



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**



UFOP
Universidade Federal
de Ouro Preto

Alexandre Coelho Silva de Melo

**“Sou Perifa F.C.” : Periferia brasileira,
estética e identidade**

Mariana
2024

Alexandre Coelho Silva de Melo

**“Sou Perifa F.C.” : Periferia brasileira,
estética e identidade**

Memorial descritivo do produto,
apresentado ao curso de Jornalismo da
Universidade Federal de Ouro Preto, para
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo.

Orientador: Prof. Cláudio Coração

Mariana
2024

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

M528s Melo, Alexandre Coelho Silva De.
Sou Perifa F.C. [manuscrito]: periferia brasileira, estética e identidade.
/ Alexandre Coelho Silva De Melo. - 2024.
34 f.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Coração.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Cultura. 2. Estética. 3. Jornalismo esportivo. 4. Periferias. I.
Coração, Cláudio. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 070:796

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa - Bibliotecário Coordenador
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407



FOLHA DE APROVAÇÃO

Alexandre Coelho Silva de Melo

“Sou Periferia F.C.”: periferia brasileira, estética e identidade

Trabalho apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo

Aprovada em 23 de fevereiro de 2024

Membros da banca

Prof. Dr. Cláudio Rodrigues Coração - Orientador(a) (Universidade Federal de Ouro Preto)
Prof. Dr. Evandro José Medeiros Laia - (Universidade Federal de Ouro Preto)
Prof. Dr. Rondon Marques Rosa - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Cláudio Rodrigues Coração, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 19/03/2024



Documento assinado eletronicamente por **Claudio Rodrigues Coracao, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 19/03/2024, às 13:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0686973** e o código CRC **156C052E**.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a minha família em seu completo estado, mas principalmente a Genira, Tânia, Heloisa e Altamir. Mãe, obrigado por todos os ensinamentos, ajudas, discussões e afetos ao longo dessa graduação. A senhora foi e sempre será a razão de continuar e enfrentar as adversidades da vida. Tenho muita admiração pela pessoa que você é e as constantes evoluções que temos. Tânia, obrigado por me receber em sua casa e auxiliar durante todo percurso desta universidade. Helô, obrigado pelas diversas conversas, risadas, cobranças e avisos. Sou imensamente grato pela irmandade e carinho que temos. Pai, é com muito pesar e tristeza que escrevo essas palavras, pois infelizmente você não está aqui para ver este momento. Eu consegui, estou me formando em jornalismo, e espero que onde quer que esteja, sinta o amor e a saudade que sinto por você. As promessas foram cumpridas.

Reconheço também o papel das minhas amizades durante a trilhação desse caminho. Obrigado Vinícius, Lucas e Renan por me lembrarem de casa e me encorajarem a enfrentar essa distância de forma mais alegre. Hugo, Yasmim e Hannah, obrigado por todos os momentos de descontração e além de tudo construção dessa graduação. Vocês foram pessoas que encontrei ao entrar no curso, e que irão seguir para muito além disso. Patrícia, Clara, Marília, Christhian e Gabrielle, obrigado por me receberem na cidade, casa e vínculo de vocês, e me tornar tão pertencente.

Agradeço também a República Cangaço por me proporcionar a experiência de conhecer a cidade de Mariana de uma forma única e incomparável. Ao chegar no interior de Minas Gerais, não imaginava que dividir casa com pessoas tão diferentes iria gerar tantas alegrias, ensinamentos, oportunidades e acima de tudo, uma nova família. Esta casa foi "Lar" nos momentos mais difíceis da minha vida. Foi uma honra ser morador e participar da história dessa casa tão acolhedora. Renan, Ricardo, Willon, Victor, Renato, Alex, Filipe, João, Dário, Felipe, Lucas e Charles, um abraço especial a todos e obrigado por me permitirem compartilhar vivências e espaços com vocês.

Marcella, tenho uma imensa gratidão e admiração pela pessoa que você é. Obrigado por me incentivar e ajudar nessa reta final da minha trajetória como graduando, mas antes disso, agradeço por todo apoio incondicional em incontáveis momentos.

RESUMO

O memorial apresenta os eixos conceituais e o planejamento de pré-produção que possibilitou a realização de um produto jornalístico. Neste presente trabalho foi proposta a união do jornalismo esportivo com um formato audiovisual híbrido entre documentário e vídeo-ensaio. O objetivo da obra é explicar didaticamente a ligação cultural entre a periferia brasileira e o futebol, reivindicar o uso das camisas de time como um recurso estético e identitário, além de evidenciar a exportação desse movimento. Com isso, foram apresentados os conceitos acadêmicos sobre indústria cultural, através da leitura crítica de Gilles Lipovetsky, e apropriação, pelo antropólogo Rodney William. A intenção é destacar a força do futebol culturalmente na periferia brasileira e criticar a criação do fenômeno do “brazilcore” como meio de exportação. Por fim, é desenvolvido a proposta do produto, “Sou Perifa F.C.” e um diário de produção sobre as fases e evolução do trabalho.

Palavras-chave: camisa de time; cultura; estética; periferia; apropriação.

ABSTRACT

The memorial presents the conceptual axes and pre-production planning that enabled the realization of a journalistic product. In this present work, it was proposed the union of sports journalism with a hybrid audiovisual format between documentary and video-essay was proposed. The objective of the work is to didactically explain the cultural connection between the Brazilian periphery and football, advocate the use of team jerseys as an aesthetic and identity resource, as well as to development the exportation of this movement. With this, academic concepts about cultural industry, through the critical reading of Gilles Lipovetsky, and appropriation, by the anthropologist Rodney William, were presented. The intention is to emphasize the cultural strength of football in the Brazilian periphery and criticize the creation of the "brazilcore" phenomenon as a means of exportation. Finally, the proposal for the product, "Sou Perifa F.C.", and a production diary about the phases and evolution of the work are developed.

Keywords: team jersey; culture; aesthetics; periphery; appropriation; football; brazilcore, fashion.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	03
2. FUTEBOL, ESTÉTICA E CULTURA	06
1.1 Retrospecto do Futebol no Brasil	06
1.2 O futebol como identidade e estética periférica	07
1.3 Consumo e Apropriação Cultural	08
3. VÍDEO-ENSAIO À MARGEM DO DOCUMENTÁRIO	11
4. O PRODUTO	14
4.1 Ato I - O que é Brazilcore?	14
4.2 Ato II - A relação entre o futebol e a periferia	15
4.3 Ato III - A periferia reivindica sua identidade	15
5. DIÁRIO DE PRODUÇÃO	17
6. PLANEJAMENTO DE PRÉ PRODUÇÃO	20
CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS	28

INTRODUÇÃO

As camisas de futebol fazem parte do guarda-roupa das periferias brasileiras há algum tempo. Entre os anos 80 e início dos anos 2000 já era comum e habitual nas periferias do país a utilização de camisas e uniformes de times de futebol brasileiros e até internacionais. No entanto, essa estética teve grande aumento e principalmente tem participado como um movimento identitário nos últimos anos. Esta peça de roupa em específico tem se tornado um “artigo da moda” atualmente, mas já faz parte de uma reivindicação entre artistas, *stylists*, e pensadores da periferia no Brasil.

