UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN

SENSIBILIDADE HUMANA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL:

PROJETO DE UM NOVO UNIFORME PARA O CRUZEIRO ESPORTE CLUBE.

JOÃO PEDRO TAUFFER CALDAS
ORIENTADOR: PROF. DR. GABRIEL HENRIQUE CRUZ BONFIM
UBERLÂNDIA, 2026

JOÃO PEDRO TAUFFER CALDAS

SENSIBILIDADE HUMANA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: PROJETO DE UM NOVO UNIFORME PARA O CRUZEIRO ESPORTE CLUBE.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Design

Área de concentração: Design Gráfico

Orientador: Prof. Dr. Gabriel Henrique Cruz Bonfim

UBERLÂNDIA - MG

2026

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, ao meu professor e orientador Gabriel Henrique Cruz Bonfim, pela paciência, profissionalismo e por guiar este projeto de forma precisa e sincera. Sua orientação foi o pilar fundamental para que este trabalho ganhasse forma, propósito e sentido acadêmico.

À Debora Diniz, autora de "Carta de uma Orientadora", deixo um agradecimento especial. A leitura de sua obra no último ano foi o rito de passagem necessário para que eu compreendesse as "regras do jogo" acadêmico. Neste ponto, peço licença e perdão à professora Debora para cometer uma pequena "subversão dentro da norma". Embora ela defenda que esta seção deva ser um registro estritamente secular e acadêmico (desencorajando "excessos de intimidade" ou referências místicas), acredito que o suporte emocional é a infraestrutura invisível de qualquer produção intelectual. Sem o acolhimento daqueles que amo, minhas ideias não teriam força para fluir. Dessa forma, faço aqui o esforço para cometer o mínimo possível desses "excessos de intimidade".

Agradeço imensamente à minha família, principalmente meus pais e irmãos, pelo apoio incondicional durante esses meses. Eles foram responsáveis por aliviar o peso do projeto através da delicada, sutil e sincera forma que me trasmitiram confiança. Por fim, agradeço aos meus amigos, que tornaram o isolamento da produção acadêmica um pouco menos solitário. Em nome de todos eles, agradeço meu grande amigo Matheus Henrique Pereira da Silva, que soube ouvir meus desabafos e me ajudou a silenciar o "grilo do tremor" (e também do temor) nas empolgações e angústias do TCC. Obrigado por serem esse “muro de concreto ruim de derrubar”.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso busca desenvolver o projeto de um terceiro uniforme para o Cruzeiro Esporte Clube, buscando um ponto comum entre a sensibilidade humana e o uso de Inteligências Artificiais (IAs) generativas no processo criativo do design gráfico. O projeto adota a metodologia Double Diamond, estruturada nas fases de descoberta, definição, desenvolvimento e entrega. A descoberta tangencia a análise histórica da instituição, o estudo do manual da marca e o mapeamento da relação afetiva da torcida, conceituada como "estética Cruzeiro Esporte Clube". A partir dessas diretrizes, estruturou-se a fase de definição do conceito "Sempre haverá estrelas no céu", baseando-se na resiliência do clube ao atravessar a maior crise da sua história e na superação pessoal do atleta e ídolo Matheus Pereira. Os resultados culminaram na prototipagem de um uniforme completo composto por elementos oficiais da marca, tipografia tecnológica, texturas inspiradas nas constelações do hemisfério sul e forte simbologia regional. Para a validação visual, foram operadas ferramentas de IA Estreita (ANI), que geraram representações hiper-realistas da aplicação do produto. Por fim, embora essas tecnologias amplifiquem a capacidade técnica e quantitativa da produção, a originalidade do design permanece intrínseca à cognição e diretriz humana. Atributos como intenção, empatia, repertório cultural e curadoria provaram-se insubstituíveis, o que comprova a necessidade do ineditismo autoral do designer, especialmente na preservação da conexão identitária do uniforme com os torcedores.

Palavras-chave: Design esportivo; Inteligência artificial; Processo criativo; Cruzeiro Esporte Clube; Mockups.

ABSTRACT

This undergraduate thesis seeks to develop a project for a third kit for Cruzeiro Esporte Clube, searching for a common ground between human sensibility and the use of generative Artificial Intelligence (AI) in the creative process of graphic design. The project adopts the Double Diamond methodology, structured into the phases of discovery, definition, development, and delivery. The discovery phase touches upon the historical analysis of the institution, the study of the brand manual, and the mapping of the fans' affective relationship, conceptualized as the "Cruzeiro Esporte Clube aesthetic." Based on these guidelines, the definition phase was structured around the concept "There will always be stars in the sky," drawing on the club's resilience through the greatest crisis in its history and the personal overcoming of the athlete and icon Matheus Pereira. The results culminated in the prototyping of a complete kit composed of official brand elements, technological typography, textures inspired by southern hemisphere constellations, and strong regional symbology. For visual validation, Artificial Narrow Intelligence (ANI) tools were used to generate hyper-realistic representations of the product application. Finally, although these technologies amplify the technical and quantitative capacity of production, design originality remains intrinsic to human cognition and guidance. Attributes such as intention, empathy, cultural repertoire, and curation proved to be irreplaceable, which confirms the necessity of the designer's authorial originality, especially in preserving the identity connection between the kit and the fans.

Keywords: Sports design; Artificial intelligence; Creative process; Cruzeiro Esporte Clube; Mockups.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 8
1.1. OBJETIVOS 8
1.1.1. Objetivo geral 8
1.1.2. Objetivos específicos 9
1.2. JUSTIFICATIVA 9
1.3. MOTIVAÇÃO 11

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 13
2.1. A RELAÇÃO HISTÓRICA ENTRE FERRAMENTA X DESIGN 13
2.2. "SENSIBILIDADE HUMANA" NO DESIGN 15
2.3. O QUE É I.A? 17
2.3.1. Classificação geral das IAs 19
2.4. DESIGN DE UM PRODUTO ESPORTIVO 21
2.4.1. Branding esportivo 21
2.4.2. Semiótica e Storytelling 22
2.4.3. Mockups e IA 23

3. METODOLOGIA 24

4. DESENVOLVIMENTO 27
4.1. HISTÓRIA DA MARCA 27
4.1.1. Os do barro preto 27
4.1.2. Conquistas 28
4.1.3. Crise e resiliência 28
4.1.4. A retomada definitiva da alegria do torcedor 29
4.2. ESTUDO DO MANUAL DA MARCA 29
4.3. PÚBLICO-ALVO 33
4.3.1. A estética Cruzeiro Esporte Clube 33
4.3.2. Uma torcida atenta à marca 34
4.3.3. Propostas de uniformes feitas por torcedores ou simpatizantes 35
4.3.4. Torcida mineira 36
4.4. ANÁLISE DE SIMILARES 37
4.4.1. Terceiro Uniforme - Cruzeiro - 2025 37
4.4.2. Terceiro Uniforme - Vasco da Gama - 2025/2026 38
4.4.3. Terceiro Uniforme - Juventus - 2025 39

SUMÁRIO

4.5. BRIEFING, CONCEITO E MOODBOARDS 40
4.5.1. Briefing 40
4.5.2. Conceito principal: "Sempre haverá estrelas no céu" 41
4.5.3. Conceito secundário: o maior clube de Minas homenageia a maior torcida de Minas 42
4.5.4. Moodboards 43
4.6. PLANIFICAÇÃO E RASCUNHOS 45
4.6.1. Planificação 45
4.6.2. Rascunhos 46
4.7. PROPOSTA FINAL 50
4.7.1. Textura 50
4.7.2. Cores 51
4.7.3. Elementos 51
4.7.4. Tipografia 52
4.7.5. Composição final dos números 53
4.7.6. Modelo final completo 54
4.8. MOCKUPS COM IA 55
4.8.1. Mockup 1: básico 55
4.8.2. Mockup 2: camisas no gramado 56
4.8.3. Mockup 3: camisa espacial 58
4.8.4. Mockup 4: detalhe manga, barra e peito 61
4.8.5. Mockup 5: detalhe nuca Matheus Pereira 63
4.8.6. Mockup 6: Costas Byanca Brasil na órbita terrestre 65
4.8.7. Mockup 7: Close-up frente 66
4.8.8. Mockup 8: Jogador com uniforme completo 67
4.9. Manual do Produto 70

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 74

REFERÊNCIAS 76

1 INTRODUÇÃO

O processo de formação acadêmica no curso de Design da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) possibilita a compreensão da universalidade do design. Tal fundamento manifesta-se em projeto de interiores, criativos de comunicação visual, produtos com soluções ergonômicas, dentre outras múltiplas possibilidades. O design está na placa de trânsito, na almofada da sala, na cadeira de escritório e também no mundo futebolístico, seja numa placa de publicidade no gramado, no uniforme do time do coração, na chuteira com tecnologia para chuva forte no gramado e até na criação de memes para alfinetar o rival.

Esse projeto busca evidenciar o design não só como uma abordagem científica pura, mas como denominador comum das conexões humanas manifestadas sobre o futebol, a sensibilidade humana e as novas tecnologias como ferramenta na construção de um projeto. Somos testemunhas e atores de um momento histórico pelo qual o uso de Inteligências Artificiais (IAs) generativas transforma-se cada vez, tornando-se mais popular e aplicadas na dinâmica corporativa dos clubes de futebol, no jornalismo esportivo e na rivalidade entre torcedores. Por meio do design gráfico, faz-se a proposta de produzir um modelo de terceiro uniforme[1] para o Cruzeiro Esporte Clube, possibilitando a fusão entre a elaboração criativa e profissional humana com as tecnologias generativas na produção de mockups para comunicação visual desse produto.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo geral

Desenvolver um projeto de terceiro uniforme (camiseta, calção e meião) do Cruzeiro Esporte Clube para o ano de 2026, utilizando inteligências artificiais (IAs) como ferramenta em algumas etapas no campo criativo do design. Desse modo, busca-se evidenciar a viabilidade na utilização de ferramentas algorítmicas, preservando ao mesmo tempo a originalidade do processo autoral intrínseco à sensibilidade singular da imaginação humana concomitante à pro-

[1] TERCEIRAS camisas: uniformes alternativos, futebol e moda. **PopGol,** 2025. Disponível em: https://popgol.com/2025/03/17/terceiras-camisas-uniformes-alternativos-futebol-e-moda/. Acesso em: 1 mar. 2026.

dução de soluções materiais, tendo como suporte a articulação entre características humanas aplicadas na interação com inteligências artificiais, sem a perda da autenticidade ao longo dos processos formativos.

1.1.2. Objetivos específicos

- ★ Analisar historicamente a relação designer vs ferramenta.
- ★ Entender o funcionamento das inteligências artificiais contemporâneas.
- ★ Elencar IAs que podem ser trabalhadas no campo do Design.
- ★ Demonstrar como a criação do terceiro uniforme do Cruzeiro Esporte Clube representa a possibilidade material da interação humano e máquina.
- ★ Avaliar de forma crítica os resultados obtidos e suas implicações no universo criativo.

1.2. JUSTIFICATIVA

O futebol, para além de entretenimento, nunca é apenas futebol. Trata-se de um complexo mecanismo que fundamenta, organiza e mobiliza relações sociais. Por meio do afeto, há o fortalecimento da identidade que se manifesta nos diferentes espectros das emoções humanas. Nesse sentido, o futebol potencializa amor, frustração, esperança e significado que tem como produto o fortalecimento das vivências humanas no esporte. Inúmeras são as representações materiais desse fenômeno: o canto da torcida, a superação de condições físicas[2] e problemas psicológicos[3], dentre outros. O uniforme do clube do coração, para além formalização burocrática, é também um instrumento de conexão de identidade unidas por um afeto comum.

A partir dessas considerações, a construção desse trabalho de design visa desenvolver um uniforme esportivo que unifica tais possibilidades em uma representação material real, cuja existência impacta diretamente o torcedor cruzeirense.

[2] CARNEIRO, Gabriel; SIQUEIRA, Igor. **Lesão que quase acabou com carreira de Ronaldo Fenômeno completa 20 anos**. UOL, 2020. Disponível em: https://www.uol.com.br/esporte/reportagens-especiais/lesao-que-quase-acabou-com-carreira-de-ronaldo-fenomeno-completa-20-anos/#page4. Acesso em: 27 fev. 2026.

[3] PEREIRA, Matheus. **Onde as estrelas brilham mais forte.** The Players' Tribune Brasil, 2024. Disponível em: https://www.theplayerstribune.com/br/posts/carta-matheus-pereira-cruzeiro-estrelas. Acesso em: 27 fev. 2026

Esse projeto se justifica também com o avanço das IAs generativas, representando uma mudança de paradigma no papel do designer no mercado comparável à revolução digital dos anos 80/90. Esse novo papel coloca os profissionais em design, para além de um gestor de projetos que busca soluções visuais, funcionais e estéticas, e o coloca também como um gestor de sistemas. Com isso, o que na revolução digital era necessário aprender softwares como Corel Draw e Photoshop, agora também é importante compreender e operar tecnologias generativas que materializam exponencialmente a capacidade criativa humana em termos tanto qualitativos quanto quantitativos.

Recentemente podemos observar grandes marcas utilizando IAs em campanhas de natal, a exemplo da Coca-cola e do McDonald`s[4]. Assim como no design, tais tecnologias também se manifestam no universo futebolístico, presentes, por exemplo, em peças de marketing e memes[5]. Essa adoção por grandes empresas também agita o mercado comunicacional e o debate sobre criatividade humana, direitos autorais e IAs, convocando o estudante/profissional para apreender essas novas configurações da modernidade.

Figura 1 – Cena do comercial de Natal do McDonald's criado por inteligência artificial na Holanda.



Fonte: B9 (2024)

[4] MERIGO, Carlos. **McDonald's lança comercial criado inteiramente por IA na Holanda.** B9, 2024. Disponível em: https://www.b9.com.br/176161/mcdonalds-comercial-ia-holanda/. Acesso em: 21 fev. 2026.

[5] USO de dados e segmentação impulsiona posicionamento digital do Botafogo. **MKT Esportivo,** 2025. Disponível em: https://www.mktesportivo.com/2025/10/uso-de-dados-e-segmenta1cao-impulsiona-posicionamento--digital-do-botafogo/. Acesso em: 1 mar. 2026.

Esse trabalho oferece subsídios à sociedade sobre as novas tendências tecnológicas, sendo uma ponte entre universidade pública e demandas de mercado por se fundamentar nas diretrizes da LDB (1996), dentre elas:

- ★ estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo;
- ★ formar diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua;
- ★ incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando o desenvolvimento da ciência e da tecnologia e da criação e difusão da cultura, e, desse modo, desenvolver o entendimento do homem e do meio em que vive;
- ★ suscitar o desejo permanente de aperfeiçoamento cultural e profissional e possibilitar a correspondente concretização, integrando os conhecimentos que vão sendo adquiridos numa estrutura intelectual sistematizadora do conhecimento de cada geração;
- ★ estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade;

Como se não bastasse, esse projeto possui intenção de contribuir com o debate ético, desmistificando o senso comum manifestado pelo medo as ANIs concomitante a expansão do debate sobre os limites do uso das IAs, direitos autorais e a importância da sensibilidade e criatividade humana de maneira dialógica. Por fim, uma observação crucial: toda tecnologia pode ser usada para infringir direitos e, portanto, deve ser debatida sobre seus limites no campo ético.

1.3. MOTIVAÇÃO

Ao longo da minha formação na Universidade Federal de Uberlândia, desenvolvi interesse pela comunicação e pelo design gráfico esportivo. A escolha deste tema manifesta-se na encruzilhada que determina a interseção entre Design e a paixão futebolística que me acompanha desde o berço. Como cruzeirense, os registros da minha trajetória pessoal (como a celebração do meu primeiro aniversário, já sob o tema do Cruzeiro Esporte Clube), evidenciam que o afeto pelo clube precede até mesmo a minha compreensão racional sobre o esporte. Tal ligação emocional é o que fundamenta o sentimento de que esse esporte nunca é "apenas futebol", mas um complexo mecanismo de identidade e memória que concretiza o desejo de contribuir tecnicamente para essa estética que tanto admiro.

Figura 2 - Registros do meu primeiro aniversário, com temática do Cruzeiro Esporte Clube (05/12/1998).



Fonte: Arquivo pessoal.

Em paralelo a tal realidade, surge uma constante e genuína curiosidade pela inovação. A popularização das Inteligências Artificiais representa um novo paradigma para a minha futura profissão, de modo a considerar a possibilidade do designer ser também um gestor de sistemas. Essa motivação em utilizar tais ferramentas não parte de uma visão romantizada, que ignora os desafios éticos, nem de uma postura que demoniza a tecnologia por medo do desconhecido. Pelo contrário, busca uma experiência de aprendizado crítica e equilibrada, explorando como a sensibilidade humana pode dialogar com essas tecnologias para expandir as possibilidades criativas no campo do design.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. A RELAÇÃO HISTÓRICA ENTRE FERRAMENTA X DESIGN

Ao curso da história moderna podemos observar diversos exemplos de criação e aprimoramento de ferramentas de trabalho no campo do Design e, de forma até mais ampla, no campo das artes. Elas moldaram o processo criativo e inovador que culmina na realidade contemporânea, seguindo em aprimoramento constante, concomitante a passagem do tempo social. O estágio que nos encontramos hoje é fruto de um processo de desenvolvimento tecnológico humano cada vez maior. Nosso dever é valorizar esse processo e nos abrir para novas perspectivas, em uma construção constante que aprimore o que já temos e construa o novo.

Ao olhar para esse decorrer histórico nos deparamos com a Prensa de Gutemberg (Linardi, 2011), uma ferramenta que revolucionou a produção escrita (National Geographic Portugal, [s.d.]). Ela pode ser considerada por muitos apenas uma relíquia histórica, mas para um designer tipográfico é um marco nos parâmetros de criação das fontes que conhecemos e trabalhamos hoje. De acordo com Lupton (2013), a prensa de Gutenberg representou o marco inicial da escrita mecanizada ao fragmentar o texto em tipos móveis e organizá-los de forma sistemática. Sem essa padronização, a ideia moderna de 'fonte' como um sistema coerente de formas não existiria.

