



## FUTEBOL E MODA, GERAÇÃO DE NEGÓCIOS

*Football and Fashion, Business Generation*

Sabrá, Flávio Glória Caminada; PhD; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – Campus Belford Roxo, flavio.sabra@ifrj.edu.br<sup>1</sup>

Christo, Deborah Chagas; PhD; Pontifícia Universidade Católica – RJ, deborahchristo@gmail.com<sup>2</sup>

Gestão, negócios e moda: desenvolvimento de produto, circulação e ensino na cadeia de vestuário<sup>3</sup>

**Resumo:** Como uma paixão Nacional e Mundial pode nos trazer tantas perguntas, buscas, pesquisas, entre outras exclamações e interrogações. Esta pesquisa se destina a fazer uma ponte, ou melhor, um lance, um cruzamento, um escanteio, um gol de placa, ..., entre a Moda, o Negócio e o Futebol. Estas exclamações e interrogações estão diretamente ligadas aos desenvolvimentos de tecnologia, produtos, produção, negócio, marketing, etc., neste mundo mágico e encantador do Futebol.

**Palavras chave:** Moda; Negócio; Futebol.

**Abstract:** As a National and World passion can bring us so many questions, searches, research, among other exclamations and questions. This research is intended to make a bridge, or rather, a throw, a cross, a corner, a goal, ... between Fashion, Business and Football. These exclamations and questions are directly linked to the developments of technology, products, production, business, marketing, etc., in this magical and enchanting world of Football.

**Keywords:** Fashion; Business; Soccer.

### Introdução

Considerando que o Brasil é ainda um dos destaques na cena mundial do Futebol, é possível perceber, a partir de uma análise visual e aleatória, como o Futebol

<sup>1</sup> Doutor em Design pela PUC-Rio, Mestre em Administração pelo IBMEC/RJ, Especialista em 1ª Gerência em Marketing pela ESPM/RJ, Graduado em Desenho Industrial pela FISS, Técnico em Estilismo e Confecção Industrial pelo SENAI CETIQT. Professor do IFRJ – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro – Campus Belford Roxo.

<sup>2</sup> Doutora em Design pela PUC-Rio, Mestre em Design pela PUC-Rio e Graduada em Desenho Industrial e Comunicação Visual pela ESDI-UERJ. Professora do curso de Design da PUC-Rio.

<sup>3</sup> <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/5716431691176047> - Brasil/CNPq.





nos traz referências afetivas, de grupo, de escolhas, de valoração, de moda, entre tantos outros. Porém, é inquietante observar os volumes financeiros que esta paixão que nos envolve, direta ou indiretamente, movimenta dentro da indústria da moda.

Tecnologia têxtil, forma, caimento, potencialidades, são alguns dos pontos que o desenvolvimento de um uniforme de futebol pode gerar como início de uma cadeia de produtos e objetos que possivelmente serão desenvolvidos, produzidos, comercializados, recebidos e possivelmente guardados como troféus de uma nação, um clube, uma família, um consumidor, para que possam ser elevados ao grau de objetos de desejo e de demonstração do sucesso ou da derrota. Mas, quais são as relações entre o usuário e o time (ou os times)?

Paixão, uma relação entre amor e ódio que anda lado a lado sem que um abata o outro, é, muitas vezes, utilizada para qualificar o que o futebol gera nos seus espectadores e torcedores. Mas, quais são as razões que orientam a compra de uma nova camisa, muitas vezes intitulada como “manto sagrado”? As camisas, o(a)s jogadores(as), os números, os campeonatos, as vitórias, as trocas de times, as temporadas, entre tantos outros fatores, nos proporcionam emoções diversas. Um uniforme, focado na camisa, é um objeto simbólico que representa uma pessoa, um ídolo, mas também o pertencimento a uma família, uma turma, uma torcida, uma cidade, um estado, uma região, uma nação, sem deixar de levantar hipóteses da presença deste objeto em comemorações como festas de nascimento, aniversário, etc..