Um grande indicativo disso são as recentes utilizações de camisas de time em marcas de alta moda e estilistas renomados. Durante minha pesquisa pude concluir que, segundo Lucas Assunção (2022), do portal FFW, uma das primeiras aparições deste tipo de peça em desfiles e coleções de roupas, da forma que vemos hoje, foi em 2018. O estilista russo Gosha Rubchinskiy aderiu às camisas de futebol em sua coleção de verão. Recentemente, em 2020, através da coleção de outono inverno da marca de grife espanhola Balenciaga, foi possível notar que o mundo da moda voltou sua atenção para essa combinação. Nesta coleção foram produzidas camisas de futebol inspiradas no modelo usado pelo goleiro do Manchester United em 2002. Uma das peças está entre as mais caras do modelo esportivo, no valor de US\$780 dólares, que convertidos na cotação atual chega em torno de R\$3790,88. Além disso, outras marcas e estilistas, como Gucci em parceria com Adidas e David Koma, apresentaram em desfiles e coleções a combinação de roupas com luvas de goleiros e jerseys de futebol.

Outro ponto é que, com a Copa do Mundo realizada em 2022, essa estética se popularizou no mundo da moda e principalmente na sociedade. Com o “boom” das redes sociais e principalmente o Tik Tok, influencers, produtores de conteúdo, *stylists*, modelos e pessoas que vivenciam a esfera da moda começaram a utilizar peças de roupas e acessórios com as cores da bandeira do Brasil. A trend atingiu modelos e pessoas influentes no meio do *high fashion*, muito por que o país era também um dos fortes candidatos a vencer o torneio. Posteriormente isso migrou para a adesão de camisas de futebol que não eram exclusivamente em um só estilo, mas com peças mais voltadas para o modelo retrô de uniformes de clubes.

Dessa forma, isto foi se popularizando no cenário nacional e internacional com o nome de “Brazilcore”. No entanto, segundo Samir Bertoli, stylist, diretor criativo e criador de conteúdo, esse fenômeno já ocorre nas periferias brasileiras há alguns anos. Para Samir (2022) “O “BRAZILCORE” vem da caricatura do brasileiro na visão do estrangeiro, essa expressão hoje tem como a essência do brasileiro uma caricatura em verde, amarelo e azul”.

O presente trabalho tem como objetivo colocar em questionamento esse “fenômeno” e reivindicar para a periferia brasileira o local de criador de um estilo próprio e identitário. Contudo, a concepção de que a periferia é um local de intelectualidade e cultura não é aceito pela sociedade, que apenas é validado quando é apropriado, seja por estrangeiros, seja por classes sociais com poder aquisitivo maior, mesmo dentro do país. Isso será feito através de uma produção audiovisual que, assim como a própria periferia, transgride os conceitos engessados, tradicionais, e transita entre diferentes gêneros audiovisuais.

Esta produção se trata de um formato híbrido de audiovisual entre documentário e vídeo ensaio. Vejo desta forma pois, por ter sido criado e me reconhecer como parte da periferia brasileira, mais especificamente do Jardim Jamaica, bairro de Sertãozinho, no interior de São Paulo, considero que meu trabalho faz parte de dois subgêneros das produções documentais, sendo elas a expositiva e a participativa. Além disso, também interpreto esta obra como um vídeo-ensaio no modelo explicativo..

Durante as leituras e pesquisas para o produto, os conceitos de Apropriação e Indústria Cultural, e os gêneros de produções audiovisuais documentário e vídeo-ensaio, foram tratados através de diferentes autores. A intenção é abordar de uma forma didática esses conceitos acadêmicos e apresentar em uma linguagem acessível para quem não faz parte deste círculo fechado de discussão em universidades. Além disso, relacionar os conceitos com a realidade brasileira e o caso específico que será trabalhado, das camisas de time, a elitização envolvida nisso e a apropriação feita pela indústria da moda.

Ao longo do memorial, serão apresentados diferentes tópicos. Primeiramente será feito um retrospecto do início do futebol no país, uma discussão sobre a conexão deste esporte com a periferia brasileira e sua representação cultural, identitária e estética, e a descrição dos conceitos acadêmicos proporcionados pela leitura crítica de Gilles Lipovetsky e Rodney William com relação ao tema abordado.

Além disso foram descritos os formatos de produções audiovisuais aqui utilizados. Posteriormente é disposto um diário de produção, o qual é possível compreender algumas escolhas e opções que fazem parte da minha liberdade criativa. Por fim é exposto um planejamento de pré-produção que evidencia a ideia inicial do projeto.

1. FUTEBOL, ESTÉTICA E CULTURA

1.1 Retrospecto do Futebol no Brasil

O futebol no Brasil teve seu início no final do século XIX, trazido pelos imigrantes ingleses que trabalhavam em empresas como ferrovias e navios. No entanto, o esporte só se popularizou no país no início do século XX, quando começaram a surgir os primeiros clubes de futebol. Devido a recém saída do sistema escravista em 1888 (BRASIL, 1888), desde o começo, o futebol era praticado por uma elite branca e aristocrática, e pessoas negras eram impedidas de jogar em clubes de futebol (BALZANO; OLIVEIRA; FILHO, 2010). O racismo escancarado e sem pudor era uma prática comum no Brasil da época, e isso se refletia no esporte, que era visto como uma atividade exclusiva para a elite branca.

Segundo o artigo publicado no site da Observatório da Discriminação Racial no Futebol, a Ponte Preta, de Campinas em São Paulo, em 1900, foi o primeiro clube de futebol que teve entre seus atletas a participação de jogadores negros e pardos em seu elenco. Jorge Araújo Miguel do Carmo é considerado, entre pesquisadores, o primeiro jogador negro a competir no país. Isso abriu caminho para que, lentamente, outros clubes seguissem este caminho e comesçassem a liberação da entrada de jogadores não brancos em suas equipes.

Hoje, o futebol é uma atividade diversa, com jogadores de diferentes raças, gêneros e origens. Através do tempo, o esporte se tornou uma forma de promover a integração entre as pessoas, e tem o poder de unir torcedores de todas as partes do país e do mundo. Atualmente, parte desse racismo ainda permanece no futebol brasileiro, assim como na sociedade, mas de forma velada, com a desculpa de que no Brasil existe uma “Democracia Racial”, conceito trabalhado por Kabengele Munanga. Essa teoria, segundo Munanga:

Exalta a ideia de convivência harmoniosa entre os indivíduos de todas as camadas sociais e grupos étnicos, permitindo às elites dominantes dissimular as desigualdades e impedindo os membros das comunidades não-brancas de terem consciência de seus sutis mecanismos de exclusão na qual são vítimas na sociedade. (MUNANGA, 2004, p. 89)

O início do futebol no Brasil pode ter sido marcado pelo racismo e pela exclusão, mas a luta da população negra contra o preconceito no esporte deixou um

legado importante na história do futebol brasileiro. Este é um esporte que movimentou multidões e é uma parte importante da cultura brasileira. Segundo Roberto Damatta (1994), o futebol tem grande influência na virada do Brasil para a República e o processo pós escravização:

Desse modo, foi certamente essa humilde atividade, esse jogo inventado para divertir e disciplinar que, no Brasil, transformou-se no primeiro professor de democracia e de igualdade. Pois não foi através do Parlamento que o povo aprendeu a respeitar as leis, mas assistindo a jogos de futebol, esses eventos onde o vitorioso não tem o direito de ser um ditador, e o perdedor, vale repetir, não deve ser humilhado. (DAMATTA, 1994, p.12)

Para o autor, o futebol auxilia a população negra no entendimento e procura por seus direitos, visto que dentro dos gramados a noção de justiça é ainda mais fomentada. Isto se dá pois no esporte não se considerava fatos externos, apenas o que era demonstrado dentro de campo. Portanto, para o autor, essa noção de equidade introduzida nos gramados é refletida na vida e reivindicações dessa população.

