



PROJETO HOKORI

**Criação de uma coleção de camisetas para a Seleção de
Futebol do Japão**

Guilherme Senoo Hirata

Brasília, 2019



PROJETO HOKORI

Criação de uma coleção de camisetas para a Seleção de Futebol do Japão

Guilherme Senoo Hirata

Orientação

Prof^a. Georgia Maria de Castro Santos

Brasília, 2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço de coração a todos que me ajudaram neste projeto:

Aos meus amigos, por serem uma segunda família e por me darem suporte durante toda a minha trajetória na Universidade de Brasília, estando sempre ao meu lado nos dias bons e principalmente nos difíceis;

À minha família, a quem eu devo tudo de bom que já me aconteceu, a todo o suporte, carinho, amor e zelo que tiveram comigo durante toda minha vida.

Aos meus colegas e professores, que também são amigos no final, cujas experiências, ensinamentos e inspirações foram o maior bem que eu ganhei durante minha estadia nesta Universidade; em especial às Professoras **Georgia Maria de Castro Santos** e **Symone Rodrigues Jardim**, que, com comprometimento e amor à profissão indiscutíveis, foram de extrema importância para me auxiliar neste projeto;

E por último, não poderia deixar de agradecer à Universidade de Brasília, local onde passei maravilhosos anos da minha vida.

“Se enxerguei mais longe, foi porque me apoiei sobre os ombros de gigantes.”

Isaac Newton

RESUMO

O presente projeto consiste no estudo e no desenvolvimento de uma coleção de camisetas para a Seleção Japonesa de Futebol. No processo de criação buscou-se elementos que remetesse, por meio da forma ou de estampas, características relacionadas ao esporte e a cultura japonesa. Almejou-se focar nas características da cultura, na linguagem, nos signos e símbolos relacionados ao Japão, como forma de exaltar as qualidades e a cultura local, e da mesma maneira exaltar o futebol no país.

Este projeto trata de um trabalho fictício para a Federação Japonesa de Futebol, um estudo de caso e um processo de criação de novas propostas para as camisetas dos uniformes da seleção nacional de futebol japonês, porém não há qualquer ligação oficial com a federação.

Para o estudo teórico procurou-se fazer uma revisão de literatura e estudos de similares e afins. Após esta etapa buscou-se iniciar a geração de alternativas para então, posteriormente, partir para a prototipação. Este projeto consiste no desenvolvimento de três kits de uniforme de jogo, um kit para jogos como mandante, um kit para jogos como visitante, e um terceiro kit, para casos excepcionais quando os dois primeiros kits não possuem contraste suficiente com o uniforme do adversário. Os kits para os uniformes consistirão em: camisa, calção e meião.

Palavras-chave: Futebol, vestuário, identidade, moda, design.

ABSTRACT

The present Project consists in the study and development of a collection for the Japan National Football Team. Throughout the creation process, elements such as shapes or prints related to the sport and the Japanese culture were searched to enrich the research. The aim was to focus on characteristics of culture, language, symbols and signs related to Japan itself, as a way of exalt the qualities and the local culture, in addition to exalt the football in the country.

This work is a fictitious project for the Japanese Football Association (JFA) in Japan, a case study is conducted and the creation of new proposals for the kits were made, but this project does not have any official partnership with the JFA.

For the theoretical study, the main goal was to do a literature review along with some benchmarking in order to start the generation of alternatives phase, only then, the prototype phase would occur. This project consists in the development of three football kits, being the first kit known as "Home kit", the second called as "Away kit" and finally, the "Third kit". All the kits consist in Jersey, shorts and socks.

Keywords: *Football, clothing, identity, fashion, design.*

Sumário

AGRADECIMENTOS.....	5
RESUMO	7
ABSTRACT	8
LISTA DE FIGURAS.....	12
1. INTRODUÇÃO	15
1.1 Motivação.....	15
1.2 Objetivos	16
1.3 Mapa Conceitual	17
2. CONTEXTUALIZAÇÃO.....	18
2.1 O futebol e a história.....	19
• Uma breve história do futebol	19
• O fator emocional	20
• O fator cultural	23
• Futebol e moda	23
• A função dos uniformes	26
• Tipos de esporte.....	29
2.2 Identidade e Cultura.....	30
• A cultura nipônica e o futebol.....	31
• Os samurais azuis	32
2.3 Signos e símbolos	33
• Misticismo e simbologia nipônica	34
2.4 A estética Japonesa	37
3. PRIMEIRA SÍNTESE.....	37
3.1 Requisitos de projeto	37
• Artefato	37
• Linguagem visual	37
3.2 Público-Alvo.....	37
3.3 Situações de Uso	40
3.4 Materiais	40
3.5 Inspirações	42
4. GERAÇÃO DE ARTEFATO	44
4.1 Novo escudo.....	44

4.2 Paleta de cores	49
4.3 Tipografia	51
4.5 Geração de alternativas	53
5.1 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO	58
5.1 Processo de Fabricação	58
5.2 Reciclagem e reutilização	58
6. PRODUTO FINAL	59
7. CONCLUSÃO	60
REFERÊNCIAS BIBLIGRÁFICAS	62
ANEXOS	65

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Nadeshiko Japan, Seleção Feminina de Futebol do Japão, campeãs mundiais e 2011.

Figura 2: Pyramids FC, time egípcio fundado em 2008. Exemplo do aumento da importância dada ao esporte por países do oriente.

Figura 3: Departamento de design na Adidas.

Figura 4: Coleção feita pela Nike para a Nigéria, para a Copa do Mundo de 2018.

Figura 5: Cuju, o antigo futebol, praticado na China desde 206 a.C.

Figura 6: Partida da Champions League realizada no estádio Camp Nou, em Barcelona, com público de mais de 80 mil espectadores.

Figura 7: Crianças praticando futebol de rua.

Figura 8: Escudos do Cruzeiro E.C., e do Palestra Itália, respectivamente.

Figura 9: Escudo do Bayer Leverkusen ao lado do logotipo da Bayer.

Figura 10: Times patrocinados e criados pela empresa de energéticos Red Bull.

Figura 11: Torcida organizada do Borussia Dortmund-ALE.

Figura 12: Apresentação de Andrés Iniesta (dir.) no Vissel Kobe.

Figura 13: Coleção Nike + Off White.

Figura 14: Chuteiras F50, colaboração da Adidas com o designer de moda Yohji Yamamoto.

Figura 15: Colaboração entre o time Paris Saint German-FRA e o artista francês Tyrsamisu, com a criação de uma fonte especial.

Figura 16: Exemplos de artistas utilizando a camisa da seleção brasileira.

Figura 17: Foto capturada em 1952, na Inglaterra. Jogadores do New Castle e Fulham fazem um minuto de silêncio em memória do rei George VI.

Figura 18: A evolução dos uniformes de jogadores.

Figura 19: Exemplo de uniformes.

Figura 20: Iniciativa Nike Better World, para a criação de fardamentos com PET reciclado.

Figura 21: Tênis fabricado pela iniciativa Parley for the Oceans.

Figura 22: Uniformes de Bayern de Munique e Real Madrid respectivamente, feitos de plástico reciclado dos oceanos.

Figura 23: Futebol de Campo, Futsal e Futebol Society respectivamente.

Figura 24: Showbol, Futebol de Várzea e Futebol de Areia, respectivamente.

Figura 25: Kazuyoshi Miura (dir.) em atuação pelo Santos Futebol Clube - SP, primeiro jogador japonês a atuar em terras brasileiras.

Figura 26: Exemplos de como a mídia e as empresas incentivaram o esporte no país, respectivamente o personagem Pikachu, da série Pokémon, e o desenho animado Captain Tsubasa.

Figura 27: A esquerda, o primeiro manto utilizado em competições oficiais, a direita, o uniforme utilizado em 2003.

Figura 28: Construção do desenho do escudo da seleção Japonesa.

Figura 29: O Yin Yang, que representa equilíbrio, e a suástica, erroneamente vinculada ao nazismo.

Figura 30: Exemplos de Kamons ligados a famílias japonesas.

Figura 31: Origem do símbolo da Mitsubishi Motors.

Figura 32: Exemplos de utilização de kanjis em conjunto.

Figura 33: “Birds and Flowers of the Four Seasons”, exemplo de arte japonesa.

Figura 34: Mapa semântico de usuários.

Figura 35: Mapa empático.

Figura 36: Análise comparativa entre os tipos de camiseta da fabricante Puma.

Figura 37: Nota-se clara diferença na aplicação do escudo nas camisetas Authentic (Climachill) e replica (Climalite).

Figura 38: Diferença no tecido em camisetas “Climachill” e “Climalite”, respectivamente.

Figura 39: Diferença no corte da barra das camisetas “Climachill” e “Climalite”, respectivamente.

40: Referência da máscara de Wrestling (esq.) para a confecção da camisa titular mexicana (dir.).

Figura 41: Detalhes da camisa titular de Ghana, na copa de 2014.

Figura 42: Trajes feitos a partir dos tecidos Kente.

Figura 43: Evolução do escudo da Seleção Japonesa de Futebol.

Figura 44: Painel de referência 1 de escudos.

Figura 45: Painel de referência 2 de escudos.

Figura 46: Croquis e testes realizados na geração de alternativas.

Figura 47: Croquis e testes realizados na geração de alternativas.

Figura 48: Ajustes realizados na geração de alternativas.

Figura 49: Proposta de novo escudo em positivo e com contorno branco.

Figura 50: Exemplo de aplicação.

Figura 51: Estudos de cor e aplicação do novo escudo.

Figura 52: Mapa visual 1 – Classicismo.

Figura 53: Mapa visual 2 – Serenidade.

Figura 54: Mapa visual 1 – Dinamismo.

Figura 55: Paleta de cor proposta para o projeto.

Figura 56: Fonte proposta para os números.

Figura 57: Detalhamento da fonte.

Figura 58: Fonte proposta para os nomes dos jogadores.

Figura 59: Teste de aplicação conjunta das fontes.

Figura 60: Geração de alternativas das camisetas.

Figura 61: Geração de alternativas das camisetas.

Figura 62: Detalhamento da camisa titular.

Figura 63: Detalhamento da camisa titular.

Figura 64: Inspiração para a camisa titular.

Figura 65: Detalhamento da camisa reserva.

Figura 66: Processo criativo do kamon utilizado.

Figura 67: Detalhamento da camisa alternativa.

Figura 68: Inspiração para a camisa alternativa.

Figura 69: Processo simplificado da transformação do plástico em fios.

Figura 70: Proposta de novas camisetas finalizadas.

Figura 71: Coletânea do novo projeto.

1. INTRODUÇÃO

O Japão é uma país culturalmente muito rico, além de ser uma das maiores economias do globo, porém, no ponto de vista futebolístico, o país ainda possui um longo caminho até tornar-se uma potência no esporte. Possui equipes disputando em todas as categorias profissionais do esporte mais popular do mundo e em 2011 foi campeão na Copa do Mundo de Futebol Feminino (figura 1) porém, ainda não é visto como referência mundial no futebol.



Figura 1 - Nadeshiko Japan, Seleção Feminina de Futebol do Japão, campeãs mundiais e 2011.

Fonte: Nadeshiko Japan (acessado em 12/12/2018)

O uniforme utilizado pelos profissionais possui importância primordial no desempenho dos atletas que vão desde fatores tecnológicos, com a criação de novos materiais, até emocionais, como o sentimento de pertencimento e representação de uma nação. Levando esses aspectos em consideração, este relatório aborda o processo de desenvolvimento de uma linha de camisas de futebol por meio de pesquisas sobre o esporte, cultura, tendências e todos os fatores relacionados à prática esportiva no futebol.

O foco deste projeto será nas questões simbólicas relacionados ao fardamento de futebol, e por meio de pesquisas de signos e símbolos, buscar-se-á desenvolver uma linha que remeta seja na forma, ou em suas estampas, características relacionadas ao Japão.

É imprescindível levar em consideração a discussão sobre cultura e identidade, que é de suma importância para ampliar a compreensão do designer na produção de artefatos para a sociedade atual.

1.1 Motivação

O tema proposto neste projeto surgiu do interesse do próprio autor pelo futebol e pelo Japão. O futebol é um esporte encantador que movimenta milhões de pessoas todos os anos.

Há um incontável número de fãs do esporte mais popular do mundo e sua popularidade mantém-se sempre em alta. Por meio de uma abordagem da simbologia e do fator emocional por trás deste fenômeno que é o futebol propõe-se o estudo para a criação de um kit de uniformes para uma determinada equipe. Encontrou-se uma oportunidade de trabalhar com um esporte muito familiar para o povo brasileiro, e concomitantemente estudar os signos, em particular os símbolos relacionados ao Japão, país com uma cultura muito rica e única.

Outro ponto de destaque em relação à escolha do tema refere-se ao aumento da popularidade do esporte em outros locais, principalmente no Oriente, em países que têm histórico apenas recente com o esporte conforme demonstra-se na figura 2 a seguir. Entende-se que há uma crescente oferta e uma grande demanda para o aumento da popularidade da prática do futebol nestes locais.



Figura 2: Pyramids FC, time egípcio fundado em 2008. Exemplo do aumento da importância dada ao esporte por países do oriente.

