

Objetificação da mulher no esporte: Proposta de uniformes

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.139.1>

Betânia Vargas Oliveira¹, Beatriz Aimi Komori², Mariana Ruffato³

¹ Instituto Federal do Paraná, betania.oliveira@ifpr.edu.br

² Instituto Federal do Paraná, betrizaimik@gmail.com

³ Instituto Federal do Paraná, marianaruffato2004@gmail.com

Resumo

Este artigo apresenta uma proposta de uniformes femininos que contestem a objetificação da mulher no esporte. Muitas das opções disponíveis hoje no mercado fazem uma exposição excessiva dos corpos das mulheres, ocasionando desconforto e baixo rendimento das atletas. Por essa razão, o presente trabalho tem como objetivo compreender essa questão e propor soluções que a resolvam no campo da moda voltada para as esportistas.

Palavras-chave

Objetificação da mulher; mulheres no esporte; uniformes esportivos femininos.

1. Introdução

Geralmente associamos o uso de roupas à ideia de proteção do corpo contra agentes externos, como o frio, o sol ou a chuva. Segundo Soares (2011, p. 14): “A função de proteção dada pela roupa pode também ser analisada desde outra significação que não aquela física, carnal, mas, sim, moral, ou seja, a de proteger o corpo do olhar do outro”. Em que pese essa característica geralmente associada à vestimenta, grande parte das roupas atuais são destinadas a atrair olhares e não a repeli-los, especialmente quando se trata de trajes femininos idealizados para serem usados em eventos midiáticos ou em peças publicitárias. Essa característica está presente tanto em desfiles de moda quanto em espetáculos esportivos.

Na prática esportiva, atualmente, as mulheres usam colãs, sunquínis e roupas que muitas vezes são desnecessariamente sexualizadas e não favorecem em nada o desempenho atlético. No esporte de alto rendimento, a única finalidade desses trajes parece ser objetificar seus corpos, de modo a enquadrá-los nos padrões estéticos desejados pelas agências de publicidade associadas aos patrocinadores dos eventos esportivos televisionados. Dada a influência dos eventos esportivos e o crescimento, pelo menos desde a década de 1980, da importância das marcas esportivas na indústria têxtil, essas roupas passaram a ser usadas no cotidiano, ampliando os efeitos da objetificação para além dos corpos das atletas profissionais.

Portanto, conclui-se que o corpo das mulheres é objetificado pela sociedade, em especial em cenários esportivos. Muitas vezes, os uniformes que são permitidos nas Olimpíadas fazem com que as atletas não consigam alcançar seu desempenho máximo, pois muitas delas se sentem desconfortáveis para realizar alguns tipos de movimentos.

A fim de promover o melhor rendimento atlético feminino, propõe-se a realização de uma coleção de vestimentas esportivas que tenha como função o conforto e a liberdade de escolha das atletas, com o design adequado para a prática destes esportes: vôlei de praia, handebol de areia e ginástica rítmica. Desta forma, o projeto visa promover o melhor desempenho das atletas, fazendo com que se sintam confortáveis, favorecendo os movimentos sem haver um incômodo com seus uniformes. Sendo assim, o presente estudo buscou resolver o seguinte problema de pesquisa: como desenvolver uma coleção de uniformes esportivos femininos que priorize o desempenho das atletas, sem objetificar seus corpos?

2. Metodologia

O presente trabalho teve como objetivo desenvolver uma coleção de uniformes esportivos femininos para o vôlei de praia, o handebol de areia e a ginástica rítmica, com o intuito de auxiliar no melhor desempenho das atletas sem a objetificação de seus corpos. Para isso, aplicaram-se métodos de pesquisa descritiva e qualitativa, divididos em duas partes: pesquisa teórica e proposta de coleção, de acordo com Malhotra (2005) e Gil (2008).

Primeiramente realizou-se uma pesquisa bibliográfica e documental sobre o tema objetificação dos corpos femininos no esporte e um estudo de caso do ocorrido nas Olimpíadas de 2021, observando o posicionamento das atletas. Além disso, analisou-se o mercado atual de roupas para mulheres atletas, realizou-se uma pesquisa de comportamento do consumidor e as pesquisas de moda como de tema, tendências e tecnológica. Quanto à concepção da coleção, escolheu-se como inspiração a marca Telfar, que produziu uniformes unissex com o objetivo de melhorar o desempenho dos atletas liberianos nas Olimpíadas de 2021 (Guerra, 2021). Além disso, pretende-se utilizar tecidos tecnológicos e tendências de moda para produzir a coleção de uniformes esportivos femininos.