1.2 O futebol como identidade e estética periférica

O entendimento desse processo e passado racista do futebol no Brasil é necessário para relacionarmos como este esporte faz parte da cultura e identidade da população periférica. A partir desse contexto podemos perceber como a ligação com futebol moldou a noção de comunidade de grande parte da sociedade. Obviamente o sucesso do Brasil no futebol, através da conquista de títulos internacionais e personagens de grandes feitos e popularidade no meio, também contribui para que o esporte e a conexão com os brasileiros se dissemine. Dado o contexto histórico e o avanço da industrialização é possível compreender que esta veia cultural, também é permeada pelo consumo, assim como todas as outras esferas da sociedade. No entanto, esta margem de cidadãos não possui um grande capital financeiro, o que dificulta a compra de produtos originais, que com a globalização e o aumento do investimento no futebol, tem proporcionado uma

elitização dos clubes. Com isso é importante salientar a influência da “pirataria”, que também teve seu início nos anos dois mil.

Foi a partir dessa “democratização do acesso” que o estilo, a estética e identidade das periferias pelo país foram se formando. Essa camada da população que ama futebol e desde muito tempo utiliza as camisas de time e vestimenta esportiva aliada a outras peças, não tinha condições ou poder aquisitivo para comprar os uniformes originais. O mercado informal popularizou e facilitou o poder de posse da comunidade, fomentando essa ideia e tornando mais comum o uso e compra de produtos falsificados. Além disso, também contribuiu como fonte de renda, auxiliando financeiramente os trabalhadores.

Os chamados camelôs auxiliaram na difusão dessas camisas de time e desse estilo urbano, que por se propagarem dessa forma, também contribuíram para a visão racista e preconceituosa da leitura da sociedade para com a periferia. Por conta disso, o que hoje é visto como tendência ou febre fashion, antes era associado à marginalidade, pobreza, e até à criminalidade. Hoje, o que é comum, e é referência fora do país como recurso estético, já foi intensamente criticado e subjugado, contagiando o imaginário da população.

Portanto, este trabalho vem para tensionar a exportação de uma característica cultural e identitária brasileira, e principalmente marginalizada. Assim como eu, outros “*stylists*” e produtores culturais discutem e criticam essa recente popularização e venda glamourizada de um agente da cultura periférica. Samir Bertoli, fashionista, criador de conteúdo e diretor criativo, é uma destas pessoas e também é citado ao longo da obra.

1.3 Apropriação Cultural e Consumo

O antropólogo Rodney William (2019) trabalha a noção de cultura intrinsecamente ligada à identidade. Grupos excluídos ou marginalizados que, através de opressão cultural ou colonialismo, são forçados a aceitar e aliar traços de diferentes culturas como forma de sobrevivência, não são considerados apropriadores. Assim como ocorreu e ainda se mantém em processos de escravização por conta de seu colonizador, estes movimentos são lidos apenas como algo necessário para a manutenção da identidade e permanência de uma etnia ou grupo. Para o autor, a apropriação cultural se configura exatamente no

movimento contrário a isso. Classes ou conjuntos populacionais que exercem dominância em relação a outro, esvaziam a herança cultural do grupo subjugado, e para além disso, incorporam traços ou fenômenos culturais justamente como forma de poder e aniquilação identitária, compondo o quadro de apropriação cultural.

O pesquisador e babalorixá aponta que não se trata apenas de um limite cultural sobre o que é permitido ou não. Kabengele Munanga também relaciona o entendimento de cultura com identidade. O autor explica:

A busca da identidade, no nosso caso no Brasil, apesar da importância não é uma coisa fácil; é problemática. Essa identidade passa pela cor da pele, pela cultura, ou pela produção cultural do negro; passa pela contribuição histórica do negro na sociedade brasileira, na construção da economia do país com seu sangue; passa pela recuperação de sua história africana, de sua visão de mundo, de sua religião. (MUNANGA, 1996c, p.225)

A indústria cultural, segundo Gilles Lipovetsky, apenas transforma qualquer item ou pessoa em produto. Para o autor, o mercado se encarrega da criação de produtos e exploração máxima de um sentido para lucro, sem considerar outras perspectivas. No livro “O império do efêmero”, o autor conclui que:

A exemplo da fashion, a cultura de massa está inteiramente voltada para o presente[...] Em primeiro lugar, porque sua finalidade explícita reside antes de tudo no lazer imediato dos particulares; trata-se de divertir, não de educar, elevar o espírito ou inculcar valores superiores. Ainda que conteúdos ideológicos evidentemente transparecem, são secundários em relação a esse objetivo distrativo. (LIPOVETSKY, 2009, p.179)

Neste trabalho venho incitar uma ligação entre as teorias descritas de Gilles Lipovetsky e Rodney William, possibilitando a interpretação de que a noção de consumo faz parte da apropriação cultural, seja ela de qualquer natureza. É através dos produtos da indústria cultural que a apropriação atinge esse público. Lipovetsky cita ao longo do capítulo que a moda e a Indústria Cultural se apossam de qualquer objeto, signo ou até pessoa e a transformam em algo vendável, um produto ou até mesmo uma personagem a ser mimetizada. No entanto, é debatido se há uma intenção de colocar ou alimentar conceitos, e que isto é feito de modo intencional, visando uma versão mercadológica de qualquer coisa que possa vir a ser um

produto e o peso que isso tem no imaginário da sociedade. Isto se aplica desde personagens que ditam a forma comportamental para um grupo de pessoas, por exemplo gênero ou raça, até os moldes do que é visto como correto, belo, ou até mesmo aceitável.

Este fenômeno tem grande influência no comportamento e imaginário da sociedade, pois é este sistema quem dita ao público o que ser consumido. O autor traz através do texto exemplos na indústria cinematográfica e fonográfica, mas que se expande a outros mercados. O pesquisador demonstra que não é necessário se ter um personagem icônico para ser vendável e alcançar outros mercados, não é necessário um Mickey para se fazer produtos de todos os tipos e vender em grande escala. Isto demonstra ainda mais que não há grandes parâmetros e exigências para tornar algo um produto da indústria cultural, fazendo com que seja ainda mais fácil a ampla divulgação e projeção dos produtos.

