUIZA

Hã... Eu sei. Pedro não namora. Todos já sabemos.

PEDRO

Então pra que ficar falando com ela? E você falou que ela concordou com o que??

LUIZA

Que você é uma criança! Ela concorda que você é uma criança que tem medo de responsabilidade e por isso não consegue largar essa sua vidinha de balada.

PEDRO

(agora, irritadíssimo)

Meu deus Luiza!! Pelo menos eu não tenho que fingir que adoro acordar 5 horas da manhã pra ficar 2 horas no metrô até chegar em um cubículo e ficar 8 horas seguidas olhando pra um computador e tendo que rir de piadas ridículas de pessoas com vidas patéticas que no fundo se odeiam, e só pensam em trair seus parceiros pra ter um pouquinho de agitação nessa vida de merda. e quando eu chego em casa, eu tenho alguém além do meu GATO pra me fazer companhia. E no fim de semana, eu tenho AMIGOS pra encontrar. Então, antes de sair apontando seu dedinho pros outros, porque não para pra enxergar a sua vida de vez em quando?

Luiza olha pra ele completamente desolada e humilhada. Ele continua.

PEDRO

Sério, pode ir já. E para de ficar conversando com a Giovanna, você não tem nada a ver com isso.

Pedro volta a mexer no celular. Luiza pondera por uns segundos. Pedro e Luiza não conseguem mais conviver juntos por causa da imaturidade de Pedro, nem uma conversa decente eles conseguem ter mais.

2.3 Ouvimos a porta do apartamento bater. Luiza foi embora.

CENA 3 - INT/NOITE/QUARTO DE PEDRO *LOOPING INFINITO*

Pedro larga o celular e fala com a Alexa no seu quarto, e da um puxe no vape.

PEDRO

Alexa! (barulho da Alexa ligando)

Toca Peter Pan da Samantha Machado & Groove Delight.

ALEXA

"Tocando Peter Pan da Samantha Machado & Groove Delight no Amazon Music"

3.1 Pedro da outro puxe no vape e solta a fumaça. A música *Peter Pan da Samantha Machado & Groove Delight* começa a tocar.

Transição 1.

Sequência de vídeos e fotos nº1.

Time-lapse:

0'0'' - 0'17''

Ele fuma vape, não arruma seu quarto, passa por cima da bagunça e dá risada depois que pega um sutiã na mão. Cheira uma **garrafa de bebida** forte vazia. Joga no **PlayStation** por horas (tic tac da música) vemos o dia escurecer pela janela.

seq 1.2 Ele pega no celular e vê a mensagem "abre aí". Seq 1.3 Da um sorriso e pula da cama. Hora da festa.

*personagem não muda o figurino. Para mostrar o looping, ele fica com a mesma roupa que vimos no início. (espectador perde a noção de qual dia estamos mostrando - sinal de que é um evento recorrente)

Sequência de vídeos e fotos nº2.

Câmera lenta:

0'17'' - 0'48''

A porta abre para os convidados. Não para de entrar gente. seq. 2.1 Cenas de shot, fumaça, drogas. Convidados fazendo copos enormes, virando destilados puros. *Cena da gota* (obs pra direção). Mostra o antes de ficar louco. "Carrega" para as cenas de geral doidão depois do drop.

Sequência de vídeos e fotos nº3.

0'48'' - 1'18'' drop

Olho de peixe

Go Pro

Convidados pulando, dançando pra câmera, interagindo como se estivessem gravando com seus celu lares.

Transição 2

Fade Out. Tudo se acalma. A música é interrompida no minuto 1'18'' com uma cena na festa em que seu amigo lhe balança (acordando do transe), apontando pra porta. Sua ficante, Gi, chegou na festa.

CENA 4 - INT/NOITE/SALA DE ESTAR

AMIGO

Pedro!

Ele presta atenção depois que é balançado.

Mano, (risinhos) tu chamou a Gi pro rolê?

PEDRO

(surpreso e feliz)

4.1 A Gi veio??

Gi entra toda envergonhada por não conhecer ninguém, e pega o celular. Manda mensagem pro Pedro avisando que chegou.

AMIGO

(rindo)

Não acredito que você chamou ela

PEDRO

Que que tem?

AMIGO

Sabe que a verônica ta aqui também né?

PEDRO

Eu sei... eu que chamei

AMIGO

(dando risada)

Caralho mano, tu não presta

4.2 Gi avista o Pedro e vai andando em direção a ele.

PEDRO

Giii Você veio!

GI

Eu vim...

Eles se abraçam. Notamos o nervosismo da Gi, ela é claramente apaixonada.

GI

(se direciona ao amigo)

Oii Luquinhs, tudo bem?

Eles se abraçam.

AMIGO

Eaii Gi, de boa?

PEDRO

(para Gi)

Vem cá, vou fazer um drink pra você.