Para o desenvolvimento da coleção, foi criado inicialmente o painel de tendências e o painel semântico de tema com sua respectiva cartela de cores, os quais nortearam a inspiração da coleção. Em seguida, foram realizados o release e a cartela de estampas e escolhidos os materiais utilizados na coleção. Por fim, desenvolveu-se a coleção com 3 croquis conceituais e 27 comerciais que atendessem tal público de atletas femininas.

3. Objetificação do corpo feminino

A palavra “objetificação”, de acordo com o dicionário Houaiss e Villar (2009, p.1371), se refere ao “ato de tratar como um objeto”. Em nossa cultura, o corpo da mulher é visto com a função de prover os prazeres sexuais masculinos, deixando mais evidente a ideia da objetificação. Quando isso é discutido em meios de marketing, percebemos uma hipersexualização sobretudo dos corpos femininos. Segundo Loureiro (2014, p.20) um estudo da American Psychological Association em 2007 aponta que mulheres são mais sexualmente objetificadas do que homens em programas televisivos, videocliques, letras de músicas, revistas, videogames, mídia esportiva, internet e publicidade.

Nos últimos anos, os debates sobre a sexualização dos trajes esportivos vêm aumentando. Com as Olimpíadas de 2021, essa problemática foi exposta por várias atletas que contestaram as vestimentas. A equipe alemã de ginástica rítmica, por exemplo, se manifestou através do uniforme, evitando o uso de collants e substituindo-os por calças durante a competição. Em entrevista para a TNT Sports, a atleta Elisabeth Seitz justificou que a maioria das atletas não gostam de sempre vestir os collants por nem sempre se sentirem confortáveis. (Seitz, 2021)

Há muito tempo, a mulher teve que lutar pelos seus direitos, incluindo a liberdade de tomar decisões relacionadas ao seu corpo, visando assim construir uma sociedade mais igualitária (Costa, 2018). Porém, é notório que tal esforço ainda não atingiu plenamente seu objetivo, pois o corpo feminino passa por uma hipersexualização nas publicidades. A objetificação reduz um indivíduo ao nível de objeto, sem considerar suas emoções e seu psicológico (Lourenço et al., 2014). Quando consideramos o termo “objetificação”, especificamente a feminina, pode-se perceber que nas propagandas essa imagem é retratada de uma maneira para atrair olhares do público

masculino, focando apenas nas características sensuais e físicas, sem ao menos considerar suas emoções (Helman, 2012).

Paralelamente, a dominação masculina é presente na maioria das culturas, assim, os homens são representados de forma idealizada e superiores, enquanto as mulheres são vistas como submissas (Mildemberg, 2018). A maneira como a mulher é retratada em diversas propagandas faz com que pareça que o seu corpo está sendo exposto como uma mercadoria, ou seja, com a finalidade de ser consumido. Isso é consequência do mercado capitalista, que molda os comportamentos e os pensamentos das mulheres, normalizando a ideia de serem usadas, sem ao menos perceberem que seus corpos estão sendo objetificados (Costa, 2018).

Segundo Loureiro (2014, p. 20), “as mulheres aprendem desde a infância que os corpos femininos são objetos de constante observação, avaliação e potencial objetificação sexual”, portanto, são ensinadas a sempre estarem bem apresentáveis ao olhar do outro. Assim, são estimuladas desde meninas a usarem saltos e batons, gerando uma imagem da criança erotizada e adulta, algo que se tornou “natural”, uma prática que não se questiona (Lourenço et al., 2014). Esse comportamento desencadeia a própria auto-objetificação das mulheres, que se preocupam excessivamente se os seus comportamentos e sua aparência estão de acordo com o que a sociedade procura, sendo estimuladas a agradecer o olhar do outro e não o seu próprio olhar.

[...] elas internalizam a perspectiva de um observador externo sobre os próprios corpos, avaliando-os em termos de valor e atratividade para os outros (“estou bonita?”) ao invés de seu valor e função para o self (“quais são minhas habilidades físicas?” “como me sinto?”), um processo que foi chamado de auto-objetificação. (Loureiro, 2014, p. 20)

Tal padrão condicionado pela sociedade, em especial pela mídia, causa em várias mulheres a insatisfação com seus corpos. “Depressão, anorexia e bulimia são algumas das consequências da sugestão desse padrão que a mídia ajuda muito a disseminar” (Lourenço et al., 2014, p. 7). O exemplo de um padrão do corpo feminino é aquele que possui músculos bem desenvolvidos, glúteos grandes, seios perfeitos, corpos magros e curvas bem definidas. Essa imagem só ressalta as imperfeições dos corpos reais, que passam a ser encarados como um objeto que precisa sempre ser aperfeiçoado. (Loureiro, 2014; Calogero et al., 2011).