Este modelo de utilização e de produção feito pelo capitalismo e pela indústria cultural tem relação com a mudança de sentido que a palavra e o conceito de consumo têm tido com o tempo. Em “Cultura, consumo e identidade” por Livia Barbosa e Colin Campbell (2007), os autores explicitam que o sentido da palavra e o próprio significado de consumo tem se alterado e mesclado no imaginário da sociedade. Por vezes com conotações positivas, quando ligado a consumação, realização ou criação, e alguns casos com sentido negativo, de esgotamento, destruição. Este fenômeno ligado à subjetividade do indivíduo, que deixa de consumir apenas como necessidade e passa a consumir como forma de expressão e identidade, muitas vezes alterando até o próprio produto e sentido ou função que ali existia, é o que dá lugar à apropriação.

2. VÍDEO-ENSAIO À MARGEM DO DOCUMENTÁRIO

O presente trabalho é um documentário/vídeo ensaio que tem como objetivo discutir a apropriação cultural sofrida pela periferia no Brasil através do futebol e da indústria, além de as diferentes formas de racismo que perpassam este meio, e por consequência, o que isso gera na sociedade.

Ao tratar de um documentário, é necessário realizar uma contextualização a respeito do gênero audiovisual. Fernão Pessoa Ramos (2008), em sua obra “Mas afinal... O que é mesmo documentário?”, define o gênero da seguinte forma:

Dentro deste eixo comum, podemos afirmar que o documentário é uma narrativa basicamente composta por imagens-câmera, acompanhada muitas vezes de imagens de animação, carregadas de ruídos, música e fala (mas, no início de sua história, mudas), para as quais olhamos (nós espectadores) em busca de asserções sobre o mundo que nos é exterior, seja esse mundo coisa ou pessoas. Em poucas palavras, documentário é uma narrativa com imagens-câmera que estabelece asserções sobre o mundo, na medida em que haja um espectador que receba essa narrativa como narrativa sobre asserção sobre o mundo. (RAMOS, 2008, p. 22)

Assim como para Fernão Pessoa Ramos, Bill Nichols (2005) define o documentário como a apresentação de uma visão de mundo sobre um assunto que tange a realidade. Em síntese, “o exibidor de atrações, o contador de histórias e o poeta da fotogenia condensam-se na figura do documentarista como orador que fala com uma voz toda sua do mundo que todos compartilhamos” (NICHOLS, 2005, p.134).

Bill Nichols (2005), em sua obra “Introdução à Documentário”, divide o gênero audiovisual documentário em seis modelos narrativos: poético, expositivo, participativo, observativo, reflexivo e performático. O produto que será por mim produzido pode ser classificado em dois eixos. Inicialmente penso que o objeto aqui trabalhado pode ser categorizado como um documentário expositivo. Para Nichols (2005. p.144), o documentário expositivo tende a ter uma estrutura mais argumentativa, sendo o modo ideal para transmitir informações. Este tipo de produto se dirige ao espectador de forma direta, e é marcado pela tradicional “voz de Deus”, ou “voz over”. Conta com um narrador onisciente, enfatizando “o comentário verbal e uma lógica argumentativa”. Este modelo de documentário foi muito utilizado para

propagandas políticas e governamentais, com a finalidade de criar um sentimento nacionalista na população.

A linguagem deste subgênero será predominante em meu trabalho, pois penso em utilizar de recursos como a “voz over”, a narração descritiva, e com trechos de imagens de arquivo e disponíveis na internet. Considero importante a utilização do modelo expositivo para a construção lógica e informativa durante o documentário, com um discurso didático e explicativo a respeito do tema.

No entanto, por me considerar parte do grupo em questão que será aqui analisado, enxergo o projeto como um documentário também participativo. Este modelo, segundo Nichols (2005, p.153), traz consigo uma representação do que seria a experiência do documentarista, que vai a campo e se coloca em meio a situação que está sendo mostrada.

Além disso, também vejo o produto como um possível vídeo-ensaio. Segundo Andrew McWhirter (2016, p.184), na obra *Film Criticism and Digital Cultures*, este gênero tem como base “críticas ou formulações curtas sobre cinema, filmes ou artistas, em uma série de clipes online com duração geralmente não superior a 15 minutos cada”. O autor também aponta que os vídeos ensaios costumemente tratam sobre a narrativa, aspectos contextuais, análise de cenas, técnicas e autoria. Outro autor e vídeo-ensaísta que trabalha com o tema é Christian Keathley (2011, p. 179), que aborda a recorrente utilização de leitura em voz *off* acompanhando uma curadoria detalhada de vídeos e imagens.

Para Keathley (2011, p.180-181) existe uma classificação entre os diferentes modelos de vídeos-ensaios. O professor cita o modo explicativo e poético como os pilares do gênero de produção audiovisual. O modo explicativo, propõe que o autor já idealiza seu trabalho com foco na narração, e com uma série de imagens e vídeos escolhidos cuidadosamente como fundo, que dão o poder visual e crítico ao produto. Com isso, notamos que a linguagem verbal é essencial e predominante nesse estilo de trabalho. Já no modo poético, a linguagem falada não é tão presente, as explicações e descrições em áudios são menos frequentes, e é marcado por uma linguagem não verbal, artística, através da produção em si. Posto os conceitos do formato do produto, passo agora para o conteúdo que será proposto.

A fim de exemplificar o modelo de vídeo-ensaio que imagino para a minha produção, trago o canal Quadro Em Branco¹, no Youtube. O canal em questão produz uma série de vídeos-ensaios de temas variados. As produções vão desde análises de álbuns, clipes, artistas, filmes, animações, séries, até conteúdos políticos e sociais. Em sua linguagem, os vídeos contam com recursos de voz over com cunho opinativo e informativo, imagens e vídeos de arquivo e de produções disponíveis na internet, videoclipes, animações, trechos de outras produções audiovisuais, etc. A fim de ilustrar melhor o formato com que pretendo trabalhar, apresento dois vídeos distintos.

O primeiro trata do álbum “Rap dos Novos Bandidos²”, do artista Sant, publicado em 2021. Nesta obra o locutor Henrique Jacks, destrincha alguns conceitos, referências e debates que o álbum e o artista trazem nesta coletânea sonora. Com uma linguagem informal e utilizando apenas trechos de clipes e imagens de arquivo, Henrique aborda diversas discussões e conceitos de forma informativa, didática e coloquial. Penso em, assim como nas obras do Quadro em Branco, utilizar de uma linguagem coloquial, com meu próprio dialeto, que vem da periferia, apresentando gírias e expressões informais, mas não abandonando termos técnicos e necessários. A intenção é manter a minha linguagem do dia-a-dia e de fácil acesso, mesmo com temas e terminações acadêmicas, fazendo com que o assunto se torne mais compreensível para quem vem da periferia e não obteve as mesmas oportunidades de estudo que tive. O foco é a compreensão do conteúdo e não a utilização de diversas palavras e termos acadêmicos e exclusivos.

