

MÍDIA E ESPORTE: O ADVENTO DAS “MUSAS DO VÔLEI”

Tatiana Sviesk Moreira
Ana Letícia Padeski Ferreira
Wanderley Marchi Júnior

RESUMO

Durante a década de 1980 ocorreu um direcionamento para a profissionalização do voleibol feminino brasileiro. Utilizando-se de reportagens em revistas e jornais da época, bibliografias, bem como de entrevistas realizadas com agentes que participaram ativamente deste momento de transição, o presente estudo analisa o surgimento das “Musas do Vôlei”, este que, no contexto agregou visibilidade ao voleibol feminino no cenário nacional. A interseção entre os campos esportivo, midiático e empresarial nesta perspectiva desembocou em uma rede complexa de relacionamentos de poder incisiva na medida em que delineou características identificadas em sua trajetória no Brasil a posteriori.

Palavras-Chave: “Musas do Vôlei”. Profissionalização. Sociologia do Esporte.

ABSTRACT

The 1980's decade marked a fase that tended to orientate the Brazilian women's volleyball to professional standards. Utilizing magazines and newspaper articles from that period, bibliography, as well as interviews carried through the agents who participated actively from this turning point, the current paper has settled for an analysis of the sprouting of the “volleyball muses”, fact that, in the setting drawn visibility to the feminine volleyball in the national sportive scene. The intersection between the sporting, mediatic and business fields in this perspective, had flow into a complex net of relationships of incisive power, in so far delineated the characteristics identified a posteriori in its trajectory in Brazil.

Key-words: “Volleyball Muses”. Professionalization. Sports Sociology.

RESUMEN

Durante la década de 1980 ocurrió un direccionamiento para la profesionalización del voleibol femenino brasileño. Utilizando reportajes en revistas y periódicos del respectivo período, bibliografías y también las entrevistas realizadas con personas que han participado activamente desde el momento de la transición, este artículo analiza el surgimiento de las “Musas del voleibol” estas que, en el contexto añadió visibilidad al voleibol femenino en el contexto nacional. La intersección entre los campos deportivos en los medios de comunicación y empresariales en esta perspectiva llegó a una rede compleja de relacionamientos de poder incisiva en la medida que formó características identificadas en su trayectoria en Brasil posteriormente.

Palabras-clave: "Musas del Voleibol". Profesionalización. Sociología del Deporte.

Introdução

A história das modalidades esportivas como é abordada recorrentemente no Brasil, aparenta ser algo estático, que desconsidera ou não considera devidamente as atuações dos agentes e a existência de processos sociais operando na sua construção. Assim, as rupturas e continuidades não são analisadas, mas somente apontadas, como se ocorressem ao acaso (Cf. Pilatti, 1996, p. 83).

Nesta pesquisa, tratamos o processo de profissionalização do voleibol feminino a exemplo de um “quebra-cabeças”, onde as peças se encaixam e se complementam, cada uma com suas características e seu papel em um processo lógico de constituição do desenho final, em outras palavras, as relações sociais que deram início e posteriormente atribuíram sentido à profissionalização do voleibol feminino brasileiro são evocadas, e com esta possibilidade, vislumbramos a constituição de um campo, no sentido *bourdieusiano*.

A composição deste “quebra-cabeças” necessariamente implica que as peças do mesmo sejam conhecidas, palpadas e analisadas de forma a evitar uma visão precipitada pelo anseio na obtenção dos fatos ou mesmo equivocada pelo desconhecimento do formato das peças ou pela falta de ordenamento das mesmas dentro da conjuntura do “quebra-cabeça”.

Desta maneira, para abordarmos a dinâmica que movimentou a criação das “Musas do Vôlei”, trazemos ao texto aspectos da história do voleibol feminino no Brasil que delinearão determinadas características deste campo em formação para que ao aspecto estético das jogadoras de voleibol fosse atribuído um valor simbólico distintivo no cenário esportivo brasileiro.

Uma conquista histórica

Neste primeiro tópico, apresentamos como se construíram as relações sociais que desencadearam no processo de profissionalização do voleibol feminino no Brasil. A inserção da televisão se constitui como uma das principais alavancas propulsoras, porém, como poderá ser percebido mais adiante, esta só foi possível considerando o relacionamento estabelecido entre Luciano do Valle, inicialmente atuando na TV Globo, o vice-presidente da empresa Caloi, José Francisco Coelho Leal (“Kiko”), o profissional de marketing José Estevão Cocco e o presidente da Confederação Brasileira de Voleibol, Carlos Arthur Nuzman.