A objetificação feminina também se relaciona ao índice da violência contra a mulher. Mesmo se considerarmos todas as conquistas que as mulheres alcançaram, “ainda continuam sendo consideradas inferiores, submissas e objetos dos homens” (Lourenço et al., 2014, p. 3) e muitas acabam sendo mortas e violentadas pelo próprio parceiro. De acordo com uma pesquisa feita para o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, apenas entre março de 2020 (início da pandemia de COVID-19 no país) e dezembro de 2021 foram registrados 2.451 feminicídios e 100.398 casos de estupro e estupro de vulnerável de vítimas do gênero feminino (Bueno, 2021, p. 2). Esses fatos deixam evidente que o corpo feminino é usado e objetificado pelos homens, que dispõem

dele como bem entendem, como observa Lourenço et al. (2014, p. 4): “um objeto em que se passa a mão ou usa quando dá vontade”.

4. Mulheres no Esporte

A participação da mulher nos esportes foi tardia comparada ao dos homens, pois predominava a visão de que era frágil e deveria manter sua delicadeza. Durante muito tempo, as mulheres só chegavam perto de locais esportivos para acompanhar seus maridos (Mildemberg apud Marinho, 1975). No esporte, como a própria história conta, a participação das mulheres foi por muito tempo renegada a papéis secundários. Custa-se a crer que, ainda hoje através do esporte, verifiquemos como persiste uma ideia de que a mulher não é plenamente ouvida e respeitada em questões que se relacionam diretamente com sua ação no mundo (Tavares & Braida, 2021).

Atualmente, graças às conquistas do movimento feminista, a mulher conseguiu seu espaço no esporte, tanto naqueles de pouco quanto nos de maior contato. Mesmo tendo ganhado espaço nas competições, as mulheres ainda sofrem com a desigualdade de gênero (Goellner, 2005). Um estudo realizado por Paim & Strey (2004), o qual convidou adolescentes do gênero feminino para dar seus depoimentos sobre como é praticar um esporte de contato e invasão, enfatiza como em nossa sociedade existe uma visão estereotipada e sexista das atletas.

Neste sentido, algumas mudanças já vêm ocorrendo de forma gradual. Por exemplo, nos dias atuais, os homens já podem praticar vôlei e ginástica rítmica, que são esportes considerados predominantemente femininos, e o futebol é cada vez mais praticado por mulheres, que buscam romper a hierarquia de gênero proposta pela sociedade (Sousa & Altmann, 1999). O vôlei de praia é um exemplo em que a participação feminina já ocorre há algum tempo. Esse esporte começou no Brasil na década de 1930, no Rio de Janeiro. No primeiro torneio no país, ocorrido no ano de 1947, promovido pelo Jornal dos Sports, era permitida a participação de homens e mulheres em times mistos e individuais (Marques Junior, 2012).

Segundo Costa (2005, p. 23), “o vôlei de praia se destaca com cinco medalhas olímpicas no feminino”, por ser um esporte em que as mulheres têm uma alta participação. Contudo, tão logo foi transformado em um produto comercial, no qual há uma grande audiência, as atletas também foram hipersexualizadas pelo uso de uniformes, pelas análises dos comentaristas e pela cinematografia (Mildemberg, 2018). De acordo com Bissell e Duke (2007), alguns *zoom's* feitos nas nádegas e nos seios das jogadoras são responsáveis por uma grande parte da audiência, veja na Figura 1:

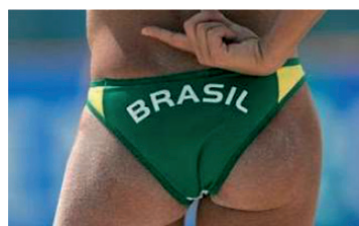


Figura 1
Imagem de zoom da
câmera no vôlei de
praia. Fonte: Balastraca,
2010.

