

## Esporte na mídia: uniformes do voleibol feminino<sup>1</sup>

Marcelo Ribeiro TAVARES<sup>2</sup>

Frederico BRAIDA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

### RESUMO

O tema dos uniformes tem atraído a atenção da mídia com discussões sobre design, sexualização e marketing. Logo, pergunta-se: como o uniforme do voleibol feminino vem sendo abordado na mídia? O objetivo deste trabalho é sintetizar uma discussão sobre a midiática dos uniformes de voleibol feminino, entre 1980 e 2021. A metodologia da pesquisa caracteriza-se em uma abordagem qualitativa e exploratória, a partir de revisão de literatura, entrevistas com mulheres que têm relação com o esporte, incluindo ex-atletas olímpicas, além de resultados obtidos com *lives* realizadas com cinco convidadas sobre a participação feminina no esporte. Conclui-se que através dos uniformes do voleibol feminino emergem questões sobre a inserção da mulher na sociedade e os entraves que enfrentam nas esferas da decisão em temas que tangem diretamente a elas.

**PALAVRAS-CHAVE:** mulher; esporte; midiática.

### INTRODUÇÃO

O esporte é uma atividade que vem ganhando cada vez mais espaço na sociedade contemporânea, seja como atividade de lazer, entretenimento, mercado publicitário e, sobretudo, como tema de debates em tempos de midiática. Para a mulher, sua inserção no esporte é bastante diferente daquela realizada pelos homens, desde quando houve a imposição de sua participação em muitas modalidades nos primórdios das competições olímpicas (Simões, 2003) e até mesmo hoje, quando (ainda) se discute a luta por equiparação salarial e oportunidades profissionais semelhantes em cargos de comando (Romariz, 2010).

De fato, para a história contemporânea, podemos afirmar que o voleibol começou sua trajetória de projeção no cenário de competições internacionais através da chamada geração dos anos 1980, em grande parte pela conquista da medalha de prata da seleção masculina, em Los Angeles, 1984, mas deve-se destacar o crescente desempenho da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Pós-doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM - UFJF), [marcelo.tavares@estudante.ufjf.br](mailto:marcelo.tavares@estudante.ufjf.br)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor Associado do Departamento de Projeto, Representação e Tecnologia da Arquitetura e Urbanismo; Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora. Doutor em Design; líder do Grupo de Pesquisa Leaud - Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões na Arquitetura, no Urbanismo e no Design. E-mail: [frederico.braida@ufjf.br](mailto:frederico.braida@ufjf.br)

seleção feminina também (Tavares; Mourão, 2016a), através do papel fundamental de atletas que estiveram presentes tanto em seleções anteriores, do final dos anos 1970, ou que continuaram jogando em décadas seguintes, quando o Brasil começou a chegar aos pódios (Tavares; Mourão, 2016b; Tavares; Pereira, 2019 e Tavares; Braida, 2024a).

A trajetória do voleibol feminino inclui desafios que se notabilizaram nos anos 1980 e ainda repercutem nos dias atuais. A mídia se multiplicou por diferentes canais para além da televisão aberta e jornais impressos e, a reboque, vieram assuntos diferentes tratados amplamente nas diversas redes sociais disponíveis, desde aspectos profissionais, rotinas de treinamento até questões pessoais e afetivas das atletas.

O uniforme que as atletas costumam usar para o desempenho de suas funções esportivas e as determinações que cercam esse tema acabam por apontar questões de fundo, bem mais complexas. Este artigo sintetiza alguns resultados de pesquisa de pós-doutoramento que estuda os uniformes do voleibol feminino utilizados pelas atletas nos Jogos Olímpicos (Tavares; Braida, 2021, 2022; Tavares; De Paula, 2023; Tavares; Braida, 2024b). Adota-se, como recorte temporal os jogos de 1980 (Moscou), quando a seleção de voleibol feminino do Brasil participou pela primeira vez de uma olimpíada, até a conquista da medalha de prata, nos últimos jogos, em Tóquio, 2021.

Como questão norteadora da pesquisa, indagamos: como a discussão sobre o uniforme do voleibol feminino vem sendo realizada na mídia? O objetivo principal deste trabalho é sintetizar questões que têm se evidenciado desde os anos 1980, o que permite verificar aspectos relacionados ao design dos uniformes, à midiatização e à participação feminina no esporte.

## **METODOLOGIA**

A metodologia na pesquisa incluiu a revisão de literatura, para repassar conceitos de midiatização relacionados ao esporte e, especificamente, ao voleibol feminino, além de levantar referências de outras áreas que tratam do tema, como história do esporte, dos jogos olímpicos e notícias da mídia em geral sobre os uniformes.