Desta forma, este artigo visa apresentar os resultados iniciais de uma pesquisa sobre a indústria de objetos têxteis relacionados ao futebol como um negócio de moda através de uma observação profunda e detalhada, de análises qualitativas e quantitativas de notícias, sites, entrevistas, visitas técnicas, entre outros e da análise de referências bibliográficas sobre o futebol a partir das ciências sociais como: “Futebol e Sociedade: Um olhar transdisciplinar”, de Martha Lovisaro e Licy Consuelo Neves; “Entradas e bandeiras: A conquista do Brasil pelo futebol” de Gilmar Mascarenhas e “Futebol: Da invisibilidade ao reconhecimento social”, de Daniele Mariano Seda; além da fundamentação teórica de administração e gestão e de design e moda.



## Futebol e Moda

Todas as vezes que escuto a palavra Futebol, sempre vem a minha cabeça as lembranças atuais, passadas e possibilidades futuras de pesquisas sobre as formas, cores, combinações, associações, atender a que necessidades específicas e generalistas, entre tantas outras que envolvem o esporte e os seus usuários. Todo início de uma pesquisa e de uma nova pesquisa requer de nós pesquisadores, uma paixão, algo novo que nos traz alegrias, novos saberes, caminhos férteis, mas também nos traz decepções, tristezas, caminhos incertos .... parodiando as vitórias e derrotas dentro das quatro linhas. Sendo assim, os “Campos de futebol” são férteis por buscar relações e correlações com a Moda e a Indústria Têxtil e de Confecção. O manto sagrado de um time de futebol nos remete a cores e símbolos que nos conduzem por caminhos de alegria, glória, mais também a desilusões, tristezas. Uma camisa, um short, um par de meióes, um par de chuteiras, um par de caneleiras, suportes, etc., nos fazem pensar – Por que amamos? Por que usamos? Por que compramos? Por quês? – que pretendemos pesquisar. Quantas uniformes são pensados para gerarem produtos e consequentemente coleções? Para isso são necessárias as pesquisas de tecidos principais, secundários, terciários, estampas, bordados, aplicações, logomarcas, modelagens, e assim passam para o processo de fabricação, sendo ele como, por exemplo, corte, beneficiamento, confecção, acabamento. Após todos os processos industriais, estes objetos são apresentados, distribuídos, vendidos e validados por um grupo de usuários e/ou uma equipe e/ou uma família e/ou uma torcida e/ou uma cidade e/ou um estados e/ou uma região e/ou um país e/ou tudo junto e ao mesmo tempo. Cores, formas, brasão, patrocínios e marcas que em muitos casos tem pertencimento, mas que eventualmente não tem barreiras geográficas, gênero, ideologia, religião, etc.. São paixões que estão para além do que podemos perceber e ter consciência de conhecer .... Paixões que giram indústrias diretas e indiretas, paixões que movimentam economias, paixões que proporcionam novos saberes e buscas de um pesquisador e de um empreendedor do campo da moda. Podemos observar no Mapa Mundi, como apresentado abaixo na Figura 1, que o Mundo é uma grande colcha de “Marcas” que desenvolvem os produtos dos países e consequentemente dos estados, das



idades, dos clubes, das escolas de futebol, e que possibilitam a geração de submarcas de desenvolvimento de produto que fazem parte deste grande negócio.

Figura 1: Mapa Mundi – Como as marcas de material esportivo dividem as seleções ao redor do mundo, 2019.



Fonte: <https://geolic.net/>

A moda, o futebol e os demais esportes que se falam, se comunicam, interagem, se integram, entre tantas outras interfaces nas construções de identidade de um clube, uma seleção, uma equipe, uma marca, entre outras possibilidades de necessidades e interfaces. A moda que busca no esporte, neste caso o futebol, referências para o desenvolvimento de produtos e com a possibilidade de estender estes novos objetos para os demais esportes que buscam na moda formas de se comunicar. “Um manto sagrado” ou “O manto sagrado” se transformam em um conjunto de informações e conseqüentemente um volume estarrecedor de produtos e conseqüentemente em produção, atrelando-se a estas questões, volumes financeiros de grandeza dos trilhões de euros ou dólares. Estas perguntas e buscas me remetem sempre as questões de gestão, criação, produção, distribuição, recepção, e as suas interfaces entre os reis e rainhas das quatro linhas, para além dos usuários e consumidores diretos e indiretos destes objetos sagrados.

Podemos tomar como exemplo, os produtos desenvolvidos pelo estilista Ricardo Almeida para a CBF – Confederação Brasileira de Futebol para a última Copa do Mundo, onde o mesmo resgata a elegância do uso dos ternos pelos jogadores e da comissão. Estilo,





forma, desenvolvimento de tecido, confecção, produtos feitos sob medida, entre outros conforme entrevista dada a Vogue Brasil, conforme as Figuras 2 e 3.

