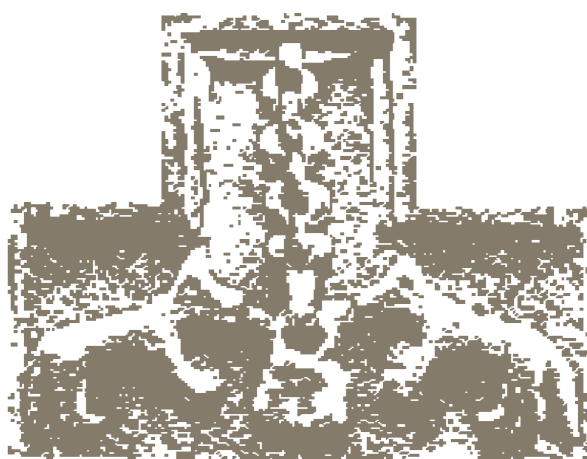




LA VERDAD NOS HARÁ LIBRES



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

CIUDAD DE MÉXICO

Taller de Investigación Documental

La Moda en el Fútbol

*Análisis del Cambio de los Uniformes De Fútbol en
Mundiales Pasados desde 1998 al 2014. De la selección
de Italia, México y Francia*

Maestro: Eduardo Portas Ruiz

Alumna: Lilia Michan Kibrit

Verano 2014

La Moda en el Fútbol

Palabras clave: moda, efímero, mercado, sociedad de consumo, afición, firmas deportivas.

Key Words: fashion, ephemeral, market, consumer society, fans, sports firms.

Sumario:

La vestimenta en el fútbol nos habla de identidad, necesidades físicas y productos. Los uniformes de las selecciones de fútbol son un elemento clave con tanta historia como cualquier otro referente cultural de la moda. Incluso, va más allá: es quizás el territorio donde mejor se encuentran la tecnología, la moda y lo mejor de la condición física del ser humano. Las grandes marcas se han peleado para que los mejores equipos porten su nombre en los uniformes de los mejores equipos. La trascendencia de la moda de los uniformes nos ha llevado a revisar la historia de la selección de México, Francia e Italia.

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación pretende llegar a un conocimiento más profundo acerca del tema de la moda en el fútbol, con una investigación retrospectiva hacia mundiales pasados (Francia 98, Corea-Japón 02, Alemania 06, y Sudáfrica 2010) hasta Brasil 2014 de las selecciones de Italia, Francia y México. Para ello se tomarán en cuenta propiedades colorimétricas de los uniformes para marcar la identidad de los países, la tecnología de los uniformes para crear tejidos aún más ligeros. Los diseños así como los cortes que señalan las tendencias. Se prevé comprobar como la moda y el fútbol han cambiado su partida, el mercado ha trastornado al jugador para satisfacer la colonización de las firmas deportivas como Nike, Adidas y Puma quienes patrocinan casi el 90 % de la indumentaria del fútbol. ("El Gran Negocio Del Mundial Para Las Selecciones Participantes" en *En Diario Presente De Tabasco*). Estas firmas crean nuevos productos, innovan continuamente para aumentar su penetración en el mercado, para ganar nuevos clientes y relanzar el consumo, creando necesidades innecesarias. Según Lipovetsky: *"El gran público absorbe el último éxito como si tal cosa, por curiosidad, para estar al corriente. Nada más."* (Lipovetzky 35) Este es el fenómeno de la afición.

Así mismo se analizarán los uniformes de Francia, Italia y México, al ser equipos tricolores, con una alta tasa de afición al fútbol. En cuanto a Italia y Francia, se tienen altas expectativas por ser equipos victoriosos. Por otro lado se tomó a México, por ser mi lugar de residencia y porque resulta interesante poderlo comparar con equipos que tienen excelentes resultados en el campo, pero no tantos en el mercado. Esta investigación toma como referencia el libro de Gilles Lipovetsky "El imperio de lo efímero, la moda y su destino en las sociedades modernas, quien en este se estudia la relación de la moda y las necesidades de las sociedades modernas, igualmente en este texto se pretende evaluar el cambio del uniforme satisfaciendo a la selección; Sin embargo el problema radica, como Lipovetsky lo menciona indirectamente no se satisfacen las necesidades de los equipos sino se satisfacen las necesidades del mercado. "La moda es la hija del capitalismo". (Lipovetsky 20)

Durante varios años he realizado investigaciones que influyen en mi vida de manera impactante. Las más distintivas y apreciadas han sido acerca algo tradicional, con un enfoque y una perspectiva de la moda. Cuando tuve la oportunidad de elegir la temática central acerca del Mundial Brasil 2014, supe que me gustaría abordar un tema poco frecuentado, pero muy popular. El ámbito de la moda siempre ha tenido un impacto muy importante en la sociedad; sin embargo no ha sido tomado en cuenta con seriedad por lo que nos encontramos con pocas investigaciones que hablen de la trascendencia de la ropa deportiva. Es necesario que el mercado la adopte para poder posicionarse dentro de las primeras filas.

“La Moda en el Fútbol y los uniformes a través de los mundiales” no es sólo una cuestión de estética, sino que también de identidad, pertenencia, orgullo y mucho más. La copa del mundo es todo menos fútbol. Es un conjunto de mercadotecnia unido con la publicidad, la sede, los productos, la afición, la tecnología, la arquitectura, la seguridad y mucho más que 22 hombres corriendo detrás de un balón por 90 minutos.

Es por eso que ésta investigación será capaz de llenar un vacío en los documentos que hablen acerca de los cambios a través del tiempo de los uniformes de cada equipo, principalmente en México, Francia e Italia. Las innovaciones de las marcas, las telas y los diseños en cada uno. Ya que el futbolista dejó de ser un simple jugador para convertirse en un emblema de un negocio multimillonario.

II. MATERIALES, MÉTODOS Y TÉCNICAS

Esta investigación documental, de carácter 100% cualitativa, de temporalidad transaccional, pretende determinar las tendencias de los uniformes, los colores, el corte, la tecnología, la identidad y la repercusión que estos tienen en sus aficiones de países como Italia, Francia y México. Realizando un enfoque a mundiales pasados desde: Francia 98, Corea-Japón 2002, Alemania 2006, Sudáfrica 2010 para así evaluar la indumentaria de Brasil

2014. Disponemos de magistrales historias del vestido, no faltan ni precisas monografías sobre los oficios y los creadores de moda, ni datos estadísticos sobre las producciones y los consumos ni estudios históricos y sociológicos sobre las variaciones de los gustos y los estilos (Lipovetzky 11); sin embargo esta investigación requiere de una recopilación de los medios de comunicación de una década atrás, indagando principalmente de revistas, periódicos, blogs, redes sociales entre otras. Resulta difícil obtener información de periódicos y revistas por lo que las fuentes electrónicas son las mas valiosas para efectos de dicha investigación. Así mismo se comprarán los resultados con la teoría de Gilles Lipovetzky en su libro *“El imperio de lo efímero, la moda y su destino en las sociedades modernas.”*

Las disciplinas que estarán proporcionando fundamento a esta investigación son de carácter humanístico y artístico como son: la sociología, la historia, colorimetría, la moda, la mercadotecnia.