Cabe aqui a seguinte reflexão imaginativa: você está no período histórico onde você é um escrivão que trabalha manualmente e se depara com a criação desta máquina revolucionária de metal que utiliza tipos móveis. Você irá olhar como uma ameaça ao seu trabalho ou como uma oportunidade que aprimora suas ferramentas e melhora suas condições de trabalho? ou talvez, irá olhar com criticidade e cautela ao mesmo tempo que se permite a curiosidade inovadora?

É possível entender casos onde o profissional olhe como uma ameaça o surgimento de uma nova ferramenta de criação, como por exemplo um pintor que trabalha retratando pessoas sentir-se ameaçado com a invenção da fotografia. É fato que essa invenção afetou o campo da pintura, mas é inegável que se tornou uma ferramenta importante para a memória pessoal (Cruz, 2020), composições criativas e técnicas presentes até os dias atuais. Quanto à pintura, essa se adaptou e passou a explorar outros campos criativos que não seja apenas representar o “real” (Rocha, 2021).

Um exemplo histórico mais próximo é o advento dos computadores pessoais (Criado..., 2006) e a evolução dos programas de software, como o Photoshop (Version Museum, [s.d.]), a partir da década de 1980 e 1990 também forçaram uma adaptação em termos de ferramentas no processo criativo do designer, que passa a trabalhar seus conceitos e soluções com muito mais suporte e agilidade tecnológica. Conforme sugerem os estudos de Meggs e Purvis (2009), o designer distanciou-se da figura de artesão físico, que manipulava materiais físicos, para assumir o papel de gerenciador e operador de sistemas e fluxos de dados digitais.

> "A revolução digital no design gráfico [...] deu a designers individuais o controle sobre todo o processo de editoração: concepção, composição, diagramação e produção de arte-final. [...] O computador pessoal e o software de editoração eletrônica provocaram uma mudança de paradigma na forma como os designers gráficos pensam e trabalham."
>
> (Meggs; Purvis, 2009, p. 642, 643)

Diante desses eventos, o avanço e popularização das IAs pode ser considerado uma ameaça ou uma evolução no campo de ferramentas do design? As IAs são uma continuação dessa história (uma ferramenta que "amplia a capacidade") ou seria uma ruptura (uma "coisa” que "pensa" junto e apenas reproduz e infringe direitos autorais)? Ou talvez um pouco dos dois cenários? Esse trabalho busca fazer um experimento visando uma aplicação prática que dialogue com tais questionamentos.

Cabe aqui uma observação. Para inserir as IAs nesse contexto de instrumento de produção é importante não ignorar o debate que existe hoje em diversos campos profissionais sobre a questão de direitos autorais (Schirru, 2019). Mas é muito importante também entender que esse debate e a defesa pela autoria sempre estiveram presentes na sociedade e que, uma vez usando as IAs da maneira correta como uma ferramenta, não corrobora para o uso e aplicação dela para infringir princípios éticos não apenas no campo de produção do Design. À medida que aprimoramos um avanço tecnológico como esse, é muito importante também expandirmos os olhares para ajustes que não prejudiquem projetos autorais.

2.2. "SENSIBILIDADE HUMANA" NO DESIGN

O próximo passo na nossa reflexão passa por definir o que é a sensibilidade e contribuição humana no Design. É possível colocá-la ainda como uma prateleira acima das ferramentas de IA disponíveis? Até que ponto a originalidade e decisão humana podem ser substituídas completamente pelas IAs existentes hoje? Para isso, podemos visualizar algumas características que são inerentes a nós humanos e que não se encontram hoje nessas inteligências, por mais que alguns modelos busquem simular esses aspectos. Vamos partir então de alguns recursos humanos na composição de um projeto de Design:

Intenção: O propósito do projeto e a definição do problema. Isso pode ser apresentado apenas por um humano, seja ele o dono de uma empresa, um gerente, um produtor, um funcionário da área de contabilidade ou até mesmo uma pessoa ou conjunto de pessoas externo a empresa. O ChatGPT sozinho, por exemplo, não é capaz de ter intenção (Listokin, [s.d.]), ele pode tentar simular, mas não é o gerador zero do problema e da necessidade de um projeto que o solucione. Ele pode até ajudar a detectar um problema, mas ainda carece de intenção.

Empatia: Temos inúmeras IAs que podem fazer um levantamento de dados, relatório e analisar os resultados de uma pesquisa qualquer, desde uma forma superficial até uma aprofundada (Datacamp, [s.d.]). Contudo, ela não é capaz de obter as capacidades cognitivas presentes no nosso organismo que denominamos empatia (Forbes, 2025). É por meio desse mecanismo

que somos capazes de nos colocar no lugar do outro e entender ainda mais profundamente seus sentimentos[16].

Sendo objeto de pesquisa na psicologia e nas ciências biológicas, sua função é definida pela capacidade de sentir o que o outro sente (Katz 1963). Cognitivamente, somos capazes de mentalmente compreender a perspectiva terceira, sem necessariamente sentir a mesma emoção (Rizzolatti, Sinigaglia, 2008). Assim, embora possua diferentes compreensões no campo da psicologia moderna, torna-se não só um objeto no universo da ciência, mas uma representação das capacidades inerentemente humanas (Goleman, 2006).

"Estamos projetados para a conexão. A neurociência descobriu que o próprio design do nosso cérebro o torna sociável, sendo inexoravelmente atraído para uma ligação íntima com o outro." (Goleman, 2006, p. 15)

Repertório Cultural e Semiótico: Dentro de uma janela de contexto de uma IA podemos direcioná-la para priorizar nuances, ironias, contextos culturais, o significado dos signos, etc (Kimura, [s.d.]). Porém, o marco zero para priorizar os enfoques perpassa pelo repertório cultural e semiótico do designer, que vai analisar, decidir e construir o prompt ideal.

Intuição e Acaso: esse aspecto de certa maneira pode agregar os outros citados anteriormente: o "estalo criativo". No Design, pode ser considerado um acaso controlado onde as ideias não chegam do nada apenas porque estamos debaixo de um chuveiro, mas porque os aspectos anteriores e nossa intuição nos conduziram até aqui e geraram a conexão inesperada de ideias, conforme sugere Munari, ao afirmar que o design é um processo metodológico. O "acaso" só produz resultados úteis se houver um método guiando o olhar (Munari,2008).

Curadoria e Edição: a capacidade de decidir qual ideia é a melhor, refinar, cortar excessos. A intervenção humana precede o produto gerado por uma IA por meio desses aspectos listados acima e que resultam na elaboração de um prompt[18] para a IA executar. Mesmo que a

[6] Grego: Deriva de empatheia (en = dentro; pathos = sentimento, paixão). Literalmente, significa "entrar no sentimento" ou "sofrer junto". HARPER, Douglas. **Online Etymology Dictionary.** Disponível em: https://www.etymonline.com. Acesso em: 21 jan. 2026

[7] Segundo o Dicionário Online de Português (Dicio), no contexto da informática, um prompt é definido como um texto que transmite uma instrução ou contexto a um programa — como um modelo de linguagem ou de Inteligência Artificial —, esperando que uma resposta seja gerada com base nessa solicitação. Em suma, atua como um comando de entrada.

IA produza um bom resultado, ela necessita receber um prompt adequado e após essa produção, é importante passar por um processo de revisão, pelo qual temos a capacidade de fazer uma curadoria e uma edição. Os ajustes que não foram entendidos pela inteligência artificial ou simplesmente não houve capacidade tecnológica de alcançá-los podem ser otimizados e finalizados pelas habilidades humanas.

2.3. O QUE É I.A?

Nesse processo, é extremamente importante entender - ainda que de forma geral - as inteligências artificiais, um termo muito falado atualmente mas que surgiu ainda no século XX enquanto concepção e materialidade. A primeira inteligência artificial implementada não surgiu na última década, mas sim em 1955 em um software denominado de Logic Theorist (LT). O LT, para além de um programa de cálculo numérico, foi projetado para realizar raciocínio simbólico, sendo capaz de provar teoremas do segundo capítulo do Principia Mathematica de Whitehead e Russell, chegando a provas mais curtas e elegantes que as originais. (Russell; Norvig, 2013, p. 17).

> O programa de Newell e Simon, o Logic Theorist (LT), já estava funcionando. No Workshop de Dartmouth, ele já estava em execução e era capaz de provar a maioria dos teoremas do Capítulo 2 do Principia Mathematica de Whitehead e Russell. Dizem que, quando Simon mostrou a Russell que o programa havia apresentado uma prova para um teorema que era mais curta do que a prova no Principia, Russell ficou encantado.
>
> (Russell; Norvig, 2013, p. 17).

Mas podemos realmente definir o que é uma IA? É evidente que nesse campo de pesquisa existem diversos autores que buscam definir essa tecnologia, mas no âmbito deste trabalho acadêmico ficaremos com a definição de Russell e Norvig (2023, p. 4) que afirmam que a inteligência artificial é definida como o estudo de “agentes que recebem percepções do ambiente e executam ações", focando em projetos que "maximizem as chances de atingirem seus objetivos".

Esses agentes são construídos para aprender com o material recebido, e com isso podemos observar um subcampo dentro desse funcionamento que é o Machine Learning (Aprendizado de Máquina). Conforme Domingos (2017), o aprendizado de máquina representa a automação da própria descoberta, permitindo que sistemas computacionais aprendam de forma autônoma através da generalização de dados, eliminando a necessidade de programação manual constante. Portanto, em linhas gerais, é seguro afirmar que uma inteligência artificial funciona como um sistema que transforma dados em decisões (Febraban, 2025). Ao longo das décadas esse mecanismo foi aprimorado e cada vez mais se popularizando na nossa sociedade (Datacamp, 2025).

Em linhas gerais, o funcionamento das IAs contemporâneas baseia-se em um ecossistema complexo onde tentaremos fazer uma síntese: enquanto as Redes Adversariais Generativas (GANs) e os Modelos de Linguagem (LLMs) permitem a materialização de conceitos visuais a partir de instruções textuais , conceitos como janela de contexto e alucinação delimitam as fronteiras dessa tecnologia. A compreensão desses limites é o que exige do designer uma postura crítica e uma curadoria constante, garantindo que as operações feitas por meio da máquina não resulte em erros técnicos ou perda da autenticidade autoral. As tabelas 1 e 2 resumem esse conceitos centrais aplicados a este projeto:

Tabela 1 – Comparativo entre as estruturas, objetivos e saídas de modelos GANs e LLMs.

TERMO	ESTRUTURA	OBJETIVO	SAÍDA
GANs	Redes que 'competem' entre si (adversárias)	Criar materiais realistas	Imagens, vídeos, áudios
LLMs	Rede única de atenção (Transformer)	Prever a sequência lógica de dados	Texto, código, diálogos

Fonte: Elaborado pelo autor (2026), com base em IBM (2024) e Alura (2024).

Tabela 2 – Definições de termos técnicos relacionados ao processamento e comportamento de IAs Generativas.

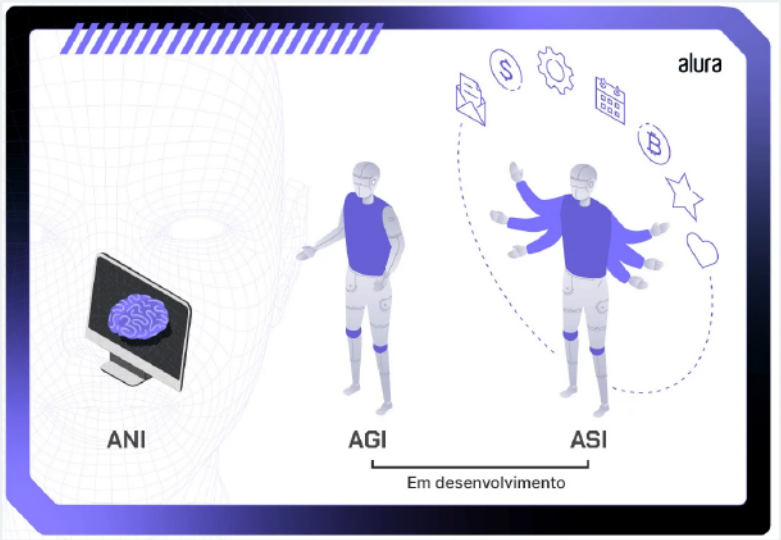
TERMO	DESCRIÇÃO
Janela de Contexto	É a “memória de trabalho”, a quantidade máxima de dados (tokens/palavras) que o modelo consegue processar e "manter na mente" em uma interação.
Alucinação	É quando a IA gera informações que soam convincentes, mas são factualmente incorretas, sem sentido ou desconectadas da realidade.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026), com base em IBM (2024).

2.3.1 Classificação geral das IAs

Aqui, analisaremos modelos de IAs que podem ser trabalhadas no campo do Design e que interagem conosco por meio de um prompt, que é a instrução ou comando em linguagem natural que você fornece a um sistema de inteligência artificial (IA) para que ele execute uma tarefa. Atualmente é possível classificar de forma geral as IAs em 3 tipos que nos ajudam a mostrar o estágio atual e a perspectiva para o futuro dessa tecnologia: Inteligência Artificial Estreita (ANI - Narrow), Inteligência Artificial Geral (AGI - General) Superinteligência Artificial (ASI - Superintelligence) (N).

Figura 3 – Diferenças entre IA Estreita, Geral e Superinteligência



Fonte: Alura (2024).

A Inteligência Artificial Estreita (ANI - Narrow) é a única que existe atualmente e está disponível em diversos lugares (Costa, 2023). Ela é projetada e treinada para analisar e executar tarefas específicas com um nível muito bom de competência. Esse modelo opera dentro de um contexto pré-definido e não tem consciência ou entendimento do mundo fora da sua função. Pode ser do tipo discriminativa, onde é capaz de reconhecer padrões em dados ou do tipo generativa, onde é possível criar novos dados com base nesses padrões (IBM, 2024). Tanto a ANI quanto os seus 2 tipos podem ser utilizados como ferramenta em um projeto criativo no campo do Design e é esse modelo que iremos trabalhar mais a frente no projeto prático.

Portanto, sendo um trabalho que busca a implementação de modelos de IAs como ferramenta no Design, fica evidente que só pode ser usado por meio das ANIs. Elas são capacitadas para geração de imagens ou processar linguagem, mas não "entendem" o que é "beleza", "tristeza" ou o "propósito" do design que estão criando, carecendo de intenção ou sensibilidade humana. No diálogo entre a sensibilidade humana (o designer, que tem o propósito) e a ANI (a ferramenta de ponta, que executa), encontra-se o objetivo central deste projeto.

> Estamos cada vez mais desacoplando a capacidade de realizar uma tarefa com sucesso (agência) da necessidade de ser inteligente para fazê-lo (inteligência). [...] A IA é agência sem inteligência. Ela é o resultado de um processo de engenharia que visa à obtenção bem-sucedida de um resultado, independentemente da maneira pela qual um ser humano o alcançaria. O fato de uma máquina poder jogar xadrez melhor do que um ser humano não significa que a máquina esteja jogando xadrez de um modo inteligente.
>
> (Floridi, 2017, p. 163).

Já a Inteligência Artificial Geral (AGI - General) ainda não existe hoje mas muitas empresas buscam alcançar essa tecnologia (Costa, 2023). A AGI teria a capacidade cognitiva equivalente à de um ser humano, sendo capaz de aprender, raciocinar, entender contextos complexos, adaptar-se a novas tarefas (que não foi explicitamente treinada para) e, possivelmente, ter consciência (o que é um debate filosófico enorme) (Montini, 2024). Podemos observar

muitos casos no campo da ficção científica, por exemplo, os robôs de filmes, como o Tars de “Interestelar” ou o C-3PO de "Star Wars". Eles podem conversar, resolver problemas diversos e interagir com o mundo de forma geral.

A consolidação da AGI é a fonte de grande parte da ameaça ao trabalho humano do designer? Alguns profissionais temem uma máquina que pode nos substituir em sua totalidade (Ramos, 2024), mas fato é que só interagem com uma Inteligência Artificial Estreita (ANI), uma tecnologia que pode auxiliar o designer. O debate atual estaria "contaminado" pelo medo da AGI quando o que temos na prática (ANI) é uma ferramenta que exige, mais do que nunca, a curadoria e a direção da sensibilidade humana?

O terceiro e último modelo que podemos definir de forma geral é a **Superinteligência Artificial (ASI - Superintelligence),** que está ainda mais no campo hipotético, sendo uma IA que não apenas iguala, mas excede vastamente a inteligência humana em todos os domínios: criatividade, sabedoria, resolução de problemas, inteligência social, etc (Costa, 2023). Tal conceito é frequentemente associado à teoria da 'Singularidade Tecnológica' popularizada por Vernor Vinge (1993) e Ray Kurzweil (2005), que defende que, uma vez criada uma AGI, ela poderia iniciar um processo de autoaprimoramento contínuo. Tal fenômeno, descrito inicialmente por I. J. Good (1965) como uma 'explosão de inteligência' de modo exponencial, o que consequentemente deixaria a capacidade cognitiva humana para trás.