Figura 2: Criação e croqui dos uniformes da seleção brasileira, 2018.



Fonte: <http://blog.ricardoalmeida.com.br/index.php/selecao-sob-medida-por-ricardo-almeida/>

Figura 3: Uniformes dos jogadores e comissão da seleção brasileira para a Copa do Mundo da Rússia de 2018, 2018.



Fonte: <http://blog.ricardoalmeida.com.br/index.php/selecao-sob-medida-por-ricardo-almeida/>

Perguntas que me faço. Perguntas que faço a todos que estão a minha volta. Pergunta que não me sai da cabeça dia e noite. Como estar e pertencer a uma cadeia de valor que ao mesmo tempo é mágica, mas ao mesmo tempo cruel com ela mesma, com aqueles que estão diretamente e/ou indiretamente ligados. Produtos efêmeros e longevos andam lado a lado. Camisas de futebol, atuais e vintage são colocadas ao mesmo tempo no mercado, assim gerando memórias atuais e afetivas, que geram negócios. Somos dúbios, mas conscientes de que este pertencimento nos faz estar inseridos em uma



cadeia de valor com capilaridade significativa dentro e fora do Brasil, já que o campo da moda se apropria dos períodos da Copa do Mundo e dos Clubes Sagrados para desenvolver infinitos produtos da cadeia têxtil e de confecção e para além dela. Toda esta dualidade nos faz mais reflexivos e fortes no processo, desde o criativo até o resignificado destes objetos, afinal o futebol pode nos inserir e/ou excluir de um ou mais grupos na sociedade. Podemos assim considerar que a fase do projeto de produto ligado à cadeia de moda tangenciada ao futebol, é uma das maiores geradoras de possibilidades de negócios e, conseqüentemente, o desenvolvimento de produtos, se assim considerarmos que, até mesmo o início de um ou mais processos, tendem a iniciar por uma reflexão das efetivas necessidades e, conseqüentemente, se faz necessário traçarmos estratégias para inseri-lo nos ambientes diversos, como por exemplo, educação, pesquisa, indústria e comércio.

A proposição e a construção de algum produto novo ou família de produtos é sempre desafiador, tendo em vista que podemos considerar inúmeras metodologias de trabalho para direcionarmos as nossas linhas de pesquisa, concepção, desenvolvimento, testes, ajustes, produção, apresentação, aceitação e descartes dos produtos construídos ainda sob a esfera do pensamento propositivo da obsolescência, e no futebol não é diferente, já que a troca de um patrocinador possibilita a geração de uma nova coleção, mesmo que seja pela simples troca da marca.

Pensamos que no processo criativo, a criação embasada nos levantamentos de dados qualitativos e quantitativos é fundamental para traçarmos as diretrizes e as possibilidades por onde vamos percorrer e construir os objetos para o consumo de outrem.

A percepção e/ou o levantamento de uma necessidade para a criação de um novo objeto é sempre um momento único e ao mesmo tempo crítico, já que estamos por processos criativos únicos para processos criativos colaborativos, participativos e que em muitos casos nem sempre visam à obtenção de lucro. O lucro financeiro é importante e em muitos dos casos é fundamental, mas estamos passando por mudanças



significativas em todos os setores e patamares em todos os níveis diretos e indiretos das cadeias de valor.

O comportamento das populações e conseqüentemente das pessoas vem se transformando e sofrendo nas significativas mudanças, transformações e hábitos dentro das últimas décadas e com mais velocidade nestes últimos anos. Os valores da sociedade moderna e as suas mudanças a partir dos valores aos quais estamos inseridos, habituados e em muitos dos casos direcionados ao consumo.

As reflexões do consumo e dos consumidores de Moda, de Design e demais que fazem interface com estes segmentos, que em muitas vezes focados em consumidores diversos, mas com os novos modelos de negócios e nichos de mercado, podemos assim considerar que os produtos concebidos, desenvolvidos, distribuídos, comunicados, aceitos e reintegrados no ciclo de vida dos objetos.