Outra ação, igualmente importante, foi a realização de entrevistas (com aprovação na Plataforma Brasil, registrado sob o número 4.995.260), para coletar informações com 11 ex-atletas da seleção brasileira em Jogos Olímpicos (de 1980 a 2021), além de três jornalistas atuantes no período analisado e, ainda, três estilistas que têm produções na área esportiva.

---

Uma terceira e última ação foi a realização de evento *online* (Instagram) com a participação de cinco entrevistadas da pesquisa para debate sobre o esporte, os uniformes e a participação da mulher no mercado de trabalho esportivo.

Por fim, essas três ações articuladas permitiram avançar na melhor compreensão sobre o tema dos uniformes do voleibol feminino desde a ascensão da seleção brasileira, ainda nos anos 1980, bem como, questões sociais mais amplas sobre a mulher na contemporaneidade.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O tema dos uniformes esportivos é explorado do ponto de vista teórico a partir da compreensão de dois campos principais: a *mediatização* e o *design*, com reflexos para o entendimento de aspectos sociais importantes para as discussões de gênero (Goellner, 2013; Nicholson, 2000). Desta forma, a *mediatização*, pode ser entendida como a grande regente das relações humanas, cada vez mais virtualizadas (Sodré, 2006). O autor afirma que “o processo da comunicação é técnica e mercadologicamente redefinido pela informação, isto é, por um produto a serviço da lei estrutural do valor, também conhecida como *capital*” (Sodré, 2006, p. 20-21). Para Hjarvard (2012), a *mediatização* contribui decisivamente para as transformações estruturais na formação da cultura contemporânea.

Assim, a *mediatização* no esporte auxilia como um aprofundamento para questões que são específicas desse setor de atividades, que já vem sendo estudado há algum tempo. Em rápido retrospecto, da chamada “Era do rádio”, das notícias e “notinhas” em jornais impressos de grande circulação, passando pela ascensão da televisão aberta e da “tevé por assinatura”, até a expansão das redes sociais, o esporte é tema de considerações e estudos que ajudam a compreender a sociedade contemporânea (Lourenço, 2012).

O esporte se tornou mesmo peça-chave para o que Frandsen (2015) chamou de uma “nova onda” de *mediatização*, o que envolve organizações e profissionais cada vez mais especializados. Para Sanfelice (2014), a ideia de assistir a um evento esportivo pela televisão é ter a possibilidade de ver *replays*, *closes*, comentários especializados que são construídos para o consumo pelo olhar das câmeras, o que gera pouca autonomia, mas tem sua sedução e conforto e gera curiosidade sobre a vida privada dos atletas.

(...) em época de Jogos Olímpicos os “especialistas” nas coberturas esportivas têm destacado elementos de outros campos para discutir os

---

esportes veiculados. O primeiro critério é o resultado esperado, logicamente cogita-se a possibilidade da conquista de alguma medalha. Os que têm mais chances de conseguir subir ao *podium* são agraciados com mais destaque nos jornais, tendo suas vidas dissecadas pelos veículos de comunicação. Através dos media, o imaginário dos leitores é estimulado, pois estes buscam dissecar as vidas sociais, profissionais e particulares desses atletas. (Sanfelice, 2014, p. 63).

No recorte temático da pesquisa, a compreensão dos conceitos de midiaticização no voleibol, principalmente, feminino, aponta como a questão dos uniformes emerge para discussão. Cabe destacar que o desenho de uniformes é um tema que suscita investigações importantes. Soares (2011) menciona que, no final dos anos 1900, as roupas esportivas eram privilégio das elites, mas ganhavam a atenção do público em geral pelo discurso higienista e civilizador da época. Assim, as roupas esportivas foram surgindo ao longo século XX pelas mãos dos grandes costureiros que faziam roupas para equitação, tênis, natação, golfe e esqui e, gradativamente esse mercado foi se ampliando e se especializando (Silva, 2019), até chegar hoje em pesquisas complexas para uniformes de alto rendimento tecnológico (Udale; Sorger, 2009).

Nos Jogos Olímpicos de 2024, em Paris, os uniformes voltaram a ser assunto importante nas mídias, mas não em relação a um esporte, especificamente. A discussão suscitada foi em relação aos uniformes usados pela delegação brasileira na cerimônia de abertura dos jogos (Redação do GE, 2024).