Não é inédito o temor e fascínio sobre a subordinação humana à lógica das máquinas, presente no imaginário cultural há décadas. Na ficção científica “Eu, Robô” (1950), Isaac Asimov já falava sobre esses dilemas ao ilustrar cenários onde sistemas artificiais, ao evoluírem para gerenciar a complexidade do mundo, acabam tomando o controle das decisões globais com a justificativa de proteger a humanidade de conflitos armados, o que deixa em evidência como preocupações éticas sobre uma inteligência superior precedem a própria tecnologia

2.4. DESIGN DE UM PRODUTO ESPORTIVO

2.4.1 Branding esportivo

O uniforme de um clube é um símbolo extremamente importante para um torcedor, em um único modelo pode-se carregar tradição, história, paixão e esperança. Mais precisamente,

nas palavras de Joey D´Urso (apud Stein, 2021):

> Acho que minha maior lição é que camisas de futebol explicam o mundo e isso é incrivelmente poderoso. Pode nos ensinar muitas coisas. E isso pode nos envolver e nos intrigar mais do que estatísticas econômicas ou ouvir sobre política. Acho que é um símbolo realmente poderoso.

Essa simbologia é compreendida por muitos clubes que, consolidando uma identidade visual com um aprofundado projeto de branding, consegue construir uniformes que geram identificação com seu torcedor. A partir disso, nos novos projetos de uniformes e produtos do clube é de suma importância sempre manter a consistência visual com os ativos do clube.

2.4.2. Semiótica e Storytelling

Esses dois elementos no contexto do design de produto são fundamentais para compreender como um modelo de uniforme deve se conectar com seus usuários finais, profissionais do clube e torcedor. A semiótica busca destrinchar os signos de maneira científica, que podem ser observados por toda a parte, relacionados tanto a elementos naturais quanto a elementos culturais. A semiótica e seu estudo dos signos é fundamental para compreender a comunicação, pois ela é estabelecida através da linguagem, que por sua vez é formada de signos (Souza, [s.d.]). De acordo com a teoria da significação, "A semiótica se ocupa de qualquer coisa que possa ser assumida como um signo. Signo é qualquer coisa que possa ser assumida como um substituto significante de qualquer outra coisa." (Eco, 1980, p. 7). Já o storytelling é onde contamos uma história, uma narrativa que capture o interesse do público-alvo e o envolva de forma emocional e comportamental (Alura, 2024). No nosso caso, de maneira mais específica, é uma estratégia de design, ou seja: "Narrativa é o ato de dar sentido ao mundo através de uma sequência de eventos. No design, o storytelling ajuda a guiar o olhar do usuário e a criar uma jornada emocional através de cores, formas e texturas." (Lupton, 2017).

2.4.3 Mockups e IA

Quando nos referimos a um mockup estamos falando da representação visual realista de um trabalho de design, seja ele um projeto de interiores, gráfico ou de produto. Os mockups nos ajudam simular a aparência final do design construído sem que seja necessária a produção real, ou seja, uma visualização prévia de como ficará.

Com o avanço tecnológico podemos observar a popularização de muitos modelos de mockups na internet, onde obtém-se a licença até gratuitamente e se aplica esses modelos através de um software de edição como o Photoshop por exemplo. Essa popularização traz para nós, designers, bastante praticidade e economia de tempo na hora de apresentar a aplicação realista dos nossos projetos. No entanto, também traz algumas desvantagens, como a falta de originalidade nos mockups (uma vez que muitos profissionais usam o mesmo modelo) e a falta de controle estético sobre a narrativa da proposta que está sendo apresentada. Nesse contexto, o surgimento das IAs generativas permitem potencializar a criatividade humana, conferindo liberdade criativa ao designer (que criará um prompt de acordo com as premissas conceituais do seu projeto), originalidade e exclusividade de se gerar um mockup inédito. (Kimura, 2026)

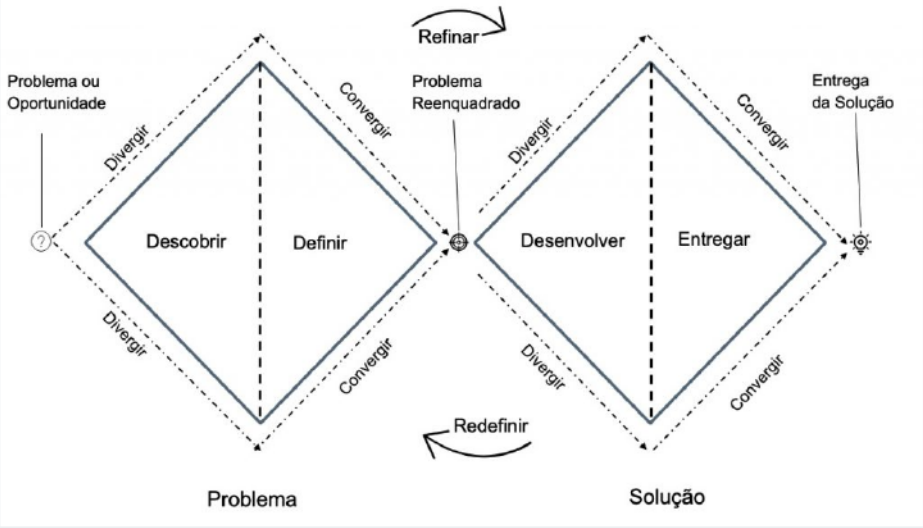
Para que a geração de mockups não caia em uma aleatoriedade algorítmica e passe a representar fielmente o conceito visual planejado, a construção do prompt deve seguir uma arquitetura lógica e hierárquica. De acordo com a metodologia da Plataforma Nexus (Kimura, 2026), devemos organizar o prompt iniciando pela definição do **estilo**, que estabelece a estética visual da imagem (como fotografia editorial ou publicidade esportiva), seguido pela determinação do **objeto/sujeito** e do **ambiente**, que definem o foco central e o cenário da composição. Chegamos então à camada de **fotografia**, onde se introduz a linguagem técnica de câmera, incluindo enquadramentos e profundidade de campo. Já na parte de **detalhes,** nos dedicamos ao refinamento de texturas, materiais e iluminação precisa. Por fim, os **parâmetros** configuram os comandos técnicos de execução do modelo, como resolução e proporção. Essa sistematização permite que o designer assuma o papel de diretor de arte, assegurando que a inteligência artificial atue como uma extensão da sensibilidade humana e da intenção criativa autoral.

3 METODOLOGIA

O desenvolvimento desse projeto se estrutura a partir da metodologia Double Diamond. Criada pelo British Design Council (2005), é dividida em dois "diamantes" que buscam mapear os estágios divergentes (primeiro diamante) e convergentes (segundo diamante) dentro de um projeto de design, com a intenção de encontrar uma solução real e assertiva em relação ao problema.

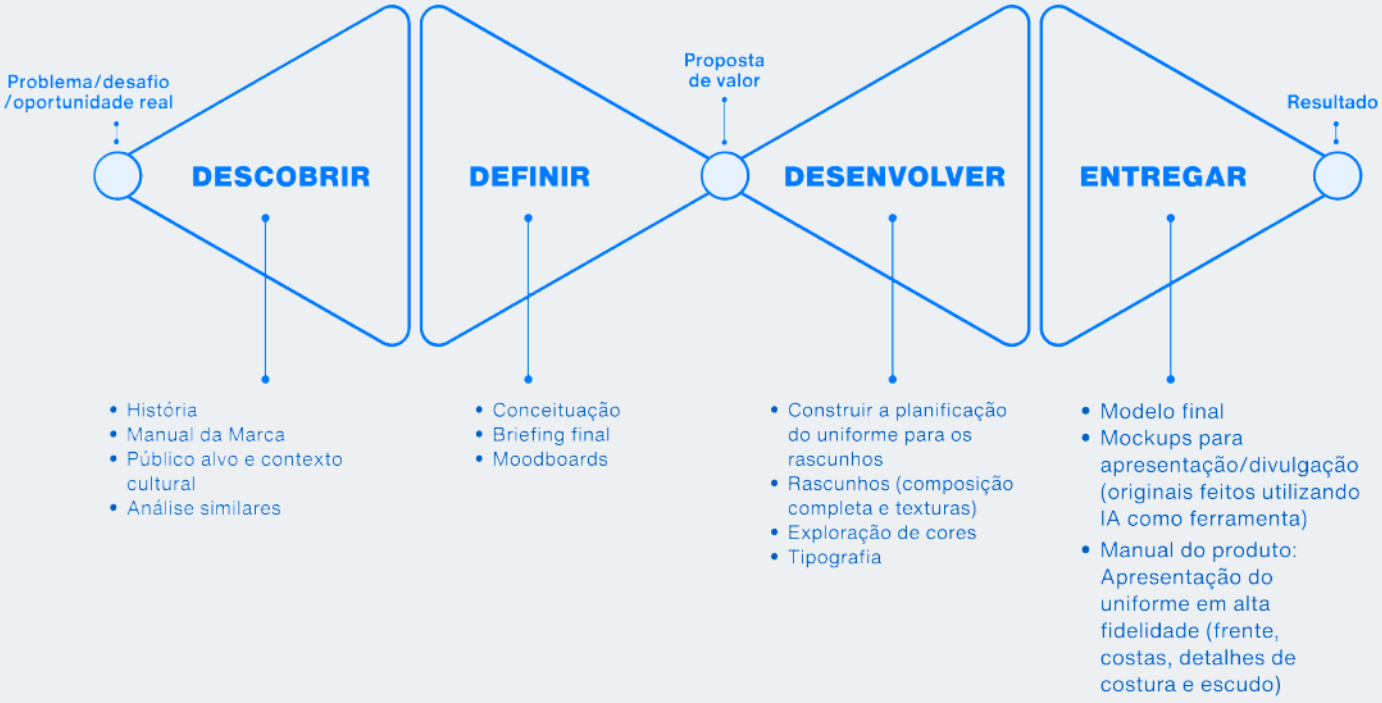
> "O Diamante Duplo é uma abordagem estruturada para enfrentar desafios. O primeiro diamante ajuda a entender o problema e a definir o desafio real. O segundo diamante foca em criar soluções, testá-las e iterar até chegar à resposta final." (Nessler, 2016).

Figura 4 – Esquema da metodologia do Diamante Duplo (Double Diamond)

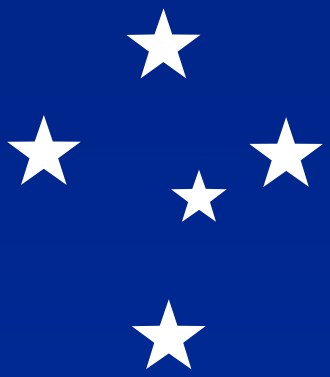


Fonte: Método Consultoria (2023).

★ No quadro a seguir, a aplicação da metodologia Double Diamond para esse projeto de design esportivo:



DOUBLE DIAMOND



SEMPRE HAVERÁ ESTRELAS NO CÉU

4 DESENVOLVIMENTO

4.1. HISTÓRIA DA MARCA

A trajetória histórica do Cruzeiro Esporte Clube é apresentada aqui para para além de um mero levantamento documental. Como um pilar fundamental da fase *Descobrir*, incorporada na metodologia Double Diamond, busca-se a compreensão das raízes, glórias e crises da instituição. Essa análise histórica permite extrair a essência necessária para a construção de um projeto de design que vá além da estética, respeitando o legado do clube e gerando identificação real com o torcedor. Assim, esste processo atua como o alicerce prático do desenvolvimento, permitindo a transformação das memórias e conquistas em ativos visuais e conceituais indispensáveis para a criação de um novo terceiro uniforme.

4.1.1. Os do barro preto

Inicialmente chamado de Società Sportiva Palestra Itália, o clube foi fundado em 2 de janeiro de 1921 por imigrantes italianos, operários e comerciantes, que participaram da construção da nova capital mineira. O time servia como um mecanismo de afirmação e reforço da identidade da comunidade italiana, que enfrentava preconceitos e ocupava posições periféricas na sociedade da época. (Instituto Palestra Itália, 2020)

> Assim, em 1921, após a passagem do réveillon, imigrantes italianos, operários e comerciantes oriundos das primeiras famílias que se instalaram em Minas Gerais para a construção da nova capital, se reúnem num comércio chamado Casa Ranieri, na Rua dos Caetés, centro de Belo Horizonte, para concretizar um sonho que vinha sendo alimentado há algum tempo. Eles decidem fundar a Società Sportiva Palestra Italia, atual Cruzeiro Esporte Clube, (...)
>
> (Instituto Palestra Itália, 2020, p. 3-4)

Em outubro de 1942, devido à entrada do Brasil na 2ª Guerra Mundial, o clube passou a se chamar Cruzeiro Esporte Clube, adotando o azul e branco como cores principais, em homenagem à “azurra”, a Seleção Italiana de Futebol, e as estrelas do Cruzeiro do Sul como símbolo.

4.1.2 Conquistas

O clube ganhou destaque nacional com a Taça Brasil de 1966 contra o temido "Santos de Pelé" e alcançou a primeira Copa Libertadores em 1976, recebendo o apelido de "La Bestia Negra", por ser considerado um adversário difícil de se enfrentar. Já a década de 1990 foi a mais vitoriosa, com a conquista de duas Copas do Brasil (1993 e 1996), uma Copa Libertadores da América (1997), e outros títulos internacionais. Chegando nos anos 2000, o Cruzeiro conquistou o 3º título da Copa do Brasil (2000), foi reconhecido pela IFFHS como o Melhor Clube Brasileiro do Século XX, e alcançou a inédita Tríplice Coroa em 2003. Em 2010 trouxe o bicampeonato brasileiro (2013 e 2014) e mais duas Copas do Brasil (2017 e 2018), consolidando o clube como o "Rei de Copas", o único time brasileiro a conquistar 6 vezes a Copa do Brasil. (Cruzeiro Esporte Clube, 2025).

Figura 5 – Wilson Gottardo Cruzeiro Libertadores 1997



Fonte: Globo Esporte (2017).

4.1.3. Crise e resiliência

Em 2019, o Cruzeiro passou pela maior crise de sua história, que começou a ficar evidente a partir de uma reportagem do programa Fantástico daquele mesmo ano. A matéria detalha uma investigação da Polícia Civil de Minas Gerais sobre a diretoria do Cruzeiro Esporte Clube, baseada em crimes de lavagem de dinheiro, falsidade ideológica e pagamentos suspeitos (Ge, 2019).

A corrosão institucional e financeira que a então diretoria colocou o clube testou ao limite a capacidade de resiliência do clube e o convívio com o risco de deixar de existir. Ainda em

2019, o torcedor vivenciou o inédito rebaixamento para a série B do Campeonato Brasileiro onde ficaria por longos 3 anos lutando pelo acesso à elite do futebol no país. Ao final do ano de 2021, o ex-jogador do clube, Ronaldo Fenômeno, compra o Cruzeiro e o transforma em Sociedade Anônima do Futebol (SAF), iniciando um processo de reorganização administrativa, financeira e esportiva e trazendo de volta esperança ao torcedor. A partir disso, o cenário continua complexo e desafiador para a existência do clube, mas nas palavras do novo dono, o time "saiu da UTI e foi para o quarto do hospital" (Ge, 2022). Em 2022 é conquistado o acesso à Série A do Brasileiro e se inicia um novo ciclo na reconstrução do clube para voltar a ser considerado um dos maiores do país (Ge, 2024).

4.1.4. A retomada definitiva da alegria do torcedor

A nova gestão do Clube liderada pelo então dono Ronaldo Fenômeno tinha atingido seu maior objetivo, reestruturar o clube e trazer esperança ao torcedor. No entanto, a dívida do clube ainda continuava alta e a capacidade de investimento por parte do ex-jogador era limitada. Em abril de 2024 entra em cena então um novo capítulo e um novo personagem: a nova compra do Cruzeiro pelo empresário cruzeirense Pedro Lourenço (Ge, 2024). A partir daí, o clube saltou de patamar de investimento e acelerou sua reestruturação, o torcedor que carregava a esperança de mãos dadas com o medo, a colocou agora de mãos dadas com a alegria.

4.2 ESTUDO DO MANUAL DA MARCA

Podemos elencar os seguintes pontos a partir de um estudo detalhado do Manual da Marca do Clube:

- ★ A cor azul é adotada após 1942 como forma de homenagem velada à "Azurra" Seleção Italiana de Futebol. (Cruzeiro, 2021)

Figura 6 – Evolução cronológica dos escudos do Cruzeiro Esporte Clube entre 1921 e 2021.



Fonte: Diário Celeste (2022).

★ O Cruzeiro do Sul está presente no nome e no símbolo do clube, destaca a forte relação com o Brasil, utilizado nos maiores símbolos nacionais: Brasão da República, Hino e Bandeira Nacional (Cruzeiro, 2021). A torcida do Cruzeiro durante o hino nacional no estádio canta em coro a parte “A imagem do cruzeiro resplandece”.

★ O Escudo oficial (logo) é composto pela constelação do Cruzeiro do Sul, representada por estrelas brancas dispostas dentro de uma circunferência azul. Ao redor da circunferência, há uma borda branca contendo a inscrição “Cruzeiro Esporte Clube” em azul, no mesmo tom do campo central (Cruzeiro, 2021).

Figura 7 – Variações da identidade visual oficial: escudo e símbolo de estrelas soltas.



Fonte: Cruzeiro Esporte Clube (2021).

Figura 8 – Diretrizes técnicas de cor e tipografia institucional do Cruzeiro Esporte Clube.

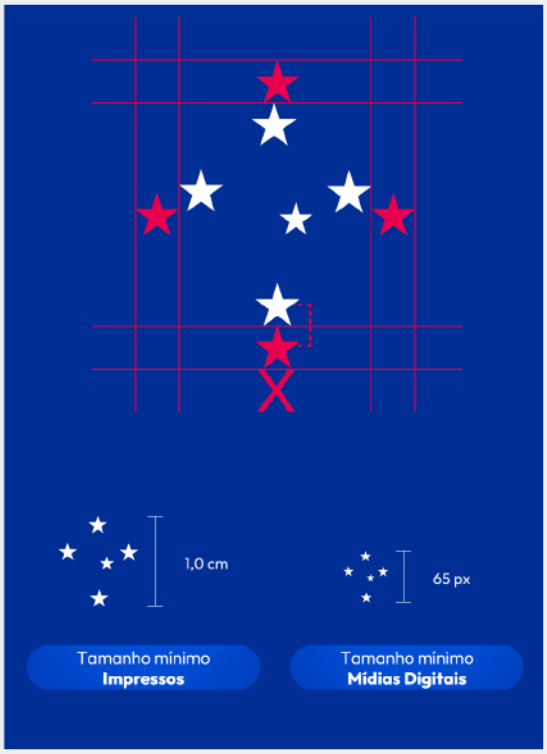


Fonte: Cruzeiro Esporte Clube (2021).