Fonte: esporte.r7.com (acessado em 12/12/2018)

1.2 Objetivos

Com base na motivação e nos estudos previamente realizados alguns objetivos foram delineados com o intuito de guiar o projeto, eles foram divididos em um objetivo geral, mais abrangente, que servirá como guia para o projeto, e os objetivos específicos, que funcionam como pontos de controle para o objetivo geral, conforme se segue:

- **Objetivo Geral**

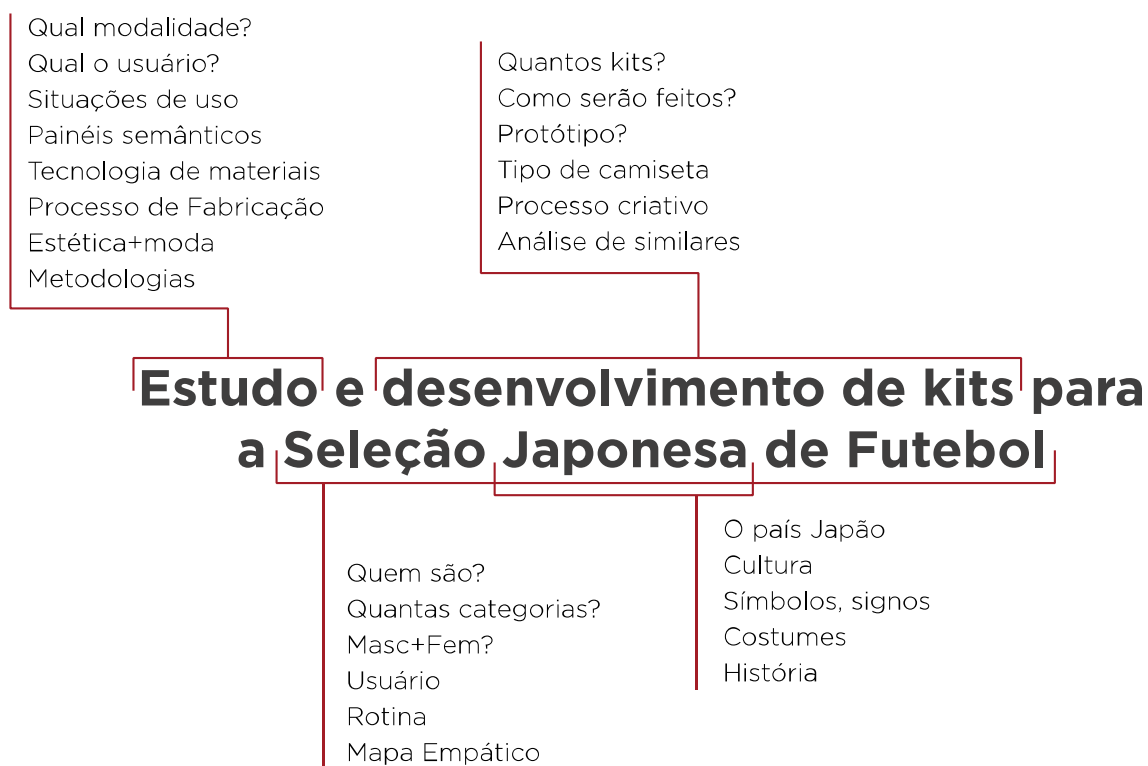
Desenvolver uma linha de camisetas de futebol para a seleção do Japão, voltadas para uso tanto em jogos oficiais quanto casuais, que remetam a características culturais e simbólicas do Japão, em suas estampas ou grafismos.

- **Objetivos Específicos**

- Desenvolver uma linha estética para as camisetas que demonstre uma relação entre elas, como forma de manter uma linearidade entre os kits;
- Desenvolver estampas e/ou padronagens que remetam ao Japão.
- Criar proposta de escudo e fontes para o uniforme, de forma a manter a mesma linguagem visual nas peças.
- Aplicar signos de identidades, relacionados ao futebol e à cultura local, nas camisetas de acordo com a cultura do Japão

1.3 Mapa Conceitual

Foi desenvolvido um **mapa conceitual**, que é uma frase base para o projeto. A partir desta frase, foi possível retirar requisitos básicos para o desenvolvimento do projeto, por meio deste método foi determinado o objeto de estudo e todos os pré-requisitos necessários para completar o objetivo geral.



2. CONTEXTUALIZAÇÃO

A fim de trazer para o foco da discussão de design um produto proveniente do futebol, se faz necessário compreender o contexto ao qual o produto está inserido, e qual a sua importância para a prática do esporte, não apenas como uniforme, mas também como um símbolo que representa o fator emocional dos praticantes e adeptos da modalidade.

Um dos principais fatores, e talvez o mais pontuado pelos fãs, se dá pelo sentimento de pertencimento a um grupo, ao time. O torcedor se vê como parte da instituição que é um clube de futebol, este aspecto emocional mostra-se primordial para a importância da camisa que representa este time.

Outro aspecto relevante se refere à estética, antes visto apenas como peça de vestuário voltada para uniformizar e separar jogadores de clubes diferentes, as camisas de futebol se tornaram verdadeiras peças de moda. Empresas globais como Nike e Adidas não medem esforços para apresentar estampas ou desenhos diferentes para as camisas anualmente, essas empresas possuem departamentos inteiros voltados para o desenvolvimento dos uniformes utilizados pelos seus patrocinados, conforme mostrado nas imagens 3 e 4 a seguir.

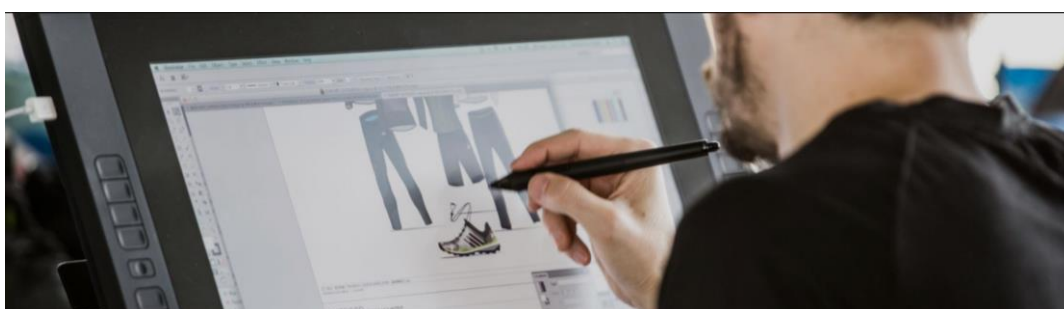


Figura 3: Departamento de design na Adidas.

Fonte: Career Adidas Group.com (acessado em 13/12/2018)



Figura 4: Coleção feita pela Nike para a Nigéria, para a Copa do Mundo de 2018.

Fonte: Nike.com (acessado em 12/12/2018)

Os kits das equipes deixaram de ser apenas uniformes, e passaram a ser peças de moda, jogadores passaram a ser criadores de tendências, e para isso, é imprescindível que haja um embasamento teórico para a criação destes kits, em um mundo onde o futebol se consolida como criador de tendências e moda.

Enric Jardí (JARDÍ, 2012, p.45) afirma que fatores sociais e ideológicos são tão importantes quanto a função final da vestimenta, assim como um casaco era importante para aquecer o corpo do usuário, ele também servia como peça de identificação social, o usuário é de fato, um cidadão “vestido em condições que pudesse ser visto”. Semelhante ao que ocorre com os uniformes, onde sua função não se limita apenas a separar times diferentes, mas também auxilia no sentimento de pertencimento àquela agremiação.

2.1 O futebol e a história

- **Uma breve história do futebol**

Estimativas apontam que a Copa do Mundo no Brasil tenha sido assistida por um bilhão de pessoas, e um quarto dos brasileiros parou para assistir à sua abertura ¹. Além de ser um esporte democrático, é fácil de compreender e de jogar, não necessita de equipamentos custosos e pode ser praticado em uma variedade de terrenos. Ele é conhecido como o esporte dos brasileiros, o Brasil tem a alcunha de “país do futebol” mesmo não sendo o criador do esporte, é fácil notar as raízes do esporte no nosso cotidiano, em conversas informais e atividades país a fora.

O futebol como esporte surgiu oficialmente em 1863 na Inglaterra, porém há evidências de que atividades semelhantes já eram exercidas na China (figura 5) nos primórdios da humanidade. Diversas outras atividades semelhantes foram documentadas ao longo da história em diversos países diferentes, entende-se que a Inglaterra foi a responsável por criar a base de regras utilizadas no esporte. “Chutar é algo muito instintivo e acredita-se que a coisa pode ter começado ainda na idade da pedra.” ².



Figura 5: Cuju, o antigo futebol, praticado na China desde 206 a.C.
Fonte: Ancient-chinese-life.blogspot.com (acessado em 12/12/2018)

¹ Fonte: Correio Braziliense, acessado em 12/12/2018.

² Fonte: Correio Braziliense, acessado em 12/12/2018.

- **O fator emocional**

O futebol é o esporte mais popular do planeta, pode-se citar, por exemplo, a audiência da “UEFA Champions League” (figura 6) evento anual que contou, em 2017, com 350 milhões de telespectadores em torno do globo, sendo o maior evento esportivo anual do planeta (Olimpíadas e Copa do Mundo, respectivamente as maiores audiências mundiais não ocorrem anualmente). A fim de analisar as razões por trás da popularização do esporte, é importante compreender alguns fatores que influenciam essa popularidade.



Figura 6: Partida da Champions League realizada no estádio Camp Nou, em Barcelona, com público de mais de 80 mil espectadores.

Fonte: Uol Esportes (acessado em 25/03/2019)

- **Um esporte democrático**

O futebol é um esporte muito simples de ser praticado, não há necessidades de adquirir equipamentos caros nem muito específicos, mas a bola é fundamental. Além disso ele pode ser realizado em praticamente qualquer terreno, desde ruas (figura 7) até campos. Equipamentos oficiais podem facilmente ser substituídos por outros, sandálias viram as traves, e meias emboladas viram uma bola, por exemplo. Essas características, em conjunto com regras de fácil compreensão, ajudaram a tornar o futebol o esporte mais popular do globo.



Figura 7: Crianças praticando futebol de rua

Fonte: Torcedores.com (acessado em 24/12/2018)

Diferentemente do que ocorre em alguns esportes, qualquer pessoa de qualquer classe social pode se tornar um profissional, no futebol surgem vários atletas profissionais, oriundos de famílias humildes. Isto não ocorre com frequência em outros esportes, como por exemplo: Golfe, automobilismo, Tênis, Rugby, etc, esportes que requerem altos investimentos, equipamentos custosos ou locais específicos para serem praticados. Obviamente é importante pontuar a dificuldade em se tornar atleta para as mais diferentes pessoas, é evidente que pessoas com alto poder aquisitivo têm maior facilidade em treinar com equipamentos melhores. Também é importante ressaltar as dificuldades encontradas pelas mulheres, por exemplo, em pleno século XXI, elas ainda sofrem preconceito por praticar o futebol, um esporte visto erroneamente, por muitos, como masculino.

- **Os clubes e as cidades**

Outro fator diretamente ligado ao emocional está na intrínseca ligação de times com suas cidades sedes, o que fortalece o sentimento de pertencimento ao clube por parte dos torcedores. É comum cidadãos conectarem-se com clubes que tem a mesma origem, como por exemplo o Cruzeiro Esporte Clube-MG, antigamente chamado Palestra Itália, como demonstrado pelos estudos na figura 8, que tem origem italiana, e que possui vários torcedores de famílias ítalo-brasileiras, tais fatos estreitam a ligação do clube com a sua torcida, tornando mais fácil a criação de uma identidade.



Figura 8: Escudos do Cruzeiro E.C., e do Palestra Itália, respectivamente.

Fonte: Cruzeiro.com.br (acessado em 24/12/2018)

Há ainda casos em que as agremiações esportivas são diretamente ligadas às empresas fora do ramo do futebol, o que gera outro tipo de relacionamento com os seus torcedores. Como é o caso do Bayer Leverkusen da Alemanha, criado por funcionários da farmacêutica Bayer, na cidade de Leverkusen (figura 9). E do PSV Eindhoven, fundado por funcionários da Philips, e dos diversos clubes ligados à empresa de energéticos Red Bull: RB Brasil, RB Leipzig e RB New York (figura 10). Muitos desses clubes fortaleceram a cultura esportiva local, movimentando a cidade e incentivando os moradores locais.



Figura 9: Escudo do Bayer 04 Leverkusen ao lado do logotipo da Bayer.

Fonte: Bayer.com.br (Acessado em 07/06/2019)



Figura 10: Times patrocinados e criados pela empresa de energéticos Red Bull.

Fonte: Colgadosporelfutebol.com (acessado em 19/02/2019)

Há torcedores tão fanáticos que criam as chamadas “Torcidas Organizadas”, entidade com o único intuito de apoiar determinado time. Não há uma razão única para torcer por um time, mas todas as emoções relacionadas ao futebol o tornam um dos esportes mais populares do globo, o jornalista Joelson Beting, descreve em uma frase a dificuldade de explicar a admiração pelo esporte, em especial a Sociedade Esportiva Palmeiras, seu time de coração.

“Explicar a emoção de ser palmeirense, a um palmeirense, é totalmente desnecessário. E a quem não é palmeirense...É simplesmente impossível.”

Joelson Beting, Jornalista



Figura 11: Torcida organizada do Borussia Dortmund-ALE

Fonte: bvb.de (acessado em 24/12/2018)

- **O fator cultural**

Outro fator que possui importância na popularidade do esporte se dá pela cultura local, no Brasil, principalmente, o futebol possui raízes culturais muito fortes, não é incomum a ligação do esporte com outras atividades comumente “brasileiras”, como churrasco e reunião de amigos. O esporte se tornou tão impregnado na cultura local que é possível observar músicas, programas sociais e até mesmo expressões populares relacionadas ao futebol, como: “Pisar na bola”, por exemplo.