Sobre algumas modalidades dos jogos, merece destaque que a seleção feminina de ginástica artística usou uniformes desenhados por uma de suas atletas da competição, Jade Barbosa. Esse fato é bastante inédito. A própria atleta comentou que considerou “mágica” essa oportunidade, pois quando começou a competir, nem *collant* tinha (Lourenço, 2024).

Em relação aos uniformes da seleção de voleibol feminino, de quadra, não houve modificações evidentes dos uniformes que já vinham sendo usados. Entretanto, em relação às jogadoras brasileiras do vôlei de praia notou-se que as algumas duplas preferiram usar short em vez de biquíni, além do respeito ao uso do *hijab* por atletas muçulmanas (Do hijab..., 2024).

Logo, podemos relacionar que o tema dos uniformes do voleibol feminino perpassa questões técnicas, vinculadas ao desenho dos uniformes, mas, também, evoca

considerações simbólicas que têm ganhado cada vez mais espaço na mídia, sobretudo, pelas questões que as próprias mulheres, atletas, têm levantado.

## RESULTADOS E CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

Dentre os resultados já alcançados, é importante sublinhar que a maior parte das 11 atletas entrevistadas foram enfáticas em afirmar que o desenho dos uniformes deve priorizar o conforto para a melhor performance da atleta (Richa, 2022) e que, nos anos 1980, as jogadoras não tinham como opinar, pois os uniformes já vinham “prontos para serem vestidos” (Oliveira, 2022).



Figura 01 – Uniforme da seleção feminina de voleibol nos anos 1980. Fonte: foto do acervo da ex-atleta Denise Porto Mattioli, gentilmente cedida aos autores (2023)

Hoje, a discussão é bem evidente sobre os uniformes, que podem evocar grande apelo midiático, como aconteceu recentemente nos Jogos Olímpicos de Tóquio, por causa da imposição de uniformes às atletas do handebol de praia, com aplicação de multa, caso não jogassem de biquíni, por exemplo. A notícia circulou rapidamente e até celebridades da música, como a cantora Pink deram declarações de apoio (Tavares; Braida, 2021).

A midiaticização pode atuar como uma forma de assegurar um lugar de discussão para o tema. Pereira, Pontes e Ribeiro (2015) atentaram em suas pesquisas como muitos

fotógrafos da imprensa não entendiam suas fotos como de conteúdo sexista e apelativo, consideradas invasivas para as atletas. Para a ex-levantadora da seleção Hélia Souza, felizmente esse tempo parece ter sido superado e isso “não deve ser uma prioridade”, para que a atleta se concentre no seu papel profissional em quadra, com liberdade de movimentos (Souza, 2023).

Outra questão abordada na pesquisa foi a relação com o patrocínio. Nos anos 1980, a atleta Jaqueline vestiu a camisa do avesso, como forma de protestar sobre o não pagamento de patrocínio às atletas (Silva, 1985). Hoje, para Ramos (2022), um time pode ter tanto patrocínio que até inviabiliza a compreensão da marca, a qual precisa estar bem localizada no uniforme, para que não fique vulgar, como comentou Barros (2023).



Figura 02 – Camisa da atleta Camila Brait do time Osasco de voleibol feminino (2023/2024) com os patrocinadores. Fonte: *online*. Disponível em: <https://www.nakal.com.br/osasco-voleibol/camisa-osasco-voleibol-feminina-202324-camila-brait>. Acesso em: 29 set. 2024.

Em relação às oportunidades de trabalho para mulheres no campo esportivo, nota-se uma dificuldade de inserção quando os cargos são de maior envergadura. Se houve uma notória profissionalização da atleta de voleibol feminino nas últimas décadas, com contratações dentro de um aquecido mercado internacional de clubes, o mesmo não se pode dizer para a ocupação de mulheres em cargos técnicos, como afirmou Ribas (2022).

---

Logo, é importante destacar como, através do uniforme esportivo, questões relacionadas a outros campos sociais são evocadas, principalmente aquelas que são veiculadas com grande alcance pelas diversas mídias.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

À guisa de considerações finais, pode-se afirmar que os uniformes femininos no esporte, em geral, têm levado a discussões importantes na mídia, que, até então, não abordava o tema com ênfase na ótica das atletas. Assim, várias manifestações recentes, sobretudo após os Jogos Olímpicos em Tóquio (2021), acenderam um debate nas redes sociais sobre a imposição no uso de determinados tipos de uniformes por mulheres-atletas. Em grande parte, a discussão evocou a sexualização dos corpos femininos através do uso de uniformes considerados inadequados – por exporem demais o corpo, por não protegerem do frio em eventos *outdoor*, entre outros.