★ Para preservar a legibilidade e a integridade da marca, deve ser mantido um espaço livre ao seu redor equivalente, no mínimo, à altura da estrela inferior. Nenhum elemento gráfico, tipográfico ou fotográfico pode invadir essa área. Esse espaço é representado pela medida “X” no exemplo ao lado (Cruzeiro, 2021).

Para assegurar a legibilidade e preservar a integridade visual da marca, foi definido um tamanho mínimo de altura que deve ser respeitado em todas as aplicações, tanto em materiais impressos quanto em mídias digitais (Cruzeiro, 2021).

Figura 9 – Área de proteção e dimensões mínimas do símbolo de estrelas soltas.



Fonte: Cruzeiro Esporte Clube (2021).

★ A Raposa, mascote oficial do Cruzeiro Esporte Clube, foi criada em 1945 pelo chargista e professor Fernando Pieruccetti, conhecido como Mangabeira (Cruzeiro, 2021).

A escolha do animal está associada a características como astúcia e rapidez, que foram atribuídas pelo então presidente do clube, Mário Grosso, reconhecido por sua habilidade e estratégia nas negociações de jogadores (Cruzeiro, 2021).

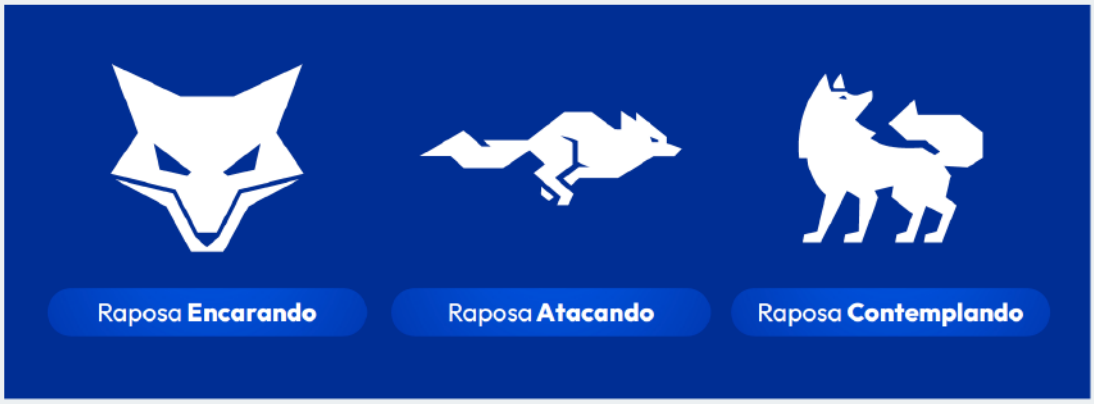
Figura 10 – Mascote oficial Raposão no Estádio Mineirão.



Fonte: O Tempo (2025).

★ Os ícones da Raposa são representações minimalistas da mascote oficial do Cruzeiro, desenvolvidas para utilização em peças gráficas, materiais institucionais e comunicações promocionais do clube. Esses ícones podem ser aplicados nas cores azul e branca, de acordo com o padrão cromático definido neste manual, respeitando sempre o contraste e a integridade visual. (Cruzeiro, 2021)

Figura 11 – Ícones oficiais do mascote institucional (Raposa).



Fonte: Cruzeiro Esporte Clube (2021).

4.3 PÚBLICO-ALVO

O público-alvo desse projeto são os torcedores do clube, assim chamados de *cruzeirenses.* Analisaremos, portanto, algumas características gerais e específicas desse grupo que vivencia e acompanha o clube diariamente nas redes sociais, no centro de treinamento, no estádio e praticamente em toda extensão da sua vida particular, no trabalho, com os amigos e familiares.

4.3.1. A estética Cruzeiro Esporte Clube

O Cruzeiro possui uma torcida apaixonada que apoiou o time mesmo nos momentos mais agudos. Esse afeto pode ser percebido também na relação do torcedor com o que eles mesmos chamam nas redes sociais de “a estética Cruzeiro Esporte Clube” ou só de “a estética do Cruzeiro” voltada para as cores e simbologias do clube.

Figura 12 – Painel de manifestações de usuários na rede social X sobre a estética do Cruzeiro Esporte Clube



Fonte: Elaborada pelo autor (2026), com base em dados da rede social X.

4.3.2. Uma torcida atenta à marca

No início de 2025 pudemos observar um exemplo de que o torcedor do Cruzeiro está sempre atento à aplicação marca do clube (Central da toca, 2025). Em um episódio envolvendo o uniforme de goleiros produzido pela Adidas para a temporada 2025 os torcedores notaram que o escudo do time estava na cor vermelha. Essa aplicação gerou revolta de grande parte da torcida nas redes sociais e houve um recuo do time e da adidas, fornecedora dos uniformes, restabelecendo então o escudo oficial com as cores azul e branco (Ge, 2025).

Figura 13 – Registro de notícia do portal Central da Toca sobre a reação negativa da torcida ao uso do escudo vermelho em uniforme.



Torcedores do Cruzeiro reprovam escudo vermelho em camisa; clube se manifesta

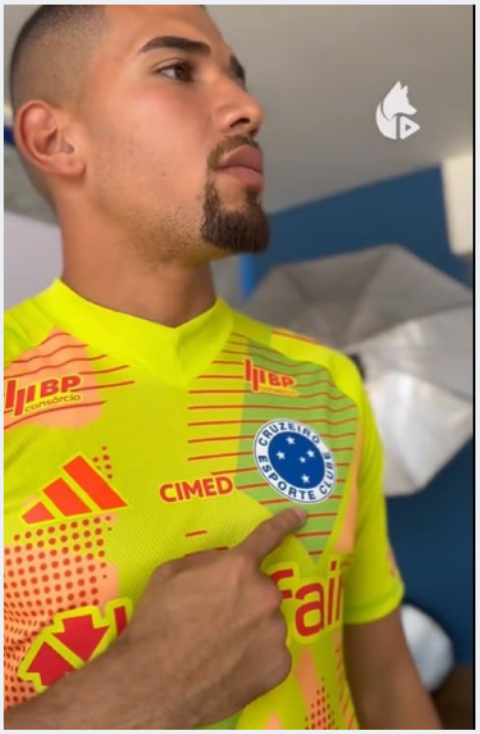
Cruzeiro se posicionou sobre a camisa de goleiro com o escudo vermelho; alteração na nova vestimenta não agradou a torcida

Por Luiz Henrique Campos
08/03/2025 · 20:06

Nova camisa de goleiro do Cruzeiro tem escudo vermelho (Foto: Reprodução/TV Cruzeiro)

Campos (2025).

Figura 14 – Após polêmica e reprovação, Cruzeiro altera o escudo da camisa de goleiros.



Globo Esporte (2025).

4.3.3. Propostas de uniformes feitas por torcedores ou simpatizantes

Aqui, podemos observar alguns uniformes produzidos por torcedores ou simpatizantes do Cruzeiro na busca por se sentirem representados dentro do universo visual do clube. Na maioria dos exemplos construídos podemos observar uma forte predominância das 5 estrelas soltas no uniforme ao invés do escudo oficial do time. Um outro elemento a ser observado é a presença de uma textura sutil nas propostas.

Figura 15 – proposta não oficial de uniforme



Fonte: @fp_dsgn_ (2026).

Figura 16 – proposta não oficial de uniforme



Fonte: @teteusangueazul (2020).

Figura 17 – proposta não oficial de uniforme



Fonte: @ikrodesign (2026).

Figura 18 – proposta não oficial de uniforme



Fonte: @guiamara1 (2026).

4.3.4. Torcida mineira

Com uma base de apoio profundamente enraizada em todo o território mineiro, o Cruzeiro Esporte Clube conta com uma expressiva rede de torcidas organizadas que se estende da capital ao interior do estado. Nessas agremiações, a bandeira de Minas Gerais figura como um elemento iconográfico central e recorrente, simbolizando a conexão intrínseca entre a identidade do clube e sua origem regional. Essa presença geográfica abrangente é validada por dados estatísticos que consolidam o Cruzeiro como o detentor da maior torcida do estado quando analisamos a totalidade das regiões mineiras, especialmente no interior.

Figura 19 – Bandeira da torcida organizada Cruzeiloucos de Uberlândia-MG.



Fonte: Cruzeiloucos Uberlândia (2024).

Figura 20 – Cruzeirenses no Estádio Mineirão com destaque para faixa com o triângulo da bandeira de Minas Gerais.



Fonte: SportyNet (2026).

Figura 21 – Mapa distribuição das torcidas de Cruzeiro, Atlético e América em Minas Gerais



Fonte: DataTempo (2021).

Figura 22 – Infográfico torcidas de Cruzeiro e Atlético pelas regiões do estado de Minas Gerais.



Fonte: O TEMPO (2022).

4.4 ANÁLISE DE SIMILARES

4.4.1. Terceiro Uniforme - Cruzeiro - 2025
Homenagem ao Rio São Francisco



Figura 23 – Divulgação (Cruzeiro, 2025)

Conceito Central: Territorialização da marca através da hidrografia mineira (Campanha: Orgulho de Nascer em Minas).

Paleta Cromática: Azul (Dual): Sobreposição de tons para simular profundidade e movimento das águas. Dourado: Pontos de luz que remetem ao reflexo solar no rio e à riqueza mineral do estado.

Textura: Padrão de linhas orgânicas que funde a estética de ondas hídricas com curvas de nível topográficas através da abstração.

Simbologia: Selo comemorativo na nuca com o curso do "Velho Chico", reforçando a origem mineira do rio (Serra da Canastra).

Objetivo de Comunicação: Fortalecer o vínculo de identidade entre o clube, o torcedor e a geografia do estado de Minas Gerais.

4.4.2. Terceiro Uniforme - Vasco da Gama - 2025/2026 - homenagem aos 80 anos do título de "Campeão de Terra e Mar"



Figura 24 – Divulgação (Vasco, 2025)

Conceito Central: 80 anos do título de Campeão de Terra e Mar, quando o Vasco foi campeão invicto no futebol e no remo.

Paleta Cromática: Marrom: Alusão à "Terra" (solo) da conquista no futebol. Azul (camisa do goleiro): alusão ao “Mar da conquista no remo.

Textura de Madeira: Grafismos que mimetizam as águas do mar.

Simbologia: Uso da Cruz de Cristo (escudo retrô) e selo comemorativo de 80 anos, validando o caráter documental da peça.

Objetivo de Comunicação: Exaltar a identidade poliesportiva do clube e fortalecer o vínculo afetivo do torcedor com as raízes náuticas e vitoriosas do Vasco.

4.4.3. Terceiro Uniforme - Juventus - 2025 inspirada nos Vinhedos de Piemonte



Figura 25 – Divulgação (Juventus, 2025)

Conceito Central: Valorização do património cultural e natural regional, homenageando os famosos vinhedos de Piemonte, reconhecidos como Patrimônio Mundial da Humanidade pela UNESCO.

Paleta Cromática: Preto (Base): Proporciona sobriedade e serve como tela para os detalhes orgânicos. Verde e roxo: na gola e punhos que remetem diretamente às cores das vinhas, das uvas e da terra. Bege: no logotipo icônico da Adidas e no escudo retrô (cavalo), ambos lançados nos anos 70, garantindo uma estética vintage e refinada.

Elementos Gráficos: Estampa corrida com folhas de videira e uvas em tom sobre tom, criando uma textura orgânica rica que só é percebida de perto.

Escudo Alternativo: A substituição do logotipo atual pelo “cavalo” reforça o apelo à tradição e ao colecionismo.

Objetivo de Comunicação: Conectar a marca Juventus à identidade do território de Piemonte, elevando o uniforme ao estatuto de "embaixador" da cultura regional italiana.

4.5 BRIEFING, CONCEITO E MOODBOARDS

4.5.1. Briefing

Passando agora para a primeira conversão do Double Diamond, elaboramos um documento de briefing com o objetivo de perpassar por aspectos criativos técnicos e metodológicos:

BRIEFING

A. Visão Geral

Descrição: Criação do terceiro uniforme do Cruzeiro Esporte Clube para a temporada de 2026.

Natureza do Projeto: Desenvolvimento acadêmico/prático focado em design gráfico e de produto esportivo.

Público-Alvo: torcedores do Cruzeiro

B. Objetivo

Desenvolver um design inovador que respeite a história, tradição e marca do clube.

C. Conceito Central

"Sempre haverá estrelas no céu": Inspiração baseada na história de resiliência do clube e no mapa celeste do Hemisfério Sul, conectando sua identidade histórica (a constelação do Cruzeiro do Sul) e momentos difíceis atravessados com uma representação astronômica ampla e visualmente rica.

Mensagem: Sempre haverá Cruzeiro Esporte Clube.

D. Itens obrigatórios

Geral: tipografia (deve ser moderna e minimalista), cor (testar tons de azul e/ou degradê de azul), sem patrocinadores.

Camisa: Logo fornecedora adidas (lado direito do peito), 5 estrelas soltas (lado esquerdo do peito), marca Aeroready (canto inferior esquerdo na frente), nome e número (legíveis nas costas). *Peça principal do kit.

Calção: Logo adidas (parte inferior esquerda na frente), 5 estrelas soltas (parte inferior direita).

Meião: logo adidas (centralizada no meio).

F. Entregáveis

Design completo do uniforme (camisa, calção e meiões), mockups com IA originais e realistas apresentando o produto final, manual do produto.

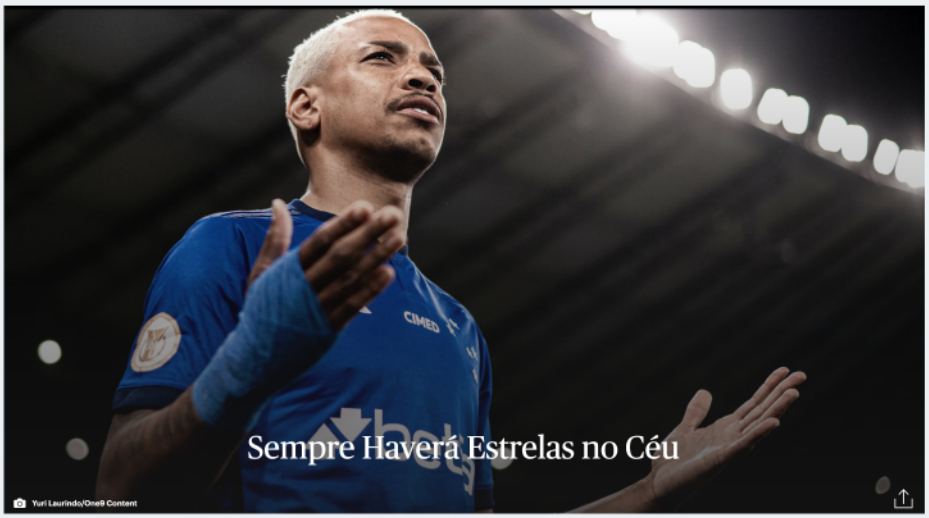
G. Observações gerais

Respeito a marca e atenção especial às diretrizes do manual da marca do clube.

4.5.2. Conceito principal: "Sempre haverá estrelas no céu”

O conceito central "Sempre haverá estrelas no céu” (Pereira, 2024) estabelece um elo entre a resiliência histórica do Cruzeiro Esporte Clube e a trajetória de superação pessoal de um ídolo recente da torcida, o jogador Matheus Pereira. O Cruzeiro, "tão combatido, jamais vencido" (Cruzeiro Esporte Clube, 1966), atravessou a maior crise institucional de sua história, um período de incertezas que coincidiu com o isolamento da pandemia do COVID-19, em que o torcedor enfrentou a melancolia sem o calor das arquibancadas. Nesse cenário de "céu nublado", a figura de Matheus Pereira vibra na mesma frequência da torcida ao tornar o Cruzeiro o palco de sua cura e vulnerabilidade. Na coragem de compartilhar publicamente sua superação contra a depressão (The Players' Tribune Brasil, 2024) (cujo ápice ocorreu em sua trajetória em times no exterior), o atleta encontrou no clube o afeto necessário para liderar a reconstrução técnica e moral da equipe em campo. Portanto, esse conceito se fundamenta na premissa de que a resiliência manifestada por esses atores não é a ausência de dor, mas a capacidade de transformar a escuridão em propósito e em definir o alicerce emocional que guiará todos os elementos visuais da proposta.

Figura 26 – Matheus Pereira em gesto de contemplação e a frase "Sempre Haverá Estrelas no Céu"



Fonte: The Players' Tribune Brasil (2024)

Diante disso, os seguintes elementos visuais foram pensados para a materialização do conceito central:

- ★ Mapa celeste de constelações do hemisfério sul, sendo a mais evidente e brilhante o Cruzeiro do Sul representado pelo símbolo oficial do clube no peito sobrepondo as demais constelações que estarão em forma de textura.
- ★ Ícone oficial da identidade da marca do Cruzeiro, “Raposa Contemplando”, uma referência a um dos maiores símbolos do clube, o seu mascote.
- ★ Grafia 1921 inserida na textura, representando a origem de um clube fundado por imigrantes, operários e comerciantes e a tradição de um time que possui data de nascimento, mas jamais terá data de morte.