Luciano do Valle é nascido na cidade de Campinas onde como locutor de rádio conheceu José Estevão Cocco em atividade profissional¹. No ano de 1981, Valle, trabalhando na TV Globo como narrador esportivo, não se interessava em fixar residência no Rio de Janeiro. Por conta disto, foi a São Paulo negociar sua transferência com José Francisco Coelho Leal, mais conhecido como “Kiko”. O empresário então destinou o Departamento de Esportes da *Novo Ciclo* a ele, visando o investimento em outros esportes além do ciclismo. (MARCHI JR., 2004, p. 144).

Numa das visitas a Nuzman, que no contexto era seu advogado, Luciano propôs que, com o apoio da Caloi, a CBV fizesse um torneio de praia com os principais atletas

¹ COCCO, José Estevão. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. São Paulo, 9 dez. 2008.

do Brasil². Nuzman respondeu que toparia a empreitada, porém, teria uma dificuldade: os organizadores do Campeonato Sul-Americano feminino que seria realizado em Santiago do Chile, não estavam dispostos a sediar o feminino. Mesmo admitindo que tão teria dinheiro, o então presidente da CBV explicou para Luciano que politicamente teria que trazer o torneio para o Brasil.

Luciano então falou com o “Kiko” - vice-presidente da Caloi - para fazer parte desta empreitada e foi autorizado a fazê-lo. A CBV, indicada por Luciano do Valle contratou a empresa *Novo Ciclo*, pois, mesmo ainda não existindo o marketing direcionado ao esporte no contexto, a empresa tinha adquirido um *know hall* pela promoção de passeios ciclísticos destinados à Caloi³.

José Estevão Cocco comenta que o Sul-Americano de voleibol feminino em 1981 “[...] foi primeira atividade realmente profissional aplicada a um evento esportivo.” A CBV em parceria com a empresa *Novo Ciclo* e com a rede Globo, organizou, promoveu e divulgou o Campeonato Sul-Americano de voleibol feminino no Brasil, na cidade de Santo André.

Aí nós aplicamos no voleibol as técnicas realmente profissionais de marketing. Selecionando praça, fazendo a programação, direitinho pra quem que a gente estava fazendo o espetáculo, a escolha de Santo André na época foi muito importante, porque não era um evento pra grandes capitais... se fizesse naquela época um Sul-Americano de voleibol aqui em São Paulo, ou no Rio de Janeiro, ia ser insignificante. Então nós fomos procurar uma praça onde iria ser um evento importante praquela praça⁴.

Ademais, a cidade de Santo André já tinha envolvimento com a modalidade esportiva por possuir uma reconhecida equipe de voleibol, o time da Pirelli. Assim sendo, houve o interesse da prefeitura que reformou ginásios, forneceu transporte interno e hospedagem para as equipes e não cobrou impostos para a empresa *Novo Ciclo* realizar o evento⁵.

E neste campeonato, já com o apoio empresarial e transmissão dos jogos pela rede Globo, a equipe feminina conseguiu uma vitória histórica, quebrando a supremacia do time peruano, que liderava o campeonato a onze anos consecutivos. A seleção brasileira venceu o Peru por 3 *sets* a 2 com uma “virada” no jogo.

Perdeu o primeiro *set*, ganhou os dois próximos, perdeu o 4º e tornou-se vencedora no *tie-break*. Assistiam à partida 4.500 expectadores, que atiravam moedas na quadra fazendo alusão à Copa do Mundo de 1978, onde o Peru perdeu para a Argentina de 6X0, tirando o Brasil da final⁶.

Por sorte foi uma das maiores audiências que a Globo teve na época, com esporte amador, uma transmissão brilhante do Luciano do Valle, ficou, e marcou! E a partir daí, deste Sul-

² Entrevista com Luciano do Valle. Revista Saque. São Paulo, nº 3.

³ COCCO, José Estevão. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. São Paulo, 9 dez. 2008.

⁴ Idem.

⁵ Idem.

⁶ Obrigado, meninas. Revista Placar. Rio de Janeiro, 21 ago. 1981.

Americano, nós continuamos fazendo com exclusividade todo o voleibol da CBV.⁷

Porém, outro fato atraiu a atenção da mídia naquele contexto. A três dias da final, Ênio Figueiredo havia cortado as atletas Jacqueline e Isabel da equipe brasileira por problemas relacionados à disciplina. O corte das jogadoras no momento decisivo do campeonato teve repercussão, gerou reportagens sobre a opinião do grupo a respeito, onde atletas e dirigentes indicavam como motivo o fato das duas atletas terem reclamado de estarem atuando como reservas e Nuzman se referiu ao ocorrido como sendo “[...] a vitória da disciplina sobre a indisciplina”⁸.

Neste contexto, podemos identificar claramente a distribuição do poder e a disposição dos agentes e instituições no campo do voleibol. Percebemos que, com a inserção da mídia e empresas neste universo de disputa, ocorreu o alargamento das redes de relações sociais estabelecidas e, com isto, a penetração das estruturas estruturadas e estruturantes (*habitus*) desses campos no universo do voleibol.