Já o handebol de areia teve início na Itália em 1990, possibilitando algo mais dinâmico do que o handebol de quadra. Em 1996, aconteceu o 1.º campeonato brasileiro de handebol de areia, entre apenas seleções masculinas. Apenas no fim daquele ano, foi promovida uma edição feminina da competição. Atualmente, apesar das mulheres terem conquistado espaço em muitas categorias de esportes em que antes eram excluídas, ainda sofrem de uma hipersexualização dos seus uniformes (figura 2) e, em sua maioria, se sentem desconfortáveis, como é o caso de Cinthya Piquet (atleta do handebol de areia), que se posicionou em entrevista para a TNT Sports:

“Existem fotógrafos que ficam lá só para isso [tirar fotos desagradáveis de mulheres]. Tem vídeo só disso, que só tem bunda, só tem partes íntimas de mulheres. É uma coisa super chata, não é legal. Uma vez saiu uma foto dessa de uma colega e um dos meninos colocaram em nosso grupo da seleção. A foto era do fundo dela, ela estava toda aberta porque caiu para pegar uma bola. Qual a necessidade de você fazer isso? Pra que fazer isso? Isso é muito chato e os próprios amigos da gente que fizeram isso. Só que acaba que você se acostuma.” (Piquet, 2021)



Figura 2
Movimento do jogo
handebol de areia.
Fonte: GE, 2012.

Por fim, a ginástica rítmica no Brasil se iniciou na década de 50 com a indução da professora Ilona Peuker, da Hungria, que incentivou e formou a primeira equipe de Ginástica Rítmica no Rio de Janeiro, composta por mulheres. Infelizmente a vestimenta prejudica o desempenho de algumas atletas, por fazê-las se sentir desconfortáveis e muito expostas. O posicionamento da atleta de ginástica rítmica Sarah Voss ilustra isso: “Quando era uma garotinha, eu não via problema nas roupas de ginástica justas. Mas, quando a adolescência começou, quando minha menstruação chegou, comecei a me sentir cada vez mais desconfortável.” (Voss, 2021)

Segundo o Global Gender Gap Report (Relatório Global de Desigualdade de Gênero) de 2022 (WEF, 2022), o Brasil está ocupando a 94.ª entre as 146 nações quanto à igualdade de gênero (sendo que quanto mais longe da 1.ª posição, mais desigualdade de gênero existe), apresentando também uma das maiores desigualdades salariais e no esporte não é diferente. Um levantamento feito pelo EBC (2015) afirma que um salário mensal do Neymar poderia pagar por quatro anos e meio 100 atletas dos times finalistas do brasileirão feminino. Na lista dos 50 atletas mais bem pagos do mundo feita pela Forbes (2022), há apenas duas atletas mulheres. Exceto pelos nomes das tenistas Naomi Osaka e Serena Williams, os outros 48 atletas são homens de esporte de alto rendimento, como basquete, futebol, entre outros. Como se pode

ver, o esporte praticado pela mulher não é valorizado e nem respeitado; caso fosse igualitário, haveria mais mulheres nessa lista.

A desigualdade entre homens e mulheres, presente tanto no mercado de trabalho quanto no esporte, se revela na diferença dos uniformes, dos salários e até mesmo das fotografias. Enquanto os homens são fotografados em ação, praticando a atividade como é retratado na figura 3, as mulheres são fotografadas em poses táticas, observa-se na figura 4.



Figura 3
Homem em pose táctica.
Fonte: OTD, 2019.

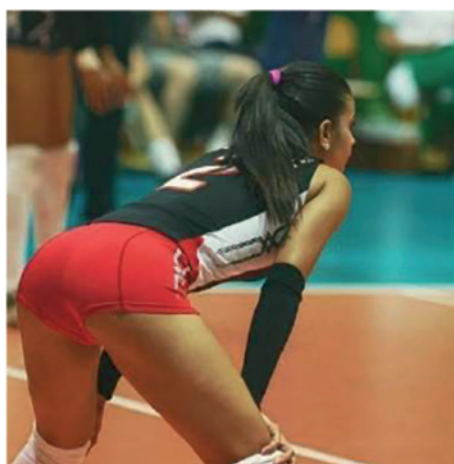


Figura 4
Mulher em pose táctica.
Fonte: Esportes R7, 2016.

5. Uniformes esportivos femininos

O início do século XX foi marcado por grandes mudanças no âmbito das vestimentas. No século XIX, as roupas femininas apresentavam desconforto em diversos aspectos, tais como os espartilhos, que comprimiam o corpo, dificultavam a respiração e limitavam os movimentos, os sapatos com salto alto, que machucavam os pés, e as vestimentas carregadas de adornos. No século XX, passaram a ser utilizadas roupas que destacavam mais o corpo e priorizavam mais a flexibilidade (Soares, 2011). Ademais, com essas mudanças nas roupas, destaca-se o encurtamento das saias e o uso de calças femininas, que foram inovadoras, fornecendo certa liberdade a mulheres na época.