III. RESULTADOS OBTENIDOS

[Características del Uniforme

Las reglas de Cambridge sentaron las bases para que el fútbol se convirtiera en el deporte más popular del mundo. Sin embargo, por extraño que parezca, las reglas de Cambridge no abordaron la cuestión de los uniformes. Los equipos de fútbol no siempre portaron uniforme. Fue hasta la década de 1870 que los clubes comenzaron a usar gorras o pañuelos diferentes con el propósito de identificación. En aquellos días, los pantalones largos eran usados durante los partidos. Los shorts y calcetines que combinaran no fueron habituales hasta principios del siglo XX. De hecho, las espinilleras que fueron usadas por primera vez bajo los pantalones largos, que en realidad son anteriores a los shorts y calcetas. El jersey tradicional, los shorts y las medias eventualmente emergieron, lo que desató una moda que se extendió por el mundo durante el siglo XX. Los equipos de fútbol de todo el mundo adoptaron el look, y el uniforme básico se mantuvo sin

cambios durante décadas, aunque lo único que se modificaba eran los colores y sus tonalidades. El siguiente gran paso en la moda del fútbol se produjo después de la Segunda Guerra Mundial. Los shorts se hicieron aún más cortos y el uniforme en general más ligero. El 1960 puso un fin oficial a los shorts holgados y jerséis abotonados, abriendo la puerta a los cuellos en V y circulares. Durante la década de 1970, los clubes de fútbol abrazaron el comercialismo, vendiendo camisetas de réplica e incluyeron los logotipos de los patrocinadores en los uniformes de juego. (Lynch, "Historia De Los Uniformes De Fútbol" en *EHow En Español*)

La Regla número 4 de la FIFA establece un equipamiento básico que todos los jugadores deben usar. Se especifican cinco objetos: la camiseta (también llamada camisa, casaca, jersey, etc.). Los Pantalones cortos arriba de la rodilla (*shorts*), calcetas, calzado y espinilleras. Aunque la mayoría de los jugadores usan un tipo de calzado específico, las reglas no especifican los tacos que sean requeridos. Las camisetas deben tener mangas y los [guardametas](#) deben vestir unas que se distingan fácilmente de las de los demás jugadores y árbitros. La única restricción del equipamiento definida en las reglas, indica que los jugadores no utilizarán ningún equipamiento, ni llevarán ningún objeto que sea peligroso para ellos mismos o para los demás jugadores. En cuanto a los logotipos, puede haber restricciones sobre el tamaño de ellos, y no se podrá introducir lemas, no patrocinios en partidos oficiales.

El número del jugador se estampa normalmente en la parte trasera de la camiseta. También se imprime el apellido, nombre o sobrenombre del jugador por encima de su número, el cual debe poder distinguirse fácilmente del resto del diseño de la camiseta, usando otro color o dejando un margen. Este mismo deberá tener una altura entre 25 y 35 cm y debe poder verse completamente cuando la camiseta esté dentro del pantalón. Los capitanes de cada equipo usan una banda elástica sobre la manga izquierda, conocida como brazalete de capitán para poder identificarse. Por otro lado los [guardametas](#) pueden optar por vestir pantalones largos en vez de cortos y jersey de manga larga. También se debe incluir el número del jugador de 10

a 15 cm en la parte frontal del pantalón, ya sea en la pierna izquierda o en la derecha. Se permite el uso de los pantalones interiores térmicos, pero estos deben ser del mismo color principal que los exteriores.

Cada equipo dispone de su propia vestimenta en el que cada miembro lleva un número fijo a lo largo de una determinada temporada o competición para disputar en los partidos. Las reglas no especifican alguna restricción sobre el color del calzado, aunque a lo largo de la historia predominó el uso del negro y colores oscuros, varios fabricantes como la empresa estadounidense [Nike](#), lanzaron al mercado los tenis dorados, blancos, rojos, amarillos, verdes, rosas entre varios otros. Las espinilleras son obligatorias bajo las reglas del fútbol para todos los jugadores. Los pantalones deben ser cortos, y en la práctica actual se llevan por encima de la rodilla. Las medias deben cubrir completamente las canilleras y tener un color principal. Pueden llevar una vez en cada media el nombre del fabricante y de la asociación nacional o club deportivo.

Fuera del uniforme oficial se permite usar ropas interiores, como camisetas y shorts por debajo de la ropa, que deben ser del color principal del equipamiento. Así como también se aprueban las bandas para sujetar el pelo, muñequeras, y equipamiento protector moderno, rodilleras, protectores de brazos, tobilleras y vendas, siempre y cuando estén confeccionados de materiales blandos y no representen un riesgo para quien lo porta u otros. Cabe mencionar que otros objetos que podrían dañar a los jugadores, como las joyas o los relojes, no están admitidos en el campo de juego.

Los [árbitros](#), los [asistentes](#) y el [cuarto árbitro](#) usan un equipamiento similar a los de los jugadores, aunque normalmente se incluyen dos bolsillos en el pecho para guardar las tarjetas. El equipamiento del árbitro se completa con un [silbato](#) para señalar faltas, además de un cronómetro para medir el tiempo de juego. Cabe aclarar que el cuarto árbitro es quien debe inspeccionar el equipamiento de los jugadores antes del partido y determinar

la peligrosidad de los objetos. En caso que algún jugador infrinja alguno de los puntos de esta regla durante el partido, el árbitro ordenará al infractor que abandone el terreno de juego para poner en orden su equipamiento.

[**Colorimetría**

Las normas de las competiciones especifican que todos los jugadores de un equipo en el campo deben llevar los mismos colores, aunque las reglas sólo declaran “Los dos equipos vestirán colores que los diferencien entre sí y también del árbitro y los árbitros asistentes.” En la eventualidad cuando en un partido ambos equipos tiene uniformes con colores idénticos o similares, el equipo visitante debe cambiar a un color diferente. Ante estas circunstancias se refiere a la segunda opción de un equipo como “segunda equipación”, “camiseta de visitante” o “camiseta alternativa”, aunque también cuentan con una “tercera opción” para ser usada en caso que tanto la primera y la segunda fuesen consideradas muy similares a las del oponente.