Outro exemplo é o vídeo-ensaio sobre Racismo Estrutural, publicado em 2020, pelo canal Meteoro Brasil³ no Youtube. A produção audiovisual de Álvaro Borba, fala sobre um caso de racismo e posteriormente trabalha o conceito de Racismo Estrutural, do autor Silvio Almeida. Imagens de arquivos são utilizadas como fundo para uma narração informativa e didática. Ao mesmo tempo, são postas falas do próprio autor do conceito sobre o tema. Penso em utilizar da técnica de montagem e formato desta produção em meu projeto. Criar uma narração em 1º pessoa que seja compreensível e acessível a qualquer pessoa, enquanto utilizo imagens de arquivo, trechos de entrevista e algumas imagens que irei gravar na

¹ Canal do Youtube onde são produzidos vídeo ensaios de diversos temas;

² Album de Rap do artista Sant, publicado em 2021. Link de acesso ao vídeo nas referências;

³ Canal do Youtube que realiza vídeos ensaios de diversos temas, principalmente voltados a cultura, e política;

cidade de Mariana. Dessa forma, os dois exemplos demonstram como imagino a linguagem, configuração e montagem do meu projeto.

3. O PRODUTO

A produção audiovisual contará com três atos. Inicialmente será feita uma breve discussão sobre a recente tendência de moda denominada por alguns de “Brazilcore”. Será trazido em pauta o processo de surgimento deste fenômeno, as referências utilizadas em seu desenvolvimento, como se sucedeu e o por quê isto ocorreu.

Durante o segundo ato, será apresentado uma linha histórica sobre o começo do futebol no Brasil. A partir disso, a relação que o esporte teve com a população negra e, em decorrência, a conexão cultural e identitária que o futebol tem com a periferia brasileira.

Já no terceiro ato, será debatido o local de propriedade intelectual, cultural, estética e identitária que as camisas de time e o mundo da moda tem em relação à periferia. Reivindicando para a população que vive à margem da sociedade brasileira o posto de um grupo que, através da sua cultura, é referência estética, até mesmo na esfera da moda de luxo. Além disso, será proposto uma discussão sobre como a febre do “Brazilcore” pode configurar uma apropriação cultural e estética sofrida pela periferia, tratando desses conceitos de forma didática e acessível.

3.1 Ato I - O que é Brazilcore?

Este movimento, também chamado de “Brazilian Aesthetic” segundo a jornalista Ana Raquel Lelles, do jornal Estado de Minas (2022), consiste num estilo que combina peças inspiradas no “*streetwear*” ou na moda urbana, com toques do estilo dos anos 1990, e peças esportivas brasileiras ou com as cores da bandeira do país. Porém, esta “nova tendência” já ocorre no Brasil há alguns anos. De acordo com o blog de moda, escrito por jornalistas da Faculdade Casper Líbero, “*Factual900*” tem referências estéticas na moda periférica brasileira dos anos 1990, 2000 junto com inspirações de peças e acessórios em alta atualmente, com a

utilização de camisas de time e peças não esportivas. Para os fashionistas, isto se deu devido a recente utilização da camisa do Brasil no âmbito político, que agora é subvertido pela própria população e pelo mercado.

Esta recente febre nas redes sociais e no mundo da moda era e ainda é comumente utilizada pela população que reside nas diferentes periferias brasileiras. Durante muitos anos, tal vestimenta sempre foi lida pela sociedade como algo sem estilo, feio, ruim e diretamente ligada a pessoas de baixa renda, pretas, dentre diversas outras nuances. Portanto, durante os primeiros minutos da produção é feita uma discussão sobre como esse fenômeno já era algo comum nas periferias desde 1990. A partir disso, para explicar esse processo, será introduzido o segundo ato.

3.2 Ato II - A relação entre o futebol e a periferia

Neste momento será apresentado uma linha histórica do futebol no Brasil. Como o esporte chegou no país, o contexto de seu início racista e a ligação com a periferia. Dessa forma será evidenciado a união que a população negra e periférica tem com o esporte e o porque o mesmo tem um papel cultural nessa população. A partir disso, será demonstrada a função e influência que a pirataria teve no processo de popularização das camisas de time.

Um dos motivos deste movimento é o crescimento da venda de produtos falsificados no Brasil. O mercado clandestino foi um dos grandes precursores para a democratização do acesso do público de baixa renda a produtos que antes eram inalcançáveis. Desde artigos esportivos e camisas de time até eletrônicos, acessórios, capital cultural como filmes, músicas etc. Com isso, será questionado essa recente mudança de perspectiva sobre a estética periférica, e o apontamento desse preconceito que havia com quem já utilizava dessa alternativa de combinação de roupas.

3.3 Ato III - A periferia reivindica sua identidade

Para finalizar, será reforçada a conexão entre o futebol e a periferia. A importância que as camisas de time tiveram para essa população como instrumento de identidade, estética e cultural. Isso será demonstrado através de indicativos por meio da moda e da música, que reivindica esse estilo característico para a periferia. Dessa forma, será possível notar a diferença de leitura da trend da moda atual,

como o fenômeno contribui para esse movimento de apropriação cultural da vestimenta e até identidade da periferia brasileira. Neste ponto, o conceito de apropriação e indústria cultural serão apresentados e contextualizados de forma didática e fora da linguagem acadêmica.

Por fim, será discutido neste trabalho a hipótese e crítica que elaborei, que é o objetivo final do produto. Apontar a exploração que a periferia brasileira sofre pela indústria do futebol e da moda, a apropriação cultural que os mesmos exercem sobre esta população e a reivindicação de propriedade intelectual e cultural desse grupo marginalizado. A meu ver, a criação de fenômenos da moda que se apropriam de costumes, vestimentas, estéticas, indumentárias e até identidades culturais da periferia e apresentam para as classes mais altas como sendo algo inovador é apenas uma forma do mercado, da indústria cultural e dessas mesmas classes com mais poder financeiro manter seu poder, sua influência e seu racismo no Brasil.

4. DIÁRIO DE PRODUÇÃO

A proposta foi a união entre os gêneros audiovisuais documentário e vídeo-ensaio para a realização de um produto que seja, para além de didático, reivindicativo a periferia brasileira como um todo. Entendo esta produção como um documentário, que trata da identidade e potencializa a voz de uma população muitas vezes vista, estudada e questionada, mas pouquíssimo escutada. Considero que minha intenção também é reclamar a autoria deste fenômeno, pois me vejo na posição não apenas de autor, mas sim de parcela atuante no tema em específico. Também enxergo como vídeo-ensaio devido ao formato, com a utilização de clipes, vídeos e imagens de arquivo, além do tom crítico e objetivo que foi pretendido. A intenção é demonstrar que o futebol e a sua identificação com a população brasileira, primordialmente para grupos considerados minoritários financeira e socialmente, é também um recurso estético e identitário. A camisa de time e o futebol configuram um marco cultural desse grupo.

A preferência pelo produto audiovisual se deu pela importância de fazer algo acessível e interessante, que cativasse o público. Gostaria de mostrar este trabalho a amigos e parentes de uma forma mais concisa e explicativa, sem a necessidade de uma prévia leitura ou conhecimento. Optei pela narração em primeira pessoa, para agregar a minha personalidade a obra, mas também para trazer proximidade ao espectador. Creio que dessa forma, minhas necessidades e anseios possam ser transmitidas de uma maneira melhor. Atravessei alguns desafios durante a produção deste trabalho. Esta obra me acompanha praticamente há dois anos, e sinto que agora está chegando ao seu propósito.