Tal fenômeno tem refletido no consumo de produtos antes tidos como caracteristicamente femininos, entre eles o consumo de produtos de Moda. Este trabalho visa estudar estas transformações, como isto afeta o mercado de Moda, do Design e de inúmeros outros que se interligam através das suas vertentes e como o conhecimento deste novo público pode contribuir para o sucesso de um empreendimento no setor.

O estudo se dá a partir da análise de: bibliografia especializada, dados de mercado, pesquisa quantitativa de guarda-roupas femininos e masculinos e de depoimentos de formadores de opinião, profissionais, pesquisadores e consumidores do Rio de Janeiro ligados ao setor têxtil e de confecção.

As análises sempre iniciais de uma pesquisa, vem de uma necessidade, uma percepção, uma investigação, uma apresentação ou palestra, mas acima de tudo ela está sempre ligada a uma curiosidade. Perguntas que me faço e faço àqueles que estão ao meu redor.

Quantas camisas, quantos shorts, quantos meiões, quantas chuteiras, ..., quantas luvas, quantas joelheiras e cotoveleiras, ..., quantos coletes, ..., são oficiais, são os de treino, são os da marca atual que fechou o contrato com o Clube ? São os das marcas que remetem



ao valor simbólico do passado de glórias? Quantos produtos e subprodutos são gerados por estas cadeias de valores. Podemos tomar como exemplo, os produtos apresentados na tabela 4, os produtos que foram desenvolvidos pela marca Nike para as equipes brasileiras, segundo os dados informados e coletados no seu site:

Tabela 4: Produtos da marca NIKE – Coleção Copa América e Copa do Mundo Feminina 2019.

<b>Masculino - Produtos</b>	
1	Jaqueta Nike Brasil Strike Anthem Masculina
2	Camisa Nike Brasil Comemorativa Copa América 2019 Jogador Masculina
3	Blusão Nike Brasil Masculino
4	Camisa de Treino Nike Brasil Drill Masculina
5	Calça de Treino Nike Brasil Dri-Fit Masculina
6	Camisa de Goleiro Nike Brasil 2018/19 Torcedor Pro Masculina
7	Camisa Nike Brasil Comemorativa Copa América 2019 Torcedor Pro Masculina - Branca
	Camisa Nike Brasil Comemorativa Copa América 2019 Torcedor Pro Masculina - Amarela
8	Camisa Nike Brasil II 2019/20 Torcedor Pro Masculina
9	Camisa Polo Nike Sportswear Brasil Authentic Masculina
10	Camisa Nike Brasil I 2018/19 Torcedor Pro Masculina
11	Camisa Pré-Jogo Nike Brasil Masculina
12	Shorts Nike Brasil I 2018/19 Torcedor Masculino
13	Camiseta Nike Brasil Crest Masculina - Azul
	Camiseta Nike Brasil Crest Masculina - Amarela
14	Camiseta Nike Brasil Masculina
15	Camiseta Nike Brasil Heritage Masculina
16	Camisa de Treino Nike Brasil Pride Masculina
<b>Feminino - Produtos</b>	
1	Camisa Nike Brasil II Jogadora 2019/20 Feminina
2	Camisa Nike Brasil I Jogadora 2019/20 Feminina
3	Shorts Nike Brasil I Jogadora 2019/20 Feminino
4	Legging Nike Brasil 2019/20 Feminino
5	Camisa Nike Brasil Comemorativa Copa América 2019 Torcedora Pro Feminina
6	Camisa Nike Brasil II Torcedora Pro 2019/20 Feminina
7	Camisa Nike Brasil I Torcedora Pro 2019/20 Feminina
8	Jaqueta Nike Sportswear Brasil Gym Vintage Feminina
9	Shorts Nike Sportswear Brasil Gym Vintage Feminino
10	Top Nike Alpha Feminino - Preto
	Top Nike Alpha Feminino - Rosa
	Top Nike Alpha Feminino - Vermelho
11	Camisa Nike Brasil I 2018/19 Torcedora Estádio Feminina
12	Regata Nike Brasil Pré-Temporada Feminina - Azul