La mayoría de las selecciones han mantenido los mismos colores durante varias décadas y estos colores forman una parte integral de la cultura de los equipos. Cada prenda del uniforme del equipo con excepción del calzado debe tener un máximo de cuatro colores, incluidos los usados para los números y letras. Un color debe resaltar significativamente sobre los demás, y en caso de camisetas a rayas o a cuadros, uno de los colores debe predominar en las demás prendas. El color elegido para el uniforme secundario debe contrastar claramente con el oficial. Los equipos que representan a países en competiciones internacionales generalmente optan por llevar los colores nacionales. Estos colores se basan generalmente en los de la bandera nacional. El verde jade para la selección mexicana, el azul marino para Francia y a diferencia de la mayoría, Italia comenzó a usar uniformes azules en 1911, para retomar el color de la familia real en tonalidad azur, o azul cielo.

México proyecta la simbología del escudo actual (águila luchando con una serpiente), utilizado desde 1994, un balón de fútbol, un calendario azteca

y las palabras estampadas en la cresta", Federación Mexicana de Fútbol Asociación AC" representando el nombre de la organización del fútbol mexicano. Francia muestra su insignia con una estrella dorada por su victoria en 1998, tres eses (FFF) Federación Francesa de Fútbol y el gallo conocido como "Coq Gaulois" que era un emblema que adornaba las banderas durante la Revolución Francesa. Por último Italia porta un escudo con los colores de la bandera italiana y cuatro estrellas representando las Copas Mundiales que ha ganado Italia. El objeto redondo en el centro representa un balón de fútbol y las letras corresponden a la Federación Italiana Giuoco Calcio (Federación Italiana de Fútbol.) El contorno azul representa a la familia real. El equipo nacional italiano se le conoce como los Azzurri (los azules).



Se considera un principio de este deporte que los árbitros vestan una indumentaria de un color distinto al de los dos equipos. El [negro](#) es el color tradicional de los árbitros, siendo el apodo "el hombre de negro" un término informal usado ampliamente para referirse a ellos. Sin embargo, en años recientes, se están usando otros colores, como el rosa, el anaranjado, el amarillo o el rojo, entre otros. Por otro lado, en competencias internacionales, los oficiales sólo pueden llevar la indumentaria fabricada por el proveedor oficial de la FIFA (Adidas), además de lucir en su manga izquierda el escudo del [Fair play](#) y en el pecho el parche o logo de FIFA Referee que lo acredita como árbitro capacitado para dirigir encuentros internacionales. Los árbitros también pueden tener logos de patrocinadores, aunque únicamente se podrán ubicar en las mangas, pero nunca en competencias internacionales.

[***Tecnología Textil***

Las camisetas se hacen normalmente de un tejido de [poliéster](#) que no aísla el sudor o el calor corporal de la misma manera en la que lo hace una camiseta hecha de fibra natural. Adidas con su tecnología *ClimaCool*® consigue, que pase el máximo flujo de aire aumentando el efecto refrescante de la ventilación y proporcionando una máxima absorción y expulsión del

sudor. La tecnología *AdiZero*® se adapta al cuerpo para ofrecer mayor libertad de movimiento y comodidad durante el ejercicio, con un talle pegado al cuerpo muy ligero. Para la marca Puma y los jugadores de la Selección Italiana utilizarán tanto la cinta atlética como la compresión dentro de la prenda. La cinta ACTV está colocada estratégicamente dentro de la camiseta para proveer un *micro-masaje*® a la piel, trabajando en conjunto con el cuerpo para maximizar el rendimiento y suministrar a los jugadores energía, movimiento y flexibilidad. Esto combinado con los insertos de malla ubicados en la parte inferior del brazo para ofrecer una máxima transpiración y libertad de movimiento. Nike y su innovación textil Dri-Fit® confeccionado en poliéster y microfibra para permitir que el sudor se evapore y no incomode al jugador, tiene zonas clave de ventilación y cumple una doble función que es brindar una protección UPF 30 contra los rayos ultravioleta. (“Playeras de alta tecnología para fútbol” en El Universal)

La mayoría de los jugadores calzan botas o tenis de fútbol, hechas de cuero o de materiales sintéticos como el [poliuretano](#). Los tacos modernos están ligeramente cortadas bajo los tobillos, a diferencia de las décadas pasadas en donde el botín cubría el talón y ahora los *Mercurial*® de Nike que regresan a la moda para dar un mayor soporte al pie y evitar lesiones. Estos tienen tacos insertados en las suelas que pueden ser de tres tipos: caucho, aluminio y hierro que son para distintos tipos de terreno. Pueden ser parte fija de la suela, pero también existen versiones en los que se pueden retirar con un destornillador. Existen muchos tipos de tapones, y su cantidad y distribución debe amoldarse a las características del campo. Como regla general, a mayor número de tacos, menor adherencia y por lo tanto menor posibilidad de sufrir una lesión en terrenos blandos. La distribución adecuada de los mismos entre el talón y el resto del pie es de vital importancia para evitar torceduras o lesiones en las rodillas o tobillos durante la rotación del pie mientras éste se encuentra ubicado en la cancha. Las botas modernas se caracterizan por tener diseños desarrollados científicamente, además de innovaciones en cuanto a diseño y los tapones; los jugadores utilizan generalmente los tacos de la marca que los patrocina, aunque otros si se basan en la comodidad y agilidad que este les brinde por lo que algunos jugadores eligen usar su calzado ligeramente más pequeños para aumentar

el control sobre la pelota. (“Botas de Fútbol” en Futbol.as)

Las espinilleras deben estar hechas de caucho, plástico o un material similar y deberán ofrecer una protección adecuada. Desde la [década de 1980](#), se llevaron a cabo avances significativos en el diseño de guantes, los cuales ahora cuentan con protectores que previenen que los dedos se tuerzan hacia atrás, segmentaciones para permitir mayor flexibilidad y palmas hechas de materiales diseñados para proteger la mano del jugador y aumentar su agarre, evitando el deslice del balón. Se pueden encontrar como *flat palm*, *roll finger* y *negative cut*, son los distintos tipos de guantes para cada guardameta, que varían en la costura y el ajuste.

Uniforme de México a través de los años

Francia 1998

El fabricante fue la marca mexicana ABA Sport. El uniforme se recuerda por haber usado un impreso de la figura de la piedra del sol, confundida con el Calendario Azteca, con cuello abotonado y detalles en rojo. Este diseño fue innovador y creativo aunque bastante criticado. Se presentó la versión de local en verde jade, y la de visitante en blanco.



