

Esporte na mídia: uniformes do voleibol feminino¹

Marcelo Ribeiro TAVARES²

Frederico BRAIDA³

Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

RESUMO

O objetivo deste trabalho é sintetizar uma discussão sobre a midiaticização 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 de evento, conjunto de *lives* realizada com cinco convidadas sobre a participação feminina no esporte. Verificou-se que o tema dos uniformes tem atraído a atenção da mídia ao se discutir sobre a sexualização dos corpos das atletas, o espaço para patrocínio e os tipos de uniformes. 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; midiaticização.

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 midiaticização. 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).

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). Adota-se,

¹ 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.

² Pós-doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM - UFJF), marcelo.tavares@estudante.ufjf.br

³ 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

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 midiatização e o *design*, com reflexos para o entendimento de aspectos sociais importantes para as discussões de gênero (Goellner, 2013; Nicholson, 2000). Desta forma, a midiatização, pode ser entendida como a grande regente das relações humanas, cada vez mais virtualizadas (Sodré, 2006). O autor afirma

que 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 midiatização contribui decisivamente para as transformações estruturais na formação da cultura contemporânea.

Assim, a midiatização 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 midiatização, 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.

No recorte temático da pesquisa, a compreensão dos conceitos de midiatização 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).

Logo, podemos relacionar que o tema dos uniformes do voleibol feminino perpassa questões técnicas, relacionadas 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

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). 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 midiáticação 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).

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: a ginasta da seleção brasileira, Jade Barbosa, é a atual responsável pelo desenho dos uniformes que a equipe brasileira têm usado em competições oficiais. Bons prenúncios em tempos de novos Jogos Olímpicos, em Paris, no corrente ano.

REFERÊNCIAS

- BARROS, A. **Ana Lúcia Barros**: depoimento [jan. 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.
- 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. Mídiação: 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, 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.
- PEREIRA, E. G. B.; PONTES, V. S.; RIBEIRO, C. H. V. Revelações dos fotógrafos esportivos brasileiros sobre relações de gênero. **Motricidade**, v. 11, p. 126-134, 2015.
- RAMOS, A. **Ana Cláudia Ramos**: depoimento [jul. 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.
- 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 mídiatização do esporte. **Revista Universitaria de la Educación Física y el deporte**, v. 7, n. 7, p. 60-68, noviembre, 2014. Disponível em: <http://www.accede.iuacj.edu.uy/xmlui/bitstream/handle/20.500.12729/351/Roese.pdf?sequence=1>. Acesso em: 1 fev. 2023.

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.

SILVA, J. **Jacqueline, vida de vôlei**. Rio de Janeiro: Casa do Escritor, 1985.

SIMÕES, A. (Org.). **Mulher e esporte: mitos e verdades**. São Paulo: Manole, 2003. p. 35-47.

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. 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. 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: **XIV Simpósio Nacional da ABCIBER 2021**, 2021, online. XIV Simpósio Nacional ABCIBER 2021. 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.

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