No Japão, como abordado anteriormente, a cultura do futebol teve um início tardio, principalmente pelo país isolar-se política e geograficamente por muito tempo. Porém nota-se atualmente um crescimento gradativo da popularidade do esporte no país, a entrada de inúmeros atletas internacionais no futebol nipônico, bem como estrelas internacionais, como o espanhol Andrés Iniesta, multicampeão pelo Barcelona F.C. e do alemão Lukas Podolski campeão mundial pela sua seleção, são alguns exemplos deste aumento de popularidade e, proporcionalmente, dos investimentos voltados para a prática no país.



Figura 12: Apresentação de Andrés Iniesta (dir.) no Vissel Kobe

Fonte: marca.com (acessado em 27/12/2018)

- **Futebol e moda**

O futebol não tardou a se relacionar com a indústria da moda, pois nota-se que as camisas, popularmente chamadas de mantos, passaram do ambiente do campo para ocuparem um lugar extracampo, no guarda roupa do torcedor. Estas deixaram de ser apenas uniformes para se tornarem peças de moda e as empresas esportivas e os atletas passaram a ser influenciadores de tendências.

Como relata o jornalista Pedro Diniz em sua coluna³: “Demorou até as principais grifes esportivas atinarem para o fato de que, independentemente do vaivém de tendências, a camisa de time nunca sai de moda”. Na última década, o crescente número de coleções especiais e os chamados “*co-branding*” (atuação conjunta entre duas marcas distintas), para a criação de novos uniformes, não apenas melhorou do ponto de vista tecnológico, mas também refletiu no

³ <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/06/futebol-reconhece-moda-nos-uniformes-e-fica-perto-da-passarela.shtml>.

estilo e nas tendências de moda, desenvolvidos não somente para o jogador, desta vez, para o torcedor também. Neste quesito pode-se afirmar que o trabalho do designer é fundamental para estabelecer um traço identitário entre o torcedor e o símbolo incorporado pela camisa do time.

Ao longo da história, o desenvolvimento dos uniformes evoluiu vertiginosamente dentro e fora dos campos, sempre primando pela praticidade, beleza, conforto e performance. Atualmente estas relações não possuem tamanha separação, comumente fundindo-se em nome do esporte e do imenso comércio por trás deste fenômeno.



Figura 13: Coleção Nike + Off White

Fonte: footyheadlines.com (acessado em 27/02/2019)



Figura 14: Chuteiras F50, colaboração da Adidas com o designer de moda Yohji Yamamoto

Fonte: footyheadlines.com (acessado em 28/02/2019)



Figura 15: Colaboração entre o time Paris Saint German-FRA e o artista francês Tyrsamisu, com a criação de uma fonte especial.

Fonte: footyheadlines.com (acessado em 28/02/2019)

Outro fator a ser levantado está relacionado na ligação da seleção com o país ao qual ela representa, muitos artistas, por exemplo, se vêm tentados a utilizar os uniformes da Seleção Brasileira, como uma forma de estreitar laços com o público, como pode-se notar na figura 10 a seguir. Tal fato impulsiona a atividade de marketing de ambas as partes, artistas e empresas relacionadas, refletindo em diversas áreas: futebol, moda, design, música, etc.



Figura 16: Exemplos de artistas utilizando a camisa da seleção brasileira.

Fonte: O autor

É evidente que há um lado mercadológico na utilização de uniformes de futebol em outras ocasiões diferentes de uma partida, porém cabe ressaltar a importância emocional que as roupas carregam consigo:

“Ao pensar nas roupas como modas passageiras, nós expressamos apenas uma meia-verdade. Os corpos vêm e vão: as roupas que receberam esses corpos sobrevivem”

(STALLIBRASS, 2008 p.10)

- **A função dos uniformes**

Inicialmente, os uniformes tinham apenas a função de distinguir equipes diferentes, não havia tanto investimento em tecnologia de materiais, nem estudo de estamparia relacionados ao futebol, muito se deve à qualidade da imagem transmitida nos televisores também. A TV em cores como conhecemos hoje, surgiu apenas em meados da década de 1950. Para facilitar as transmissões em preto e branco de baixa qualidade dos anos anteriores ao surgimento da televisão em cores, era necessário a utilização de uniformes com cores marcantes e distintas entre si, geralmente o preto e o branco (figura 17). Estampas e padronagens muito complexas também não eram utilizadas, devido à baixa resolução das imagens na época, o que dificultava a visualização, fazendo com que os clubes e seleções utilizassem listras largas para aumentar a gama de combinação de uniformes, conforme se vê na figura 17 a seguir. Outro fator determinante para a utilização de uniformes mais simples, se deve ao fato de não haver na ocasião, uma grande produção industrial, semelhante ao que ocorre atualmente, portanto não haviam mudanças excessivas nos fardamentos, com a finalidade de diminuir custos de produção.



Figura 17: Foto capturada em 1952, na Inglaterra. Jogadores do New Castle e Fulham fazem um minuto de silêncio em memória do rei George VI.

Fonte: Históriadigital.org (Acessado em 23/01/2019)

Os uniformes eram produzidos em algodão, ainda não havia o emprego de materiais específicos com fibras especiais, isso tornava o uniforme pesado com o passar do jogo, pois o algodão absorve com facilidade o suor do jogador. As camisas geralmente eram de manga longa e gola polo, e os calções chegavam até o joelho, tudo isso dificultava o desempenho do atleta.

Foi então que os uniformes começaram a ter função de não apenas distinguir equipes, mas também auxiliar o jogador, as primeiras combinações de materiais, como poliéster e algodão surgiram para tornar as camisas mais leves, o calção passou a ser mais curto e as camisas tiveram suas mangas diminuídas, tudo com intuito de melhorar o desempenho do atleta. E assim, a tecnologia de materiais evolui exponencialmente para a que temos hoje, tecidos de alta resistência, leves, e facilmente personalizáveis. A figura 18 a seguir demonstra uma breve comparação entre uniformes de diferentes épocas.



Figura 18: A evolução dos uniformes de jogadores.

Fonte: jornalismofc.wordpress.com (Acessado em 23/01/2019)

Com o advento de tecnologias cada vez melhores, mais precisas e mais ágeis, o custo de produção dos equipamentos esportivos diminuiu drasticamente, ao passo que a liberdade criativa dada aos designers e artistas aumentou, acarretando no surgimento dos mais variados uniformes, conforme nota-se na imagem 19 a seguir.



Figura 19: Exemplo de uniformes.

Fonte: O autor

Além de serem diferentes no âmbito visual, os fardamentos⁴ passaram a contar com tecnologias de ponta, sempre buscando melhorar o rendimento do profissional atleta, empresas de confecção de materiais esportivos investem altas cifras para pesquisa de materiais e processos de fabricação. Como é o caso dos modelos apresentados a seguir, na imagem 20.

⁴ Entende-se fardamento como uma vestimenta padronizada para um grupo ou equipe, e portanto, esta palavra será utilizada neste relatório como sinônimo de uniforme.



Figura 20: Iniciativa Nike Better World, para a criação de fardamentos com PET reciclado.

Fonte: Nike.com (Acessado em 23/01/2019)

É interessante ressaltar também a preocupação com o meio ambiente, além de buscar reduzir custos e melhorar os processos, é preciso compreender os impactos que esta indústria causa ao meio ambiente, e, portanto, é importante não apenas buscar métodos na confecção do vestuário mais ágeis, mas também menos agressivos ao meio ambiente.

Cabe às empresas e profissionais de criação a busca pelo ponto ideal entre performance, beleza e custos, de modo que novas tendências estejam sempre no caminho correto da inovação. De acordo com Santos (2012 p.41, apud THIRY, 2006) “A funcionalidade do vestuário é umas das prioridades para os utilizadores de vestuário de trabalho, mas as peças só funcionam se forem usadas, por isso, o conforto encontra-se no mesmo grau de importância que a funcionalidade”, adiciona-se a esta frase, a importância, também, do ponto de vista ambiental, em que é pensado não apenas no produto final, mas também todo o seu ciclo de vida, desde a fabricação, até o descarte e posterior reciclagem.

Um estudo de caso interessante é o “Adidas Parley for the Oceans” em que a empresa alemã, em parceria com a empresa Parley, criou uma coleção de roupas e calçados utilizando plástico e detritos retirados dos oceanos (figura 21). Ressalta-se a importância de considerar o meio ambiente, sem a necessidade de abrir mão da criatividade e do lucro. A iniciativa teve sucesso contundente, e também afetou o futebol, com o lançamento de uniformes em edição especial (figura 22), com as equipes Real Madrid-ESP e Bayern de Munique-ALE.



Figura 21: Tênis fabricado pela iniciativa Parley for the Oceans.

Fonte: Parley.tv (Acessado em 23/01/2019)

O futebol, além de ser vitrine para diversas marcas e empresas, possui grande potencial em se tratando de levantar causas, aliado a estratégias de marketing e publicidade é possível atrair a atenção do seu público para causas ambientais eficientemente. Cabe aos organizadores e colaboradores alinharem a incontestável popularidade do esporte para aumentar a consciência dos fãs para causas ambientais.



Figura 22: Uniformes de Bayern de Munique e Real Madrid respectivamente, feitos de plástico reciclado dos oceanos.

Fonte: Soccerbible.com (Acessado em 23/01/2019)

- **Tipos de esporte**

O futebol é um termo comumente utilizado para a prática de uma série de esportes diferentes que utilizam a bola de futebol, como: Futebol de Campo, Futsal, Futebol Society,

Showbol, Futebol de Várzea e Futebol de Areia, que estão representados nas figuras 23 e 24. Estes esportes são habitualmente considerados variantes do esporte principal, o Futebol de Campo, entretanto várias dessas modalidades possuem regras específicas, competições profissionais próprias e até mesmo federações específicas, sendo considerados esportes diferentes do futebol comum. Cabe ressaltar que esta diferenciação tem apenas importância formal, pois para praticantes amadores, principalmente, não há tamanha diferenciação entre as modalidades, sendo todas consideradas apenas futebol.

Este trabalho abordará a criação de fardamentos para a seleção de Futebol de Campo Japonesa, não limitando a utilização dos uniformes para a prática em questão.



Figura 23: Futebol de Campo, Futsal e Futebol Society respectivamente.

Fonte: O autor



Figura 24: Showbol, Futebol de Várzea e Futebol de Areia, respectivamente.

Fonte: O autor

2.2 Identidade e Cultura

Entende-se identidade como o agrupamento de características físicas e intelectuais que formam um ser, podendo este ser influenciado e referenciado por outros estados porque passa em sua existência. Quando identidades diferentes são direcionadas para uma mesma orientação aglomeram-se e formam identidades nacionais. Stuart Hall afirma que a nossa identidade nacional não é inata, mas sim formada e desenvolvida ao longo do tempo (HALL, 2010, p.48), ou seja, há todo um conjunto de significados que são absorvidos ao longo das nossas vidas, uma nação não é meramente uma entidade política, mas sim um “sistema de representação cultural”. Aparte do lado legal do ser cidadão, uma nação é um conjunto de ideias e culturas que formam a identidade de sua população, podendo “gerar um sentimento de identidade e lealdade” (HALL, 2010, p.48, apud SCHWARZ, 1986, p.106).

Relacionando o parágrafo anterior à cultura nipônica, ressalta-se uma identidade cultural muito forte do povo japonês, por ser um país com histórico de relação com o exterior relativamente recente, é possível notar diversas tradições clássicas no cotidiano do povo nipônico, em detrimento da adoção de tradições ocidentais, vistas em outras nações.

Mesmo com este recente processo de globalização do povo japonês, muitos costumes e tradições exteriores foram bem recebidos por eles e tornaram-se grande parte da cultura nipônica, da identidade japonesa, como ocorre com o futebol, por exemplo.

- **A cultura nipônica e o futebol**

O futebol do Japão não possuía grande popularidade no século passado, diferente do que ocorreu no Brasil e na Inglaterra, por exemplo, o futebol teve desenvolvimento tardio no Japão, muito se deve ao fato de que o país se manteve “fechado” por um longo período, afastado dos países do Ocidente. Foi em 1921⁵ quando a Japan Football Association (JFA) foi estabelecida, porém foi apenas na década de 1960 que o futebol no país asiático viria a receber certa importância, com a contratação do técnico alemão Dettmar Cramer para comandar a equipe nos jogos olímpicos de 1968, na Cidade do México.

Até 1948, o campeonato nacional era conhecido como Copa do Imperador, apenas em 1987 o futebol foi declarado pelo então presidente da JFA como uma profissão, e somente em 1991 a JFA anunciou a modernização do torneio, tornando-o uma liga profissional, e dando-lhe características dos torneios conhecidos atualmente, que ficou conhecido como Liga Profissional do Japão, comumente chamada apenas por J-League. Foi somente após a criação deste campeonato que o futebol nipônico ganhou maior popularidade entre os japoneses. Esta popularização deve-se muito ao Governo Japonês em incentivar jovens a praticar o esporte desde o ensino básico. Um dos fatores mais importante foi, sem dúvidas, a entrada de celebridades do futebol estrangeiro em clubes nipônicos, o mais célebre deles, o brasileiro Zico, ídolo do Flamengo-RJ e da Seleção Brasileira. Após este aumento na popularidade do esporte, a qualidade do futebol nacional aumentou e jogadores japoneses foram incentivados a jogar em outros países, algo inédito no país. Exemplo disto é o jogador Kazuyoshi Miura, que fez parte do elenco de diversos times brasileiros, como Santos, Palmeiras e Coritiba, conforme pode-se ver na figura 25, a seguir.