Corea-Japón 2002

La marca Atlética hizo su aparición en la Selección Mexicana para este mundial con un estilo liso y clásico. La camiseta de local era totalmente verde con el cuello en "V" y contornos de color rojo. El segundo uniforme era totalmente blanco con la misma sobriedad en los detalles y el tercero, color guinda que no se utilizó.



Alemania 2006

La marca Nike por primera vez patrocinó a la selección mexicana. Misma que cambió el estilo con una figura en forma de V en el pecho en la que se incluyeron imágenes prehispánicas. El detalle de la tipografía se parece al camiseta del mundial de 1970 con una franja en blanco por el pecho. Asimismo el color blanco se mantuvo en el segundo uniforme.



Sudáfrica 2010

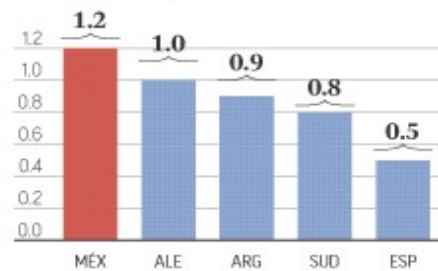
Adidas marcó sin duda una nueva era en las camisetas de la Selección Mexicana, pues el equipo tricolor se vistió de negro como primer uniforme y verde como segundo. El frente de la playera estaba conformado por figuras que formaban rombos y con algunos lienzos rojos en mangas y cuello.



Esta camiseta fue de las más vendidas del mundo en 2010 ("Esta Es La Camiseta De Francia Para El Mundial Brasil 2014" en *Perú.com*)

Camisetas más vendidas en 2010

► Cifras en millones de unidades



Brasil 2014

Después de todo lo que sufrió México para estar en este torneo Mundialista, Adidas presentó dos nuevos estilos en el jersey, figurando unos rayos en el pecho que bajan hasta el escudo de la Federación Mexicana de Fútbol. El local sería el verde, y un rojo anaranjado como visitante. Los rayos están basados en la lucha libre mexicana como símbolo de que el TRI debe pelear hasta el fin. Sin embargo por los medios sociales navegaron diversos comentarios negativos de México con respecto al uniforme; “Con el uniforme de México, van a grabar la nueva película de Power Rangers.” (Elegantotinho Klein @iPhoneatico, Twitter, publicado el 24/06/2014). El uniforme de México no presenta igualdad de diseños. (Gabriela Quintal, Twitter) - “mmm no es un desfile de modas”.



A continuación se presenta una recopilación de la evolución de los uniformes de México, en cuanto a las tendencias de moda que se adquirieron en su

respectiva época. Asimismo se puede observar como al principio se utilizaron colores marrones, y con el tiempo fueron los verdes los que predominaron para esta selección. En cuanto a los cortes se fue desapareciendo el corte polo, para pasar a una camisa con cuello “V” cada vez más entallada, las mangas disminuyeron su tamaño, mientras los shorts han aumentado su largo.

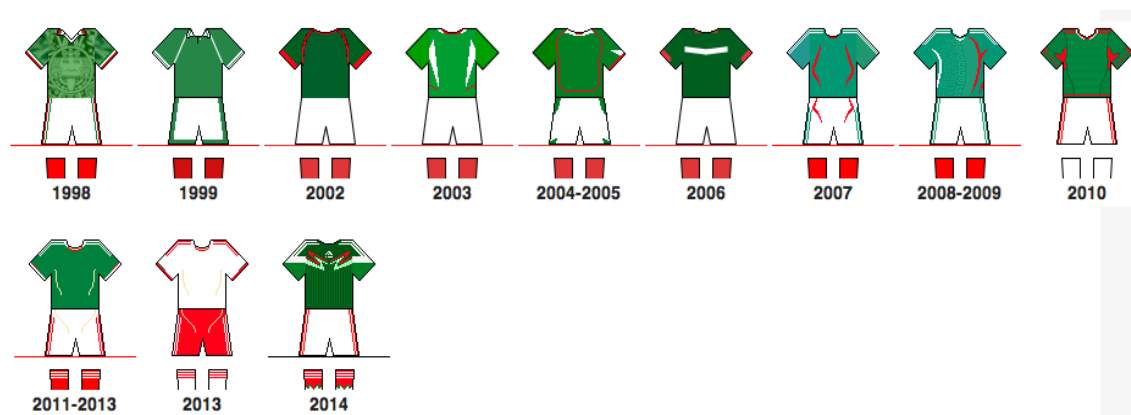


Imagen obtenida de Wikipedia: Uniforme de la Selección Mexicana. En ella podemos apreciar una recopilación a través de los años, de la indumentaria de dicho equipo.

Uniforme de Francia a través de los años

Francia 1998

El diseño creado por Adidas se destacó por una mayor simpleza de líneas y una camiseta, en líneas generales, en color azul rey con detalles en blanco y rojo de cuello polo. Conocida como “La playera de Zidane” por su triunfo en casa. La segunda equipación fue de color blanco.



Corea-Japón 2002

Adidas creó una nueva jersey azul, de cuello V, con franjas moradas a en el costado para delinear la cintura del jugador; De la misma manera siguió con las mismas líneas a la altura del hombro.



Alemania 2006

Adidas creó distintas playeras de local y de visitante. La blanca es una camisa con muchas líneas, quizás muy desordenadas en azul blanco y rojo,

pero aún así se presentó como una de las camisetas más atractivas del mundo.



Sudáfrica 2010,

Adidas volvería a generar diseños distintos para las playeras. La de local se volvió más seria, le quitó colores, oscureció el azul y la estilizó para que se amoldara mejor al cuerpo con franjas en las costillas. La segunda playera es más elegante en blanco con líneas verticales.



Brasil 2014

Nike se convirtió en el nuevo sponsor de la selección de fútbol de Francia pagando casi 300 millones de euros, cifra que se convirtió en el contrato más

importante de la historia del fútbol y por lo tanto, convirtiendo a la camiseta francesa en la más cara del planeta. El detalle de la tela se inspira en la historia de Nimes, un pueblo al sur de Francia conocido por sus textiles y patrones. Nimes es el lugar de origen del denim moderno, y la tela obtuvo su nombre por el pueblo.

La Jersey de la selección francesa en azul oscuro con cuello polo blanco abotonado. La camiseta entallada y elegante. Twitter enaltece que “El Uniforme De Francia Es El Mas Lindo Del Mundial” (Inés Sateran, Twitter)



A continuación se presenta una recopilación de la evolución de los uniformes de Francia, en cuánto a las tendencias de moda que se adquirieron es su respectiva época. Asimismo se puede observar como el azul siempre predominó en la indumentaria de esta selección. Aunque para cada mundial se utilizó en un diferente tono. Se fueron eliminado las rayas rojas.