Regata Nike Brasil Pré-Temporada Feminina - Amarela	
<b>Infantil - Produtos</b>	
1	Camiseta Nike Brasil 2018 Crest Infantil
2	Camisa Pré-Jogo Nike Brasil 2018/19 Infantil
3	Camisa Nike Brasil Comemorativa Copa América 2019 Torcedor Pro Infantil - Branca
	Camisa Nike Brasil Comemorativa Copa América 2019 Torcedor Pro Infantil - Amarela
4	Camisa Nike Brasil II 2019/20 Torcedor Pro Infantil
5	Conjunto Nike Brasil I 2018/19 Infantil - Camiseta, Short e Meião
<b>Acessórios - Produtos</b>	
1	Meião Nike Brasil Torcedor - Branco
	Meião Nike Brasil Torcedor - Azul
2	Boné Nike Brasil H86 Core
3	Mochila Nike Brasil Torcedor Infantil
4	Mochila Nike Brasil Torcedor
5	Bola Nike Brasil Prestige Campo
6	Bola Nike Brasil Strike Campo
7	Bola Nike Brasil Spirits Campo
8	Bola Nike Brasil Society
9	Bola Nike Merlin Brasil 2019 Oficial
10	Chuteira Nike Mercurial Vapor XII Club Neymar Campo Infantil
11	Chuteira Nike Mercurial Superfly VI Academy Neymar Campo Infantil
12	Caneleira Nike J Guard - Preto
	Caneleira Nike J Guard - Azul
	Caneleira Nike J Guard - Branco

Fonte: Autor, 2019.

Esta pesquisa teve como início a percepção destes produtos, por frequentar os ambientes da prática e observação do futebol, bem como acompanhar o filho nas aulas de futebol, incluindo também os amigos que usam estes produtos no dia a dia, mas também nas festas comemorativas de uma empresa, um aniversário, entre tantos outros que nos circundam. Objetos mágicos, objetos estes que nos transportam a mundos e relações impensadas em muitas das vezes. Pessoas e grupos que se abraçam se olham, se integram, mesmo sem se conhecer. Uma mística e uma lógica que vai para além do que podemos perceber como um ser humano usual. Podemos tomar como exemplo as informações captadas no site da empresa Adidas, que desenvolve os produtos oficiais do Clube de Regatas Flamengo conforme a tabela 5, apresentada abaixo:



Tabela 5: Produtos da marca ADIDAS – Coleção Clube de Regatas Flamengo, 2019.

<b>Masculino - Produtos</b>	
1	Camisa CR Flamengo 1 - Patrocinador
2	Camisa CR Flamengo 1
3	Camisa CR Flamengo 1 - Regata Machão
4	Camisa CR Flamengo 2 - Patrocinador
5	Camisa CR Flamengo 2
6	Camisa CR Flamengo 2 - Regata Machão
7	Shorts CR Flamengo 2
8	Camisa 1 Goleiro CR Flamengo
9	Shorts CR Flamengo 1 Goleiro
10	Camisa CR Flamengo Authentic 1
11	Camiseta CR Flamengo Street Graphic - Urubu - Carbon
	Camiseta CR Flamengo Street Graphic - Chalk White
12	Camisa Polo CR Flamengo - Chalk White
	Camisa Polo CR Flamengo - Carbon
13	Camisa CR Flamengo Pré-Jogo 1
14	Agasalho CR Flamengo
15	Camisa CR Flamengo Treino - Semi Solar Yellow
	Camisa CR Flamengo Treino - Grey Six
16	Shorts CR Flamengo Downtime - Carbon
	Shorts CR Flamengo Downtime - Grey Six
	Shorts CR Flamengo Downtime - Semi Solar Yellow
17	Camisa Polo CR Flamengo - Grey Six
	Camisa Polo CR Flamengo - Semi Solar Yellow
18	Camisa CR Flamengo Treino - Grey Six
	Camisa CR Flamengo Treino - Semi Solar Yellow
19	Jaqueta de Treino CR Flamengo - Carbon
	Jaqueta de Treino CR Flamengo - Grey Six
	Jaqueta de Treino CR Flamengo - Semi Solar Yellow
20	Shorts CR Flamengo Treino - Carbon
	Shorts CR Flamengo Treino - Grey Six
	Shorts CR Flamengo Treino - Semi Solar Yellow
21	Jaqueta CR Flamengo Pré-Jogo - Carbon
	Jaqueta CR Flamengo Pré-Jogo - Grey Six
	Jaqueta CR Flamengo Pré-Jogo - Semi Solar Yellow
<b>Feminino - Produtos</b>	
1	Camisa CR Flamengo 2 Feminina - Core White
	Camisa CR Flamengo 2 Feminina - Scarlet
	Camisa CR Flamengo 2 Feminina - Black
2	Camiseta CR Flamengo Street Graphic Feminina
<b>Infantil - Produtos</b>	
1	Camisa CR Flamengo 2 Infantil