Figura 25: Kazuyoshi Miura (dir.) em atuação pelo Santos Futebol Clube - SP, primeiro jogador japonês a atuar em terras brasileiras.

⁵ Fonte: Embaixada do Japão no Brasil, acessado em: 20/02/2019

Fonte: twitter.com (acessado em 24/06/2019).

Não demorou para as empresas notarem o potencial do esporte no país, e assim, o número de investimentos na modalidade cresceu. Até mesmo a Federação Internacional de Futebol (FIFA), órgão internacional que gere o esporte no mundo, interessada em promover o esporte na Ásia, não tardou em anunciar o Japão e a Coreia do Sul como sedes da Copa de 2002.

Exemplos mais famosos do aumento expressivo da importância dada ao futebol por empresas japonesas são a adoção do personagem Pikachu, do desenho Pokémon, como mascote oficial da seleção na copa de 2018, e a criação de vários desenhos relacionados ao tema, como por exemplo o Captain Tsubasa, exibido no Brasil como Super Campeões, pelo canal de TV pro assinatura Cartoon Network, representados na figura 26 a seguir.



Figura 26: Exemplos de como a mídia e as empresas incentivaram o esporte no país, respectivamente o personagem Pikachu, da série Pokémon, e o desenho animado Captain Tsubasa.

Fonte: Internet (acessado em 24/06/2019).

- **Os samurais azuis**

Normalmente, os uniformes das seleções nacionais seguem o padrão de cores da bandeira do país em questão, entretanto a seleção nacional do Japão possui a alcunha de Samurais Azuis, mesmo que a bandeira do Japão não conste nenhum azul em suas cores. A razão por trás das cores do fardamento nipônico tem razão meramente supersticiosa, pois em 1937, na estreia da equipe nas Olimpíadas de Verão, contra a Suécia, o Japão vestiu azul (figura 27) por mero improviso e venceu os europeus com placar final de 3x2. O futebol europeu já caminhava a passos largos enquanto no país asiático o esporte profissional ainda engatinhava, portanto, a vitória foi vista como heroica. E desde esta data a seleção nacional mantém-se utilizando o fardamento azul. Houve propostas de mudança nas cores do uniforme, para o tradicional vermelho e branco da bandeira, porém a uma série de resultados negativos entre as décadas de 1980 e 1990 fez com que o azul voltasse a ser empregado nos uniformes.



Figura 27: A esquerda, o primeiro manto utilizado em competições oficiais, a direita, o uniforme utilizado em 2003.

Fonte: Mantos do Futebol, acessado em 20/02/2019.

2.3 Signos e símbolos

É imprescindível entender que o futebol é um esporte dotado de história por trás dos escudos e camisetas, há uma enorme simbologia envolvida na criação dos uniformes e escudos de cada time ou seleção. É importante estudar e compreender os significados de cada elemento utilizado nas seleções de futebol de modo a expressar e concretizar os sentimentos dos torcedores e atletas na configuração de um uniforme. O elemento simbólico, segundo Frutiger (1999, p. 203), possui um valor implícito, e ele parte do campo consciente até o inconsciente. Ou seja, a partir do momento que ele passa a representar uma crença, uma filosofia, o elemento simbólico possui seu valor. Portanto a partir do momento em que há relação, mesmo que indireta do símbolo com o receptor, este símbolo possui valor próprio e pode ser considerado, de fato, um símbolo, por representar algo ou alguém.



Figura 28: Construção do desenho do escudo da seleção Japonesa, baseado no símbolo do corvo.

Fonte: jfa.jp (Acessado em 27/02/2019).

- **Misticismo e simbologia nipônica**

O povo japonês sempre procurou formas de associar a natureza com suas crenças, opções e vivências. O autor Hajime Nakamura, em seu livro *“Ways of thinking of Eastern Peoples”*, cita características do modo de pensar japonês, como a inclinação ao intuitivo e ao emocional; a tendência não racionalista; e a simplificação da expressão dos pensamentos por meio da simbologia. O Japão é um país milenar que possui cultura enriquecida por diversos símbolos, relacionados à história, lendas, crenças e culturas, conforme representa a figura 28 anterior. Esse simbolismo cultural afeta diversas áreas do país e podem ser notados até hoje.

A representação de ações, objetos e ideias vem desde a era pré-histórica, e foi a partir do momento em que o ser humano passou a associar imagens à conceitos pré-definidos, foi que a linguagem visual teve seu início: “Nesse momento as figuras transformaram-se numa escrita que conservou o pensamento e a fala de forma a permitir sua representação e, portanto sua leitura em qualquer época.” (FRUTIGER, 1999, p.85). Com base na leitura de Frutiger e em como ele aborda a questão dos sinais que transformam em signos de comunicação por meio da busca pela identidade e pela representação, nota-se que a simbologia japonesa é rica em elementos que expressam sua cultura, a procura pela representação de um conceito mais complexo em uma imagem, de forma a resumir uma ideia em apenas uma imagem. O ideograma mostrou-se eficaz para os japoneses, conforme nota-se nos símbolos a seguir, que possuem representações de mitologias, ou ensinamentos, “Nessa época, além de uma importante tradição oral, a população “analfabeta” dispunha de outros recursos para fixar e transmitir o que pensava e dizia: imagens, símbolos, sinais, sinalizações e “métodos” próprios de escrita.” (FRUTIGER, 1999, p.189).



Figura 29: O Yin Yang, que representa equilíbrio, e a suástica, erroneamente vinculada ao nazismo.
Fonte: Internet (Acessado em 25/03/2019).

A figura 29 anterior exemplifica dois símbolos utilizados para representar uma ideia, e um local, respectivamente. O primeiro representa uma dualidade universal originada de um conceito do taoísmo, o Yin e Yang, a luz e a escuridão, a noite e o dia, a mulher e o homem. Enquanto que o segundo símbolo originalmente foi criado como uma representação de templos e santuários em mapas e sistemas visuais, acredita-se que a suástica possui um significado especial, visto que ela é encontrada em diversas culturas sem relação entre si, no século XIX, com a eclosão da Segunda Guerra Mundial, uma suástica, diferente desta representada anteriormente que possui sentido contrário (horário), o símbolo foi utilizado pelo então exército nazista, e após o término da guerra, este símbolo teve sua longa história ofuscada erroneamente como um símbolo de ódio.

Alguns dos símbolos mais famosos do Japão são conhecidos como Kamon (figura 30) ou apenas Mon, que são emblemas geralmente atribuídos a famílias. Inicialmente aplicados no campo de batalha, para classificar os diferentes clãs, os Kamons logo popularizaram-se como símbolos de famílias e de lendas. A partir da abertura do país ao mundo ocidental, estes símbolos

passaram a representar empresas e organizações (figura 31) e atualmente são comumente utilizados como marcas e assinaturas pessoais.

Cada kamon possui um significado único, e é criado com base nos significados advindos dos nomes de cada família, possuem formato variado e geralmente são aplicados na cor preta.









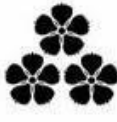
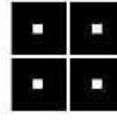

















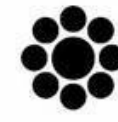
						
Abe	Akagawa	Akai	Akamatsu	Akechi	Aki	Akita
						
Akiyama	Akizuki	Amako	Amakusa	Amano	Ando	Araki
						
Arima	Asahina	Asai	Asakura	Asano	Ashikaga	Ashina
						
Aso	Atagi	Atobe	Baba I	Baba II	Bessho	Chiba

Figura 30: Exemplos de Kamons ligados a famílias japonesas.

Fonte: Pinterest.com (Acessado em 10/06/2019)

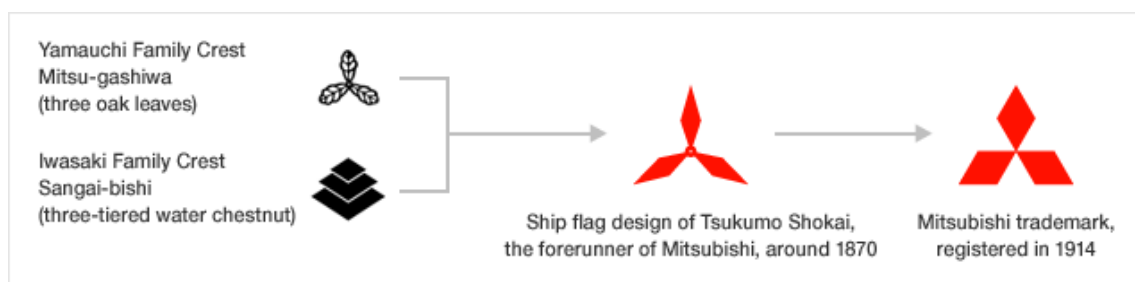


Figura 31: Origem do símbolo da Mitsubishi Motors.

Fonte: Mitsubishi.com, acessado em 20/02/2019.

Outro simbolismo importante para o Japão é oriundo da própria escrita, o alfabeto nipônico, diferente dos alfabetos ocidentais, é um sistema de escrita baseado em símbolos, representações, o ideograma. Enquanto o alfabeto latino, as letras representam apenas sons, como por exemplo o “H”, que se entende como “Agá”, o sistema de escrita japonês possui três alfabetos diferentes, para cada situação específica, ou seja, os ideogramas podem representar sons, onomatopéias, ações ou ideias. Neste texto será abordado o alfabeto “Kanji”, que é um

sistema não fonético, ou seja, cada letra representa uma ideia, podendo ser aplicada em conjunto para criar palavras mais complexas, como por exemplo, ao juntar dois kanjis representantes da palavra árvore para formar a palavra bosque, conforme consta na imagem 32 a seguir.



Figura 32: Exemplos de utilização de kanjis em conjunto.

Fonte: O autor, baseado em imagem da internet, acessado em 20/02/2019.

As artes visuais têm importância sólida na cultura japonesa, e suas ramificações são notadas em várias áreas diferentes. O Japão, assim como vários outros países, possui ricas histórias e lendas nacionais, entretanto um ponto muito forte da cultura japonesa se deve na representação destas lendas por meio de imagens muito características, conforme imagem 33 a seguir. A pintura é uma das expressões artísticas mais populares no Japão. O pincel mantém-se como um instrumento de escrita até os dias de hoje, por isso há tamanha familiaridade com técnicas de pincel e notável sensibilidade aos valores e a estética da pintura.



Figura 33: “Birds and Flowers of the Four Seasons”, exemplo de arte japonesa.

Fonte: Metropolitan Museum of Art

2.4 A estética Japonesa

Estética, no mundo ocidental, é um ramo da filosofia que estuda os valores sensoriais e emocionais relacionados ao sentimento de beleza, ou seja, estuda os fundamentos da beleza e a percepção do que é considerado belo. A partir de sua origem, do grego “aisthesis”, que pode significar percepção ou sensação, entende-se que a palavra estética possui muito mais relação com o sentimento momentâneo que se tem ao observar algo, do que uma ferramenta de medição de beleza.

No Japão, diferente do que ocorre no ocidente, a estética é um conjunto de ideais que busca guiar as manifestações culturais e da materialidade, ela é considerada parte do cotidiano, funcionando como um mote, enquanto que na cultura ocidental, a estética é vista como uma filosofia a ser estudada.

A estética japonesa é formada por um conjunto de termos: yugen, wabi, sabi, etc. Que são utilizados como manifestações visuais próprias do Japão, e guiam toda a consciência do belo para o povo japonês. Muitos termos da estética japonesa foram derivados de tradições budistas, que são originárias de ideais de simplicidade, espiritualismo e relacionamento com a natureza. Tais ideais podem ser facilmente reconhecidos no cotidiano da população, como a importância dada à natureza, e até mesmo alguns termos da própria estética japonesa, como o Wabi-Sabi, estética definida como a beleza da imperfeição, a estética wabi-sabi afirma que as coisas em crescimento ou decadência possuem maior potencial para beleza do que coisas em seu ápice, devido ao fato de que as coisas incompletas estarem em maior transição, e portanto, terem maior potencial de desenvolvimento (KOREN, 1994, p.31).

Este projeto busca abordar alguns dos ensinamentos que a estética japonesa disserta, e por meio destes ideais estéticos, busca inspirar-se na produção dos uniformes, seja por meio de padronagens ou grafismos.

3. PRIMEIRA SÍNTESE

3.1 Requisitos de projeto

Para melhor sintetizar o projeto, alguns requisitos primordiais foram escolhidos para servirem como ponto inicial do projeto, estes requisitos funcionarão como pontos de controle das diferentes etapas que englobam o processo de criação e fabricação de uniformes de futebol.

- **Artefato**

Criação de uma linha completa de uniformes para a seleção japonesa de futebol, a linha consistirá em 3 uniformes, são eles: Uniforme principal, reserva e alternativo.

- **Linguagem visual**

Em conjunto com os novos uniformes, serão revisitados todos os aspectos visuais que compõem o fardamento, como escudo, fontes, patrocínios e etc.

3.2 Público-Alvo

A fim de auxiliar o processo de desenvolvimento do produto, é necessário definir o público-alvo e um perfil de usuário ao qual o projeto irá basear-se. Tendo em mente que os

uniformes propostos neste projeto são voltados para utilização em jogos, o usuário final do produto são os jogadores das diferentes seleções de futebol do Japão.

Visto que não há viabilidade geográfica para validação de alguns dados mais específicos com o público-alvo final, as pesquisas com os usuários foram feitas com praticantes e fãs do esporte, conforme nota-se no mapa semântico de usuários (figura 34), que residam no Distrito Federal, bem como simpatizantes da cultura nipônica.