Uniforme de Italia a través de los años

Francia 1998

Nike viste a la selección Italiana con camiseta y pantalón completamente azules rey brillante con líneas blancas en el lateral, con una franja dorada por el centro.



Corea-Japón 2002

Kappa se convirtió en el creador de la playera mundialista y escogió un azul más claro para la vestimenta italiana. Se trataba de un nuevo uniforme sin ningún tipo de diseño lo cual remarcaba su color.



Alemania 2006

Puma diseñó la indumentaria en azul rey, con un sombreado lateral y detalles en dorado y cuello redondo. La playera de visitante se mantuvo en blanco

con detalles azules.



Sudáfrica 2010

Después de su victoria por el mundial pasado, añadieron una estrella dorada a su escudo. Puma reviste a su selección con azul cielo con líneas blancas en las mangas. Un cuello “V” corto y un marcaje en el abdomen para resaltar el cuerpo.



Brasil 2014

El uniforme italiano de local fue el azul con pantalones blancos, regresa el cuello polo, mientras que su segunda equipación, es predominantemente blanco, pero con las rayas azules delgadas recorriendo verticalmente la

indumentaria con toques en royal blue. “Un momento... porque el uniforme de Italia es azul, si la bandera italiana no hay color azul?” (Monche La Cq, Twitter). Así mismo también responde de una manera afirmativa. “El uniforme de Francia e Italia son los mejores” (Alfredo Villaroel, Twitter).



A continuación se presenta una recopilación de la evolución de los uniformes de Italia en cuanto a las tendencias de moda que se adquirieron en su respectiva época. Asimismo se puede observar como el azul siempre predominó en la indumentaria de esta selección. Aún así Puma juega con la tonalidad del azul para que el uniforme luzca dentro del campo.



El mercado

Según Jean François NYS, desde la macroeconomía el fútbol responde a intereses económicos internacionales por un lado la FIFA actúa como un empresa multinacional con intereses planetarios. Este organismo mueve más dinero que la General Motors y tiene más miembros que la ONU;

Y Por el otro lado las firmas deportivas conquistan el mercado textil; Nike, Adidas y Puma entre las tres patrocinan a más de tres cuartos de los equipos del Mundial. Adidas, con un récord de ventas vinculadas al fútbol superior a US\$ 22,270 millones y Nike con ventas unos US\$ 28,820 millones. Mismas que se encuentran inmersas en una millonaria disputa ("Marcas Libran Batalla a Muerte Por El Mundial" en *El Financiero*). \

Pues Herbert Hainer, presidente ejecutivo de Adidas, dijo que "Ésta es una batalla entre Adidas y Nike, no sólo en Brasil, sino en todo el mundo del fútbol" ("Marcas Libran Batalla a Muerte Por El Mundial" en *El Financiero*).

IV. DISCUSIÓN

Estamos en un momento histórico en donde no existen sistemas alternativos al presente, donde el mercado y el consumismo han impuesto su ley. Son ellos quienes se han convertido en los dictadores de las modas y las tendencias a través de las décadas. ("Moda entre Líneas: El Imperio De Lo

Efímero, Gilles Lipovetsky." en *Triángulo Magazine*). Los equipos de fútbol son conocidos e identificados en todo el mundo por medio de sus uniformes y sus colores distintivos. Hace mucho tiempo que la moda llegó al fútbol contemporáneo. La nueva tendencia apunta a un "matrimonio de conveniencia entre fútbol y moda" (Flores, "Uniformes de Futbol Presentan Avances Tecnológicos" en *Terra*). Por más de 30 días que dura el mundial, hemos estado presenciando la pasarela más menos convencional del mundo, en el campo de juego. Los futbolistas han cambiado su profesión de deportistas a modelos y están en una carrera constante, no por jugar mejor sino por quien será el que mayor contratos obtenga y el que más dinero gane. Además de rendir en el campo, tendrán que posar bien ante la cámara, ocupando un papel que antes era propio de los modelos. En la revista "Mundo Efectivo" la edición de junio 2014, podemos observar en la portada a los tres empresarios y directores de la selección de fútbol mexicana, sosteniendo el balón del mundial haciendo una referencia que dice: "En los negocios ya ganamos, ahora a demostrarlo en la cancha. Los ingresos del TRI por medio de los patrocinadores subieron un 400% de campañas publicitarias."

El uniforme del fútbol continúa evolucionando para satisfacer las necesidades, pero no las de los jugadores, sino las necesidades del mercado y de los medios. La indumentaria en el fútbol nos habla de identidad, necesidades físicas y valores (Saima, "Sobre la evolución estética y tecnológica de los uniformes de fútbol" en *ElVestier*). Los uniformes de las selecciones de fútbol son un elemento clave con tanta historia como cualquier otro referente cultural de la vestimenta. Incluso, va más allá que eso. Es quizás el territorio donde mejor se encuentran la tecnología, la moda, el deporte y la condición física del ser humano. Las grandes marcas se han puesto a buscar en los archivos, y hoy se unen a la tendencia de visitar la historia haciendo un enfoque al pasado, puesto que la moda siempre regresa. ("Los Uniformes Más Polémicos Del Tri." en *Milenio*). Sin embargo Giles Lipovetsky dice que: "La radicalidad histórica de la moda instituye un sistema social de espíritu moderno, emancipado de la influencia del pasado; lo antiguo ya no se considera venerable y sólo el presente parece que debe inspirar respeto" (Lipovetsky 127).

Estamos frente a una inmensa pasarela en la cancha, un desfile de moda masculina jamás antes visto (Flores, “Uniformes de Futbol Presentan Avances Tecnológicos” en *Terra*). La Copa Mundial de Fútbol Brasil 2014 ha probado ser un carnaval de color en lo que a moda se refiere. Camisas cuello en V, cuello redondo, y cuello polo, diferentes tipos de tela, amplia variedad de talles, cortes y colores. Lo que demuestran que este podría ser el mundial más fashion hasta la fecha. Lo anterior se debe al impacto que tienen los medios masivos de comunicación y en la sociedad, junto con las empresas lideres en el mercado de ropa deportiva como lo es Adidas, Nike y Puma.