Nuzman já havia demarcado o alcance do seu potencial poder do campo em formação do voleibol determinando que as atletas adotassem postura disciplinada desde a formação da equipe permanente no ano de 1977, em Belo Horizonte. Por conta disto, o corte das jogadoras não causaria tanto impacto no campo, a não ser pela inserção do voleibol nos veículos de comunicação. Percebemos que o corte das jogadoras tomou maiores proporções por conta da lógica que movimenta as ações do campo midiático.

Esta aproximação entre o universo esportivo e midiático então fez com que as posições no campo do voleibol fossem dinamizadas. Se Nuzman através do seu capital cultural institucionalizado exerceu o seu poder dispensando Jacqueline e Isabel do campeonato, fazendo com que às atletas restasse o papel de dominados no campo, a mídia, em determinados momentos, as colocou na situação de dominante, mostrou a importância das atletas para a seleção e as recolocou no cenário.

Cabe lembrar que as estratégias de ascensão do voleibol incluíam as equipes femininas e masculinas, porém, a seleção feminina teve seu momento de visibilidade neste campeonato atraindo a atenção da mídia e do público expectador. O jornalista Maurício José Stycer em entrevista comenta sobre a disposição das modalidades esportivas no campo jornalístico.

[...] e eu fui pro Jornal dos *Sports*, obvio, apaixonado por futebol, desde sempre, eu comecei a fazer jornalismo por causa do futebol, ler jornal por causa do futebol, tudo, torcedor do Botafogo. E... fui pro Jornal dos *Sports* na expectativa de fazer futebol, né, que é o sonho de todo o garoto que está na faculdade de jornalismo. E aí pra minha frustração e decepção, eu fui encaminhado para o setor esporte amador do Jornal dos *Sports*. [...] Exatamente. Era esporte amador, que chamava esporte amador. E quando... no início de quando estava deixando de ser esporte amador, né... formalmente, né... Era o futebol que estava a maioria, e no esporte amador tinha o editor, tinha acho que um repórter e tinha o estagiário. Que faziam

⁷ COCCO, José Estevão. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. São Paulo, 9 dez. 2008.

⁸ Vôlei feminino: a importância de uma vitória. **Revista Brasileira de Educação Física e Desportos**. Rio de Janeiro, Out/dez 1981.

essa... era uma página diária de esporte amador. Quando tinha algum outro evento aumentava, mas diariamente essa equipe era responsável por fazer, se eu não me engano, fazia uma página, no jornal. Era uma página fixa. [...] eu fui fazer, a princípio tudo, mas se eu não estou enganado, o grande assunto do esporte amador nesta época era o vôlei⁹.

Desta maneira, no âmbito do jornalismo esportivo, e, em específico no Jornal dos *Sports* na década de 1980, como conta o entrevistado, o futebol movimentava a maioria das reportagens, e ao esporte dito “amador”, era reservado um espaço consideravelmente menor. Entendia-se como esporte “amador” as outras modalidades esportivas, às quais era destinada uma página, e neste espaço então eram publicadas as notícias que tinham maior visibilidade.

Mesmo o voleibol feminino adquirindo a projeção causada pela vitória histórica sobre o selecionado peruano, pela organização do Campeonato Sul-Americano e pela inserção da televisão, através da figura de Luciano do Valle, constatamos na experiência de Maurício J. Stycer que as modalidades esportivas que não o futebol estavam dispostas num plano inferior na mídia impressa.

Mas não... pelo menos naquele momento, ninguém tava preparado pra fazer aquilo porque eu fui destacado porque era estagiário era no fundo era um sinal de pouca importância que o jornal dava, eu era o jornalista mais inexperiente.¹⁰

Abstráimos desta opinião as circunstâncias da entrada do voleibol feminino na mídia impressa e o seu lugar de prestígio ocupado dentre os esportes que, com exceção do futebol, disputavam as reportagens nos jornais. Temos também, com base nesta citação, que assim como a inserção da mídia traria ao voleibol facetas da sua lógica de funcionamento, a inserção do voleibol na mídia impressa ocorreu de maneira não esperada e acarretou em modificações neste campo, no sentido de que a cobertura da modalidade era necessária. Com a televisão atribuindo valor à modalidade, o voleibol começou a receber atenção também da mídia impressa.

A conquista do Sul-Americano impulsionou o voleibol feminino no sentido de permanecer dentro das pretensões de êxito almejadas pela CBV. Nuzman considerou o evento um “[...] campeonato decisivo para as pretensões do vôlei feminino brasileiro nos próximos anos”. As atletas e Comissão Técnica receberam telegramas do então presidente da república – João Baptista de Oliveira Figueiredo – e de alguns ministros do estado agradecendo e felicitando pelo resultado¹¹.