Figura 34: Mapa semântico de usuários.

Fonte: O autor

- **Mapa Empático**

O Mapa Empático (figura 35) é uma ferramenta que auxilia na definição de perfil do usuário, com base nas entrevistas feitas com os atletas, e na própria vivência do autor, foi possível traçar algumas características importantes para o projeto, bem como retirar informações antes não percebidas pelo método da pesquisa teórica simples. (HIRATA, 2018 p.23)



Figura 35: Mapa empático

Fonte: O autor

• Análise da Tarefa

A análise da tarefa é feita com o intuito de investigar as ações de uma determinada atividade, de modo que todas elas sejam anotadas. Os dados são compilados e deles é possível retirar percepções e problemáticas não constatadas em uma análise superficial. Pazmino (2017, p.122) afirma que uma análise de tarefas possibilita um exame detalhado do que a autora chama de interface Homem-produto, e que a utilização deste método auxilia tanto como fonte de inspiração como em descobertas de novos usos.

Por meio da observação livre e de entrevistas informais com praticantes do futebol de diferentes categorias e idades, bem como a vivência do próprio autor na prática esportiva, foi possível auferir uma breve análise do cotidiano dos esportistas, que se segue: Chegada ao local, colocação do equipamento (chuteira, caneleiras, etc.), delimitação dos times (em caso de jogos informais), delimitação de táticas (em casos de campeonatos formais), jogo.

As conversas se mostraram uma ferramenta importante para análise do cotidiano dos jogadores, além de possibilitar uma análise espontânea, diferente do que ocorre em questionários pré-definidos, o fato do autor também praticar o esporte facilita no entendimento de todas as etapas que constituem a prática esportiva.

Um ponto negativo de se entrevistar atletas majoritariamente amadores, é a impossibilidade de levantar possíveis necessidades que um profissional tem durante a prática esportiva, visto que as demandas de um profissional são substancialmente maiores e mais específicas do que um atleta amador.

3.3 Situações de Uso

Como explicitado anteriormente, este projeto trata-se de uma demanda fictícia, entretanto no cerne do projeto, os uniformes foram desenvolvidos para serem utilizados em partidas oficiais disputadas pelas diversas categorias da seleção japonesa de futebol. Não obstante, é necessário analisar os uniformes não apenas como vestimentas para os atletas, mas como peças voltadas para os fãs da modalidade também, portanto, levou-se em consideração a utilização da vestimenta como peça do cotidiano também.

Várias empresas possuem dois tipos de uniformes em suas coleções, um voltado para o jogo, que possui as melhores e últimas atualizações tecnológicas disponíveis, e um voltado para o público geral, a diferença se dá na qualidade e no tipo do tecido, do processo de manufatura e da tecnologia utilizada, bem como no preço final da peça, a seguir (figura 36) é possível constatar análises as diferenças dos uniformes ditos profissionais e amadores.



Figura 36: Análise comparativa entre os tipos de camiseta da fabricante Puma.
Fonte: footyheadlines.com (Acessado em 27/06/2019).

3.4 Materiais

O futebol é um esporte que movimenta centenas de milhões de dólares no mundo todos os anos, as empresas ligadas à fabricação dos equipamentos buscam todos os anos melhorar o processo de desenvolvimento dos equipamentos, pelo melhor aproveitamento do tecido, para melhorar performance dos atletas, e isto esteve ligado ao design. É importante para qualquer profissional da área de criação não apenas buscar relacionar seu produto ou serviço ao público-alvo apenas com finalidade estética, mas também prezar para com o meio ambiente, estudando os diferentes processos envolvidos nas suas criações e no ciclo de vida do produto.

Em virtude da Seleção Japonesa de Futebol ter seus uniformes fabricados pela Adidas, os materiais estudados neste projeto são os empregados pela empresa questão, cabe ressaltar que

a grande maioria dos materiais e métodos de produção são registrados, o autor utilizará os nomes oficiais utilizados pela empresa para referir-se aos materiais.

As camisetas dos times patrocinados pela Adidas são fabricadas em malha dupla feitas 100% de poliéster reciclado, as informações editáveis, como nomes, números e símbolos são aplicados pelo método de transferências térmica (*Heat Transfer*) para diminuir o peso final da peça. Outro fator importante é o corte diferenciado das camisetas profissionais daquelas vendidas ao consumidor comum, como é possível notar nas imagens 37, 38 e 39 a seguir.

As camisetas voltadas para uso profissional possuem o selo “Authentic”, que utiliza os métodos listados anteriormente e possui tecnologia “Climachill”, criada para melhorar o desempenho do atleta durante os jogos. Já as camisetas voltadas para o público geral, não têm um selo específico, e diferentemente, utilizam a tecnologia “Climalite” que também é uma tecnologia voltada para melhorar o desempenho, porém não conta com algumas tecnologias específicas, como por exemplo, a aplicação em *Heat Transfer* dos escudos e símbolos.



Figura 37: Nota-se clara diferença na aplicação do escudo nas camisetas Authentic (Climachill) e replica (Climalite).

Fonte: footyheadlines.com (Acessado em 28/05/2019).

Climachill é uma tecnologia da Adidas que consiste no uso de tramas específicas em locais do corpo onde há concentração de calor, de modo que as diferentes tramas facilitem a absorção e posterior evaporação do suor corporal. Já o Climalite, é um tecido feito com uma mescla de algodão e materiais sintéticos, que também auxilia na absorção e evaporação do suor corporal. Constata-se, então, que a primeira tecnologia, constitui-se de uma trama específica, enquanto que a segunda, é um material fabricado pela empresa.

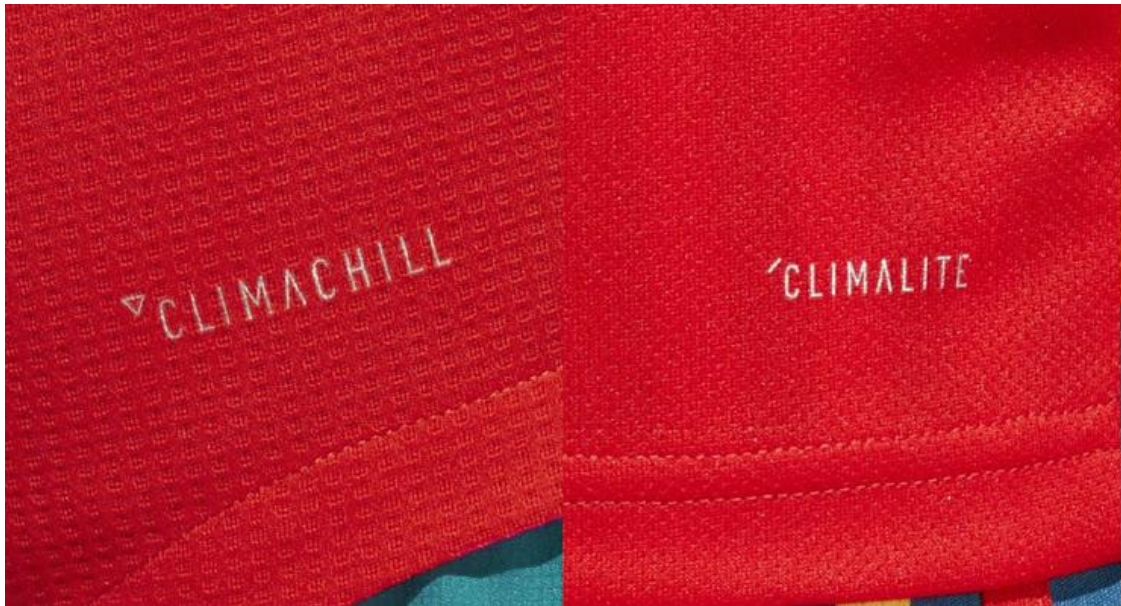


Figura 38: Diferença no tecido em camisetas “Climachill” e “Climalite”, respectivamente.
 Fonte: footyheadlines.com (Acessado em 28/05/2019).



Figura 39: Diferença no corte da barra das camisetas “Climachill” e “Climalite”, respectivamente.
 Fonte: footyheadlines.com (Acessado em 28/05/2019).

3.5 Inspirações

São incontáveis inspirações de projetos de design realizados com camisas de futebol, para este projeto foram escolhidos dois uniformes para uma breve análise, devido a similaridade com este projeto.

O primeiro é o uniforme do México, para a Copa do Mundo de 2014, feito pela Adidas, em que a principal inspiração veio da cultura de Wrestling mexicana, nota-se referência nos detalhes na máscara que inspirou o desenho impresso na camiseta, não apenas características visuais foram utilizadas, mas a camisa também buscou transmitir a ideia de coragem e força, que vem associadas com os atletas de Wrestling.



Figura 40: Referência da máscara de Wrestling (esq.) para a confecção da camisa titular mexicana (dir.)
Fonte: O autor

O segundo projeto é do uniforme da seleção de Ghana, também para a Copa do Mundo de 2014, desta vez, foi fabricado pela Puma. Este uniforme foi inspirado nos tecidos Kente, populares no país, as roupas feitas por este tecido são caracterizadas por formas geométricas e padronagens multicoloridas. Os detalhes são posicionados na gola e nas mangas do uniforme, conforme se nota na imagem 41 a seguir.



Figura 41: Detalhes da camisa titular de Ghana, na copa de 2014.
Fonte: Footyheadlines (Acessado em 11/04/2019).



Figura 42: Trajes feitos a partir dos tecidos Kente
Fonte: MoMA (Acessado em 11/04/2019).

4. GERAÇÃO DE ARTEFATO

4.1 Novo escudo

Inicialmente, antes da etapa de geração de alternativas, buscou-se revisitar o formato do escudo utilizado pela seleção. O escudo atual traz a imagem do Yatagarasu, corvo da mitologia japonesa que representa a intervenção divina em terra, cada perna simboliza uma virtude dos Deuses: Sabedoria, benevolência e valor. Segundo o xintoísmo, a lenda do Yatagarasu diz que o animal foi enviado pela deusa Amaterasu (Deusa do Sol), para orientar o imperador Jimmu na conquista das terras que posteriormente se tornariam o Japão, por isso o Yatagarasu é reconhecido como o Corvo que guia à vitória, fazendo com que a Federação Japonesa de Futebol o adotasse como mascote oficial, a seguir constam o escudo mais atual (dir.) ao lado do escudo antigo, adotado até 2017.



Figura 43: Evolução do escudo da Seleção Japonesa de Futebol.
Fonte: jfa.jp/eng (Acessado em 20/02/2019)

Devido o seu caráter fortemente ligado à história japonesa, optou-se por manter a figura do Yatagarasu no escudo, porém aplicando algumas modificações para atualizá-lo e simplificá-lo. Inicialmente um estudo de similares foi realizado (figura 44) com times que possuem pássaros como parte do seu escudo, a fim de analisar as aplicações e inspirações utilizadas na criação dos desenhos.



Figura 44: Painel de referência 1 de escudos.

Fonte: O autor

Outro painel de referências foi criado (figura 45) para analisar, desta vez, outros projetos de modernização de escudos desenvolvidos por agências de design, nota-se uma clara diferenciação na abordagem do design nestes projetos. Os escudos são considerados marcas de relacionamento das agremiações com os torcedores, diferente do que ocorria anteriormente, onde os escudos eram representações visuais da história do clube.



Figura 45: Painel de referência 2 de escudos.

Fonte: O autor

Nestes outros escudos analisados, nota-se uma simplificação dos escudos tradicionais. O significado na criação de muitos deles se deve ao fato da tentativa de simplifica-los .As agências responsáveis determinaram que um desenho simplificado e contemporâneo possui melhor reconhecimento, e é facilmente reproduzível nos diversos meios, principalmente digitais, muitos desses escudos foram duramente criticados pela exacerbada simplificação, em detrimento das raízes históricas dos clubes.

É importante delimitar as fronteiras entre o atual e o histórico, de modo que a revisitação do escudo mantenha sua relevância histórica, e a relação com o torcedor, mesmo que o escudo seja renovado. A seguir, imagens 46, 47 e 48 seguem alguns estudos realizados do novo escudo.



Figura 46: Croquis e testes realizados na geração de alternativas.

Fonte: O autor



Figura 47: Croquis e testes realizados na geração de alternativas.

Fonte: O autor



Figura 48: Ajustes realizados na geração de alternativas.

Fonte: O autor

A alternativa proposta na figura 49 a seguir mantém a figura do corvo, porém há uma simplificação em sua forma. Mantém-se a forma da bola vermelha, que simboliza o sol e a bola de futebol, bem como as cores, que foram consideradas primordiais, o preto simbolizando o corvo, e o vermelho o sol. A sigla JFA foi retirada para melhorar a legibilidade e foi aplicado um círculo em volta do desenho, para manter o formato de um escudo, revisitando, ao mesmo tempo, os antigos desenhos dos Kamons, abordados no tópico 2.3 deste relatório.



Figura 49: Proposta de novo escudo em positivo e com contorno branco.

Fonte: O autor

Optou-se por retirar a representação das pernas do corvo com a finalidade de simplificar o desenho, principalmente para melhorar a visualização em meios digitais. Porém as três pernas do animal possuem um significado importante, para mantê-los optou-se por representar o número três de maneira diferente, serão três partes com penugem, ambas as asas e a cauda, cada qual com três representações de penas, desta forma mantém-se a importância do numeral com uma alternativa às três patas, mesmo que de forma sutil.

A seguir está um exemplo de aplicação do escudo em uma camiseta, conforme demonstra-se na figura 50 a seguir.