Especialmente na década de 1920, as práticas esportivas tiveram um aumento, expandindo-se por diversos países. A princípio, os esportes eram praticados com roupas do cotidiano, mas pouco a pouco, com a expansão do esporte nas sociedades,

criaram-se roupas específicas para cada atividade. Logo, as roupas esportivas passaram a definir um novo conceito de estilo de vida e de vestimenta, valorizando o conforto e flexibilidade (Soares, 2011).

Na moda esportiva entre 1920 a 1940, vale ressaltar que peças como saias-calças, shorts e saias mais curtas foram revolucionárias em questão de conforto para as mulheres, assim facilitando a praticidade em diversas modalidades. Entretanto, enquanto os homens utilizavam calça e shorts nas práticas esportivas, para as mulheres era atribuído o uso de saias para o mesmo esporte (Soares, 2011).

As roupas, além de proteger o corpo, provocam sensações, sendo elas responsáveis por esconder ou expor partes escolhidas do corpo. “São as roupas que criam e destacam toda erotização de um corpo que se desveste” (Soares, 2011, p. 68). Com a problemática dos uniformes atuais que foi debatida devido às Olimpíadas, essa questão de hipersexualização no esporte vem sendo exposta cada vez mais pelas atletas. Se os uniformes apresentam o desconforto da exposição do corpo, consequentemente isso impossibilita o pleno desempenho. A diferenciação entre os uniformes masculinos e os femininos aponta para um problema estrutural gerado pelas sociedades há muito tempo (Tavares, 2021).

Um acontecimento atual que reforça essa ideia foi o ocorrido com a seleção norueguesa feminina de handebol de areia. A equipe decidiu vestir shorts, ocasionando uma multa à equipe e um aviso de expulsão da competição. Considerando a luta feminina por igualdade, essas situações não são mais aceitáveis, e as atletas exigem o direito e a liberdade de escolha. Desse modo, seus uniformes são uma parte essencial da mudança, pois são eles os responsáveis por garantir o conforto e facilitar o desempenho. Muitas das regras de vestimenta impostas às atletas se contrapõem ao direito de escolha da mulher nas práticas esportivas, portanto, é preciso promover uma mudança geral no esporte, que passa também pelo vestuário.

6. Desenvolvimento da coleção

Diante do tema e dos assuntos abordados no decorrer do presente estudo, desenvolveu-se o planejamento de uma coleção de uniformes esportivos femininos visando o seu melhor desempenho a partir do conforto com a escolha adequada de modelagens e tecidos. As etapas seguidas foram baseadas na metodologia usada por Trep-tow (2013), onde foram realizadas as pesquisas de comportamento do consumidor, a comparativa de mercado, o levantamento de tecnologias e tendências, além da escolha do tema da coleção, que foi a base para o desenvolvimento de 27 croquis comerciais e 3 croquis conceituais.

Da pesquisa de tendências foram escolhidas as seguintes tendências para Primavera/Verão 2022: recortes, sobreposições e as cores *very peri* e *orchid flower* da Pantone (2021). A sobreposição traz um aspecto elegante, complementando as peças e possibilitando várias alternativas para utilizar a mesma em diferentes combinações. Na coleção, essa tendência terá como finalidade diminuir a exposição

desnecessária dos corpos. Por outro lado, o caimento das sobreposições proporcionou uma inspiração para o desenvolvimento da coleção baseada nas deusas gregas que foi o tema escolhido.

Analizando o mercado de uniformes esportivos, percebe-se que a maioria das lojas oferece uniformes apenas para um esporte específico, sendo predominante o futebol. As lojas online de artigos esportivos pesquisadas possuem diversidade de acessórios, porém não possui variedade de uniformes específicos para o vôlei de praia feminino, para handebol de areia e nem para ginástica rítmica. A coleção proposta possui design próprio oferecendo uma abrangente diversidade de uniformes para a prática de certos esportes (vôlei de praia, handebol de areia e ginástica rítmica), com a exclusividade para mulheres atletas.