Além do produto midiático, foram produzidas por mim, as músicas que deram a ambientação durante as narrações (BGs). Isto foi feito para aumentar o caráter autoral e somar a experiência do curta metragem como um projeto. A princípio, as músicas utilizadas para fazer as trilhas de *background* foram selecionadas por terem alguma referência ou contribuírem com futebol e o sentido do produto. Por exemplo, umas das faixas foi alterada e extraída da música “O Teu Cabelo não Nega” de Lamartine Babo, compositor de marchinhas de carnaval e também do hino dos quatro clubes mais conhecidos do Rio de Janeiro, sendo eles Clube de Regatas Flamengo, Clube de Regatas Botafogo, Fluminense e Clube de Regatas Vasco da Gama. Todas as faixas foram feitas em conjunto com Djahpa, produtor musical e DJ em Mariana, que proporcionou o equipamento e conhecimento necessários.

O vídeo foi feito a partir da plataforma Capcut, no computador. Através dessa ferramenta foi possível cortar diversos clipes de filmes, séries, videoclipes, jogos, trechos e imagens de reportagens disponíveis no YouTube, páginas de notícias e redes sociais. A intenção da montagem é ir contextualizando em cenas de acordo com a narração. O roteiro de locução foi feito simultaneamente com as descrições das cenas, de forma que os dois textos se tornem complementares e contextualizem por completo o curta. Ao fazer as gravações, também foi dado espaço para a liberdade criativa das locuções, através de improvisos e alterações. Durante a montagem e edição do projeto completo, as sequências de cenas também foram posicionadas de acordo com as trilhas de fundo. Isto foi feito para prender ainda mais a atenção, dar ênfases em alguns pontos da narração e também foi uma opção estética e editorial.

O início do vídeo é uma colagem de cortes de jogadas de Edson Arantes do Nascimento, mais conhecido como Pelé. Considerado um dos maiores futebolistas de todos os tempos, ele é o marco inicial da ligação do Brasil com a adoração e até devoção ao futebol. Portanto, não vejo como iniciar o projeto senão com um tributo ao "Rei do Futebol", que faleceu no fim do ano de 2022. Aliado a isso, foram colados diversos trechos de lances importantes, plásticos e conhecidos do futebol brasileiro, para construir a ambientação e aumentar a experiência imersiva do produto.

Após essa introdução, inicia-se a locução, que também contribui para a ambientação, acompanhada de trechos de vídeos atuais para demonstrar a ligação da periferia com o esporte. Durante o desenvolvimento do curta será apresentado o que é o Brazilcore, onde esse movimento se iniciou, como foi difundido nas comunidades de redes sociais, o tom político que permeia este fenômeno e a criação de uma tendência no universo da moda. Além deste ponto, será discutido o início do futebol no Brasil, que faz parte do passado abertamente racista do país, a ligação que alguns autores fazem com a cultura e a popularização do esporte. Posterior a isso será descrito como essa imersão na cultura brasileira, atrelada a periferia, formou a identidade e estética deste grupo.

Estabelecido este contexto, serão expostos os conceitos sobre Apropriação e Indústria Cultural. A princípio será apresentado a teoria sobre cultura e apropriação, desenvolvida por Rodney William. da indústria cultural, criada por Theodor Adorno e Max Horkheimer na década de 1940. Com isso, a teoria será dialogada com a interpretação de Gilles Lipovetsky, que trata sobre a cultura contemporânea,

sociedade do consumo e a cultura do individualismo. Por fim, será reivindicada a propriedade intelectual, cultural, identitária e estética das camisas de time para a periferia.

5. PLANEJAMENTO DE PRÉ PRODUÇÃO

Nome dos componentes da equipe e funções:
Alexandre Coelho Silva de Melo (a produção deste documentário será realizada de forma individual, porém, para a edição sonora e audiovisual poderá ser necessária a ajuda de amigos que saibam utilizar e possuam as ferramentas necessárias)
Título do Projeto:
Sou Perifa F.C.: Periferia brasileira, estética e identidade
Duração aproximada:
16 min
Questões a serem respondidas:
<p>O produto irá buscar respostas para as seguintes perguntas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Como o futebol e a indústria da moda se apropriam da cultura periférica brasileira?• O que é o conceito de Apropriação Cultural?• O que é o fenômeno do “Brazil Core”? <p>Neste trabalho, busco demonstrar as influências da relação entre o futebol e a sociedade brasileira, a partir da periferia. Os motivos pelos quais a periferia brasileira tem sua cultura, estética e identidade ligadas ao esporte e que foram apropriadas pelo mercado. O que é o conceito de apropriação cultural e como isso ocorre. Por fim, demonstrar a mudança de leitura da sociedade com este movimento identitário, transformando em algo puramente estético, que subverte algo marginalizado e torna em produto.</p>
Hipóteses: (possíveis respostas a serem encontradas)

Uma das possíveis hipóteses é encontrar os motivos de, no Brasil, a cultura periférica, ligada ao futebol, ser utilizada como mercadoria, e exportada de seu local de origem. Além disso, trabalhar o conceito de apropriação cultural e reivindicar para a periferia o local de protagonista. Evidenciar que não se trata apenas de usurpação estética ou de vestimentas, mas sim identitária e cultural.

Aponte que tipo de material encontrou nas sondagens iniciais:

Em meio a pesquisa, foram encontrados textos, postagens, vídeos e notícias sobre a exportação da cultura das camisas de time. A apropriação de um símbolo e ícone cultural e estético pertencente à periferia. A união entre times de futebol e estilistas ou marcas de high fashion, criando um mercado elitista e pouco acessível. Com isso, busco entender as consequências dessa exportação e os motivos desta estrutura apenas utilizar pessoas negras e periféricas como mercado e a base do sistema, não possibilitando que essa população tenha seu lugar de protagonismo.

Notícias:

<https://elle.com.br/moda/camisas-de-futebol-na-moda>

<https://placar.abril.com.br/placar/camisas-do-psg-aparecem-em-desfile-da-fashion-week-de-paris/>

<https://placar.abril.com.br/coluna/entorta-varal/nova-camisa-do-real-custa-mais-de-r-1-000-no-brasil-e-esta-esgotada/>

Vídeos:

https://www.youtube.com/watch?v=4JjXENTRSkU&ab_channel=Inspire4fashion

https://www.youtube.com/watch?v=rwcA8yxfDkE&ab_channel=Inspire4fashion

https://www.youtube.com/results?search_query=brasil+core

<https://youtu.be/Hh24e-7gYaY>

<https://youtube.com/shorts/v9EUrvQW8IA?feature=share>

Textos:

<https://www.suspeito.com.br/post/peita-de-time-e-musica-marginal>

<https://factual900.com.br/brasilcore-das-periferias-cariocas-ao-coachella/>

<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/balenciaga-lanca-camisa-de-futebol-mais-cara-do-mundo/>

Posts:

<https://www.instagram.com/p/Cno199BuDH3/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

https://www.instagram.com/p/Cj_Ve1sP1PF/

Descreva detalhadamente os materiais encontrados:

De acordo com a pesquisa foi possível encontrar notícias, reportagens, pesquisas, debates, textos e diversas produções sobre a tendência da moda dos últimos anos, de aliar as camisas de times de futebol a roupas do dia a dia ou mais formais. Isto tem se estendido também a estilistas renomados criando uniformes junto a clubes e marcas de *High Fashion* utilizando peças esportivas em desfiles de moda. Isso ficou marcado com um desfile da marca Balenciaga em 2020, que apresentou uma coleção que unia o streetwear e alta moda com as camisas de futebol. Uma das peças da coleção se tornou a “a camisa de time” mais cara do mundo, dando ênfase a essa nova tendência e mostrando o início dessa vertente no mercado internacional da moda.