Figura 50: Exemplo de aplicação.

Fonte: O autor

Testes de cor foram realizados para garantir a melhor aplicação do novo escudo, uma vez que as cores possuem grande importância para o significado do escudo, escolheu-se aplicar um contorno branco em volta do escudo, desta forma foi possível manter a legibilidade e as duas cores principais, o preto e o vermelho, sem a necessidade de criar opções em negativo, ou até mesmo modificar as cores principais em situações de baixo contraste. Deste modo, os cortes que constam no círculo que circunda a ave foram retirados para melhorar a visualização do escudo em aplicações de baixo contraste, visto que a adição do contorno branco aumenta a área total do desenho do corvo. A seguir estão alguns dos testes realizados, conforme mostra a figura 51.



Figura 51: Estudos de cor e aplicação do novo escudo.

Fonte: O autor

4.2 Paleta de cores

As cores dos kits foram escolhidas com base em três aspectos da cultura japonesa escolhidos pelo autor, a cor principal, que constará no uniforme titular remete ao classicismo japonês, e o azul foi o escolhido, pela sua relação com a alcunha da seleção e todos seu significado. O uniforme reserva terá o branco como base, relacionando-se ao bucolismo e ao sentimento de paz, que é muito forte na cultura local. Já o terceiro kit terá o vermelho como cor predominante, e remeterá às paisagens urbanas e dinâmicas do Japão, principalmente com o aumento da cultura pop no país. O preto composto também foi adicionado a paleta para dar suporte às demais cores escolhidas.

Abaixo constam os mapas visuais de cada aspecto escolhido para a paleta de cor, estes painéis também servirão de base para os estudos de novas propostas de camisetas propostas. Cada imagem possui uma palavra que resume a sua ideia principal.



Figura 52: Mapa visual 1 – Classicismo

Fonte: O autor

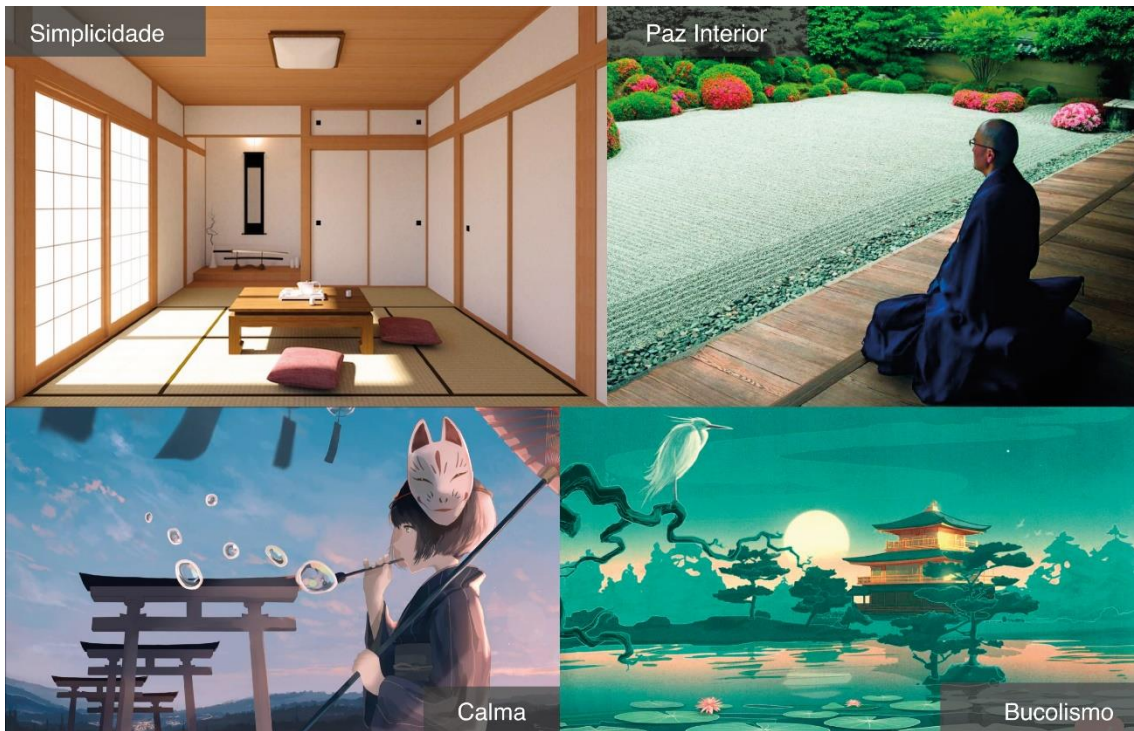


Figura 53: Mapa visual 2 – Serenidade

Fonte: O autor



Figura 54: Mapa visual 1 – Dinamismo

Fonte: O autor

Foi criada uma paleta de cor que incluísse todas as cores base de cada uniforme, de modo que haja relação entre as cores e que as características ressaltadas nos mapas visuais sejam relacionadas com as cores escolhidas. A fim de garantir a possibilidade de replicação das cores em vários suportes diferentes (web, impresso, tecido, tinta, etc.) foram escolhidas cores

da tabela Pantone, e seus respectivos códigos em CMYK, RGB e HEX, consoante com a imagem 55 a seguir.



Figura 55: Paleta de cor proposta para o projeto.

Fonte: O autor

4.3 Tipografia

A fonte dos números foi criada pelo autor, conforme consta na imagem 56 a seguir, baseando-se principalmente nos próprios alfabetos japoneses, linhas largas e predominantemente retas dão uma característica contemporânea e simples, que se busca ao retratar números.

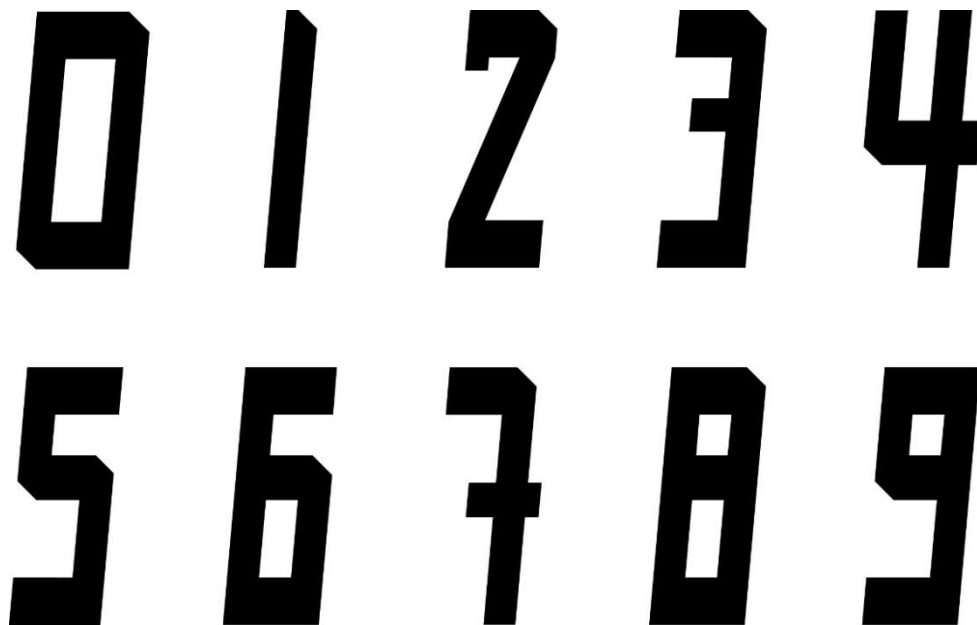


Figura 56: Fonte proposta para os números.

Fonte: O autor

Alguns detalhes foram adicionados tendo em vista uma personalização da fonte, pequenos cortes foram colocados nos vértices dos números com o intuito de suavizar as linhas retas. Os números também foram levemente tombados para a direita, a fim de denotar dinamismo, sem perder a legibilidade e aplicação nas costas (figura 57)



Figura 57: Detalhamento da fonte.
Fonte: O autor

A inspiração para a criação da família tipográfica utilizada nos números teve forte inspiração no próprio alfabeto nipônico. O sistema de escrita japonês conta com três alfabetos, sendo o kanji uma escrita por ideogramas, originada na China, e os alfabetos silabários conhecidos como Hiragana e Katakana. A caligrafia nipônica é vista como uma metáfora para a própria vida, portanto as mudanças nos traços, intervalo e espessura da linha tem relação com a mensagem que se busca passar. Para tal foram utilizados traços com larga espessura, para denotar força, um leve deslocamento do eixo para transmitir a ideia de dinamismo, e também há inspiração nos tipos góticos, a fim de simplificar os caracteres e prover-lhes de força e identidade visual.

Já a fonte escolhida para os nomes foi a “BN Machine”, uma fonte sem serifa pré-existente, conforme consta na figura 58 a seguir. A escolha da fonte deveu-se pela linguagem visual semelhante à dos números, alinhando a modernidade dos traços predominantemente fixos, ao peso da fonte. Foram feitos ajustes de kerning e peso da fonte original, de forma a melhorar sua legibilidade e relação com a fonte dos números.



Figura 58: Fonte proposta para os nomes dos jogadores.
Fonte: O autor

A seguir, na imagem 59, consta um exemplo de aplicação conjunta das fontes escolhidas, bem como uma breve explicação dos detalhes.



Figura 59: Teste de aplicação conjunta das fontes.

Fonte: O autor

4.5 Geração de alternativas

Inúmeros teste foram feitos com a finalidade de encontrar a melhor opção, considerando os requisitos elencados anteriormente, a seguir encontram-se alguns estudos de corte e grafismos (figuras 60 e 61), os demais rascunhos encontram-se nos ANEXOS deste relatório.

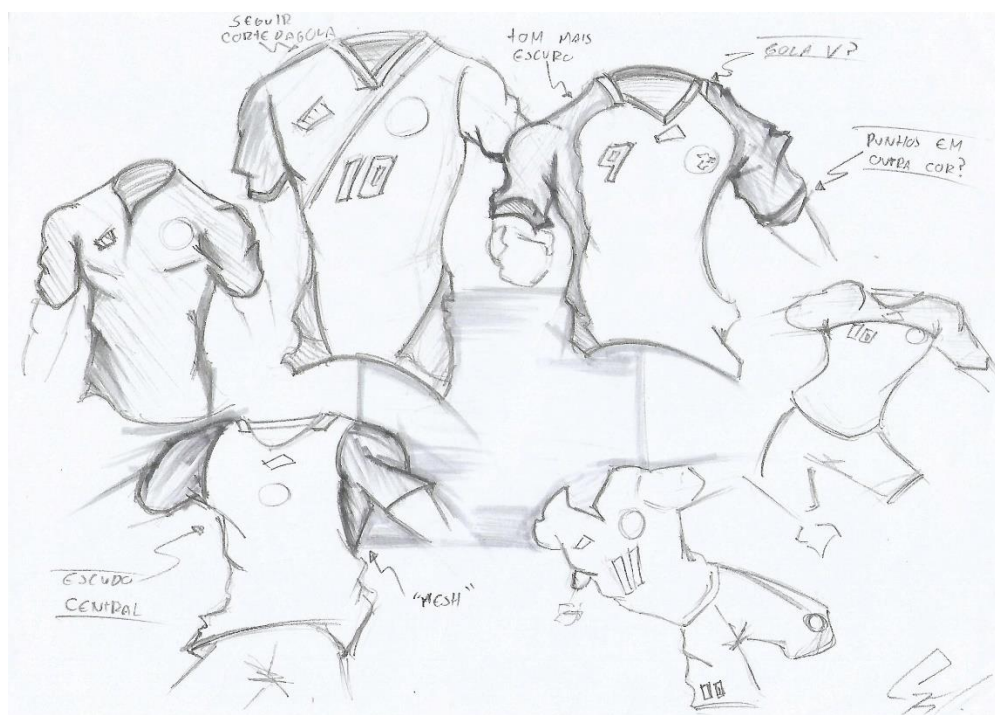


Figura 60: Geração de alternativas das camisetas.