4.5.3. Conceito secundário: o maior clube de Minas homenageia a maior torcida de Minas.

Carregado de fortes ligações com o conceito cental, a homenagem para a torcida celebra a territorialidade e a hegemonia do Cruzeiro Esporte Clube no estado. Esse conceito se estende tanto para o cruzeirense da capital quanto do interior, que ao longo da história enraizou a identidade do clube estadualmente. Uma comprovação desse vínculo é a presença constante da bandeira de Minas Gerais nas identidades visuais de diversas torcidas organizadas, servindo como um símbolo de orgulho e pertencimento regional.

- ★ Elemento visual: A bandeira de Minas Gerais é reinterpretada através de uma abordagem minimalista, sendo representada apenas pelo seu icônico triângulo vermelho, sem as inscrições em latim.

4.5.4. Moodboards

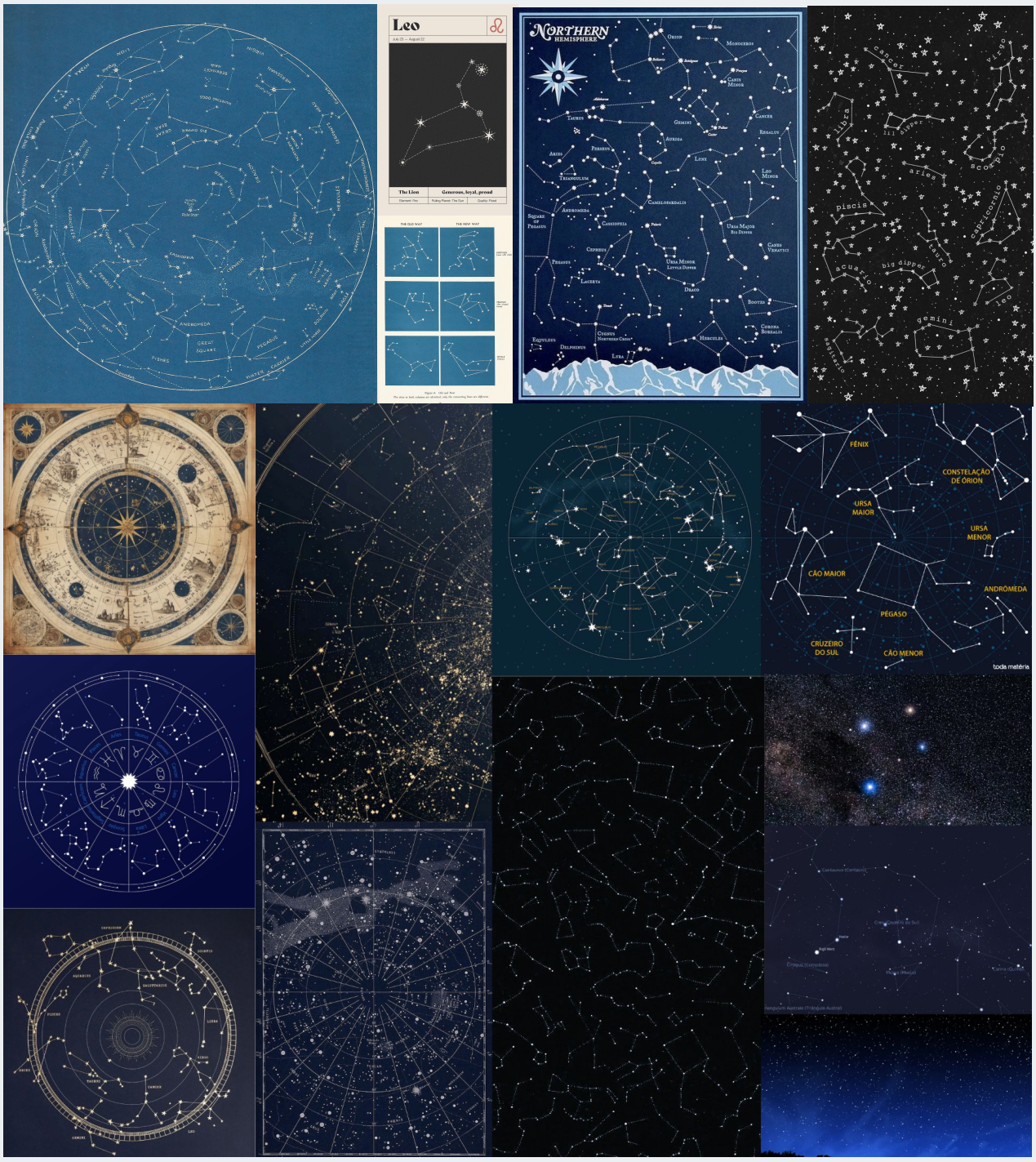
MOODBOARD 1: UNIFORMES



MOODBOARD 2: A ESTÉTICA CRUZEIRO ESPORTE CLUBE



MOODBOARD 3: CONSTELAÇÕES



4.6. PLANIFICAÇÃO E RASCUNHOS

4.6.1. Planificação

Figura 27 - Referência usada para fazer planificação da camisa, calção e meião.



Fonte: dreamstime (2026)

Adaptação



FRENTE COSTAS CALÇÃO MEIÃO

4.6.2. Rascunhos

O caótico processo criativo gerou 8 arquivos de rascunhos no Adobe Illustrator, que foi o software usado nessa etapa.