Estas marcas han ido devorando la competencia y eliminándolas del terreno de campo, pues 26 equipos de 32 portaron el nombre de estos emporios de la moda, tecnología y comodidad. Sin embargo, es sorprendente como los mismos países no optan usar un uniforme diseñado por una firma de su país, para fomentar el empleo y brindarle oportunidad a distintas compañías. Por lo que prefieren una depender de una marca reconocida mundialmente para que se enriquezca, a partir de la venta de todos los productos de dicha selección. Pues tan sólo este mundial, Adidas vistió a 8 equipos, y por primera vez Nike auspició a 10 selecciones, 4 menos que en el mundial de Sudáfrica 2010. Mientras que Puma aumentó su posicionamiento patrocinando a 8 equipos, aunque no realizó la misma cantidad de ventas que Adidas. Un aspecto bastante interesante, es que para Brasil 2014 aumentaron las marcas en juego, en cuanto a mundiales pasados, que fueron 7 marcas y este año se presentaron 9. (“Nike, Puma y Adidas patrocinan a 26 de 32 selecciones” en Futbolite)



(Imagen de Futbolete.com)

En una sociedad que esta sujeta a las reglas de la oferta y la demanda, las altas demandas al cambio e innovación constante. Provocan que las marcas líderes en ventas, estén siempre a la vanguardia en cuanto a tecnología y diseño de los uniformes. Las tecnologías como ClimaLite, ClimaCool, CoolMax y Dri-Fit que han servido para mejorar la transpirabilidad de la tela, permitiendo a los atletas permanecer más frescos, más ligeros y más secos durante los juegos. Aunque estos avances no sean obligatorios, cada mínimo detalle que sea modificado se comercializa, con el fin de crear esas necesidades innecesarias que obligan al comprador a siempre tener las últimas tendencias de moda al alcance. (Flores, “Uniformes de Futbol Presentan Avances Tecnológicos” en *Terra*).

Este deporte para algunos, es un juego y para otros un estilo de vida. Hay quien lo usa como negocio o lo sigue como ideología. Llego a considerarse una pasión, e incluso representa una religión. Forma parte del mundo actual, de la sociedad de masas que todo lo envuelve. Está presente en cualquier parte del mundo, y tras él hay intereses ocultos. Unos pocos lo utilizan como instrumento de poder. El poder necesario para alcanzar la fama, para hacer dinero, controlar y manipular. Los aficionados son sólo testigos de este espectáculo, mientras el mercado cumpla sus aspiraciones, ellos cumplirán su labor de consumidores.

Los medios masivos de comunicación, tienen la obligación de vender, informar y educar. Es por eso que los patrocinios del fútbol han estado bombardeando todos los medios, para dar a conocer su marca, sus productos y al jugador que será la imagen de éstas empresas, con contratos millonarios. Se utiliza a los futbolistas como iconos generadores de moda. Su imagen es difundida con una mercadotecnia excelente; un marketing con un impacto tan inmenso, que hay que aprovecharlo de la mejor manera, ubicando el punto más emotivo del evento. Aquel que se distingue por ser quien une el optimismo con el consumidor. Al aficionado hay que venderle esperanza y alegría, pues lo que consumen no es fútbol. Sino la emoción de estar unidos como nación, que genera identidad y pertenencia entre ellos. Las empresas consideran a los futbolistas mercancías, que explotan hasta que dejan de ser rentables. Estos son los valores materialistas de la sociedad capitalista. (Marx, Karl "Materialismo Histórico" en mgar.net)

Un enfoque importante de esta investigación se basa en recordar cómo fueron los primeros uniformes de fútbol, y observar cómo han ido evolucionado a lo largo de la historia de este deporte. En el podemos ver las difíciles condiciones con la que iniciaron los primeros jugadores y los beneficios tecnológicos que han obtenido los más recientes futbolistas. Han quedado atrás las pesadas y gruesas camisetas de algodón, los pantalones "cortos" que les llegaban a las rodillas y los rígidos tacos de cuero. Las primeras playeras no llevaban números. Los árbitros distinguían a los jugadores por el color de sus calcetas o por el de sus gorras. Conforme pasaron los años, ya entrados en el siglo XX, los avances en materia de tecnología textil permitieron la fabricación de camisetas hechas con fibras sintéticas más ligeras, los pantalones se acortaron y se hicieron los tacos más ligeros. Aparecieron los dibujos en las playeras, los estampados e impresos, las rayas finas y estilizadas, además del juego de colores y tonalidades. Hoy en día, en el reverso de la jersey, ya no sólo lleva el número, sino ahora también el nombre del jugador, apellido o apodo.

En cuanto a los uniformes de la selección de México, se puede observar como al principio se utilizaron colores marrones, y con el tiempo

fueron los verdes los que predominaron para esta selección. El verde jade para la selección Mexicana, es un color que no puede cambiar; Lipovetsky lo menciona: “la moda cambia, pero en ella no toda cambia”. Pues sucede lo mismo en el uniforme de México, ya que el color verde es algo que no se debe remplazar. Es importante mencionar que el mundial de en Sudáfrica 2010, México utilizó la playera negra como indumentaria principal, y aunque se contradiga con lo previamente mencionado, ésta playera fue de las más vendidas en la historia y Adidas se vio beneficiada por esta gran estrategia. Sin embargo, el sentimiento de identidad mexicana no se compara con la camiseta verde jade, impidiendo su reemplazo. Además de que la maravillosa campaña publicitaria de “Ponte la Verde” se convirtió en un lema nacional, que fortalecen la idea de que la porra mexicana debe de estar de este color.

Por otra parte, los cortes y talles han evolucionado de manera radical. El uniforme de la escuadra mexicana ha sido diseñado por distintas marcas. A pasado de ser ABA Sport, Atlética, Nike y finalmente Adidas. La playera que México utilizó en Francia 1998 diseñada por ABA Sport, que portaba el impreso de la piedra del sol, fue una de las más polémicas, ya que es parte de las estadísticas de las playeras más feas de la historia, (“Las peores camisetas de la historia” en ESPN) y simultáneamente de las más bonitas que representa la identidad nacional y la cultura Prehispánica. Finalmente es una playera que nunca pasará de moda. (“Las Mejores Camisas de la Selección Mexicana de Fútbol” en Taringa) La verdadera modernización del uniforme estuvo a cargo Adidas, quien eliminó corte polo, para pasar a una camisa con cuello “V”, a cuello redondo y cada vez más entalladas. Las mangas disminuyeron su tamaño, mientras los shorts aumentaron su largo y ahora se encuentran a medio muslo.

En cuanto a las ventas, el negocio de Adidas se ve gratificado económicamente, pues la camiseta de la Selección Nacional fue la novena más vendida del mundo en 2013. (“Esta Es La Camiseta De Francia Para El Mundial Brasil 2014” en *Perú.com*) En un país donde abunda la piratería, resulta difícil entender que los mexicanos compren playeras originales, por las que deben pagar 14 salarios mínimos. (Sánchez, “Adidas Blindó Al Tri Y Lo Asegura Hasta El 2018, en *El Economista*). Es una verdadera lastima que

la economía del país no pueda asegurar que sus ciudadanos tengan un buen nivel de vida, por lo que la venta ilegal de playeras es la única respuesta. Es notable que el gran consumidor se ubica del otro lado de la frontera. Este ámbito es importante de conocer, ya que las tendencias de moda en EUA no son las mismas que en México, pero un país vecino tiene el poder de influir e imponer, por el simple hecho de ser un país primermundista. Dicha razón pudo haber repercutido en el fracaso de la venta de las playeras rojas del 2014. Que fueron ampliamente criticadas por no tener el mismo diseño que la playera oficial, además de que se mencionó, que los rayos que tiene en el pecho parecen signos vitales.