Fonte: O autor

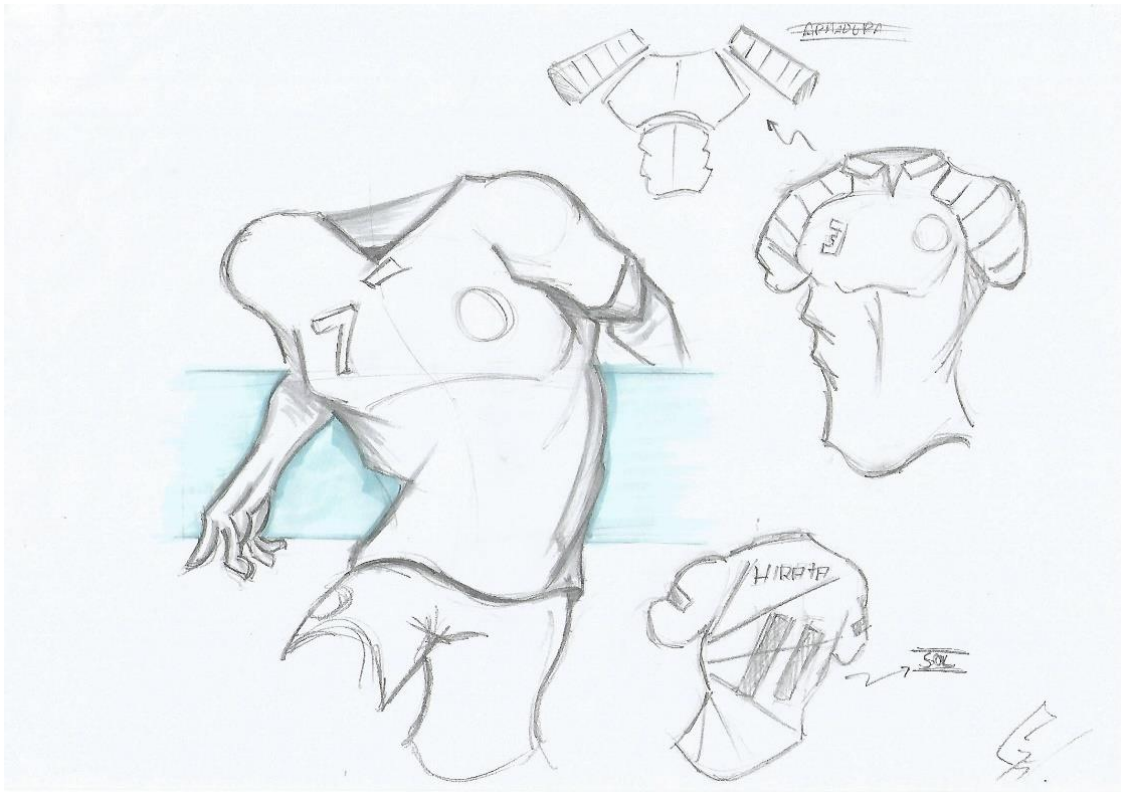


Figura 61: Geração de alternativas das camisetas.
Fonte: O autor

Cada uniforme terá como base um aspecto da cultura visual refletido nos grafismos, cortes e cores escolhidos, a seguir na figura 62, constam os modelos em arte digital.



Figura 62: Geração de alternativas das camisetas.
Fonte: O autor

- **Uniforme Titular**



Figura 63: Detalhamento da camisa titular.

Fonte: O autor

A camisa titular manteria o azul escuro como cor base pois a cor possui estreita relação com o time, e busca inspiração nas armaduras dos samurais, relacionando-se diretamente com a alcunha da seleção (Samurais Azuis). Nas armaduras dos samurais, há o uso de uma camisa de tecido por baixo da armadura que fica visível em partes específicas, por isso detalhes em branco foram adicionados ao uniforme de modo que haja uma mimetização deste detalhe. Além disto, grafismos em um tom de azul mais escuro foram adicionados para simular as chapas de metal que regem as armaduras (figura 64).



Figura 64: Inspiração para a camisa titular.

Fonte: O autor

Optou-se pela inspiração nas armaduras “ō-yoroi” (figura 64) que são as mais comuns dos samurais, utilizadas largamente no Japão Feudal. A armadura é constituída por chapas de ferro aplicadas em camadas, que simulavam escamas, em conjunto com uma parte interna em couro e tecidos, esta construção buscava aliar proteção com mobilidade para o samurai. Tais características resultavam na representação visual vista na figura 64 anterior, que foi mimetizada na camiseta titular deste projeto.

É interessante notar que nas armaduras ō-yoroi, havia a necessidade de prover proteção ao mesmo tempo que era necessário mobilidade aos samurais, semelhante ao que ocorre com os uniformes atuais. Outro paralelo refere-se ao fato de que as armaduras, além da defesa, serviam como representações de clãs e famílias no campo de batalha, ao passo que os uniformes atuais também possuem esta característica simbólica, os jogadores representam uma nação.

- Uniforme Reserva



Figura 65: Detalhamento da camisa reserva.

Fonte: O autor

O uniforme reserva aborda o aspecto simplista e pacífico da população japonesa, portanto decidiu-se trabalhar com a cor branca, aplicando apenas alguns detalhes em vermelho. Um dos destaques desta camiseta deve-se a utilização de um kamon como grafismo, este grafismo foi inspirado na simbologia das Libélulas, que de acordo com a cultura nipônica inspiram coragem e alegria. A esquematização a seguir (figura 66) demonstra o processo criativo utilizado na criação do kamon.

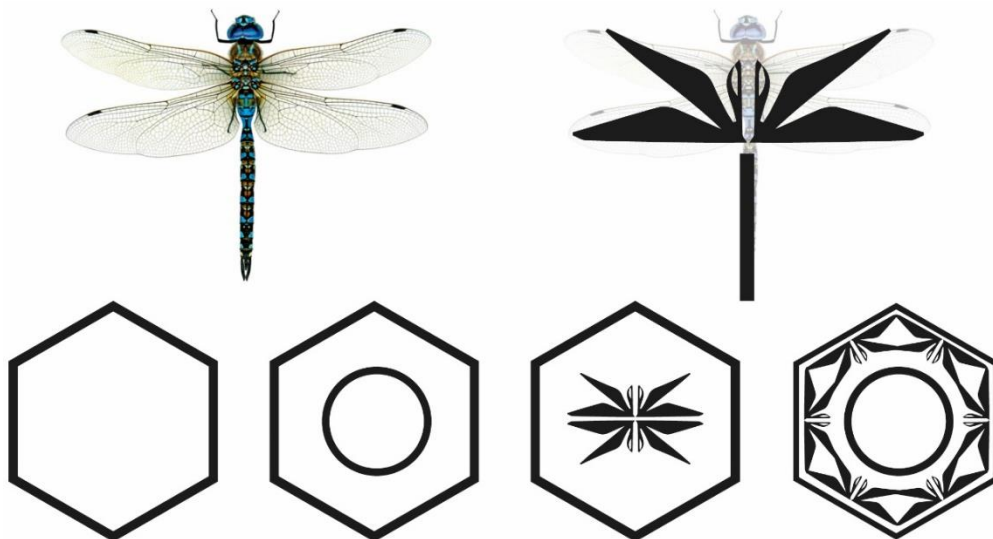


Figura 66: Processo criativo do kamon utilizado.

Fonte: O autor

No Japão, assim como em algumas outras culturas asiáticas, as libélulas são vistas como símbolos do sucesso, da vitória e da força. Alguns símbolos se devem as características físicas do próprio animal, que é ágil, possui asas iridescentes e sensíveis ao vento. Outras razões para sua simbologia se deve à relação deste animal com as colheitas de arroz nestes países, por ser um animal que se alimenta de outros insetos, dentre eles pragas, e por viverem em lagos e rios, são comumente ligadas à boas colheitas e são critério para atestar a qualidade do meio ambiente em que vivem.

- **Uniforme Alternativo**



Figura 67: Detalhamento da camisa alternativa.

Fonte: O autor

Já a camisa alternativa, buscou-se empregar o aspecto dinâmico e exótico que é o Japão do século XXI, conforme é exemplificado no painel visual da figura 55. A cor escolhida foi o vermelho, em um tom vibrante, aplicando detalhes em faixas diagonais, inspiradas nas silhuetas das grandes cidades, a fim de indicar dinamismo.



Figura 68: Inspiração para a camisa alternativa

Fonte: O autor

5.1 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

5.1 Processo de Fabricação

Por se tratar de um projeto fictício, não havendo demanda direta da seleção ou mesmo da fornecedora oficial, não foram feitos protótipos reais com as tecnologias e modelos da empresa em questão. Entretanto é importante conhecer os processos de fabricação relacionados à produção dos modelos propostos.

Para modelos voltados para seleções, como é o caso do Japão, os uniformes contam com a última tecnologia em relação à processos de fabricação e materiais utilizados. As camisas de futebol são feitas em poliéster reciclado, conforme nota-se na imagem a seguir, e tecnologia é patenteada com o nome de “Climachill”, onde é aplicado um conjunto de tramas diferentes a depender do local da camiseta, para facilitar absorção de suor e assim melhorar o rendimento do atleta, conforme abordado no tópico 3.4. O escudo, a marca do fabricante e demais detalhes são aplicados por um método de colagem por calor, para diminuir o peso e melhorar o ajuste no corpo.

5.2 Reciclagem e reutilização

A fim de facilitar a reciclagem de seus produtos, a Adidas adotou a utilização de poliéster reciclado nas camisetas, muitos desses plásticos, que são a fonte do poliéster utilizado, provém dos oceanos, a Adidas fechou uma parceria com a organização “Parley for the Oceans” onde a empresa Alemã produziu uma linha toda feita de material reciclado. A seguir consta, na imagem 69, uma breve esquematização do processo que o plástico leva até virar o fio que originará o tecido das camisetas.

Inicialmente é feito uma separação do plástico (poliéster) com os demais detritos, após esta etapa é feita a limpeza do material e posteriormente ele é triturado em pequenas lâminas, para somente então passar por outra trituração, a fim de diminuir ainda mais os pedaços de material, finalmente, quando o plástico encontra-se em pequenos “grãos”, ele então é derretido e passa por um processo de extrusão, onde o plástico derretido é transformado em fios que serão utilizados em diversas finalidades, desde tênis até as famosas camisetinhas de futebol.



Figura 69: Processo simplificado da transformação do plástico em fios.

Fonte: parley.tv (Acessado em 22/06/2019)

É de suma importância que os profissionais responsáveis pela criação e as empresas fabricantes destes uniformes possuam uma visão voltada para o meio ambiente, pois além da visão sustentável que esta ação traz consigo, há ainda o lado econômico, onde é necessário pensar num ciclo para o seu produto final, gerando assim, redução de custos e posteriormente, lucros.

6. PRODUTO FINAL

Os modelos finais foram resultados de diversos estudos realizados na duração deste projeto, as características foram pensadas tendo em vista três pontos julgados principais: Conforto, performance e identidade com o país escolhido. Nota-se que para a criação de uma linha de uniformes é preciso não apenas entender o contexto em que o jogador profissional está inserido, mas como o futebol tornou-se um fenômeno mundial e popular, é necessário compreender todos os aspectos que o envolvem, que vão desde aspectos técnicos, quanto também teóricos, estudar a cultura japonesa e a cultura esportiva tiveram primordial importância no andamento deste projeto.



Figura 70: Proposta de novas camisetas finalizadas.

Fonte: O autor



Figura 71: Coletânea do novo projeto.

Fonte: O autor

7. CONCLUSÃO

Este projeto teve como base um interesse pessoal do autor pelo futebol, o qual motivou as possibilidades de aplicação dos diversos conhecimentos do design na criação de camisetas para um dos esportes mais famosos do mundo. Escolheu-se trabalhar um projeto para uma seleção cuja as raízes culturais pertencem ao próprio autor. Optou-se por manter o trabalho no campo fictício, sem o compromisso com um cliente real, pela liberdade de se trabalhar o processo de criação. Foi possível abordar diversas áreas de conhecimento, desde o design e a identidade visual, até projetos de design de moda e produto. Para tal, foi preciso buscar conhecimentos teóricos e práticos para auxiliar nos estudos.

Entende-se que o projeto alcançou o objetivo almejado por apresentar um estudo, no qual se fez o levantamento dos uniformes da Seleção Japonesa de Futebol, para então, através da criação de elementos simbólicos reforçar o caráter identitário de uma cultura. Entretanto, alguns obstáculos foram encontrados, principalmente em relação às questões ligadas a manufatura de protótipos, muito por se tratar de um projeto de seleção, onde as federações possuem contratos com fabricantes multinacionais, como é o caso da Seleção Japonesa, e muitos materiais e processos são patenteados e possuem alta tecnologia inserida.

Uma possível prospecção futura relaciona-se à apresentação formal da proposta para a Federação Japonesa de Futebol, como um estudo realizado e uma proposta de novos uniformes, ou seja, tornar o projeto fictício em um projeto real.

REFERÊNCIAS BIBLIGRÁFICAS

- BAXTER, Mike. **Projeto de Produto: Guia prático para o design de novos produtos**. Tradução Itiro lida. 3ª ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2011.
- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Ubu Editora, 2016.
- FRUTIGER, Adrian. **Sinais e Símbolos** : Desenho, projeto e significado; São Paulo: Editora Martins Fontes, 1999.
- GARFIELD, Simon. **Esse é meu tipo: Um livro sobre fontes**. 1ª ed. Tradução Cid Knipel. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2012.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva & Guaciara Lopes Louro. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.
- HIRATA, Guilherme Senoo. **Projeto de um robô voltado para auxiliar nas atividades de resgate das Corporações do Corpo de Bombeiros**. UnB. Trabalho de Conclusão de Curso. 2018.
- JARDÍ, Enric. **Pensar com Imagens**. 1ª ed. São Paulo: Editorial Gustavo Gili. 2012
- KOREN, Leonard. **Wabi-sabi for artists, designers, poets & philosophers**. Berkeley: Stone Bridge Press, 1994.
- MEUREN, Henrique Lima. **Uniforme do Cerrado, por uma identidade Brasileira no Futebol**. Tese de Conclusão de Curso, 2014.
- NAKAMURA, Hajime. **The ways of thinking of eastern**. Universidade de Michigan. Editora Greenwood Press. 1960.
- ONO, Maristela. **Design e cultura: Sintonia essencial**. 2006.
- PACHECO, Rachel P. **Empatia para que? Contribuições do Design para o ensino de crianças autistas**. UnB. Trabalho de Conclusão de Curso. 2016.
- PAZMINO, Ana V. **Como se cria: 40 Métodos para design de produtos**. 1ª reimpressão. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2017.
- RUPERTO, Pedro M.C. **Quadriciclo esportivo movido a pedal para descidas e derrapagem em terrenos pavimentados**. UnB. Trabalho de Conclusão de Curso. 2016.