No caso do voleibol feminino, verificou-se que desde a ascensão da seleção feminina no cenário internacional, a ideia da visão da mulher-atleta como “musa” despertava o interesse no esporte. Os uniformes foram motivo de questionamento também, mas o que se discutia, nos anos 1980, era a profissionalização das atletas e a luta por patrocínio nos mesmos termos dos homens. Anos mais tarde, a simples introdução da “bermuda” marcou um novo tempo no uso de uniformes, bem mais práticos e ajustados ao corpo feminino. Nos anos 1990, a ideia de as jogadoras usarem um “collant” ou o chamado “macaquinho”, a polêmica foi novamente acesa, e os protestos deram fim ao uso da peça, considerada inapropriada. Nos últimos Jogos Olímpicos, o tema dos uniformes surgiu em diversas modalidades, como ginástica, handebol e vôlei de praia, com o questionamento sobre a impossibilidade de a própria atleta decidir sobre o uso de seu uniforme.

Temas como mulher e esporte têm se evidenciado nos últimos anos de forma legítima com o apoio de novos canais de expressão midiática, através de *blogs* e redes sociais próprias das atletas, alterando o estatuto de maior controle das mídias tradicionais como jornal e televisão, únicas formas presentes nos anos 1980 e 1990. Assim, esse tema continua em aberto e há novidades que emergem do esporte o tempo todo. Seja através de protestos sobre o uso de determinado modelo de uniforme pelas atletas, seja com a discussão mais recente que questionou como que os uniformes usados pela delegação brasileira na abertura dos Jogos em Paris, 2024, evocariam uma mensagem não

compatível com os atributos desejados para a identidade do país. Em tempos olímpicos e midiáticos, os uniformes têm atraído a atenção para discussões que merecem reflexão sobre os caminhos contemporâneos do esporte entrelaçados com os da comunicação.

## REFERÊNCIAS

- DO HIJAB ao biquíni, atletas do vôlei de praia feminino apostam em diferentes modelos. **O Globo**. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/olimpiadas/noticia/2024/08/04/do-hijab-ao-biquini-atletas-do-volei-de-praia-feminino-apostam-em-diferentes-modelos-veja-fotos.ghtml>. Acesso em: 27 set. 2024.
- FRANSEN, K. Sport in a new wave of mediatization. In: INTERNATIONAL RESEARCH SEMINAR: NEW DIRECTIONS IN MEDIATIZATION RESEARCH, 1 Oct. 2015, Copenhagen, Denmark. **Proceedings [...]**, Copenhagen, 2015.
- GOELLNER, S. Gênero e esporte na historiografia brasileira: balanços e potencialidades. **Tempo**, v. 19, p. 45-52, 2013.
- HJARVARD, S. Mídia e cultura: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, ano 5, n. 2, p. 53-91, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1430/143023787004.pdf>. Acesso em: 1 fev. 2023.
- LOURENÇO, M. Como Jade Barbosa desenha os collants da seleção brasileira de ginástica artística. **G1**. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/olimpiadas/paris-2024/noticia/2024/08/01/como-jade-barbosa-desenha-os-collants-da-selecao-brasileira-de-ginastica-artistica.ghtml>. Acesso em: 28 set. 2024.
- LOURENÇO, R. As narrativas do futebol na sociedade do espetáculo. In: Cazaloto, E., Martino, L. M. S., Persichetti, S. (Orgs.). **Mídia e comunicação contemporânea: relatos e pesquisas**. São Paulo: Editora Plêiade, 2012. p. 63-69.
- NICHOLSON, L. Interpretando o gênero. **Revista Estudos Feministas**, v. 8, n. 2, p. 09-41, 2000.
- OLIVEIRA, L. **Lica Oliveira**: depoimento [jun. 2022]. Entrevistador: Marcelo Ribeiro Tavares. Entrevista por áudio concedida à pesquisa do Projeto aprovado na Plataforma Brasil sob o nº 4.995.260, Universidade Federal de Juiz de Fora.
- REDAÇÃO DO GE. Uniforme brasileiro na abertura das Olimpíadas provoca críticas e elogios na web. **GE**. 2024. Disponível em: <https://ge.globo.com/olimpiadas/noticia/2024/07/26/abertura-olimpiadas-2024-uniforme-brasileiro.ghtml>. Acesso em: 29 set. 2024.
- RIBAS, T. **Tatiana Ribas**: depoimento [jun. 2022]. Entrevistador: Marcelo Ribeiro Tavares. Entrevista por áudio concedida à pesquisa do Projeto aprovado na Plataforma Brasil sob o nº 4.995.260, Universidade Federal de Juiz de Fora.