En el caso de la Selección de Francia sucede lo mismo que México en cuanto al color, ya que el azul oscuro ha perdurado durante décadas; En cuanto Adidas debía de respetar las nuevas tendencias que la moda dictaba, también jugó con la tonalidad de este mismo color para innovar la jersey francesa. Por otro lado, es de suma importancia mencionar como la camiseta francesa pasó de ser considerada como la más fea en mundiales pasados, a convertirse en la playera más estilizada, elegante y líder del mercado de las listas del 2014, según estudios de mercado y usuarios de Twitter. (Inés Sateran, Twitter 10/05/2014) La razón es sencilla, Nike arrebató el contrato de Adidas con los franceses y quizás firmó el negocio más redituable de la selección; Lo que hace ser que este uniforme sea el más caro del mundo. A pesar, de la batalla que se generó entre estas firmas, Nike logró muchos cambios positivos en la nueva indumentaria, pues eliminó las rayas rojas del uniforme e hizo de esta una jersey estilizada y moderna. Así mismo introdujo un poco de historia en el detalle de la tela al inspirarse en la historia de Nîmes. Esta paradoja entre la rigor de la mezclilla y la elegancia de la seda, que refleja el deseo de los diseñadores de Nike de crear una hermosa camiseta nacional de Francia, basada en su cultura y en la moda.

El uniforme italiano no ha evolucionado mucho, pues desde la década los 20, Italia utiliza el color azul celeste en honor a la familia real Saboya, quienes unificaron Italia. Por el otro lado, la varianza del patrocinio cambió a 2 distintas marcas, hasta que Puma tomó la batuta de vestir a la selección

italiana en el año 2003. Esta marca ha modificado la tonalidad de los azules para innovar el uniforme. Sin embargo el apodo de la selección siempre será *La Squadra Azzurra*. (*"Squadra Azzurra"* en FM Scout) Ahora bien ¿Cómo es posible que las camisas italianas sean tan señaladas como las más bonitas si no han sufrido varios cambios a lo largo de los años? Bueno, como se menciono previamente al aficionado no sólo se le vende una moda, sino la experiencia. Puma le proporciona a los aficionados de su selección la emoción del mundial, y una afirmación de que en su escudo que tiene 4 estrellas doradas, recordándole a los italianos que su selección es un equipo vencedor. Italia es reconocida por su fuerza y talento en el campo, por eso realmente no importa el diseño de estas camisas, ya que siempre serán de las más vendidas por el nombre y prestigio que se han ganado.

Está claro que la evolución de los uniformes, así como de los tacos, ha permitido que los jugadores obtengan mejores beneficios para desempeñar su labor como futbolistas. Camisetas cada día menos pesadas, playeras anti-transpirantes, calcetas ajustadas y tacos más estilizados y ligeros. Entre estos y muchos otros cambios, las necesidades se van modificando según la época lo dicte. Este desfile de modas crea tendencias mundialmente y arrasa con el mercado comercial internacionalmente.

V. CONCLUSIÓN

Concluyendo con esta investigación, podemos determinar que el objetivo de analizar el cambio de los uniformes de fútbol en mundiales pasados desde 1998 al 2014, de las selecciones de Italia, México y Francia se cumplió de manera efectiva. Así mismo, se puede decir que se la hipótesis planteada acerca de que, los cambios que han existido en los uniformes, no es más que una cuestión de satisfacción e intereses del mercado y no del jugador, se demostró correcto mediante un estudio cuidadoso de bases y documentos. Alcance un conocimiento detallado y necesario para poder establecer que colonización del mercado deportivo al mando de Nike, Adidas y Puma, son quienes patrocinan casi el 90 % de la indumentaria del fútbol.

La moda no anula las reivindicaciones y la defensa de los intereses particulares sino que los hace mas negociables. La moda se halla al mando de nuestras sociedades. En menos de medio siglo la seducción y lo efímero han llegado a convertirse en los principios organizativos de la vida colectiva, moderna (Lipovetsky 179).

Por fortuna, la moda cambia sin cesar, pero en ella no cambia toda solo es cuestión de ajustar colores y preservar la identidad histórica en el caso del futbol para atraer a la afición. La moda, como resulta evidente no es la única en la pista y el futuro sigue siendo muy inconcreto en cuanto a las características de lo que será la autonomía de las personas; la lucidez siempre será por conquistar el mercado (Lipovetsky 185). A todo esto se le conoce como el fenómeno del "Branding".

VI. BIBLIOGRAFÍA

Referencias Citadas:

1. Barker, Alex "Hidden symbols of World Cup uniforms" en *Yahoo Sports*. Web 30 junio 2014. <https://sports.yahoo.com/blogs/dirty-tackle/hidden-symbols-of-world-cup-uniforms-210209790.html>
2. Barthes, Roland . El sistema de la moda y otro escrito Paidós Comunicación 135. España 2003. Impreso
3. "Camisetas para la historia. Francia 1984 y 1998. Web 10 June 2014 Disponible en: <http://blogs.20minutos.es/quefuede/2010/02/23/camisetas-para-la-historia-francia-1984-y-1998/>
4. Carter, David E. *The Big Book of Color in Design*. New York, NY: HDI, 2003. Print.
5. Dorfles, Gillo, Bianca Franchetti, and Markita Franulić. *Moda*. Zagreb: Golden Marketing, 1997. Print.
6. "El Gran Negocio Del Mundial Para Las Selecciones Participantes." *Diario Presente De Tabasco*. 31 Mar. 2014. Web. 24 June 2014. <<http://www.diariopresente.com.mx/section/pasion/105547/el-gran-negocio-del-mundial-para-las-selecciones-participantes/>>.