Por conta da promoção e incursão midiática no Campeonato Sul-Americano de Santo André, as jogadoras passaram a ser reconhecidas. Exemplo disto é que em janeiro de 1982, saiu uma nota intitulada “Heloísa Roese ficou famosa e agora dá aula em dois clubes”. A ex-atleta nascida no Rio Grande do Sul, no contexto com 25 anos e jogadora do Fluminense, dava aulas na escolinha de voleibol do Fluminense e no Clube Federal. “Eu estava bem no Flamengo, mas no Fluminense, além de tranqüilidade, tenho

⁹ STYCER, Maurício José. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. São Paulo, 9 dez. 2008.

¹⁰ Idem.

¹¹ Idem.

apartamento, alimentação e um trabalho. Faço aquilo que gosto e tenho apoio dos dirigentes e de minhas colegas de profissão.¹²”

Percebemos então um direcionamento para a profissionalização do voleibol feminino onde as atletas, inicialmente da seleção feminina, com a visibilidade trazida pela mídia, conquistaram um capital social no campo em formação do voleibol, e começavam a ter um valor distintivo nos clubes onde atuavam. Maria Auxiliadora, que atuava no Minas Tênis Clube também prestava serviços ao clube dentro da área que estudava, trabalhando na área de administração das escolinhas esportivas.

“Dora” comenta: “Mas porque a gente não era profissional, né... a gente tinha que justificar o que ganhava. Então tinha que trabalhar.¹³” Destacamos então que, para respeitar as regras estabelecidas no campo, esta foi primeira forma de remuneração das atletas. Elas foram contratadas como funcionárias dos clubes.

Luciano do Valle, na ocasião, comenta: “A Globo topou fazer. E na final Brasil X Peru aconteceu aquela maravilha. Eu e o Kiko chegamos a conclusão que deveríamos montar uma empresa de promoção, porque a *Novo Ciclo* não tinha estrutura para crescer.”

A grande propulsão televisiva para o Voleibol ocorreu nos anos 1981-1982, época em que o narrador deixou a Rede Globo de televisão perspectivando um investimento próprio, independente. Ainda na referida empresa, Valle alertava seus superiores sobre os possíveis benefícios que uma empreitada na promissora modalidade poderia proporcionar. Entretanto, com base no argumento depreciativo da longa duração das partidas e na imprevisibilidade do tempo de sua transmissão, o projeto de apoio ao Voleibol foi descartado dentro da programação da Rede Globo, mediante decisão de sua cúpula diretiva (MARCHI JR., 2004, p. 145).

Luciano do Valle e “Kiko” entenderam então que deveriam montar outra empresa de promoção, o narrador esportivo então transferiu-se para a Rede Record, onde já mantinha contato. Levou consigo a *Promoção*, a nova empresa de promoções esportivas e conseguiu de início com que a emissora pusesse dentre suas prioridades o voleibol (MARCHI JR., 2004, p. 145).

Com a inédita empreitada que envolveu o voleibol feminino, a iniciativa empresarial e a cobertura televisiva, um passo decisivo estava sendo dado rumo à popularização da modalidade. Entendemos que a divulgação do resultado obtido no Campeonato Sul-Americano do ano de 1981, bem como o retorno dado à empresa *Novo Ciclo*, tiveram peso considerável na aceitação do voleibol feminino pelo público brasileiro. O voleibol feminino teve então um momento de visibilidade.

Chamamos a atenção, na ocasião da conquista do campeonato Sul-Americano, ao afastamento de duas das principais jogadoras da seleção brasileira, Jacqueline Silva e Isabel por problemas de indisciplina. Esta situação teve destaque e repercussão justamente pela inédita cobertura midiática do evento esportivo, o que, como poderá ser

¹² Heloísa Roese ficou famosa e agora dá aula em dois clubes. Correio do Povo. 24 jan. 1982.

¹³ CASTANHEIRA. Maria Auxiliadora. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. Curitiba, 21 maio. 2008.

percebido mais adiante, tomou proporções consideráveis no processo de profissionalização do voleibol feminino no Brasil.

Convém salientar que em meados de 1981, mesmo ano em que a seleção feminina brasileira de voleibol conquistou o Campeonato Sul-Americano na cidade de Santo André, foi deliberado o fim da proibição das empresas patrocinarem clubes ou entidades desportivas e de exibirem nos uniformes as propagandas de patrocinadores (MARCHI JR., 2004, p. 121)

Notamos a efetivação a ruptura com o amadorismo pleno a partir da nova legislação aprovada pelo CND que caminhou em favor da profissionalização do esporte brasileiro utilizando como base os moldes importados de países mais bem estruturados (Idem).