No Brasil, algumas pessoas nomearam o fenômeno de *Brazil Core*. Quando se utiliza camisas, casacos, uniformes e acessórios do Brasil, com as cores da bandeira ou de times brasileiros com a intenção de montar “looks” mais formais e estilosos. No entanto, a adesão das camisas de time como roupas do dia-a-dia ou com peças não esportivas já existe na periferia há muitos anos. Contudo, por ser algo culturalmente propagado e comumente utilizado na periferia, sempre foi visto como algo ruim, desarrumado, ligado à marginalidade e à criminalidade. Com isso, a partir da aceitação e da apropriação das classes mais altas da sociedade, percebemos uma exportação de um fenômeno cultural periférico, e que atualmente gera lucro para grandes empresas da indústria da moda, times de futebol, etc.

Descrição de condições de captação de som e imagem:

Durante este trabalho serão utilizadas imagens de arquivo e disponíveis na internet. Para os áudios, será utilizado um microfone para gravação das locuções.

Para edição, usarei o Adobe Premiere ou outras plataformas gratuitas de edição de vídeo e som.

Modo/estilo escolhido para contar a história:

Farei uma locução junto a colagens de imagens e vídeos a respeito da exportação cultural periférica brasileira. Através disso, será debatido como a periferia é um expoente e referência na criação de tendências, seja ela de moda ou em outras instâncias e como o mercado, a indústria e o futebol utilizam disso para render lucros. Será reivindicado o lugar de protagonismo e pioneirismo para a periferia, além de mostrar o preconceito e a apropriação cultural, estética e identitária que é realizada.

Apresente uma lista de referências estéticas para realização do filme: (filmes, materiais audiovisuais, mídia sonora, peças de teatro e todo tipo de obra de arte)

[RACISMO ESTRUTURAL](#) - **Meteoro Brasil, publicado em 2020** - Produção audiovisual do canal Meteoro Brasil no Youtube onde o locutor, Álvaro Borba, fala sobre um caso de racismo e posteriormente trabalha o conceito de Racismo Estrutural, do autor Silvio Almeida. Imagens de arquivos são utilizadas como fundo para uma narração informativa e didática. Ao mesmo tempo, são postas falas do próprio autor do conceito sobre o tema. A tentativa será de utilizar da técnica de montagem e formato desta produção em meu projeto. Criar uma narração em 1º pessoa que seja compreensível e acessível a qualquer pessoa, enquanto utilizo imagens de arquivo, trechos de entrevista e algumas imagens que irei gravar na cidade de Mariana.

https://www.instagram.com/p/Cj_Ve1sP1PF/ - **Brasilcore, publicado em 2022** - Produção audiovisual de Samir Bertoli onde o stylist reivindica o lugar de criador de uma tendência fashion para a periferia. O designer demonstra que a quebrada é um lugar de muita cultura, forte influência estética na sociedade e muita potência. Penso em utilizar de uma curadoria de imagens parecidas, trabalhar com modelos com estética periférica, trajes urbanos que vão desde

referências dos anos 2000 até a atualidade. Algumas filmagens vão ser criadas, e outras serão de arquivo.

[Rap dos Novos Bandidos](#) - **Quadro em Branco, publicado em 2021** -

Produção audiovisual do canal Quadro em Branco no Youtube, onde o locutor Henrique Jacks, comenta sobre a produção do álbum “Rap dos Novos Bandidos”, do rapper Sant. Nesta obra, Henrique destrincha alguns conceitos, referências e debates que o álbum e o artista trazem nesta coletânea sonora. Com uma linguagem informal e utilizando apenas trechos de clipes e imagens de arquivo, Henrique aborda diversas discussões e conceitos de forma informativa, didática e coloquial. Proponho que, assim como nas obras do Quadro em Branco, utilizar de uma linguagem coloquial, meu próprio dialeto que vem da periferia, com gírias e expressões informais, mas não abandonando termos técnicos e necessários. A intenção é manter a minha linguagem do dia-a-dia e de fácil acesso, mesmo com temas e terminações acadêmicas, fazendo com que o assunto se torne mais compreensível para quem vem da periferia e não obteve as mesmas oportunidades de estudo que tive. O foco é a compreensão do conteúdo e não a utilização de diversas palavras e termos acadêmicos e exclusivos.

Sinopse ou Argumento: (um parágrafo de descrição com tema e angulação)

O presente trabalho vai abordar o papel cultural do futebol na periferia brasileira e a apropriação identitária e estética que ela sofre. As formas que os clubes, empresas e marcas de “*high fashion*”, através da exportação da cultura das camisas de time, lucram neste mercado, tirando um componente do seu lugar de origem, esvaziando-se de sentido, e disseminando para o público. O objetivo é mostrar a hipocrisia dentro da sociedade e da indústria da moda, juntamente com a invasão cultural que atinge a periferia. Além disso, reivindicar para esta população o local de criador dessa nova tendência, que já é algo comum há muito tempo.

A partir do Argumento, apresente um desenho de Tratamento descrevendo as situações do documentário: (sequência das ações + entrevistas + arquivos + trilha sonora + voz over, por exemplo)

Inicialmente, imagino abrindo o produto com a música “Mas que nada”, de Sérgio de Mendes, enquanto passam imagens de arquivo do futebol brasileiro e de pessoas jogando em diversas periferias e locais do Brasil. Após essa abertura, começará uma narração com “voz over” contextualizando e apresentando como a camisa de time faz parte da identidade e estética periférica. Dessa forma, será descrito como esse comportamento era algo comum nas “quebradas”, mas que não era visto com bons olhos. Como essa estética era subjugada e marginalizada no imaginário da sociedade, mas que hoje é tendência de moda internacional. Para isso será necessário relacionar como a pirataria era comum nas periferias e como a ligação do brasileiro com o futebol substanciou isso.

Posteriormente será introduzida, através de imagens de desfiles de moda, campanhas publicitárias e outros vídeos, a discussão sobre como algo culturalmente periférico, como a utilização das camisas de time em peças e roupas não somente esportivas, foram apropriadas pela indústria da moda e do próprio futebol. Com isso será necessário contextualizar o conceito de apropriação cultural. Também será discutido, através de notícias e outros demonstrativos, a elitização que o futebol e essa estética periférica vem sofrendo. Por fim, será concluído que, a periferia é um expoente de tendências e mercado na indústria da moda. Será reivindicado a periferia o local de criador e referência cultural e estética no Brasil, e como a apropriação cultural tem sido feita.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Além de toda a experiência sobre montagem e criação de um curta metragem a partir de imagens e vídeos de arquivo e disponíveis online, obtive diversos aprendizados. Com a criação da trilha sonora, foi possível conhecer mais sobre produção musical e concluir um sonho que tinha há muito tempo. Também pude ter novamente o contato com questões já apresentadas em disciplinas durante o curso. A exemplo: linguagem audiovisual, linguagem sonora, experimentação audiovisual, etc.