7. Escobar, Vicente. "Las Camisetas De México En Los Mundiales." *Goal.com*. N.p., 12 Apr. 2013. Web. 25 June 2014. <<http://www.goal.com/es-mx/news/4851/especiales/2013/12/04/4453692/las-camisetas-de-m%C3%A9xico-en->>
8. "Esta Es La Camiseta De Francia Para El Mundial Brasil 2014 (FOTOS) | Foto 1 De 5 | Peru.com." *Perú.com*. N.p., 24 Nov. 2013. Web. 24 June 2014. <<http://peru.com/futbol/internacional/esta-camiseta-francia-mundial-brasil-2014-fotos-noticia-211422>>.
9. Flores, Erick. "Uniformes De Futbol Presentan Avances Tecnológicos." *Terra*. Web. 24 June 2014. <<http://deportes.terra.com/futbol/uniformes-de-futbol-presentan-avances-tecnologicos%2C843aa0e43293d310VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>>.
10. "France 2014 Nike World Cup" en Football shirt culture. Web 1 july. <<http://www.footballshirtculture.com/14/15-Kits/france-2014-nike-world-cup-home-football-shirt.html>>
11. FÚTBOL Y MODA UNIDOS POR LA PUBLICIDAD : Marketing Directo <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/tendencias/futbol-y-moda-unidos-por-la-publicidad/#PXm9aoQcKJIEjt9Q>
12. "Italian National Team Jersey" *Sports Memorabilia* Web. 25 June 2014. <<http://www.sportsmemorabilia.com/resources/team-jerseys/italian-national-team.html>>
13. "Italy World Cup 2014" en en Football shirt culture. Web 1 july <http://www.footballshirtculture.com/14/15-Kits/italy-world-cup-2014-puma-home-football-shirt.html>
14. "La Evolución Del Uniforme De Futbol." *EL INFORMADOR*. N.p., 12 June 2014. Web. 24 June 2014. <<http://www.informador.com.mx/entretenimiento/2014/532736/6/la-evolucion-del-uniforme-de-futbol.htm>>.
15. Lipovetsky, Gilles. *El Imperio de lo Efímero, la moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama. 3era edición . Barcelona 2009. Impreso
16. "Los Uniformes Más Polémicos Del Tri." *Milenio*. N.p., 14 Feb. 2014. Web. 24 June 2014. <http://laaficion.milenio.com/seleccionmexicana/Uniformes_feos_de_Mexico-Los_uniformes_mas_polemicos_del_Tri-Uniforme_rojo_de_Mexico_0_245375621.html>.
17. Lynch, Wylliam. "Historia De Los Uniformes De Fútbol | EHow En Español." *EHow En Español*. N.p., n.d. Web. 23 June 2014. http://www.ehowenespanol.com/historia-uniformes-futbol-sobre_148391/

18. "Marcas Libran Batalla a Muerte Por El Mundial." *Adidas, Puma Y Nike Libran Batalla a Muerte Por El Mundial*. Web. 24 June 2014. <<http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/adidas-puma-y-nike-libran-batalla-a-muerte-por-el-mundial.html>>.
19. Marx, Karl "Materialismo Histórico" en mgar.net Web. 2 July 2014. <<http://www.mgar.net/docs/marx.htm>>
20. "MODA ENTRE LINEAS: El Imperio De Lo Efímero, Gilles Lipovetsky." *Tringulo Magazine*. 26 June 2013. Web. 23 June 2014. <<http://triangulomag.com/2013/06/26/moda-entre-lineas-el-imperio-de-lo-efimero-gilles-lipovetsky/>>.
21. "Mujeres, ¿con Uniformes De Futbol Ajustados?" *Zocalo Saltillo*. N.p., 29 Aug. 2011. Web. 24 June 2014. <<http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/mujeres-con-uniformes-de-futbol>>
22. "Nike, Puma y Adidas patrocinan a 26 de 32 selecciones" en Futbolete Web. 6 July 2014. <<http://futbolete.com/nike-puma-y-adidas-patrocinan-a-26-de-las-32-selecciones-mundialistas/>>
23. "¿Por Qué Nike Ya Empezó a Ganar En El Mundial De Brasil?" *Gestion.pe*. N.p., 23 Jan. 2014. Web. 24 June 2014. <<http://gestion.pe/tendencias/que-nike-ya-empezo-ganar-mundial-brasil-2087099>>.
24. Quintero Corral, Raúl "Giles Lipovetsky" UAM. Web. 24 June 2014. <http://www.uam.mx/difusion/casadeltiempo/01_oct_nov_2007/casa_del_tiempo_elV_num01_41_46.pdf>
25. Quispe, Hector. "El Nuevo Uniforme Del Tri, ¿Autogol O Acierto? - Forbes México." *Forbes México*. N.p., 14 Feb. 2014. Web. 24 June 2014. <<http://www.forbes.com.mx/sites/el-nuevo-uniforme-del-tri-autogol-o-acierto/>>.
26. Saima , Amira. "Sobre la evolución estética (y tecnológica) de los uniformes de fútbol. Porodavinci. ElVestier.12 de Junio, 2014 Disponible en : <http://prodavinci.com/blogs/sobre-la-evolucion-estetica-y-tecnologica-de-los-uniformes-de-futbol-por-amira-saim-elvestier/>
27. Sánchez, Christina. "Adidas Blinda Al Tri Y Lo Asegura Hasta El 2018 | El Economista." *El Economista*. 11 Aug. 2010. Web. 24 June 2014. <<http://eleconomista.com.mx/deportes/2010/08/11/adidas-blinda-tri-lo-asegura-hasta-2018>>.

28. "Squadra Azzurra" en FM Scout Web. 30 June 2014.
<<http://www.fmscout.com/q-12539-Squadra-Azzurra--Nazionale-italiana-di-calcio.html#174905>>
29. "Todo Sobre Camisetas: ESPECIAL: Las Camisetas De La Copa Mundial Brasil 2014." *Todo Sobre Camisetas*. Web. 24 June 2014.
<<http://todosobrecamisetas.blogspot.mx/2014/03/especial-las-camisetas-de-la-copa.html>>.
30. Uniforme de México , el tercer mejor diseño del mundial. Mundial Multimedios. 11 de junio de 2014 Disponible en :
<<http://mmdeportes.telediario.mx/note/uniforme-de-mexico-el-tercer-mejor-diseno-del-mundial>>

Todas las imágenes de las camisetas:

31. "La Camiseta no se Mancha" en Blog Spot Web. July 6 2014.
<<http://lacamisetanosemancha.blogspot.mx/p/especial-mundiales.html>>

Imágenes en dibujo representado la transición de los uniformes a través del tiempo:

32. "Uniforme de la selección de fútbol de México" Web. 30 June 2014
http://es.wikipedia.org/wiki/Uniforme_de_la_selección_de_fútbol_de_México
33. "Uniforme de la selección de fútbol de Francia" Web. 25 June 2014
<http://es.wikipedia.org/wiki/Selección_de_fútbol_de_Francia>
34. "Uniforme de la selección de fútbol de Italia" Web. 25 June 2014
<http://es.wikipedia.org/wiki/Uniforme_de_la_selección_de_fútbol_de_Italia>