2	Camisa CR Flamengo 1 Infantil
3	Mini Kit CR Flamengo 1
4	Camisa CR Flamengo Treino Infantil - Carbon
	Camisa CR Flamengo Treino Infantil - Grey Six
	Camisa CR Flamengo Treino Infantil - Semi Solar Yellow
<b>Acessórios - Produtos</b>	
1	Bolsa Duffel CR Flamengo - Carbon
	Bolsa Duffel CR Flamengo - Semi Solar Yellow
2	Bolsa Gym Bag Flamengo - Carbon
	Bolsa Gym Bag Flamengo - Semi Solar Yellow
3	Mochila CR Flamengo - Carbon
	Mochila CR Flamengo - Semi Solar Yellow
4	Boné CR Flamengo - Carbon
	Boné CR Flamengo - Semi Solar Yellow

Fonte: Autor, 2019.

Uma breve análise quantitativa da Copa do Mundo, masculina e feminina, bem como a do Campeonato Brasileiro masculino e feminino, nos levar a crer que são volumes de desenvolvimento e produção significativos dentro da indústria têxtil e de confecção, conforme a tabela 6. Novas tecnologias, novos tecidos, novos modelos, novas estampas, novos patrocinadores, ..., tantos novos e novas que proporcionam novas pesquisas. Tem o agasalho, mas também tem o uniforme oficial, e também tem os uniformes dos(as) árbitros(as), ...,temos muita produção têxtil e de vestuário neste universo.

Tabela 6: Tabela sugestiva de produtos x produção, 2019.





SELEÇÃO BRASILEIRA - MASCULINA - COPA AMÉRICA																	
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3								
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião						
		Goleiro	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
		Jogador	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21			
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3			TOTAL					
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião			
TIME	1	Goleiro	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	9	9	
		Jogador	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	63	63	63	
														<b>72</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	
SELEÇÃO BRASILEIRA - MASCULINA - COPA AMÉRICA																	
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3								
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião						
		Goleiro	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
		Jogador	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21				
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3			TOTAL					
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião			
TIME	12	Goleiro	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	108	108	108	
		Jogador	252	252	252	252	252	252	252	252	252	252	252	756	756	756	
														<b>864</b>	<b>864</b>	<b>864</b>	
SELEÇÃO BRASILEIRA - FEMININA - COPA DO MUNDO																	
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3								
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião						
		Goleiro	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
		Jogador	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21				
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3			TOTAL					
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião			
TIME	1	Goleiro	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	9	9	
		Jogador	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	63	63	63	
														<b>72</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	
SELEÇÃO BRASILEIRA - FEMININA - COPA DO MUNDO																	
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3								
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião						
		Goleiro	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
		Jogador	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21				
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3			TOTAL					
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião			
TIME	24	Goleiro	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	216	216	216	
		Jogador	504	504	504	504	504	504	504	504	504	504	504	1.512	1.512	1.512	
														<b>1.728</b>	<b>1.728</b>	<b>1.728</b>	
CAMPEONATO BRASILEIRO - MASCULINO																	
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3								
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião						
		Goleiro	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
		Jogador	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21				
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3			TOTAL					
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião			
TIMES	20	Goleiro	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	180	180	180	
		Jogador	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	1.260	1.260	1.260	
														<b>1.440</b>	<b>1.440</b>	<b>1.440</b>	
CAMPEONATO BRASILEIRO - FEMININO																	
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3								
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião						
		Goleiro	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
		Jogador	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21				
			UNIFORME 1			UNIFORME 2			UNIFORME 3			TOTAL					
			Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião	Camisa	Short	Meião			
TIMES	16	Goleiro	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	144	144	144	
		Jogador	336	336	336	336	336	336	336	336	336	336	336	1.008	1.008	1.008	
														<b>1.152</b>	<b>1.152</b>	<b>1.152</b>	

Fonte: Autor, 2019.