As “Musas do Vôlei”

Na quadra como na areia da praia, o vôlei não é só um esporte. É também uma passarela em que desfilam corpos esculturais. De tal modo a coisa é atraente que o público masculino do vôlei divide-se em duas classes: o amante de jogo, em si, e o “voyeur”, o contemplador. Ambos se deliciam: um torce, o outro contempla... O “short” das moças é um “gimmecs” desse esporte[...]

“Um olho da quadra, outro nos quadris.

Jogada de marketing? Sem dúvida. É pelos irresistíveis caminhos de Eros que o vôlei feminino está tomando o lugar do basquete, seu rival. O basquete veste suas equipes com calções bizarros. As moças, então, coitadas, ficam desengonçadas na quadra. Alguém me jura que as próprias jogadoras são contra a idéia de encurtar os shorts. Preferem aqueles calções do tipo samba-canção que sonegam ao olhar masculino as ardentes carnações femininas.

Pobre do esporte que ousa vestir Paula com os mesmos calções que vestem o Pipoca (NOGUEIRA, 1998, p. 75).

Intitulada “A quadra e os quadris”, a crônica de Armando Nogueira com a qual iniciamos este estudo remete à sensualidade da jogadora de voleibol, mostra a estética como um chamariz para os jogos das equipes femininas, e mais, faz menção ao belo e ao que é ser belo, diferenciando jogadoras de voleibol das de basquetebol pela vestimenta com a qual elas praticam o seu esporte, este esporte que é transmitido e, por isso, assistido por um contingente inimaginável de espectadores.

A estética e o voleibol feminino caminharam em paralelo durante a sua trajetória, porém, é na década de 1980 que ocorre o surgimento das “Musas do Vôlei”, carregado de noções que demarcaram este contexto.

Com novas aspirações de resultados nas competições e percebendo o retorno advindo da promoção deste evento, a CBV organizou uma excursão de 30 dias pela Ásia, onde a seleção brasileira feminina jogou contra Japão e Coreia para se preparar para o Mundial que seria realizado no Peru em 12 de setembro de 1982. A próxima e última etapa da preparação seria realizada no Brasil.

Entre os dias 28 de agosto e 4 de setembro de 1982, a empresa de marketing esportivo *Promoação* organizou o Mundialito de voleibol feminino na cidade de São Paulo¹⁴ como última etapa dos preparativos para o Mundial no Peru.

As atletas de todas as equipes ficaram hospedadas em um hotel¹⁵. Participariam da competição: Brasil, União Soviética, Argentina, Japão, Coreia do Sul e México¹⁶, porém, com questões relacionadas à economia do país, a equipe mexicana não participou do campeonato, sendo então substituída de última hora pela seleção paulista, composta basicamente de jogadoras do time Paulistano¹⁷.

Naquele momento, mesmo o voleibol estando em um nível de desenvolvimento considerável no quadro esportivo brasileiro, a seleção feminina ainda esbarrava nos problemas dos pedidos de dispensa. Na ocasião do Mundialito, as jogadoras Célia, Fernanda e Silvia não integraram o selecionado feminino por este motivo¹⁸.

Sobre este fato, chamamos a atenção para o nível econômico das jogadoras. Denise Mirás comenta: “Classe média... colégio pago, elas eram pessoas que tinham dinheiro de alguma forma pra poder ficar jogando vôlei...”¹⁹ Ênio também comenta que, por conta de as atletas não precisarem do apoio financeiro da CBV, a sua seleção não tinha atletas, mas sim jogadoras. “A partir daí, já está limitado o plano de trabalho, porque você só vai poder contar com elas no momento em que precisarem.”²⁰

Jacqueline Silva e Isabel foram re-convocadas para integrar a seleção brasileira no Mundialito. Mesmo após Nuzman defender que as mesmas não fariam mais parte da equipe brasileira para a imprensa, juntamente com Ênio, Toroca e Radamés Lattari (assistente técnico da seleção) o dirigente marcou uma reunião com Jacqueline em sua casa para chamá-la. A condição para o retorno de Isabel à seleção seria que ela concedesse uma entrevista para a imprensa declarando que havia mudado, com relação à disciplina (SILVA, 2004, p. 68). Foi o que ela fez²¹.

As duas participaram como titulares do Mundialito e foi necessário contratar uma babá para cuidar da filha de Isabel que ficou hospedada juntamente com ela no mesmo hotel que a seleção estava²².

Esta medida deixa claro o jogo de poder instaurado no campo do voleibol, onde a competência técnica das jogadoras e seus relacionamentos com os torcedores e mídia se mostraram como moeda de jogo e assim a CBV reavaliou a decisão, reincorporando as duas jogadoras à seleção brasileira. Porém, como dentre os objetivos das jogadoras estava a participação no campeonato, que as poria em evidência novamente no cenário nacional, elas teriam que demonstrar uma forma de subordinação aos dirigentes através dos meios de comunicação midiáticos.