4.3 Ele coloca seu braço sobre o ombro dela e a leva para a cozinha.

CENA 5 - INT/NOITE/COZINHA

Pedro não mede as consequências de nenhum dos seus atos. Ele não se importa se vai machucar a Gi, só sabe que gosta da atenção. Ele começa a fazer um drink quando puxa assunto.

PEDRO

Cara eu jurava que você não ia vir... to muito feliz que veio.

5.1 Gi dá um sorriso. Depois fica confusa.

GI

Porque achou que eu não vinha?

PEDRO

Ah sei lá, foi tudo super em cima da hora, não sabia se você ia estar livre.

GI

Mas eu respondi sua mensagem avisando que eu vinha.

PEDRO

Jura?? Nossa acho que não vi, foi mal.

GI

Tudo bem.

Pedro olha pra Gi de cima a baixo.

PEDRO

Ta gata ein... roupa nova?

GI

(da outro sorriso)

Não...

PEDRO

Acho que é porque não te vejo faz tempo, não lembrava que era tudo isso. Tu cortou o cabelo?

5.2 Enquanto Gi responde Pedro umas pessoas passam no meio deles. Uma menina para pra falar com Pedro, e cochicha no seu ouvido.

GI

Aparei as pontinhas mas nada demais

Pedro e a menina sorriem. O coração da Gi quebra um pouquinho, ela tenta ao máximo não demonstrar.

PEDRO

Aquii, seu drink Gigica, prova.

GI

Gigica?

PEDRO

É ué

GI

Você não me chama assim faz tempo

PEDRO

Eu só lembrei que você gostava. Vai, experimenta

Gi da um golinho no drink e faz uma careta por estar muito forte

PEDRO

(da risada)

Não ta bom??

GI

Ta um absurdo de forte isso!

PEDRO

Você é fraquíssima pra bebida Giovanna.

Pedro pega o drink da mão dela e toma um gole.

GI

Eu não sou fraca, isso ta muito forte.

PEDRO

Olha aqui, fiz careta?

GI

Isso é porque você já é um alcoólatra.

PEDRO

(da risada)

Ataa, valeu.

GI

Eu não vou tomar isso...

PEDRO

Giovanna, você pode desligar seu cérebro um pouquinho e viver a vida?

GI

Ahhh, isso é viver a vida então?

PEDRO

Lógico!

Pausa.

PEDRO

Tão chata

GI

Me dá essa merda!

PEDRO

Aí simmmmmmm

GI

Eu só vou fazer isso porque faz tempo que eu não te vejo e porque eu não trabalho amanhã.

PEDRO

Tudo bem tudo bem...

Gi dá um golinho, mas Pedro vira o copo mais e ela acaba dando um gole gigante. Os dois dão risada.

GI

Não faz isso!!

PEDRO

Ta vendo como você pode se divertir se parar de pensar um pouco

Gi balança a cabeça reprovando. No fundo, ela tinha esperanças de que talvez ele tivesse mudado um pouco, mas isso só estava na cabeça dela.

PEDRO

O que??

GI

Você não tem jeito

PEDRO

Você adora.

Pausa

PEDRO

Vem, vamo jogar beer pong, eu quero ver se você ainda tem jeito ou se ficou enferrujada por causa dessa sua "vida adulta"

Pedro leva a Gi pra sala.

Transição 3

Pedro "puxa" Gi para sua visão de mundo (ela entra em seu universo) = o que mostra que todos podem sim se divertir dessa maneira. O real problema mesmo é que Pedro SÓ consegue fazer isso da vida.

Sequência de vídeos e fotos nº4

1'18'' - 1'49''

Eles jogam **beer pong** juntos e se divertem, dão risada. Gi faz vários pontos no jogo, ela acaba ganhando dele no jogo.

Ele abraça ela sempre, não sai de perto. Cumprimenta os amigos, não apresenta Gi para ninguém. O tempo vai passando e ela é deixada de lado (ref. Música *Worst of You* - *Maisie Peters*).

Sequência de vídeos e fotos nº5

1'49'' - 2'03'' drop

Vemos cenas do Pedro virando shots com os amigos, dançando. a Gi já parou de beber e está desconfortável.

Sequência de vídeos e fotos nº6

2'03'' - 2'35''

Luquinhas, amigo de Pedro, chama Gi, que estava mexendo no celular entediada, pra conversar e o Pedro nota. 5.3 Ele entra na frente de seu amigo e interrompe a conversa. Ele começa a falar muito perto do rosto da Carol, ela empurra ele, se levanta e vemos uma lágrima cair.

5.4 Gi vai até a porta, e vira pra trás pra ver se Pedro se incomodou de ir atrás dela, mas ela só o vê dando mole pra outra menina. Gi fecha a porta e vai embora.

Pedro começa a passar do seu limite de bêbado, e começa a cambalear.

Pedro vai pro seu quarto, passa pela bagunça toda e cai na cama.