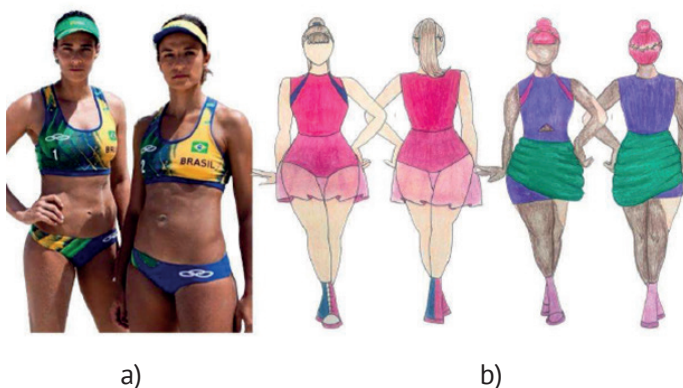
O nome escolhido para a coleção é “*Atena Flower*”, inspirado na Grécia Antiga, onde se deu a origem das Olimpíadas. Além disso, as deusas gregas são uma referência da cultura e por representarem a força feminina. Assim, entre essas deidades, ressalta-se Atena por ser a deusa da sabedoria, da força e da justiça, levando a igualdade de gênero e o empoderamento para as mulheres por meio da coleção. Já o nome *flower* em inglês significa flor, a qual floresce e renasce, obtendo um aspecto delicado. A coleção, que também se inspira na cor *Orchid Flower* da Pantone, valoriza esse significado, buscando proporcionar ao gênero feminino a delicadeza e o florescer. Portanto, a coleção *Atena Flower* mescla a força e justiça de Atena com o florescer de uma flor, dessa forma exaltando essas qualidades nas mulheres e incentivando-as à ação empoderada.

A pesquisa tecnológica apontou o *dry fit* que é um tecido composto por materiais sintéticos como o poliéster e a poliamida, fibras com espessuras muito finas e longas que permitem e favorecem a evaporação do suor, mantendo a roupa seca e auxiliando na regulação da temperatura corporal. Nas demais peças, serão usadas malhas mais coladas e flexíveis, com a composição de poliéster, poliamida e elastano, como por exemplo a lycra, pois facilita o movimento da atleta.

Nas Figuras 5, 6 e 7 são apresentados alguns exemplos dos uniformes atuais comparando-se com os croquis da coleção propostos, levando em consideração as pesquisas de moda realizadas e o conforto das atletas. É notório que seus corpos não estão tão expostos quanto os uniformes existentes no mercado e mesmo assim preservam a beleza e a feminilidade pelas cores, recortes e transparência. Na imagem a) da Figura 5, vemos duas atletas com os uniformes atuais disponíveis para a prática de vôlei de praia e, na imagem b), vemos dois croquis propostos, onde no primeiro há uma sobreposição de saia levemente transparente (expondo menos a pele) sobre um maiô mais comprido no bumbum, impedindo que o mesmo adentre às nádegas e, no segundo trata-se de um macaquinho (mais comprido do que os uniformes atuais) com uma sobressaia removível para a atleta circular fora das quadras. Nos dois casos, o conforto se dá pelo fato da atleta não ter que se preocupar com a exposição do seu corpo e nem com a constante retirada do sunguini das nádegas durante o jogo.

Figura 5

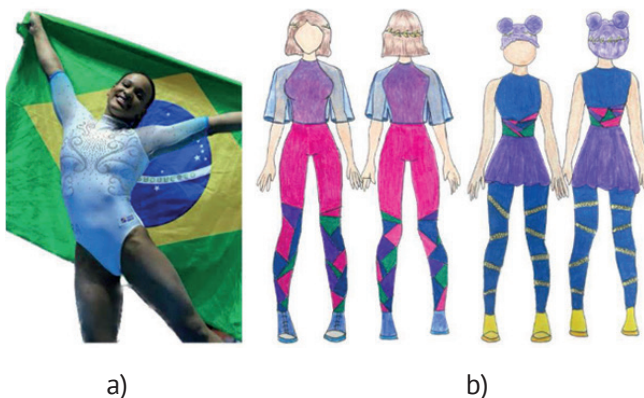
a) Uniformes atuais de vôlei de praia. Fonte: adaptado de Show de Camisas, 2023 e b) Parte da coleção. Fonte: autoria própria.



Na imagem a) da Figura 6, é apresentado o uniforme atual para a prática de ginástica e, na imagem b), duas propostas de croquis da coleção, tratando-se de macacões que possuem sobreposição removível na região do peito ou do quadril, podendo ser escolhido conforme a região que a atleta deseja cobrir para se sentir menos exposta.