Além de ser o último dos preparativos para o Mundial do Peru, o Mundialito representou pretensões de comprovar o prestígio do voleibol feminino entre o público motivando empresários e autoridades a investir na modalidade sem receio²³.

¹⁴ Vôlei feminino: no Ibirapuera, ensaio para o Mundial. Jornal Estado de São Paulo. São Paulo, 23 ago. 1982.

¹⁵ Marta, a sexta titular da seleção de vôlei. Jornal Folha de São Paulo. São Paulo, 25 ago. 1982.

¹⁶ Vôlei: as soviéticas já vieram para o Mundialito. Jornal Folha de São Paulo. São Paulo, 24 ago. 1982.

¹⁷ Seleção do Paulistano joga Mundialito no lugar do México. Folha de São Paulo. São Paulo, 27 ago. 1982.

¹⁸ Brasil estréia: Argentina. Gazeta Esportiva. São Paulo, 28 ago. 1982.

¹⁹ MIRÁS, Denise. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. 8 dez. 2008.

²⁰ Vôlei feminino joga o futuro no Mundialito. Folha de São Paulo. São Paulo, 28 ago. 1982.

²¹ Agora Isabel não mistura as coisas. Folha de São Paulo. São Paulo, 28 ago. 1982.

²² Brasil estréia: Argentina. Gazeta Esportiva. São Paulo, 28 ago. 1982.

²³ Vôlei feminino: Mundialito começa hoje a noite. Folha da Tarde. São Paulo, 28 ago. 1982.

Houve então o investimento por parte da CBV para sediar o campeonato, travando alianças com a mídia, empresas, e governo. A CBV contratou a empresa de marketing esportivo “*Promoção*” para organizar e promover a partir de então os eventos relacionados ao voleibol²⁴. Luciano do Valle na Rede Record, “Kiko” já não mais na vice-presidência da Caloi e José Cocco encabeçavam esta empresa que promoveu o Mundialito de voleibol feminino na cidade de São Paulo.

Nuzman ressaltou que o apoio financeiro do governo à modalidade teve respaldo nos resultados apresentados até então. Com isto, ele se referiu ao oitavo lugar conquistado no Campeonato Mundial em Leningrado, primeiro lugar no Campeonato Sul-Americano, e ao fato de que, nas palavras do dirigente, “[...] no esporte feminino, o vôlei é o único capaz de representar o Brasil no exterior”²⁵.

Observamos neste contexto uma proliferação de matérias jornalísticas abordando o evento. Visualizamos o entrelaçamento dos campos político, esportivo, empresarial e midiático com a fala de Nuzman com relação ao Mundialito feminino, pois, apesar da descrença da conquista do campeonato, o dirigente declarou que este evento fora o mais importante acontecimento do voleibol no país desde o Mundial de 1960. “Pela primeira vez a Seleção Soviética está vindo ao Brasil, o que dá uma dimensão especial ao torneio. Hoje temos várias jogadoras de grande categoria e o vôlei brasileiro pode ser considerado a oitava potência mundial.”²⁶

Porém, a equipe brasileira surpreendeu, conseguindo vitórias inéditas sobre a Coreia e a União Soviética e conquistando o vice-campeonato. Esta vitória marcou uma transição importante no universo do voleibol feminino, as jogadoras passaram a ser reconhecidas como musas e o público, a prestigiar e conhecer o voleibol feminino no Brasil.

De fato, o principal objetivo do campeonato era a preparação para o Mundial que seria disputado no Peru, o evento serviria para testar a equipe para ver se o Brasil teria condições de ficar entre os oito primeiros colocados no Mundial. Estrategicamente falando, Nuzman visualizava detectar se os jogos da seleção feminina seriam prestigiados pelos expectadores²⁷.

Aí teve esse Mundialito das meninas, que já foi um milagre, acho que, acho que a gente ganhou da Coreia do Norte, o Jornal da Tarde fechava às vezes duas, duas e meia da manhã e eu fiquei acho que até umas cinco porque dáva umas duas páginas, umas três, não sei. Eu lembro que estava tanto frio, cheguei na redação com o dedo congelado de frio, não tinha nem jeito de escrever, e emocionada junto, sabe, assim, muito legal. “Madrugadão” pra escrever essas coisas. E como não tinha, lógico né, não tinha internet, as pessoas procuravam os jornais, que fechavam mais tarde, pra ler os bastidores [...]”²⁸.

A magnitude que representou o Mundialito no desenvolvimento do voleibol feminino pode ser apresentada objetivamente: assistiram aos dois primeiros jogos, quase

²⁴ COCCO, José Estevão. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. São Paulo, 9 dez. 2008.