Figura 28 - Captura de tela com todos os arquivos de rascunhos produzidos

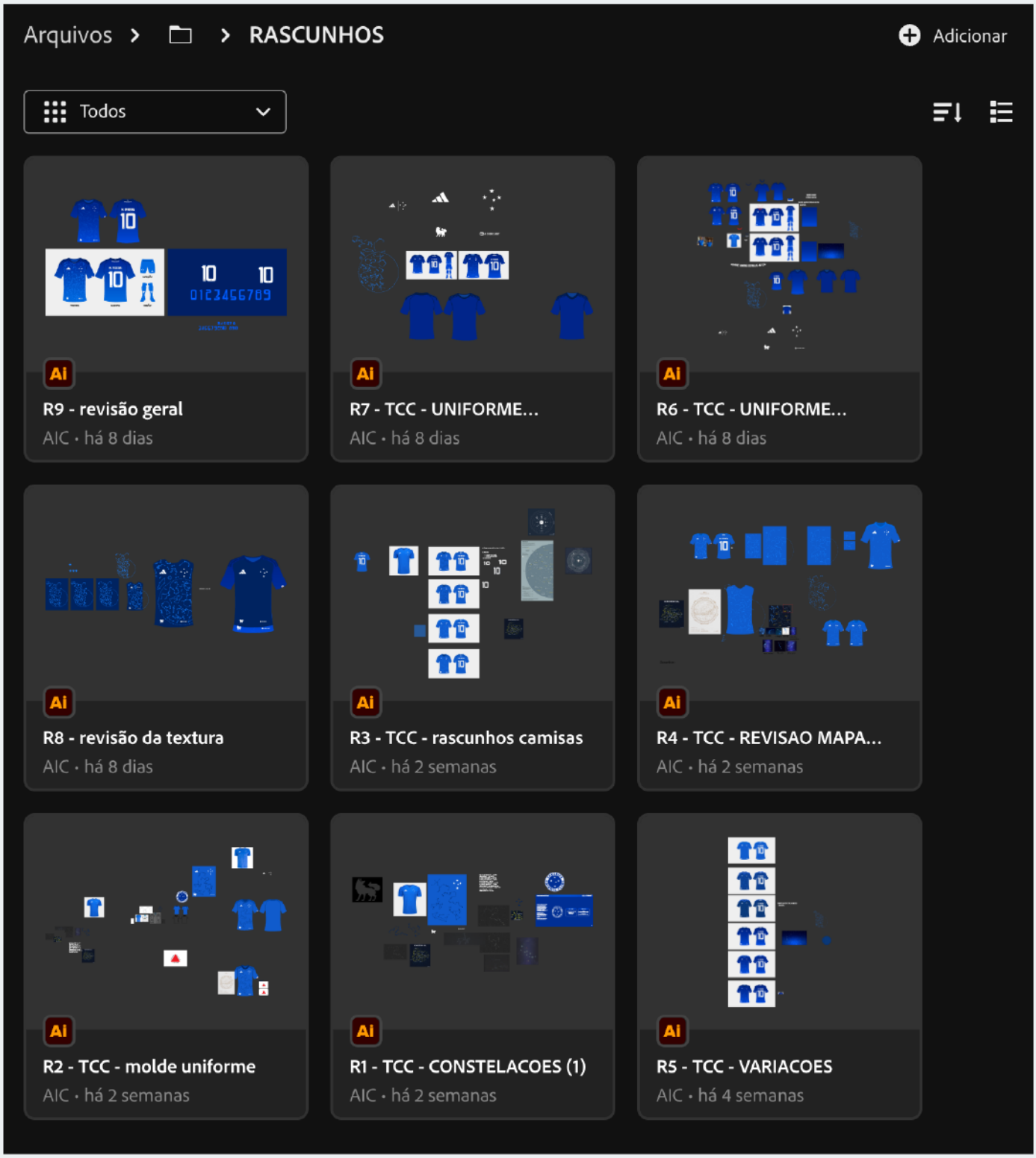


Figura 29 - Rascunho 1

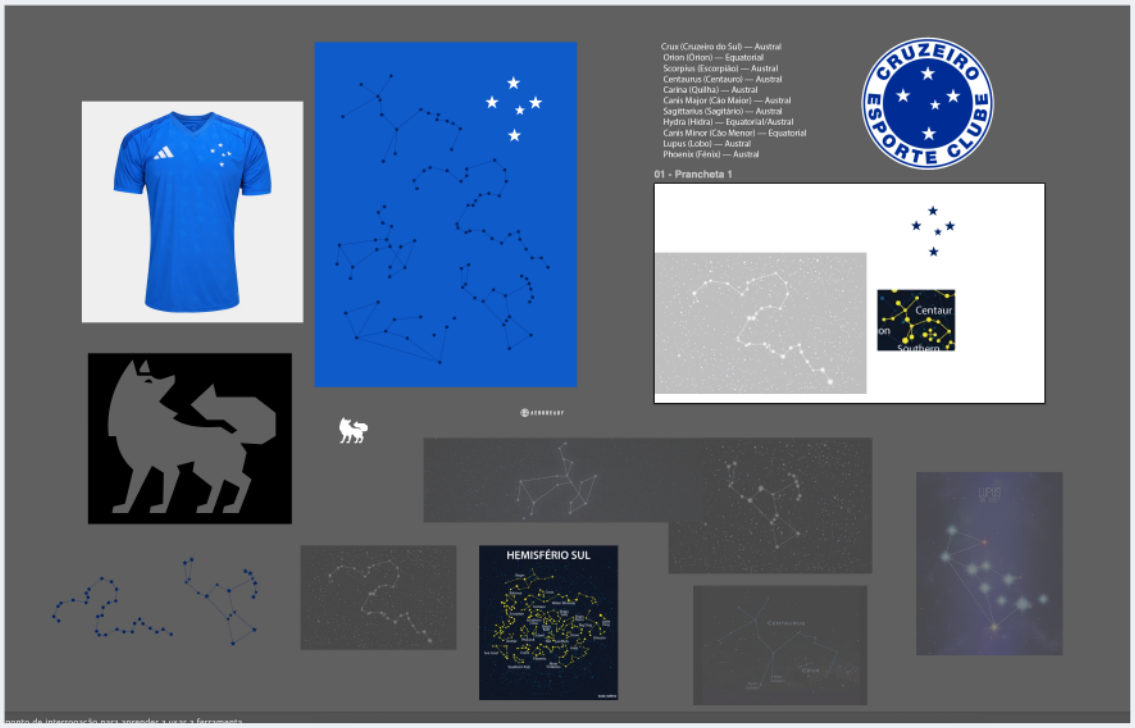


Figura 30 - Rascunho 2



Figura 31 - Rascunho 3



Figura 32 - Rascunho 4

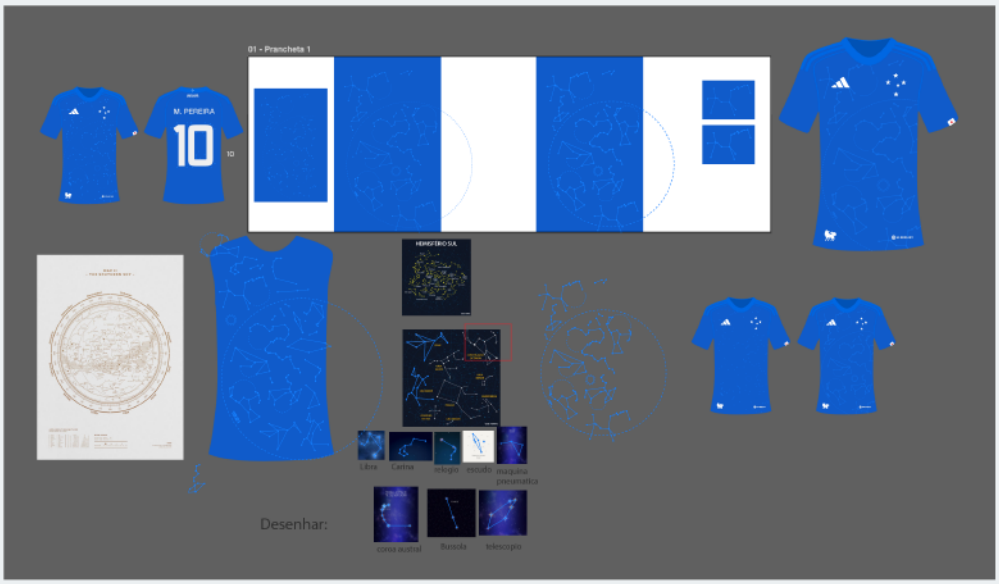


Figura 33 - Rascunho 5



Figura 34 - Rascunho 6

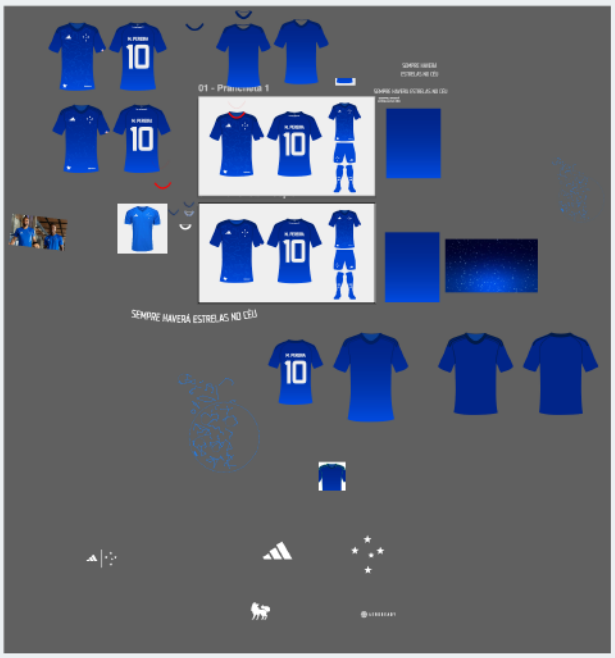


Figura 35 - Rascunho 7

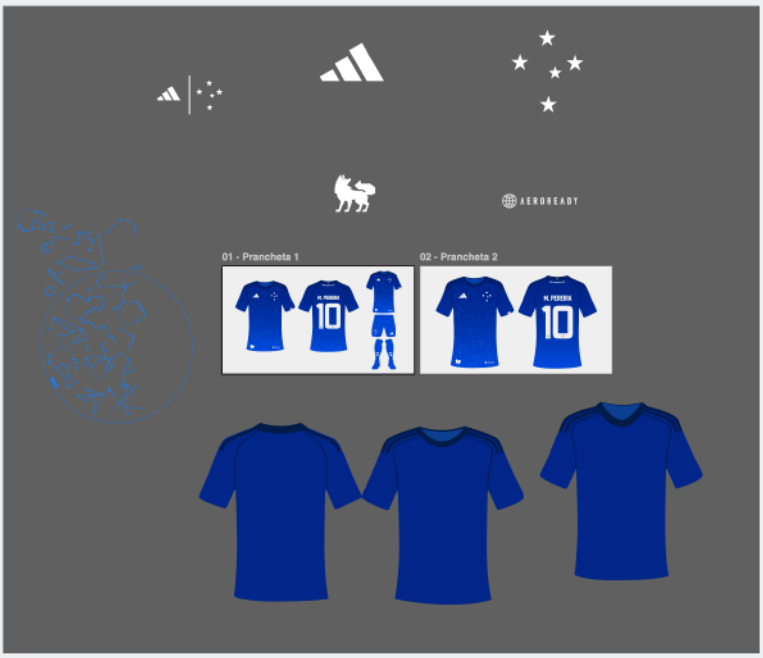


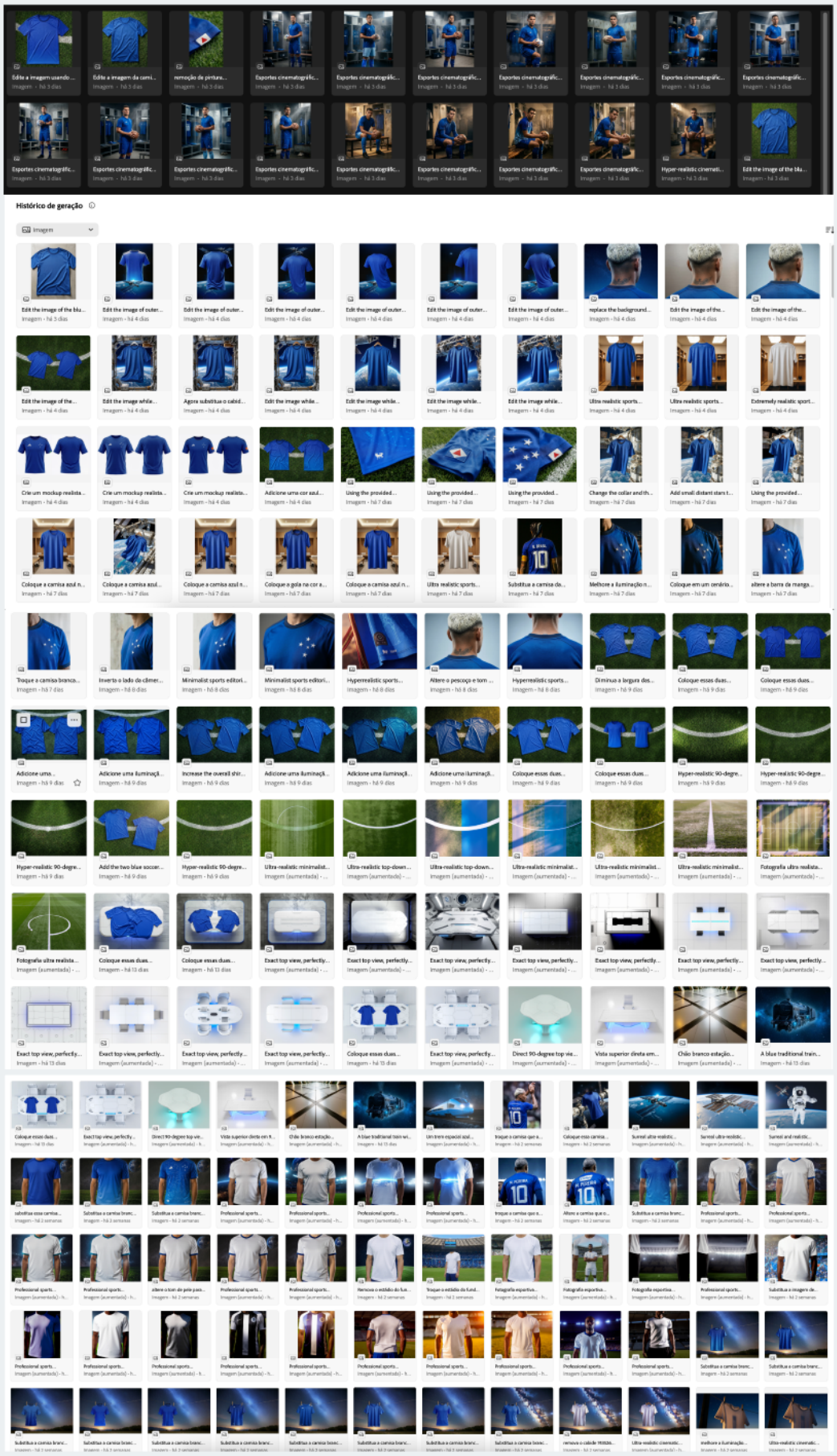
Figura 36 - Rascunho 8



Figura 37 - Rascunho 9

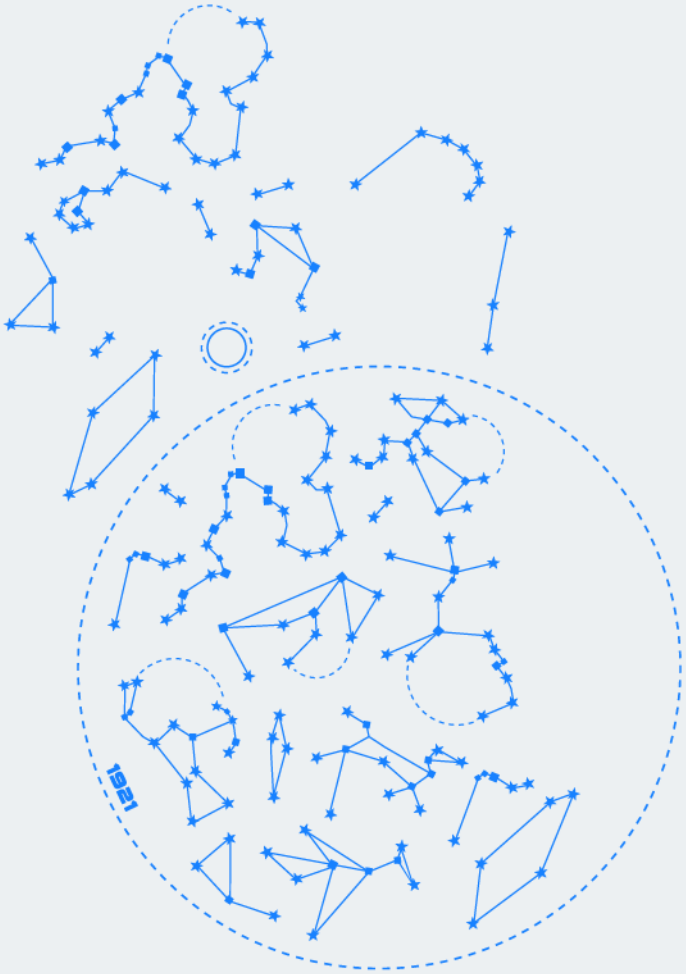


Figura 36 - Tentativas de gerações de imagens



4.7. PROPOSTA FINAL

4.7.1. Textura



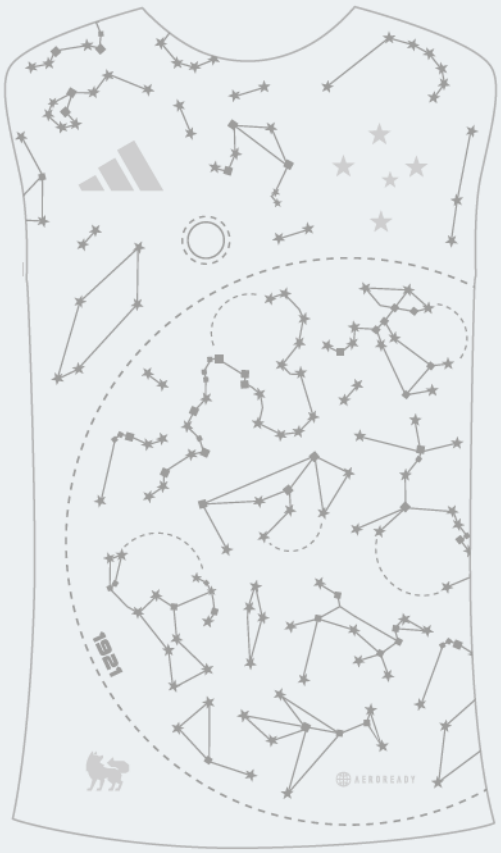
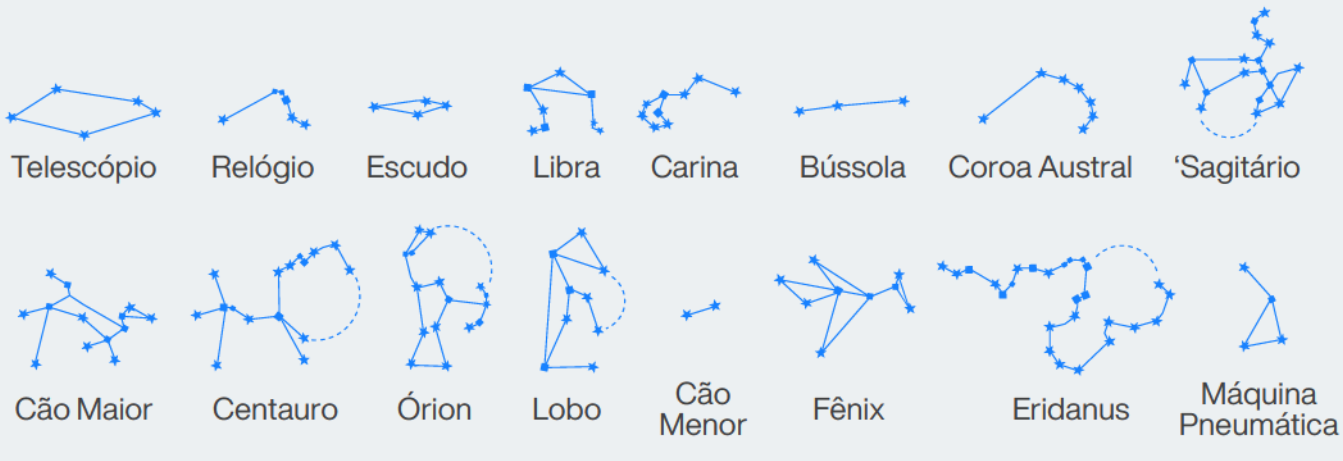


Tabela 3 – Contelações usadas na textura final



4.7.2. Cores

Utilizou-se o modelo RGB para a etapa de divulgação digital, que inclui a apresentação de mockups hiper-realistas e ativos de redes sociais. Para a viabilidade física do uniforme, a especificação técnica seguiu a escala Pantone TSX (Polyester), que se justifica pela composição têxtil das peças de alta performance, assegurando que o tingimento ou a sublimação do poliéster apresente fidelidade cromática absoluta.

Tabela 4 – Paleta cromática

RGB		PANTONE® POLYESTER TSX	
Uniforme	Gola e listras	Uniforme	Gola e listras
#0028a0 #016aff	#011f63		
Gradiente de cor céu estrelado	Azul profundo	Gradiente de cor céu estrelado	Azul profundo

4.7.3. Elementos



4.7.4. Tipografia

A tipografia foi selecionada para materializar visualmente a atmosfera de ficção científica e alta tecnologia. A Hyperspace Race, com sua estrutura condensada, evoca a aerodinâmica e engenharia das viagens interestelares, garantindo legibilidade e impacto nas aplicações têxteis. Já a Sui Generis, por meio de suas formas geométricas e modulares, permite uma estilização em uma metáfora que faz referência à deformação do espaço-tempo (Einstein [s.d.], transformando números em elementos gráficos que narram o ambiente cósmico proposto pelo tema.

Nome costas:

M. PEREIRA

HYPERSPACE RACE - TALL BOLD

Frase costas:

SEMPRE HAVERÁ ESTRELAS NO CÉU

HYPERSPACE RACE - TALL REGULAR

Numeração costas:

2 8 10

SUI GENERIS - BOLD

→

estilização:

2810

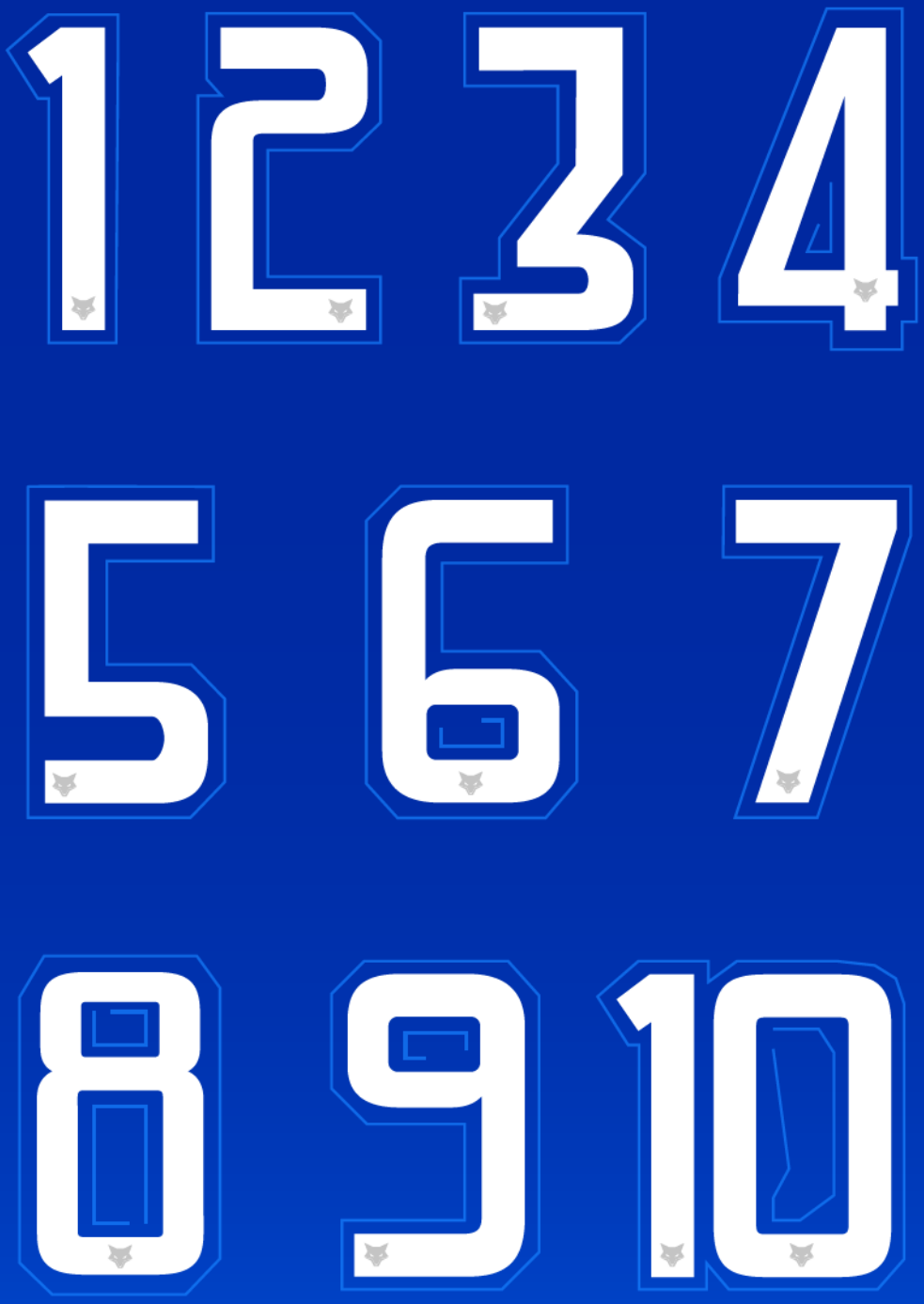
Referência à deformação espaço tempo

0123456789

SEMPRE HAVERÁ ESTRELAS NO CÉU

[34] A distorção do espaço-tempo é a curvatura do tecido do universo causada por massa e energia, conforme a Relatividade Geral de Einstein. O QUE é o espaço-tempo? **Brasil Escola,** [s.d.]. Disponível em: https://brasilescola.uol.com.br/fisica/espaco-tempo.htm. Acesso em: 9 mar. 2026.

4.7.5. Composição final dos números



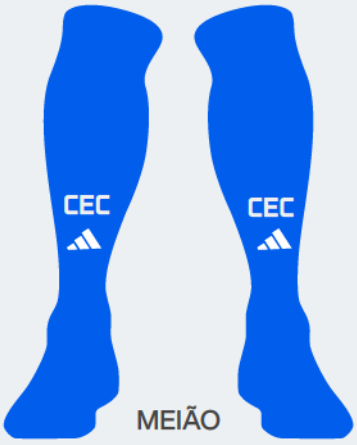
4.7.6. Modelo final completo

FRENTE





CALÇÃO



MEIÃO

COSTAS



COSTAS



4.8. MOCKUPS COM IA

4.8.1. Mockup 1: básico

IA utilizada: Chat GPT 5.2

PROMPT	IMAGEM ANEXADA	IMAGEM GERADA
Gere uma imagem realista de um mockup dessa camisa esportiva em tecido dry-fit. Preserve detalhes de costura.		
Agora gere uma imagem de um mockup realista das costas dessa camisa dry-fit, mantendo o mesmo estilo do mockup anterior. Preserve detalhes de costura da imagem em anexo.		

Edição final no Photoshop





4.8.2. Mockup 2: camisas no gramado

IA utilizada: Gemini 3.1 / Nano Banana 2

Prompts refinados através de interação com o Photoshoot, um agente GPT.

PROMPT	IMAGEM ANEXADA
Fotografia noturna hiper-realista em ângulo de 90 graus totalmente de cima (top-down) da área do arco da grande área, correspondendo exatamente ao enquadramento e posicionamento da curva da imagem de referência. Substitua o fundo verde plano por grama de estádio fotorealista verde escuro perfeitamente uniforme e substitua a curva branca por uma marcação de campo branca brilhante, extremamente nítida, recém-pintada. Ilumine a cena exclusivamente com potentes refletores de estádio, criando iluminação direcional de alto contraste, reflexos especulares sutis nas lâminas da grama e sombras de textura mais profundas. Estética minimalista comercial, ultra-alta resolução, nitidez extrema, sem estilo vetorial ou de ilustração. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	 imagem feita no Adobe Illustrator e usada como referência de composição **IMAGEM GERADA** 
Coloque essas duas camisas em cima da grama da imagem anexada. Garanta caimento natural com dobras realistas causadas pela gravidade. Utilizar exatamente as camisas fornecidas como referência, preservando 100% da proporção original, modelagem, comprimento, largura, gola, mangas e estrutura.	**IMAGENS ANEXADAS**   **IMAGEM GERADA** 

Edição final no Photoshop



**aprimoramento generativo do Photoshop aplicado à imagem base para melhorar a resolução.*

4.8.3. Mockup 3: camisa espacial

IA utilizada: Gemini 3.1 / Nano Banana 2

Prompts refinados através de interação com o Photoshoot, um agente GPT.