Figura 6

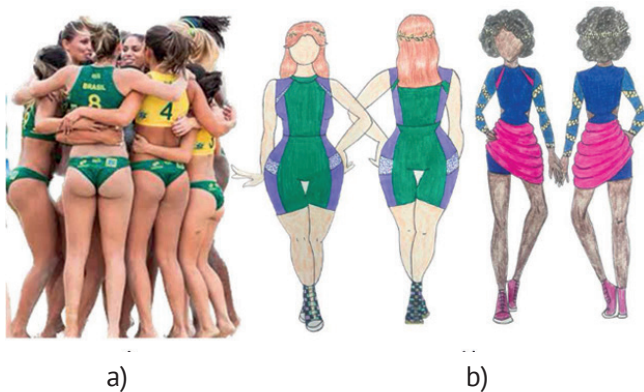
a) Uniforme atual de ginástica. Fonte: adaptado de Lance, 2023 e b) Parte da coleção. Fonte: autoria própria.



Por fim, na imagem a) da Figura 7 vemos o uniforme atual para a prática do handebol de areia e, na imagem b) são apresentados os croquis propostos, tratando-se de macaquinhos (peças inteiras) mais compridas que nos uniformes atuais, com a sobreposição removível.

Figura 7

a) Uniformes atuais de handebol de areia de praia. Fonte: adaptado de Tribuna do Norte, 2023 e b) Parte da coleção. Fonte: autoria própria.



7. Considerações finais

O presente trabalho abordou a objetificação feminina, principalmente no âmbito dos esportes, aprofundando a discussão sobre as questões de gênero. Por meio desta pesquisa, refletiu-se sobre os sentidos atribuídos aos corpos femininos e o papel da mulher na sociedade. Analisou-se em especial as adversidades no mercado de uniformes esportivos femininos, observando a exposição excessiva dos corpos das atletas, tendo como consequência sua sexualização.

Sendo assim, propôs-se uma coleção de uniformes com o intuito de permitir mais conforto para as atletas realizarem as posições táticas sem terem que se preocupar se partes dos seus corpos estarão à mostra. Diante da postura de algumas atletas que têm inclusive infringido as normas em busca de outras opções, como shorts e calças, onde os corpos não estão tão expostos, o conforto das atletas fica garantido com essa coleção. Por intermédio deste projeto, a contribuição para a área acadêmica se dá na expectativa de embasar futuras pesquisas relacionadas ao tema. Dessa forma, será possível e esperado atingir e sensibilizar mais mulheres sobre esse assunto, para que se engajem na resolução dessa questão e que sejam escutadas e respeitadas. Como trabalhos futuros, sugere-se a confecção dos uniformes e a avaliação pelas atletas em situação de treinos e competições.

Referências

- Balastraca. Vôlei de praia: sinais de mãos – estratégias, jul. 2010. Disponível em: < <https://shre.ink/lezt> > [Acedido a 19 junho 2022].
- Bissell, K.L. PhD, Duke, A. M., 2007. Bump, Set, Spike: An Analysis of Commentary and Camera Angles of Women's Beach Volleyball During the 2004 Summer Olympics, *Journal of Promotion Management*, 13:1-2, 35-53, DOI: 10.1300/J057v13n01_04
- Bueno, S. Violência contra mulheres em 2021. In: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2021. Disponível em: < <https://shre.ink/Osl> > [Acedido a 16 junho 2022].
- Calogero, R., Mtantleff-Dunn, S., Thompson, J. K., 2011. Objectification theory: An introduction. Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions (pp. 3-21). Michigan: American Psychology Association.
- Costa, M. M. Vôlei de praia: configurações sociais de um esporte-espetáculo de alto rendimento no Brasil, Brasília. Dez, 2005. Disponível em: < <https://shre.ink/leCp> > [Acedido a 19 junho 2022].
- Forbes, 2022. Veja quem são os 50 atletas mais bem pagos do mundo. Disponível em: < <https://shre.ink/le9H> > [Acedido a 20 junho 2022].