- STALLYBRASS, Peter. **O Casaco de Marx: Roupas, memória, dor**. 3ª ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora. 2008.
- SANTOS, T. M. M. dos. **Ergonomia no design de vestuário de trabalho: da percepção do designer à sua aplicação através da ergonomia Kansei**, 2019. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsair&AN=edsair.o d.....1503..1eb42af22d1d6d587d1574d467509d5&lang=pt-br&site=eds-live.>> Acesso em: 14 jan. 2019.

Internet

Adidas. Disponível em: <https://www.adidas.com.br/>.

Federação Internacional de Futebol (FIFA). Disponível em: <https://www.fifa.com/>.

Federação Japonesa de Futebol. Disponível em: <http://www.jfa.jp/eng/>.

Footy Headlines. Disponível em: <https://www.footyheadlines.com/>

Mantos do Futebol. Disponível em: <https://mantosdofutebol.com.br/>

More2. Disponível em: <http://more2.com.br/index.html>

Nike Inc. Disponível em: <https://www.nike.com.br/>.

Parley. Disponível em: <https://www.parley.tv/>.

Soccerbible. Disponível em: <https://www.soccerbible.com/>.

Apresentação Iniesta. Disponível em:

<<https://www.marca.com/en/football/international-football/2018/05/24/5b06780c268e3e3b548b45e6.html>>. Acessado em 27/12/2018.

Bayer e Bayer 04 Leverkusen Disponível em:

<<https://www.bayer.com.br/sustentabilidade/responsabilidade-social/cultura-esporte/bayer-04-leverkusen/>>. Acessado em 07/06/2019.

Pyramids FC. Disponível em: <<https://esportes.r7.com/futebol/keno-e-rodriguinho-vivem-suspense-no-egito-com-ameaca-de-time-fechar-25092018>>. Acessado em 12/12/2018.

Equipes Red Bull. Disponível em: <<https://colgadosporelfutbol.com/en/red-bull-tiene-cinco-equipos-de-futbol/>>. Acessado em 07/06/2019.

Nadeshiko Japan. Disponível em:

<<https://www.japantimes.co.jp/sports/2015/06/06/soccer/womens-world->

cup/champs-japan-counting-on-experience-at-womens-world-cup/#.XBB4sGhKiUk>. Acessado em 12/12/2018.

Comparativo entre camisetas Authentic e Replica Adidas. Disponível em: <<https://www.footyheadlines.com/2017/11/no-more-adizero-climalite-vs-climachill-all-new-adidas-2018-world-cup-kit-technologies.html>>. Acessado em 28/05/2019.

Departamento de Design na Adidas. Disponível em: <<https://careers.adidas-group.com/teams/makers/design>>. Acessado em 13/12/2018.

Ts'uh Kúh (Cuju), Antigo futebol chinês. Disponível em: <<http://ancient-chinese-life.blogspot.com/2011/01/chinese-ancient-football-cuju.html>>. Acessado em 12/12/2018.

Torcedores.com. Disponível em: <<https://www.torcedores.com/noticias/2018/11/opiniao-como-era-bom-jogar-futebol-de-rua>>. Acessado em 24/12/2018.

Tecido Kente. Disponível em: <<https://www.moma.org/audio/playlist/43/696>>. Acessado em 11/04/2019.

Embaixada do Japão no Brasil. Cultura, Futebol. Disponível em: <<https://www.br.emb-japan.go.jp/cultura/futebol.html>>. Acessado em 20/02/2019.

Por que o futebol é o esporte mais popular do mundo? Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/revista/2018/06/20/interna_revista_correio,689793/por-que-o-futebol-e-o-esporte-mais-popular-do-mundo.shtml>. Acessado em 12/12/2018.

Símbolos Kamon de famílias japonesas. Disponível em: <<https://www.pinterest.fr/pin/125678645828934659/>>. Acessado em 10/06/2019.

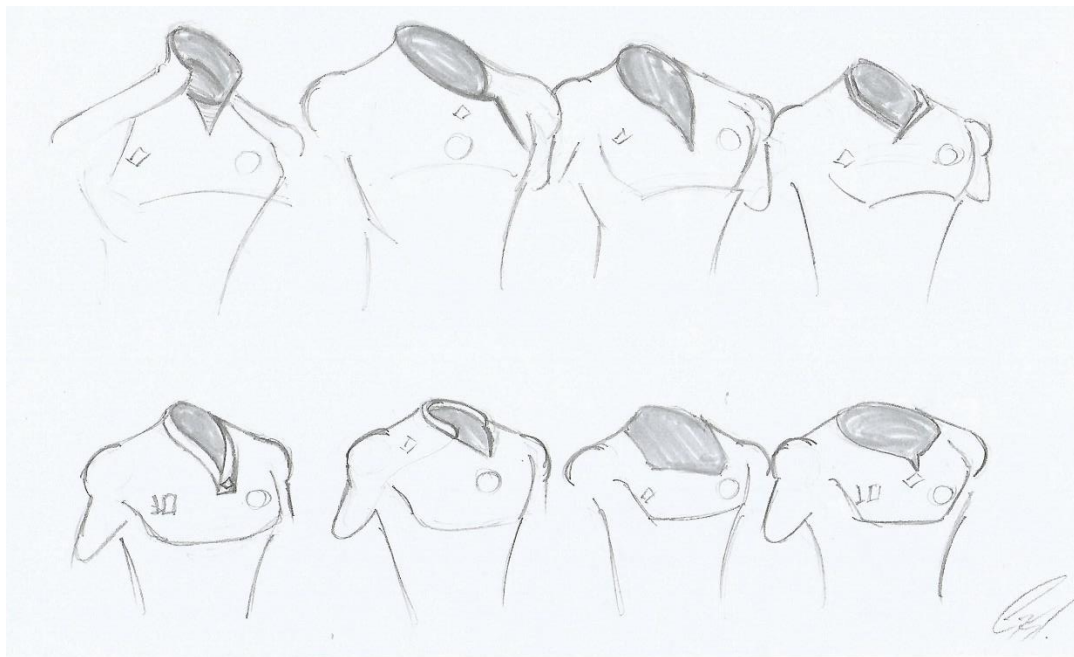
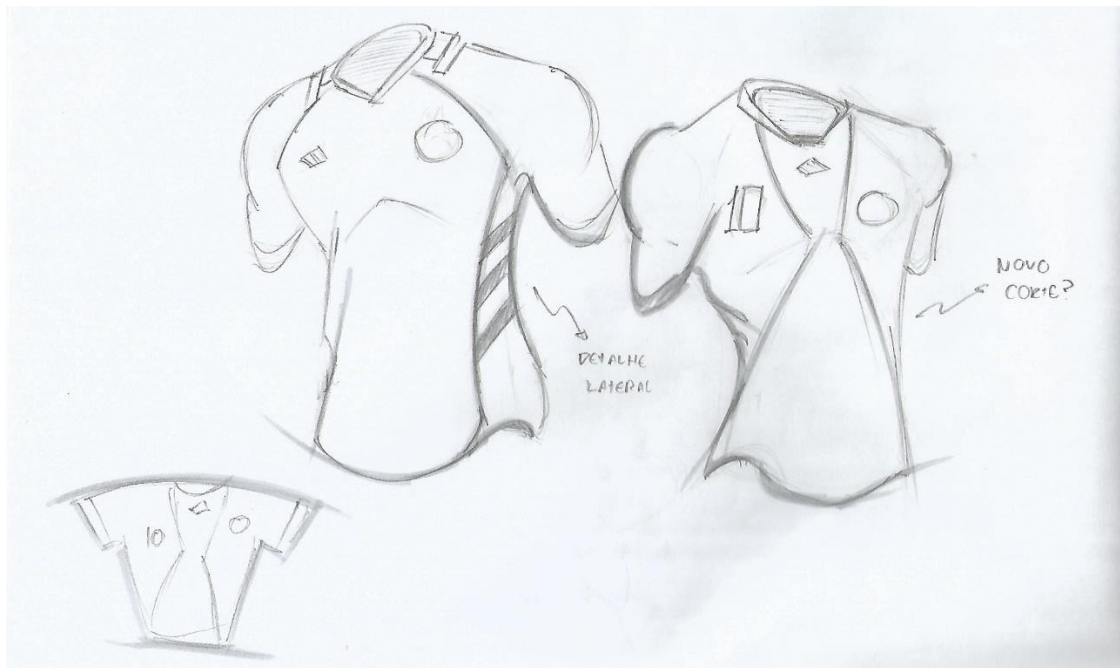
30 fotos raras da história do futebol. Disponível em: <<https://historiadigital.org/curiosidades/30-fotos-raras-da-historia-do-futebol/>>. Acessado em 23/01/2019.

A evolução dos uniformes de futebol. Disponível em: <<https://jornalismofc.wordpress.com/tag/climacool/>>. Acessado em 23/01/2019.

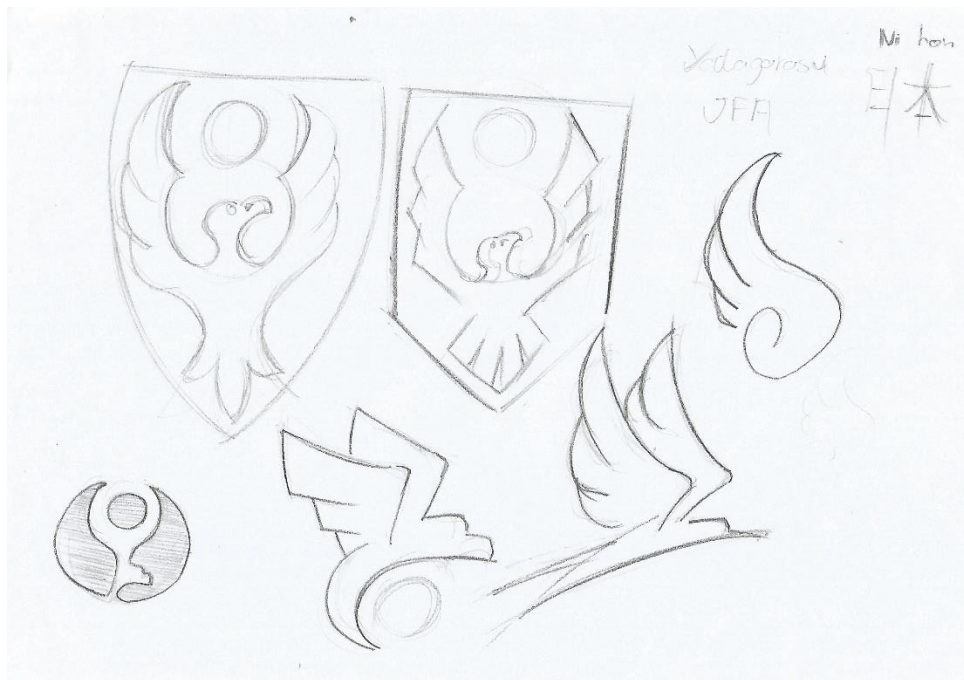
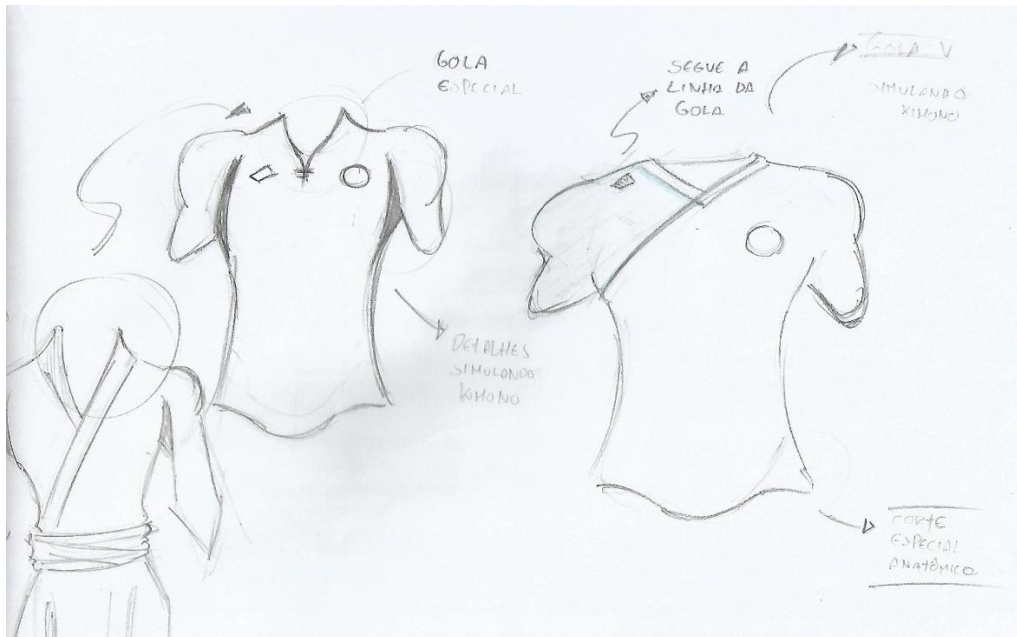
Futebol de rua. Disponível em: <<https://uolesporte.blogosfera.uol.com.br/2014/11/12/futebol-de-rua-9-machucados-que-so-quem-jogou-ja-teve/>>. Acessado em 24/01/2019

Análise comparativa entre os tipos de camiseta da fabricante Puma. Disponível em: “<https://www.footyheadlines.com/2017/10/all-new-puma-evoknit-authentic-vs-replica-what-are-the-differences.html>”. Acessado em 28/05/2019.

ANEXOS



Rascunhos de cortes e estudo de costuras de manga e modelos de golas, relacionadas aos estudos realizados na fase de referencial.



Estudos diversos de costuras, grafismos e escudos.



Estudos para novo escudo.



Testes de impressão do uniforme.