Acredito que a proposta inicial de quando idealizei o produto foi alcançada. Apesar das dificuldades e desafios encontrados pelo caminho, o projeto, sem dúvidas, superou minhas expectativas. A intenção era produzir um vídeo em que a linguagem, conteúdo e conceitos fossem acessíveis e didáticos. O objetivo era fazer com que pessoas como minha avó, que não finalizou os estudos do ensino básico, compreendesse o que eu vim fazer longe de casa, por tanto tempo. Por conta disso, utilizei das falas dos pesquisadores citados no memorial, em concordância com as imagens e acima de tudo, utilizando exemplos e associações.

Juntamente a isso, o foco também era reivindicar este movimento recente no mundo da moda e tão cotidiano a periferia, e digo “a periferia” pois trato não como um grupo de pessoas, mas sim como um ser pensante, dotado de cultura, inteligência e noção crítica. Creio que essa teoria se concretizou durante o trabalho. A proposta de narração coloquial, a união e edição dos vídeos de acordo com as trilhas, as sequências e montagens expostas, todo o material apresentado tem ali sua função cognitiva e papel crítico, além de um toque descontraído e nada ingênuo.

Confesso que quando imaginei este projeto, pensava em diversas cenas e ideias que infelizmente não pude realizar. Algumas por falta de prática e conhecimento, algumas por falta de tempo hábil para a produção, mas também, pelo esgotamento psicológico que tive durante a realização desta obra. Por intempéries da vida, em paralelo a este curta-metragem, foi necessário um pedido de trancamento especial da universidade, devido a um desgaste emocional enfrentado após acumular algumas perdas.

Em uma pequena sequência de três meses lidei com o luto de um amigo, que também dividia casa, que faleceu em uma delegacia de Ouro Preto em um caso não

esclarecido, e a perda de dois parentes muito próximos e essenciais. Com a partida de minha avó Carmélia e do meu pai Altamir, a sobrecarga mental foi muito grande, e me acompanha até hoje. Sinto que a conclusão deste produto foi complexa e muito árdua, mas que enfim chega ao seu momento, e com ele, as dores e cobranças por mim mesmo feitas, para que eu consiga finalizar esta página do livro da minha vida.

REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, Lucas. **A relação polêmica da moda de luxo com a moda da quebrada.**

<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/a-relacao-polemica-da-moda-de-luxo-com-a-moda-de-quebrada/>

BALZANO, Otávio Nogueira; OLIVEIRA, Daniel Maia Nogueira de; FILHO, José Mário Pereira. **A retrospectiva histórica da discriminação e inserção dos jogadores de origem negra no futebol brasileiro.** EFDeportes, [S. l.], p. 1-1, 1 out. 2010. Disponível em:

<https://www.efdeportes.com/efd149/discriminacao-dos-jogadores-de-origem-negra.htm>.

DAMATTA, R. **Antropologia do óbvio. Notas em torno do significado social do futebol brasileiro.** São Paulo: Revista USP. 1994.

DAMATTA, R. **Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro.** p. 19-42. 1982.

ESTADO DE MINAS. **Brasilcore: a nova tendência que está dominando as vitrines.** Disponível em:

https://www.em.com.br/app/noticia/feminino-e-masculino/2022/12/03/interna_feminino_e_masculino,1429068/brasilcore-a-nova-tendencia-que-esta-dominando-as-vitrines.shtml>. Acesso em: 15 março 2023.

FACTUAL900. **Brasilcore: das periferias cariocas ao coachella.** Disponível em:

<https://factual900.com.br/brasilcore-das-periferias-cariocas-ao-coachella/>>. Acesso em: 15 março 2023.

IVO, A. B. L. **A periferia em debate: questões teóricas e de pesquisa.** CADERNO CRH, Salvador, v. 23, n. 58, p. 9-15, Jan./Abr. 201

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo. Companhia de Bolso. 2009

METEORO BRASIL. **Racismo Estrutural**. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=E0LOlhJfWBc&ab_channel=MeteoroBrasil>.

Acesso em: 15 março 2023.

MUNANGA, K. **O negro na sociedade brasileira: resistência, participação e contribuição**. Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2004.

NOGUEIRA, M. **O vídeo-ensaio como instrumento acadêmico**. ENECULT ; Salvador, Bahia; 2021. Disponível em:

<http://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-568/132424.pdf> Acesso em:

18 julho 2023

OBSERVATÓRIO DA DISCRIMINAÇÃO RACIAL NO FUTEBOL. **Clubes pioneiros na inserção do jogador negro no futebol**. Disponível em:

<<https://observatorioracialfutebol.com.br/historias/clubes-pioneiros-na-insercao-do-jogador-negro-no-futebol-brasileiro/>>. Acesso em: 18 julho 2023.

PELEJA. **Por que o Vinícius Júnior é tão perseguido na Espanha**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=F2wMYqpkJk8&ab_channel=PELEJA>.

Acesso em: 15 março 2023.

PELEJA. **Por que todos odiavam o Vasco**. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=1xsVTPYNYp4&ab_channel=PELEJA>. Acesso

em: 15 março 2023.

PLACAR. **Camisas do PSG aparecem em desfile da Fashion Week Paris**.

Disponível em:

<<https://placar.abril.com.br/placar/camisas-do-psg-aparecem-em-desfile-da-fashion-week-de-paris/>>. Acesso em: 15 março 2023.

PLACAR. **Nova camisa do real custa mais de R\$1000 no Brasil - e está esgotada.** Disponível em:

<<https://placar.abril.com.br/coluna/entorta-varal/nova-camisa-do-real-custa-mais-de-r-1-000-no-brasil-e-esta-esgotada/>>. Acesso em: 15 março 2023.

QUADRO EM BRANCO. **A esquerda NÃO É perfeita.** Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=Lr_rBKmR7_M&list=PL24LxS1ZbRPiqmzsgodE9MKr6am3qHsDD&index=31&t=385s&ab_channel=QuadroemBranco>. Acesso em: 15 março 2023.

QUADRO EM BRANCO. **niLL - Regina | Uma aula de conceito.** Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=1ER-fvA8Jk0&ab_channel=QuadroemBranco>. Acesso em: 15 março 2023.

QUADRO EM BRANCO. **Rap dos Novos Bandidos.** Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=HXeFvxew-tk&ab_channel=QuadroemBranco>. Acesso em: 15 março 2023.

RAMOS, F. P. **Mas afinal... O que é mesmo documentário.** Senac. 2008.

REVISTA ELLE. **Camisas de futebol na moda.** Disponível em:

<<https://elle.com.br/moda/camisas-de-futebol-na-moda>>. Acesso em: 15 março 2023.

SCHWARC, L. **As Facetas de um Racismo Silenciado**; QUEIROZ, R. Raça e Diversidade. São Paulo: EDUSP/Estação Ciência, 1996c, pp. 213-229.

SUSPEITO MIDIA. **Peita de time e música marginal.** Disponível em:

<<https://www.suspeito.com.br/post/peita-de-time-e-musica-marginal>>. Acesso em: 15 março 2023.

WILLIAM, R. **Apropriação Cultural.** São Paulo. Pólen. 2019.