²⁵ Marta, a sexta titular da seleção de vôlei. Jornal Folha de São Paulo. São Paulo, 25 ago. 1982.

²⁶ Treinos deixam vôlei animado para a estréia. Jornal do Brasil. Rio/Sp, 27 ago. 1982.

²⁷ VÔLEI FEMININO: MUNDIALITO COMEÇA HOJE À NOITE. JORNAL FOLHA DA TARDE. SÃO PAULO, 28 AGO. 1982.

²⁸ MIRÁS, Denise. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. São Paulo, 8 dez. 2008.

6 mil pessoas no Ibirapuera, sendo 5.431 pagantes. Os organizadores pensaram numa renda de Cr\$ 1 milhão e 500 mil, mas a renda foi de Cr\$ 13 milhões e 421 mil; painéis de publicidade distribuídos ao lado da quadra de vôlei promovendo marcas como: *Malboro, Caloi, Vasp, Volkswagen, Club Prive, Gallery, Mikasa, Asics Tiger*; a *Promoção* se configurou enquanto agência que promoveu e organizou todas as competições da CBV daquele momento²⁹.

Notamos, através da fala do profissional de marketing José Cocco, que antes mesmo do Mundialito, houve um trabalho empreendido para transformar o voleibol feminino em um produto a ser vendido.

Mas na profissionalização das meninas, nós tínhamos um problema muito sério no Brasil, que eram as meninas do basquete. A imagem que elas tinham, lembra... era de homossexuais. Tinham mesmo, tinham uma imagem muito forte disso. E no vôlei, nós não queríamos que isto acontecesse. Começamos a trabalhar a feminilidade e a beleza das jogadoras de vôlei. Que está até hoje isto. De que maneira nós começamos? O Luciano na narração começou a falar que as meninas eram bonitas, o uniforme delas era bonito, na época lançou-se aquele macaquinho, era diferente daqueles “calçõeszões” grandes, né, aquelas bermudonas... do basquete, né? As meninas do vôlei começaram a entrar em quadra bem penteadas, né, com fivelas, maquiadas, muitas delas porque tinha televisão e tal. Nós, quando entramos, elas participaram de desfiles de moda, de matérias das revistas, elas, pousaram com roupas... então, e com isto a gente conseguiu com que elas fossem encaradas como mulheres, femininas, né, bonitas, atletas, desejadas, e não deu outra, ficou aquela mulher, né, atleta bonita que não tem em nenhum outro lugar³⁰.

Assim sendo, salientamos dentre as estratégias de marketing a construção da “Musas do Vôlei”, que visava agregar valores distintivos que dariam maior visibilidade ao voleibol feminino no contexto nacional, fazendo com que houvesse o interesse da mídia em focaliza-las. E mais, a criação das “Musas do Vôlei” veio de encontro a uma questão ainda instaurada no campo esportivo, a questão da mulher esportista como sinônimo de mulher masculinizada.

Prova do sucesso desta estratégia de marketing foi a reportagem capa *Revista Veja* intitulada “A musa do esporte”, onde podemos visualizar o impacto não somente no âmbito esportivo da criação das musas no esporte, mas na sociedade. Esta reportagem mostra a ex-jogadora Isabel numa foto ampliada na capa e discute a questão estética da mulher através de exemplos de esportistas.

É provável que nenhuma das atletas da Seleção de vôlei ganhasse concursos de beleza convencionais. Fortes, músculos claramente delineado nas coxas, elas em nada lembram, porém atletas demasiado desenvolvidas, como as campeãs de natação

²⁹ O SUCESSO DO VÔLEI NO BRASIL. JORNAL DIÁRIO POPULAR. PELOTAS, 30 AGO. 1982.

³⁰ COCCO, José Estevão. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. 9 dez. 2008.

da Alemanha Ocidental, que exibem o tórax musculoso de estivador em início de carreira. As jovens da Seleção Brasileira – diferentes também das truculentas soviéticas que derrotaram no Mundialito e das descarnadas e retas jogadoras japonesas – exibem um perfil atlético, esculturalmente atlético [...] ³¹

Atentamos através deste recorte da referida reportagem para o fato de a *Revista Veja*, que não é uma revista esportiva indicar as características do que vem a ser uma mulher bonita no esporte, descartando padrões estéticos de outras equipes de voleibol e de outras modalidades e indicando um inovador padrão de estética na sociedade através da figura de Isabel. Esta reportagem foi publicada posteriormente à realização do Mundialito no Brasil.

A mesma reportagem comenta detalhes físicos tanto de Isabel quanto de outras jogadoras evidenciando aspectos da sensualidade e da beleza das jogadoras:

Com seus 69 quilos de peso distribuídos ao longo de um talhe delgado, mais forte nas pernas que a impulsionam que nos braços que cortam e rebatem, Isabel anda com vigor de quem sabe realmente aonde vai, fala com desembaraço e orgulha-se dos seus belos olhos escuros e meigos, as grossas sobranceiras que os realçam e a pele clara e delicada. É bonita ³².