PROMPT	IMAGEM GERADA
Fotografia de produto esportivo extremamente realista de uma camisa de futebol branca lisa pendurada em um cabide de madeira dentro de um vestiário profissional de futebol com armários e bancos de madeira natural ao fundo, a camisa é completamente branca sem logotipos, patrocinadores, números ou padrões, feita de tecido atlético moderno com textura detalhada e caimento esportivo limpo, iluminação suave e difusa proveniente dos painéis de luz no teto do vestiário iluminando uniformemente a camisa com sombras naturais e realistas, composição centralizada e simétrica com a camisa como foco principal e leve desfoque no fundo, estilo de fotografia de campanha premium de vestuário esportivo, extremamente fotorrealista com textura de tecido altamente detalhada, aparência de fotografia profissional capturada com Sony A7R IV e lente 50mm f/2.8 em alta definição 8k. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	

PROMPT	IMAGEM ANEXADA
**Edição da imagem gerada anteriormente* Fotografia ultrarrealista de produto esportivo dentro de um vestiário profissional de futebol com armários e bancos de madeira natural ao fundo, composição centralizada e simétrica mostrando um cabide de madeira onde a camisa de futebol azul anexada substitui a camisa original, utilizando a parte frontal da camisa como referência, preservando com precisão todos os detalhes de costura nos ombros, gola e mangas, mantendo as proporções originais da peça e um caimento natural pendurado no cabide, estilo de fotografia de campanha premium de vestuário esportivo com iluminação suave e difusa proveniente dos painéis de luz no teto do vestiário criando sombras naturais e realistas, a camisa como foco principal com leve desfoque no fundo, tecido atlético de alta performance apresentando estrutura de malha quadriculada ultradefinida com microperfurações de ventilação mapeadas, superfície com leve brilho acetinado e textura técnica tridimensional com relevo suave, material aparentando ser leve, elástico e altamente respirável, renderização em nível macro destacando fibras avançadas de poliéster e a estrutura de tecnologia de resfriamento com poros abertos, aparência extremamente fotorrealista com textura têxtil hiper detalhada, fotografia profissional capturada com Sony A7R IV e lente 50mm f/2.8 em alta definição 8k. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	
	IMAGEM GERADA
	

PROMPT	IMAGEM GERADA
**Edição da imagem gerada anteriormente* Edite a imagem mantendo exatamente a mesma camisa de futebol azul anexada, altere o ambiente para o exterior da Estação Espacial Internacional (ISS), com a camisa ainda pendurada no mesmo cabide agora preso a uma estrutura metálica da estação, flutuando no espaço com um movimento sutil do tecido causado pela microgravidade, com o planeta Terra parcialmente visível ao fundo com uma atmosfera azul brilhante e o espaço profundo atrás com um gradiente do azul royal ao azul escuro, iluminação espacial suave e difusa com múltiplos reflexos de luz provenientes da estrutura da estação e da atmosfera da Terra criando uma iluminação uniforme sobre o tecido com sombras mínimas e baixo contraste, mantendo realces sutis na superfície levemente acetinada para enfatizar a textura técnica do tecido, estilo de fotografia publicitária épica de vestuário esportivo, extremamente fotorrealista, em alta definição, com aparência de fotografia espacial profissional. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	

Edição final no Photoshop



**aprimoramento generativo do Photoshop aplicado à imagem base para melhorar a resolução.*

4.8.4. Mockup 4 detalhe manga, barra e peito

IA utilizada: Gemini 3.1 / Nano Banana 2

Prompts refinados através de interação com o Photoshoot, um agente GPT.

PROMPT	IMAGEM ANEXADA
Utilizando a imagem de referência fornecida, gere uma fotografia macro em close-up de alta definição da parte inferior da camisa, focando na barra do tecido dry-fit azul e no pequeno símbolo branco próximo à borda inferior, a textura do tecido atlético deve estar extremamente visível mostrando a trama do material e a costura da barra em altíssimo nível de detalhe, a camisa está posicionada sobre a grama verde de um campo de futebol com as fibras da grama aparecendo nítidas e realistas ao redor da peça, parte do design da camisa com linhas e pequenas estrelas formando padrões de constelação aparece sutilmente acima da área da barra, fotografia esportiva profissional capturada a partir de uma perspectiva totalmente de cima para baixo, tomada macro extremamente detalhada, iluminação natural suave de estádio, sombras realistas, cores vibrantes e contraste equilibrado, profundidade de campo rasa com foco principal na barra da camisa e no símbolo branco, qualidade ultrarrealista em resolução 8k. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	 IMAGEM GERADA 

PROMPT	IMAGEM ANEXADA
Crie uma fotografia hiper-realista de uma camisa de futebol azul royal utilizando a imagem de referência fornecida para preservar exatamente a mesma proporção da peça, o formato da gola, o corte das mangas, as linhas de costura e a paleta de cores do design original, mantendo também a posição e o tamanho das cinco estrelas brancas no lado esquerdo do peito e as três listras escuras nos ombros, convertendo o design plano da referência em uma camisa real feita de tecido atlético moderno tipo dry-fit com microtextura visível, leve brilho acetinado e costuras realistas, com caimento natural no corpo de um atleta, enquadramento em close-up mostrando a região do pescoço, ombros e peito superior, iluminação suave e difusa de estúdio destacando o relevo do tecido e os bordados das estrelas, fundo neutro levemente desfocado, profundidade de campo rasa, estilo de fotografia editorial esportiva premium, extremamente fotorrealista, aparência de fotografia profissional em alta definição. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	 IMAGEM GERADA 

PROMPT	IMAGEM ANEXADA	IMAGEM GERADA
Utilizando a imagem de referência fornecida, gere uma fotografia em close-up de alta definição da manga esquerda da camisa, destacando o tecido esportivo dry-fit azul com textura visível, há um patch bordado da bandeira de Minas Gerais com costura visível e textura de tecido realista, a camisa está posicionada sobre a grama de um campo de futebol, capturada em fotografia esportiva, iluminação natural suave, sombras realistas, cores vibrantes e contraste equilibrado, close-up macro extremamente detalhado com foco nítido no tecido e nos bordados, leve profundidade de campo, aparência ultrarrealista, qualidade 8k.		

Edição final no Photoshop

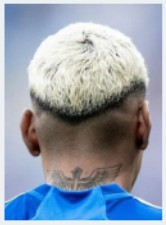


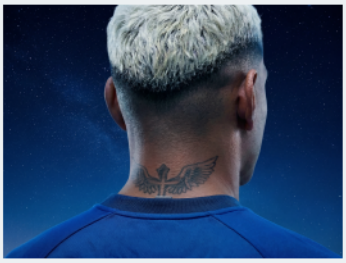
4.8.5. Mockup 5: detalhe nuca Matheus Pereira

IA utilizada: Gemini 3.1 / Nano Banana 2

Prompts refinados através de interação com o Photoshoot, um agente GPT.

PROMPT	IMAGEM GERADA
Fotografia editorial esportiva hiper-realista de um atleta visto de costas vestindo uma camisa de futebol azul royal, foco na parte superior das costas e na área da gola, mantendo exatamente o formato da gola, as linhas de costura, a estrutura de corte dos ombros e a paleta de cor azul royal da imagem de referência fornecida, preservando fielmente a curvatura do decote e a geometria das costuras, ambiente de estúdio com fundo em gradiente suave de tons frios, profundidade de campo rasa, close-up ao nível dos olhos, capturado com Canon EOS R5 e lente 85mm f/1.8, iluminação lateral suave com luz de recorte sutil, composição centralizada com foco seletivo, microtextura do tecido aprimorada, contraste cinematográfico suave, plano focal ultra nítido. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	

PROMPT	IMAGEM ANEXADA	IMAGEM GERADA
**Edição da imagem gerada anteriormente* Altere o pescoço e tom de pele do modelo para o mesmo da segunda imagem.	 Foto recortada pelo autor Fonte: Matheus Pereira (2024)	

PROMPT	IMAGEM GERADA
**Edição da imagem gerada anteriormente* Substitua o fundo por um céu estrelado cinematográfico, apresentando um gradiente suave do azul royal na área inferior até um azul escuro profundo no topo, com pequenas estrelas nítidas distribuídas naturalmente, criando um visual moderno e premium, estilo de fotografia publicitária de vestuário esportivo, extremamente fotorrealista, em alta definição, com aparência de campanha profissional de esportes. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	

Edição final no Photoshop



**aprimoramento generativo do Photoshop aplicado à imagem base para melhorar a resolução.*

4.8.6. Mockup 6: Costas Byanca Brasil na órbita terrestre

IA utilizada: Gemini 3.1 / Nano Banana 2

Prompts refinados através de interação com o Photoshoot, um agente GPT.

PROMPT	IMAGEM GERADA
Fotografia publicitária surreal e ultrarrealista de uma estação espacial estilo ISS flutuando sozinha no espaço profundo, fundo com gradiente suave do azul profundo para um azul mais claro, Terra parcialmente visível e levemente desfocada surgindo no horizonte, pequenas estrelas sutis, plano aberto épico, iluminação de recorte dramática contornando a estação, atmosfera ultra limpa, forte sensação de grandiosidade e suspensão estática perfeita, capturada com Sony A7R V e lente 24mm, composição seguindo a regra dos terços. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	

Edição final no Photoshop



**expansão e aprimoramento generativo do Photoshop aplicado à imagem base para melhorar a resolução.*

4.8.7. Mockup 7: Close-up frente

IA utilizada: Gemini 3.1 / Nano Banana 2

Prompts refinados através de interação com o Photoshoot, um agente GPT.

PROMPT	IMAGEM ANEXADA
Editar a imagem usando a camisa azul da imagem anexada como referência principal, mantendo a posição da camisa esticada sobre o gramado esportivo com enquadramento totalmente superior (top-down / vista aérea), preservando as proporções reais da peça e todos os detalhes de costura nos ombros, gola e mangas, mantendo também a textura do tecido esportivo de alta performance com superfície de leve brilho acetinado, material aparentando ser leve, elástico e altamente respirável, manter o caimento natural com leves ondas no tecido causadas pela gravidade, preservar a textura realista do gramado de futebol e a linha branca do campo parcialmente visível, aplicar iluminação suave e difusa de baixo contraste com mínima incidência de sombras no tecido para destacar a cor azul e os detalhes da textura, composição limpa com foco total na camisa, estilo de fotografia publicitária premium de sportswear, extremamente fotorrealista, textura têxtil hiper detalhada, aparência de fotografia profissional em alta definição. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	 **IMAGEM GERADA** 

Edição final no Photoshop



**aprimoramento generativo do Photoshop aplicado à imagem base para melhorar a resolução.*

4.8.8. Mockup 8: Jogador com uniforme completo

IA utilizada: Gemini 3.1 / Nano Banana 2

Prompts refinados através de interação com o Photoshoot, um agente GPT.

PROMPT	IMAGEM ANEXADA
Fotografia esportiva cinematográfica hiper-realista de um jogador profissional de futebol em pé dentro de um vestiário de estádio, segurando uma bola de futebol com as duas mãos enquanto olha diretamente para a câmera com uma expressão determinada, o atleta está vestindo exatamente o uniforme de futebol da imagem de referência anexada, o enquadramento mostra o jogador em um ângulo levemente lateral à direita (ângulo três quartos à direita), com o corpo ligeiramente virado para a direita e o rosto direcionado para a câmera, ambiente dramático de vestiário com armários metálicos e camisas azuis penduradas ao fundo, leve vapor no ar criando raios de luz volumétricos, iluminação frontal forte destacando o uniforme e os detalhes do tecido com sombras suaves ao redor criando profundidade, color grading cinematográfico com contraste profundo e leve grão de filme, profundidade de campo rasa com fundo desfocado, capturada com câmera Sony A7R IV e lente 85mm em f/1.8, composição seguindo a regra dos terços, texturas ultra detalhadas, fotografia esportiva com qualidade de capa de revista. **o prompt foi utilizado no idioma inglês*	 **IMAGEM GERADA** 

Edição final no Photoshop



**aprimoramento generativo do Photoshop aplicado à imagem base para melhorar a resolução.*


SEMPRE HAVERA ESTRELAS NO CÉU
TÃO COMBATIDO
M. PEREIRA
10
JAMAIS VENCIDO
BYANCA BRASIL
10

4.9. MANUAL DO PRODUTO









IDENTIDADE VISUAL

TIPOGRAFIA

A atmosfera de ficção científica e alta tecnologia.

Nome costas:

M. PEREIRA

HYPERSPACE RACE - TALL BOLD

Frase costas:

SEMPRE HAVERÁ ESTRELAS NO CÉU

HYPERSPACE RACE - TALL REGULAR

Com sua estrutura condensada, a ***Hyperspace Race*** evoca a aerodinâmica e engenharia das viagens interestelares (presente no imaginário da ficção científica), garantindo legibilidade e impacto nas aplicações têxteis.

Numeração costas:

2 8 10

SUI GENERIS - BOLD

estilização:

2810

Referência à deformação espaço tempo

0123456789

Por meio de suas formas geométricas e modulares, a ***Sui Generis*** permite uma estilização em uma metáfora que faz alusão à deformação do espaço-tempo, teoria científica criada por Albert Einstein (Teoria da Relatividade), transformando números em elementos gráficos que narram o ambiente cósmico proposto pelo tema.

05

NUMERAÇÃO

COMPOSIÇÃO FINAL

1 2 3 4 5 6

7 8 9 10

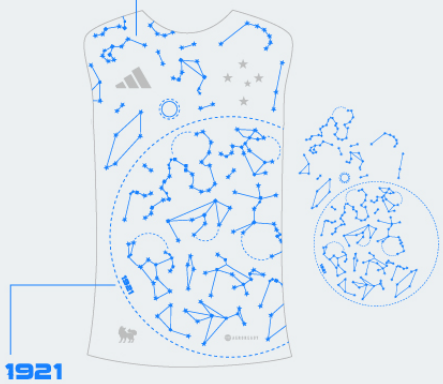


06

IDENTIDADE VISUAL

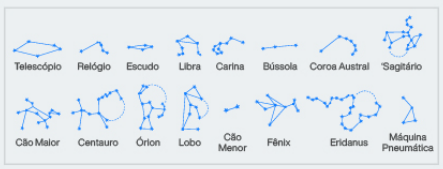
TEXTURA

Textura desenvolvida para criar uma percepção de profundidade, com a malha de linhas celestiais e as coordenadas astronômicas posicionadas de forma a abraçar o corpo do atleta, mantendo a constelação do Cruzeiro do Sul em posição de destaque na composição.



1921

Grafia inserida na textura, representando a origem de um clube fundado por imigrantes, operários e comerciantes e a tradição de um time que possui data de nascimento, mas jamais terá data de morte.



07

IDENTIDADE VISUAL

ELEMENTOS



08

DETALHAMENTO TÉCNICO

MATERIAL E TECNOLOGIA DE PERFORMANCE

O uniforme foi projetado com a tecnologia AEROREADY da Adidas, desenvolvida para o alto rendimento e controle inteligente de umidade. A estrutura do tecido atua na absorção e rápida evaporação do suor, garantindo que o atleta e o torcedor permaneçam secos, confortáveis e com a temperatura corporal regulada, mesmo sob alta intensidade física.

COMPOSIÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Tecido Principal (Corpo da Camisa): Confeccionado em malha dupla (interlock) 100% poliéster reciclado de alta performance, reforçando o compromisso com a sustentabilidade ambiental (diretrizes Primegreen) sem perda de resistência ou elasticidade.

Gramatura: Tecido de gramatura leve, projetado para não reter líquidos e evitar o peso extra na peça durante a transpiração contínua.

ESTRUTURA DE VENTILAÇÃO E MODELAGEM

Painéis de Respiração (Mesh): Aplicação estratégica de tecido em tela (mesh) microperfurada nas extensões laterais e na região inferior das axilas. Esses painéis criam corredores de fluxo de ar para otimizar a troca térmica nas zonas de maior aquecimento corporal.

Modelagem (Fit): Corte atlético padrão (Standard Fit), oferecendo um caimento ergonômico que acompanha a biomecânica do corpo, permitindo total liberdade de movimento sem sobras excessivas de tecido.

09

DETALHAMENTO TÉCNICO

APLICAÇÕES E ACABAMENTOS OFICIAIS

Escudo do Cruzeiro e Logo adidas: Escudo oficial do clube e o logo Adidas aplicados em bordado de alta densidade. Esse acabamento padrão e tradicional em uniformes esportivos garante máxima resistência, relevo e sofisticação estética à região do peito, honrando o peso e a história da camisa.

Gola e Punhos: Acabamentos estruturados em malha retilínea canelada com alta capacidade de recuperação elástica, proporcionando conforto e ajuste perfeito na região do pescoço e braços.

Barra: Barra posterior levemente alongada (drop tail com fendas laterais discretas), garantindo cobertura adequada e encaixe dinâmico com o calção durante a movimentação em campo.



10



11

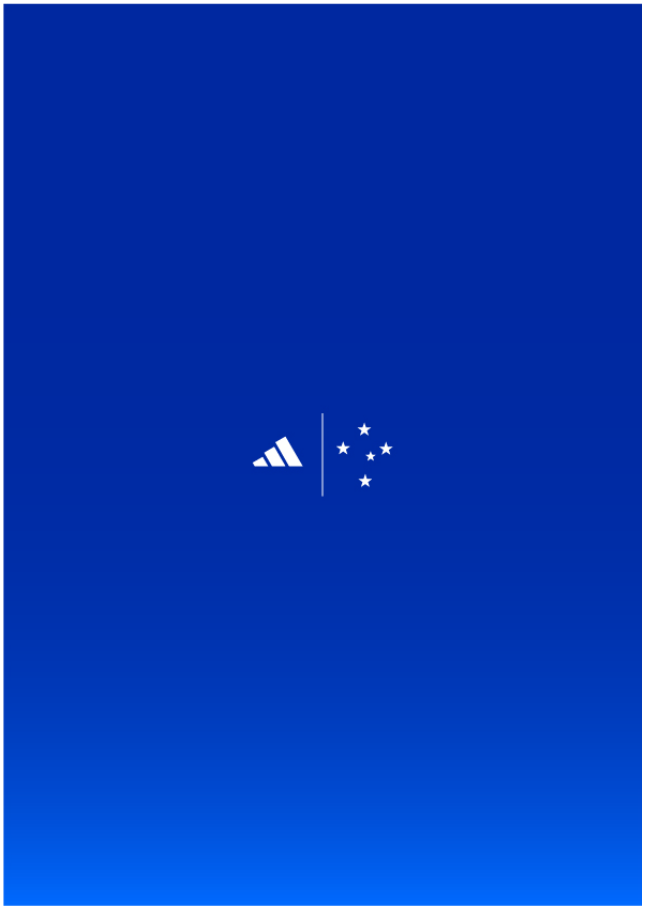
VISUALIZAÇÃO DO PRODUTO

PLANIFICAÇÃO



12


VISUALIZAÇÃO DO PRODUTO
ATIVOS PARA O MARKETING DIGITAL
TÃO COMBATIDO
M. PEREIRA
10
JAMAIS VENCIDO



5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, buscou-se cumprir o objetivo central de desenvolver o projeto de terceiro uniforme do Cruzeiro Esporte Clube, integrando inteligências artificiais como ferramentas na produção de mockups originais e conceituais. A trajetória da pesquisa evidenciou a viabilidade prática dos algoritmos na produção material, reafirmando que a sensibilidade singular e a originalidade da imaginação humana permanecem essenciais para manter a autenticidade.