### Considerações Finais





Podemos considerar, então, que o Futebol em todas as suas categorias e gêneros no Brasil e no Mundo são sim molas propulsoras do desenvolvimento de negócios em toda a cadeia têxtil e de confecção e para todas as demais cadeias que interagem com ela diretamente e indiretamente. O mundo da bola e, porque não, o mundo dos esportes é um grande influenciador da moda, bem como a moda é uma grande influenciadora do mundo da bola e conseqüentemente do mundo dos esportes. Os negócios gerados, as empresas, as mídias, os times, as torcidas, e todos os demais que estão envolvidos neste universo por escolha de cores, estampas, formas, imagem, ..., que perpassam por tecnologias, coleções e oportunidades, estão inseridos neste negócio e na sua gestão.

## Referências

CARVALHO, J. E. de C. **DINHEIRO**: 150 anos de futebol. São Paulo: SESI-SP Editora, 2013.

HELAL, R. **Copas do Mundo**: comunicação e identidade cultural no país do futebol / Organização, Ronaldo Helal, Alvaro do Cabo. – Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014.

HELAL, R. **Esporte e Mídia**: novas perspectivas: a influência da obra de Hans Ulrich Gumbrecht / Organização, Ronaldo Helal, Fausto Amaro. – Rio de Janeiro: EdUERJ, 2015.

HELAL, R. **Futebol, jornalismo e ciências sociais**: interações. / Organização, Ronaldo Helal, Hugo Lovisoló, Antonio Jorge Gonçalves Soares. – Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

LOVISATO, M.; NEVES, L. C. **Futebol e Sociedade**: um olhar transdisciplinar. / Organização, Martha Lovisato, Licy Consuelo Neves. – Rio de Janeiro: EdUERJ, 2005.

MASCARENHAS, Gilmar. **Entradas e bandeiras**: a conquista do Brasil pelo Futebol. – Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014.

SEDA, D. M. **FUTEBOL**: da invisibilidade ao reconhecimento social. 1ª ed. Curitiba: Appris, 2014.

ADIDAS BRASIL. Disponível em: <<https://www.adidas.com.br/camisa-cr-flamengo-1/EV7248.html>>. Acesso em: 20 jul. 2019.





ADIDAS BRASIL. Disponível em: <<https://www.adidas.com.br/flamengo-futebol>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/>>. Acesso em: 20 jul. 2019.

FIFA. Disponível em: <<https://www.fifa.com/search/?q=uniformes>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

GEOLIC. Disponível em: <<https://geolic.net>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

MANTOS DO FUTEBOL. Disponível em: <<https://mantosdofutebol.com.br/2018/07/camisas-sao-paulo-2018-2019-adidas/>>. Acesso em: 20 jul. 2019.

NIKE BRASIL. Disponível em: <<https://www.nike.com.br/futebol/selecao-brasileira>>. Acesso em: 20 de jul. 2019.

NIKE BRASIL. Disponível em: <<https://www.nike.com.br/futebol/selecao-brasileira>>. Acesso em: 10 de jul.2019.

NIKE BRASIL. Disponível em: <[https://www.nike.com.br/Loja/Masculino/Roupas/153-189?p=1&Fabricante=&Filtros=6:Brasil&cor=&tamanho=&precode=&precoate=&ordenacao=5&limit=24&site\\_id=>](https://www.nike.com.br/Loja/Masculino/Roupas/153-189?p=1&Fabricante=&Filtros=6:Brasil&cor=&tamanho=&precode=&precoate=&ordenacao=5&limit=24&site_id=>)>. Acesso em: 20 de jul.2019.

RICARDO ALMEIDA. Disponível em: <<http://blog.ricardoalmeida.com.br/index.php/selecao-sob-medida-por-ricardo-almeida/>>. Acesso em: 20 jul. 2019.

TRIVELA. Disponível em: <<https://trivela.com.br/>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

TRIVELA. Disponível em: <<https://trivela.com.br/veja-como-as-marcas-de-material-esportivo-dividem-as-selecoes-ao-redor-do-mundo-neste-mapa-interativo/>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

VEJA. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/revista-veja/uma-jogada-de-classe/>>. Acesso em: 20 jul. 2019.

VOGUE BRASIL. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/moda/gente/noticia/2018/05/ricardo-almeida-assina-o-uniforme-fora-dos-campos-da-selecao-brasileira.html#newsletter-anchor>>. Acesso em: 10 jul. 2019.