---

RICHA, A. **Ana Richa**: depoimento [jun. 2022]. Entrevistador: Marcelo Ribeiro Tavares. Entrevista por áudio concedida à pesquisa do Projeto aprovado na Plataforma Brasil sob o nº 4.995.260, Universidade Federal de Juiz de Fora.

ROMARIZ, S. **Mulheres e homens no voleibol de rendimento**: práticas e representações. 2010, 114f. Tese (Doutorado em Educação Física). Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 2010.

SANFELICE, G. Elementos para a midiaticização do esporte. **Revista Universitaria de la Educación Física y el deporte**, v. 7, n. 7, p. 60-68, nov., 2014.  
<http://www.accede.iuacj.edu.uy/xmlui/bitstream/handle/20.500.12729/351/Roese.pdf?sequence=1>.

SILVA, E. M. Baila comigo: os esportes e a moda esportiva a partir da influência do audiovisual. **D’Obra[s]**, v. 12, n. 27, p. 48-60, set./dez. 2019. Disponível em:  
<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras>. Acesso em: 18 jun. 2021.

SIMÕES, A. (Org.). **Mulher e esporte**: mitos e verdades. São Paulo: Manole, 2003.

SOARES, C. **As roupas nas práticas corporais e esportivas**: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência (1920-1940). Campinas, SP: Autores Associados, 2011.

SODRÉ, M. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: Moraes, Dênis de (organizador). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-31.

SOUZA, H. **Hélia Souza (Fofão)**: depoimento [mar. 2023]. Entrevistador: Marcelo Ribeiro Tavares. Entrevista por áudio concedida à pesquisa do Projeto aprovado na Plataforma Brasil sob o nº 4.995.260, Universidade Federal de Juiz de Fora.

TAVARES, M.; BRAIDA, F. **Desmico**: conversas com Blenda Bartels, Dora Castanheira, Fernanda Venturini, Heloísa Roese e Lenice Peluso. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2024a. (No prelo).

TAVARES, M. L. R. S.; BRAIDA, F. Uniformes do voleibol feminino brasileiro: com a palavra, as atletas dos Jogos Olímpicos (1980-2012). **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 17, n. 42, p. 01–25, 2024b. DOI: 10.5965/1982615x17422024e0013. Disponível em:  
<https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/24174>. Acesso em: 29 set. 2024.

TAVARES, M. L. R. S.; BRAIDA, F. Penalização, protesto e imposição: a discussão de três casos emblemáticos de uniformes esportivos femininos e suas repercussões na mídia. In: COSTA, E.; FELIZ, J. (Org.). **Comunicação e cultura**: Processos contemporâneos 2. Ponta Grossa: Atena, 2022, v. 2, p. 82-96. Disponível em:  
<https://www.atenaeditora.com.br/catalogo/ebook/comunicacao-e-cultura-processos-contemporaneos-2>. Acesso em: 6 jan. 2024.

TAVARES, M. L. R. S.; BRAIDA, F. Uniformes esportivos: uma discussão sobre a mulher na mídia. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER 2021, 14., 2021, online. **Anais [...]**. São Paulo: ABCiber, 2021. v. 1. p. 1-24. Disponível em:  
<https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber14/paper/viewPaper/1718>. Acesso em:  
6 jan. 2024.

TAVARES, M. L. R. S.; DE PAULA, F. B. R. Mulheres na rede: uniformes esportivos femininos em discussão. **Observatório de la Economía Latinoamericana**, [S. l.], v. 21, n. 8, p. 8301–8312, 2023. DOI: 10.55905/oelv21n8-028. Disponível em: <https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/1095>. Acesso em: 6 jan. 2024.

TAVARES, M.; MOURÃO, L. **Mulheres em manchete**: a potência da geração de voleibol dos anos 1980. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2016a.

TAVARES, M.; MOURÃO, L. **Alta na ponta**: conversas com Isabel Salgado, Jacqueline Silva e Vera Mossa. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2016b.

TAVARES, M.; PEREIRA, E. **China atrás**: conversas com Ana Richa, Lica Oliveira e Sandra Lima. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2019.

UDALE, J.; SORGER, R. **Fundamentos do design de moda**: tecidos e moda. Porto Alegre: Bookman, 2009.