No que tange à estruturação do processo criativo, a validação metodológica deste trabalho se consolidou por meio da aplicação do modelo Double Diamond (Duplo Diamante). A utilização de suas fases de divergência e convergência permitiu uma condução sistemática e controlada das etapas de pesquisa, ideação, geração de alternativas visuais e documentação técnica. Essa abordagem estruturada comprovou que o rigor metodológico atua como um agente prático para a elaboração do projeto.

O desenvolvimento exigiu imersão minuciosa na identidade e história da marca Cruzeiro Esporte Clube. Projetar um uniforme transcende a estética e o mundo físico, pois carrega o peso da alma da torcida, lidando com uma singular carga afetiva. Nesse sentido, a adoção da cartografia celestial do Hemisfério Sul como eixo conceitual buscou honrar a simbologia tradicional da instituição (intrinsecamente ligada às estrelas), ao mesmo tempo em que propõe uma abordagem visual inovadora típica de um terceiro uniforme. O resultado final procurou respeitar a magnitude desse uniforme, o que garantiu a inserção de ferramentas tecnológicas no processo criativo pelo qual foram ampliadas as possibilidades projetuais, sem diluir a essência e a conexão emocional que o torcedor nutre pelo seu manto.

Apesar dos resultados alcançados, o processo projetual revelou limites práticos no uso das inteligências artificiais generativas. A limitação compreensiva dos algoritmos, manifestada por um certo nível de aleatoriedade, exigiu um esforço contínuo de refinamento nos prompts (que contou com o suporte interativo de um agente GPT criado pela Overlens LTDA), o que

evidenciou a necessidade de constantes ajustes para alinhar as saídas visuais à proposta conceitual e aos parâmetros definidos pelo designer. Tornou-se claro que a máquina atua estritamente como um instrumento de execução, incapaz de discernir de forma autônoma as nuances e as exigências do projeto. Assim, o peso da curadoria humana reafirmou-se como o fator determinante para o êxito do trabalho; o repertório, o senso crítico e a intencionalidade do profissional foram indispensáveis para filtrar, corrigir distorções e lapidar o material gerado até que o resultado ideal fosse atingido.

A necessidade de intervenção direta também se fez evidente na aplicação da textura principal do uniforme. A complexidade gráfica da cartografia celestial exigiu uma precisão e uma fidelidade visual que os algoritmos generativos não foram capazes de reproduzir de forma autônoma e exata sobre a volumetria da peça. Essa questão resultou na construção e refinamento do mockup final de forma manual, utilizando o software Adobe Photoshop.

A integração da inteligência artificial na criação de mockups originais revelou-se um recurso de imenso potencial estratégico, equilibrando benefícios projetuais com obstáculos operacionais significativos. Dentre as principais vantagens observadas, destaca-se a expansão da liberdade criativa com um alto grau de originalidade e o desenvolvimento de bases visuais próprias que garantem exclusividade, fatores que valorizam significativamente o portfólio profissional do designer. Ademais, observa-se a vantagem de poder realizar ajustes e ter o domínio completo da composição da cena e estilos.

Por outro lado, existem algumas desvantagens. Dentre elas, o tempo humano gasto com tentativas até gerar a imagem planejada, visto que a IA não é capaz de solucionar todas as demandas do projeto de forma autônoma e, principalmente, o tempo humano gasto para ajustar os prompts de maneira precisa (em alguns casos permanecendo erros, anomalias visuais e a severa dificuldade em gerar e manter proporções exatas), como argumentado anteriormente. Além disso, podemos também pontuar como desvantagem os custos financeiros contínuos com assinaturas de plataformas. Por fim, para alguns profissionais, pode ser encarado como obstáculo a necessidade de se ter um sólido conhecimento técnico em softwares de edição, como o Adobe Photoshop, para corrigir falhas algorítmicas e viabilizar o rigor do resultado final.

REFERÊNCIAS

B9. Cena do comercial de Natal do McDonald's criado por inteligência artificial na Holanda. In: MERIGO, Carlos. **McDonald's lança comercial criado inteiramente por IA na Holanda**. B9, 2024. Disponível em: https://www.b9.com.br/176161/mcdonalds-comercial-ia-holanda/. Acesso em: 21 fev. 2026.

CARNEIRO, Gabriel; SIQUEIRA, Igor. **Lesão que quase acabou com carreira de Ronaldo Fenômeno completa 20 anos.** UOL, 2020. Disponível em: https://www.uol.com.br/esporte/reportagens-especiais/lesao-que-quase-acabou-com-carreira-de-ronaldo-fenomeno-completa-20-anos/#page4. Acesso em: 27 fev. 2026.

PEREIRA, Matheus. **Onde as estrelas brilham mais forte.** The Players' Tribune Brasil, 2024. Disponível em: https://www.theplayerstribune.com/br/posts/carta-matheus-pereira-cruzeiro-estrelas. Acesso em: 27 fev. 2026.

POPGOL. **Terceiras camisas: uniformes alternativos, futebol e moda.** PopGol, 2025. Disponível em: https://pop-gol.com/2025/03/17/terceiras-camisas-uniformes-alternativos-futebol-e-moda/. Acesso em: 1 mar. 2026.

USO de dados e segmentação impulsiona posicionamento digital do Botafogo. MKT Esportivo, 2025. Disponível em: https://www.mktesportivo.com/2025/10/uso-de-dados-e-segmentalcao-impulsiona-posicionamento-digital-do-botafogo/. Acesso em: 1 mar. 2026.

BRASIL. **[Lei de Diretrizes e Bases (1996)]**. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF: Presidência da República, [1996]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm.

CALDAS, João Pedro Tauffer. **Registros do meu primeiro aniversário, com temática do Cruzeiro Esporte Clube.** Uberlândia, 5 dez. 1998. 3 fotografias. Acervo pessoal.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos.** São Paulo: Cosac Naify, 2013.

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. **História do design gráfico.** São Paulo: Cosac Naify, 2009.

CONHEÇA a história da fotografia. G1, 2006. Disponível em: https://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1249436-6174,00.html. Acesso em: 19 fev. 2026.

CRUZ, Henrique S. de G. **A fotografia como memória:** sentimentos, afetos e desencontros. Museu da Imigração (Blog), 2020. Disponível em: https://museudaimigracao.org.br/blog/conhecendo-o-acervo/a-fotografia-como-memoria-sentimentos-afetos-e-desencontros. Acesso em: 19 fev. 2026.

HISTORY of Adobe Photoshop. Version Museum, [s.d.]. Disponível em: https://www.versionmuseum.com/history-of/adobe-photoshop. Acesso em: 19 fev. 2026.

JOHANNES Gutenberg e os princípios da impressão. National Geographic Portugal, [s.d.]. Disponível em: https://www.nationalgeographic.pt/historia/johannes-gutenberg-e-os-principios-da-impressao_3086. Acesso em: 19 fev. 2026.

LINARDI, Fred. **Como funcionava a prensa de Gutenberg?** Superinteressante, 2011. Disponível em: https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-funciona-

va-a-prensa-de-gutenberg/. Acesso em: 19 fev. 2026.

ROCHA, Júlia. **A invenção da fotografia transformou a pintura?** Ao Redor (Blog), 2021. Disponível em: https://www.aoredor.blog.br/post/a-invenção-da-fotografia-transformou-a-pintura. Acesso em: 19 fev. 2026.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência social:** a nova ciência das relações humanas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

KATZ, Robert L. **Empathy:** its nature and uses. London: Free Press of Glencoe, 1963.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas.** São Paulo: Martins Fontes, 2008.

RIZZOLATTI, Giacomo; SINIGAGLIA, Corrado. **Mirrors in the brain:** how our minds share actions and emotions. Oxford: Oxford University Press, 2008. https://doi.org/10.1093/oso/9780199217984.001.0001

DATACAMP.**As 5 melhores ferramentas de IA para ciência de dados:** impulsione seu fluxo de trabalho hoje. DataCamp, [s. l.], [s. d.]. Disponível em: https://www.datacamp.com/pt/blog/the-5-best-ai-tools-for-data-science-boost-your-workflow-today. Acesso em: 1 mar. 2026.

FORBES. **Por que a IA nunca vai entender os sentimentos humanos.** Forbes Tech, [s. l.], 2025. Disponível em: https://forbes.com.br/forbes-tech/2025/04/por-que-a-ia-nunca-vai-entender-os-sentimentos-humanos/. Acesso em: 1 mar. 2026.

LISTOKIN, Yair. **Law & AI:** Law as Risky Agents Without Intentions. University of Chicago Law Review Online, [s. l.], [s. d.]. Disponível em: https://lawreview.uchicago.edu/online-archive/law-ai-law-risky-agents-without-intentions. Acesso em: 1 mar. 2026.

HARPER, Douglas. **Online Etymology Dictionary.** [s. l.], [s. d.]. Disponível em: https://www.etymonline.com. Acesso em: 21 jan. 2026.

PROMPT. In: **DICIO:** dicionário online de português. Porto: 7Graus, 2019. Disponível em: https://www.dicio.com.br/prompt/. Acesso em: 1 mar. 2026.

KIMURA, Marcelo; ESTÚDIO KIMURA. **Curso Nexus.** [S. l.], 2026. Disponível em: https://membros.marcelokimura.com.br/area/vitrine/home. Acesso em: 22 fev. 2026.

ASIMOV, Isaac. **Eu, robô.** São Paulo: Aleph, 2014. (Obra original de 1950).

DOMINGOS, Pedro. **O algoritmo mestre:** como a busca pelo algoritmo de aprendizado de máquina definitivo reinventará nosso mundo. Rio de Janeiro: Novatec, 2017.

FLORIDI, Luciano. **The fourth revolution:** how the infosphere is reshaping human reality. Oxford: Oxford University Press, 2014. (Referenciado como Floridi, 2017 no texto).

GOOD, Irving John. **Speculations Concerning the First Ultraintelligent Machine.** Advances in Computers, v. 6, p. 31-88, 1966. https://doi.org/10.1016/S0065-2458(08)60418-0

KURZWEIL, Ray. **The singularity is near:** when humans transcend biology. New York: Viking, 2005.

RUSSELL, Stuart J.; NORVIG, Peter. **Inteligência artificial:** uma abordagem moderna. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

RUSSELL, Stuart J.; NORVIG, Peter. **Artificial intelligence:** a modern approach. 4. ed.

Hoboken: Pearson, 2021. (Referenciado como Russell; Norvig, 2023 no texto).

COSTA, Mirla. **Quais são os tipos de Inteligência Artificial (IA)?** Exemplos e características. Alura, 2023. Disponível em: https://www.alura.com.br/artigos/tipos-inteligencia-artificial-ia. Acesso em: 5 mar. 2026.

DATACAMP. **Inverno da IA:** entendendo os ciclos do desenvolvimento da IA. DataCamp, 2025. Disponível em: https://www.datacamp.com/pt/blog/ai-winter. Acesso em: 1 mar. 2026.

IBM. **O que é um modelo de IA?** [S. l.]: IBM, 2024. Disponível em: https://www.ibm.com/br-pt/think/topics/ai-model. Acesso em: 5 mar. 2026.

MONTINI, Alessandra. **A consciência artificial:** uma reflexão sobre limites e possibilidades. FEBRABAN TECH, 2024. Disponível em: https://febrabantech.febraban.org.br/especialista/alessandra-montini/a-consciencia-artificial-uma-reflexao-sobre-limites-e-possibilidades. Acesso em: 5 mar. 2026.

RAMOS, Marien. **3 em cada 4 profissionais brasileiros acreditam que a IA substituirá seus empregos, revela pesquisa.** CNN Brasil, 2024. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/3-em-cada-4-profissionais-brasileiros-acreditam-que-a-ia-substituira-seus-empregos-revela-pesquisa/. Acesso em: 5 mar. 2026.

VINGE, Vernor. **The coming technological singularity:** How to survive in the post-human era. Whole Earth Review, 1993.

FEBRABAN. **Dados e decisões:** como a Inteligência Artificial se alimenta da sua rotina digital. YouTube, 2025. 1 vídeo (tempo total). Publicado pelo canal FEBRABAN. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=wlzca0hLaJ4. Acesso em: 1 mar. 2026.

ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica.** São Paulo: Perspectiva, 1980.

LUPTON, Ellen. **O design como storytelling.** São Paulo: Gustavo Gili, 2017.

ALURA. **Storytelling:** o que é, quais as principais técnicas e elementos e como criá-lo. Alura, 2024. Disponível em: https://www.alura.com.br/artigos/storytelling. Acesso em: 5 mar. 2026.

SOUZA, Warley. **Semiótica.** Brasil Escola, [s. d.]. Disponível em: https://brasilescola.uol.com.br/redacao/semiotica.htm. Acesso em: 5 mar. 2026.

STEIN, Leandro. **Como as camisas de futebol explicam o mundo: um guia para as entranhas da paixão e do poder.** Trivela, 2021. Disponível em: https://trivela.com.br/noticias/como-as-camisas-de-futebol-explicam-o-mundo-um-guia-para-as-entranhas-da-paixao-e-do-poder/. Acesso em: 5 mar. 2026.

KIMURA, Marcelo; ESTÚDIO KIMURA. **Curso Nexus.** [S. l.], 2026. Disponível em: https://membros.marcelokimura.com.br/area/vitrine/home. Acesso em: 22 fev. 2026.

DESIGN COUNCIL (UK). **The Double Diamond.** Londres: Design Council, 2005.

MÉTODO CONSULTORIA. **Esquema da metodologia do Diamante Duplo (Double Diamond).** [S. l.], 2023.

NESSLER, Dan. **How to apply a design thinking, HCD, UX or any creative process from scratch through the Double Diamond process.** [S. l.]: Blog Design Methods, 2016.

(Esquema Double Diamond): Método Consultoria (2023).

Quadro de Aplicação da Metodologia (pág. 26): Elaborado pelo autor (2026).

CRUZEIRO ESPORTE CLUBE. **Manual de marca:** Cruzeiro Esporte Clube. Belo Horizonte: Cruzeiro, 2021.

CRUZEIRO ESPORTE CLUBE. **História:** conquistas e glórias. Belo Horizonte, 2025. Disponível em: <site oficial do clube>. Acesso em: 9 mar. 2026.

INSTITUTO PALESTRA ITÁLIA. **Società Sportiva Palestra Italia:** a fundação. Belo Horizonte, 2020.

DATA TEMPO. **Mapa de torcidas em Minas Gerais.** Belo Horizonte, 2021.

DIÁRIO CELESTE. **Evolução dos escudos do Cruzeiro.** Belo Horizonte, 2022.

GLOBO ESPORTE. **Wilson Gottardo e a conquista da Libertadores de 1997.** Rio de Janeiro, 2017.

O TEMPO. **Mascote oficial Raposão no Mineirão.** Belo Horizonte, 2025.

O TEMPO. **Infográfico:** a divisão das torcidas de Cruzeiro e Atlético pelo estado. Belo Horizonte, 2022.

SPORTYNET. **Cruzeirenses no Estádio Mineirão.** [S. l.], 2026.

CRUZEIRO ESPORTE CLUBE; ADIDAS. **Campanha Orgulho de Nascer em Minas:** terceiro uniforme 2025. Belo Horizonte, 2025.

JUVENTUS FC; ADIDAS. **Third Kit 2025:** vinhedos de Piemonte. Turim, 2025.

VASCO DA GAMA; KAPPA. Uniforme III: **80 anos do título de Campeão de Terra e Mar.** Rio de Janeiro, 2025.

BRASIL ESCOLA. **O que é o espaço-tempo?** [S. l.], [s. d.]. Disponível em: https://brasilescola.uol.com.br/fisica/espaco-tempo.htm. Acesso em: 9 mar. 2026.

CRUZEILOUCOS UBERLÂNDIA. **Bandeira da torcida organizada.** Uberlândia, 2024.

THE PLAYERS' TRIBUNE BRASIL. **Uma Luz no Fim do Túnel:** Matheus Pereira. YouTube, 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=KATSXYVW_k8. Acesso em: 5 mar. 2026.

X (Rede Social). **Painel de manifestações sobre a estética Cruzeiro.** Elaborada pelo autor com base em dados da rede social X, 2026.

(Evolução de Escudos): Diário Celeste (2022).

Variações de Identidade e Manual): Cruzeiro Esporte Clube (2021).

(Mapas de Torcidas): O TEMPO (2022) e DataTempo (2021).

Planificação e Rascunhos (págs. 45-47): Elaborado pelo autor (2026).

Mockups com IA (págs. 53-67): Originais gerados pelo autor utilizando as ferramentas ChatGPT 5.2, Gemini 3 / Nano Banana Pro e Adobe Photoshop (2026).

OVERLENS. **Photoshoot:** agente GPT para refinamento de prompts e geração de imagens. San Francisco: OpenAI, 2026. Disponível em: https://chatgpt.com/g/g-P6sxF-hz9S-photoshoot. Acesso em: 11 mar. 2026.