- GE, 2012. Técnica exalta a experiência do Brasil no título mundial de handebol de areia. Globo Esporte. Disponível em: < <https://shre.ink/le9y> > [Acedido a 22 junho 2022].
- Gil, A. C., 2008. Métodos e técnicas de pesquisa social (7.^a edição). Barueri: Editora Atlas AS.
- Goelner, S. V. Mulher e esporte no Brasil: entre incentivos e interdições elas fazem história, Goiânia, jun. 2005. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/87003> > [Acedido a 14 junho 2022].
- Guerra, Y. Design dos uniformes olímpicos: uma questão de gênero. In: Casa, ago. 2021. Disponível em: < <https://shre.ink/le9C> > [Acedido a 14 maio 2022].
- EBC, 2015. Brasileirão feminino: renda mensal de Neymar pagaria 55 meses de salário a times finalistas Disponível em: < <https://shre.ink/le97> > [Acedido a 20 junho 2022].
- Helman, C. Sexual Objectification. Part 1: What is it? 2012. Disponível em: < <https://shre.ink/le9x> > [Acedido a 16 junho 2022].
- Houaiss, A., Villar, M. S., 2009. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (1^a Edição). Rio de Janeiro: Editora Objetiva.
- Esporte R7, Lembra dela? Jogadora dominicana de vôlei libera fotos ousadas e volta a ser destaque na web, dez 2016. Disponível em: < <https://shre.ink/leqY> > [Acedido a 20 junho 2022].
- Lance. Exclusivo: Canal Olímpico do Brasil fecha acordo para transmitir a Copa do Mundo de Ginástica. Disponível em: < <https://shre.ink/leqF> > [Acedido a 29 junho 2023].
- Loureiro, C. P., 2014. Corpo, Beleza e Auto-Onjetificação Feminina. Vitória. Disponível em: < <https://shre.ink/lequ> > [Acedido a 14 maio 2022].
- Lourenço, A. C., Artemenko, N., Bragaglia, A. P. A “objetificação” feminina na publicidade: uma discussão sob a ótica dos estereótipos. UFF, Niterói, RJ, 2014. Disponível em: <<https://shre.ink/leqq>> [Acedido a 17 maio 2022].
- Malhotra, N.K., 2005. Introdução à pesquisa de marketing. São Paulo: Prentice Hall.
- Marques Junior, N K. História do Voleibol de areia, Brasil, jan 2012. Disponível em <<https://shre.ink/leBq>> [Acedido em 18 junho 2022].
- Mildemberg, T. Voleibol De Praia: A Objetificação Da Mulher Pela Televisão. UTFPR, Curitiba, PR, 22 de Novembro de 2018. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/7924/1/CT_COEFI_2018_2_23.pdf> [Acedido a 17 maio 2022].

- OTD, 2019. Olimpíada todo dia. Brasil vence o Canadá na estreia da Copa do Mundo. Disponível em: <<https://www.olimpiadatododia.com.br/volei/185348-ao-vivo-brasil-canada-copa-do-mundo-volei-masculino/>> [Acedido a 19 junho 2022].
- Paim, M. C. C., Strey, M. N. Corpos em metamorfose: um breve olhar sobre os corpos na história, e novas configurações de corpos na atualidade. Revista Digital – Buenos Aires – Año 10 – N° 79 – Diciembre de 2004. Disponível em: <<https://efdeportes.com/efd79/corpos.htm>> [Acedido a 20 maio 2022].
- Pantone, 2021. Disponível em: <<https://www.pantone.com.br/cor-do-ano-2022>> [Acedido em 19 junho 2022].
- Piquet, C. Uniforme no esporte: a desigualdade de gênero em evidência. [TNT Sports] Larissa Carvalho. TNT SPORTS, ago. 2021. Disponível em: < <https://shre.ink/leKU> > [Acedido a 16 junho 2022].
- Seitz, E. Uniforme no esporte: a desigualdade de gênero em evidência. In: TNT Sports, Larissa Carvalho. TNT SPORTS, ago.2021. Disponível em:< <https://shre.ink/leKU> > [Acedido a 10 maio 2022].
- Show de Camisas. Olympikus lança os uniformes do vôlei de praia para o Rio 2016. Disponível em: < <https://shre.ink/leKn> > [Acedido a 29 junho 2023].
- Soares, C., 2011. As roupas nas práticas corporais e esportivas. Campinas-SP: Editora Autores Associados LTDA.
- Sousa, E. S., Altmann, H. 1999. Meninos e meninas: expectativas corporais e implicações na educação física escolar. Cad. CEDES. 1999. Vol. 19(48):52-68.
- Tavares, M., Braida, F. Uniformes Esportivos: Uma Discussão Sobre a Mulher na Mídia. UNIP, São Paulo, 2021. Disponível em: < <https://shre.ink/leKt> > [Acedido a 17 maio 2022].
- Treptow, D. 2013. Inventando Moda: Planejamento de Coleção. 5ª Edição. Brusque: do autor.
- Tribuna do Norte. Seleção feminina de handebol de areia conquista o título dos World Games. Disponível em: [<https://shre.ink/leKW>] > [Acedido a 29 junho 2023].
- Voss, S. Sexualização no esporte: o uniforme que ginastas alemãs estão usando para lutar contra o problema. [BBC News]. BBC NEWS, abr. 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-56882992> > [Acedido a 20 junho 2022].
- WEF. Global Gender Gap Report. World Economic Forum, 2022. Disponível em: <https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2022.pdf> [Acedido a 11 abril 2023].