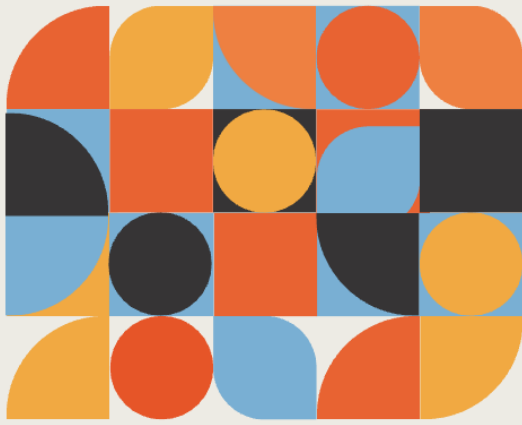




A MODA ESTÁ NO FUTEBOL E O FUTEBOL ESTÁ NA MODA: É O FIM DOS UNIFORMES?

Silva, Dra. Elisabeth Murilho da. Universidade Federal de Juiz de Fora, murilho@gmail.br¹
Grupo de Pesquisa em História e Cultura de Moda²

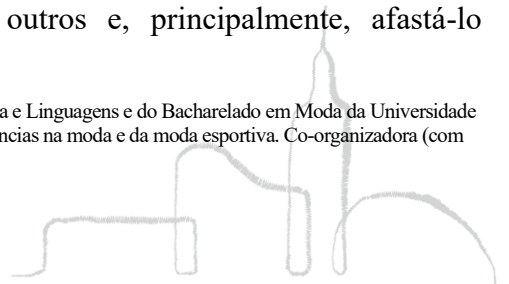
RESUMO

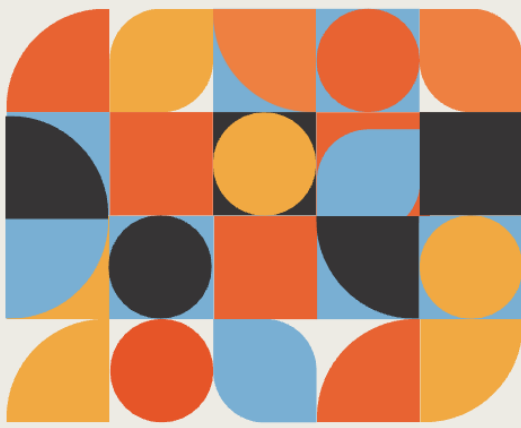
Nos últimos dez anos temos assistido a uma proliferação das camisas dos clubes de futebol em termos de diversificação de modelos, camisas exclusivas referentes a datas comemorativas e edições limitadas, terceiros uniformes e até quartos uniformes, enfim, uma multiplicação das possibilidades de criação de vestimentas alusivas a essas agremiações, explorando ou não as cores tradicionais de seus escudos. Paralelamente, as tendências da moda se voltaram para as possibilidades de design dos uniformes do futebol, seja explorando a estética torcedora, seja incorporando as tecnologias têxteis desses produtos e nos últimos três anos, camisetas de clubes são vendidas em lojas de departamento, saindo de seu antigo nicho nas lojas de produtos esportivos. De outra parte, com a chegada dos *streamings* no cenário do futebol, assiste-se à consolidação de seu processo de globalização, com a ampliação planetária do público que se alimenta da sequência de competições conforme os calendários do hemisfério norte e sul. A recém-criada Copa do Mundo de Clubes da FIFA, organizada nos Estados Unidos entre 15 de junho e 13 de julho de 2025, demonstrou um panorama dessa globalização consolidada: milhares de torcedores não espanhóis ou franceses, trajando camisas dos clubes Real Madri ou Paris Saint-Germain, por exemplo.

Mas qual a importância das camisetas de futebol, além de designar os torcedores desse ou daquele clube, entre os vários fãs de futebol, ou os jogadores de cada time, entre os jogadores? As cores dos escudos de cada clube eram traduzidas graficamente nos uniformes, procurando distingui-lo dos outros e, principalmente, afastá-lo

¹ Doutora em Ciências Sociais (Antropologia) pela PUC-SP. Professora do Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens e do Bacharelado em Moda da Universidade Federal de Juiz de Fora; pesquisadora da cultura juvenil e da moda; da “geração saúde” e da década de 1980 e suas influências na moda e da moda esportiva. Co-organizadora (com Maria Claudia Bonadio) de História e Historiografia da Moda (Alameda, 2024).

² Co-coordenadora do grupo do CNPq, com Maria Claudia Bonadio.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

simbolicamente de seus inimigos. Mais do que cores e listras, essas camisas aludiam às histórias e conquistas, à “poesia” da imprensa esportiva que, buscando dar mais colorido às suas crônicas, se referiam aos clubes através delas: “o tricolor das Laranjeiras”, “a estrela solitária”, “o alvi-verde”, “la celeste”, “los merengues”... e, claro, a famosa “camisa canarinho”.

Mas, além do apelo emocional que essas mercadorias exercem sobre o torcedor, está um aspecto mais sutil e, talvez, mais volátil, a exploração das contantes mudanças nas camisas, dos lançamentos de novos uniformes a cada temporada, das edições limitadas, apela a desejos de consumo crescentes por parte do torcedor, como já era o caso entre os fãs de outras expressões da cultura de massa.

Considerando essas recentes transformações, esse trabalho pretende analisar as relações entre o futebol e a moda no que se refere às questões de efemeridade, modismos e liberdade criativa e suas relações com os clubes e os torcedores. Tradicionalmente essas agremiações eram reconhecidas por suas cores e estampas específicas em seus uniformes, apelando para uma longa história que une tanto as conquistas específicas dos clubes, como do próprio esporte no país. Se as camisas se aliam ao modismo, o gosto dos torcedores também poderia ser efêmero?

Palavras-chave: camisas de clubes de futebol; moda esportiva; uniformes de futebol.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**. Porto Alegre, Zouk, 2011.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumo moderno**.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**. São Paulo, Senac, 2006.

ELIAS, Norbert. **A busca da excitação**. Lisboa, Difel, 1992.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. **A estetização do mundo – viver na era do capitalismo artista**. São Paulo, Companhia das Letras, 2020.