Na referida reportagem, a também jogadora da seleção brasileira, Vera Mossa é caracterizada por sua “[...] esguia silhueta que se estende ao longo de 1.83m, encanta os torcedores de vôlei, notadamente do sexo masculino, com seus traços suaves e ar angelical.” Temos também que Heloísa Roesse joga “[...] sem que as pancadas que desfere na bola sejam prejudicadas pelas unhas que insiste em manter compridas” ³³.

Com esta característica estética atrelada aos bons resultados da seleção brasileira feminina de voleibol nos campeonatos sediados no Brasil, as atletas estiveram numa vitrine estratégica, onde conseguiram diferentes tipos de inserções em outros campos. A jogadora Vera Mossa foi reportagem da revista masculina *Playboy* no ano de 1984 ³⁴, bem como, no ano de 1985, participou das gravações de um filme chamado *Rock Estrela*.

Isabel também, partindo da sua visibilidade, participou do programa *Cultura Jovem* da TVS nos domingos às 11 horas da manhã. Segundo a atleta, tratou-se de “Um mercado novo que consegui graças ao vôlei, e são essas coisas e os convites para publicidade que funcionam como pagamento extra.” Além disto, Isabel fez comercial para o lançamento da Nestlé, o iogurte Bliss e ganhou 60 milhões de cruzeiros reais por isto ³⁵.

O reconhecimento do público fez com que as atletas pudessem se aventurar em outras áreas, como foi o caso de Jacqueline que, no ano de 1983, inaugurou a “Alta na Ponta”, escolinha de voleibol localizada no Clube Copa Leme, Zona Sul, do Rio de Janeiro ³⁶.

³¹ A bela Isabel, boa de bola. *Revista Veja*. São Paulo, 15 set. 1982.

³² Idem.

³³ Idem.

³⁴ Os amores de Vera. *Revista Placar*. Rio de Janeiro, 02 nov. 1984.

³⁵ Um vôlei de estrelas e contradições. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 5 maio. 1985.

³⁶ Voleibol e atletismo. *Revista Brasileira de Educação Física e Desportos*. Rio de Janeiro, Out/mar 1983.

Considerações Finais

Ao desenharmos o percurso do voleibol feminino durante o início da década de 1980, abstraímos algumas modificações visíveis no seu formato. Os resultados iniciais, tanto no Campeonato Sul-Americano de Santo André quanto no Mundialito de São Paulo projetaram sobremaneira o voleibol feminino no cenário nacional através da incursão da mídia neste universo.

Com o advento da estratégia de marketing das “Musas do Vôlei”, verificamos uma crescente proliferação de matérias jornalísticas abordando o voleibol feminino, bem como o maior interesse das empresas em formar times femininos. Identificamos também que a construção do produto “Musas do Vôlei” foi de encontro à uma necessidade de distinção encontrada no campo esportivo brasileiro, sendo a estética, capital principal neste cenário.

A fim de compreendermos o critério de seleção do foco das reportagens que envolveram o voleibol feminino neste período, buscamos em Pierre Bourdieu, as peculiaridades circunscritas no campo jornalístico e, através disto, apreender o seu objeto de disputa. A obtenção deste objeto ao qual é atribuído um valor simbólico determina algumas tomadas de decisão e o curso dado à televisão.

Segundo o sociólogo francês, os jornalistas selecionam na realidade um aspecto inteiramente particular através de categorias de percepção próprias adquiridas na sua formação, por sua história na profissão e seguindo a lógica do campo. Esta é a lógica da incorporação do *habitus* nos mais diferentes campos. Estas categorias a que se refere são “estruturas invisíveis que organizam o percebido, determinando o que se vê e o que não se vê”, são metaforizadas através do termo óculos. (BOURDIEU, 1997a, p. 25)

Assim sendo, na busca por informar, o princípio de seleção dos jornalistas é a busca do sensacional, do espetacular. Os jornalistas vêem certas coisas e de certa forma, mas não vêem outras que viriam caso suas referências de perceber o mundo social não fossem adquiridas seguindo a lógica do campo televisivo. (BOURDIEU, 1997a, p. 25)

“A televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, o caráter dramático, trágico.” (Ibidem, p. 26) E assim ocorreu com o afastamento de Jacqueline e Isabel da seleção naquele momento onde à presença delas era atribuída importância.

Corroborando com estes apontamentos, a jornalista Denise Mirás comenta, com relação à cobertura do Campeonato Sul-Americano de 1981:

[...] as editorias de esporte começaram a achar que tinham umas mulheres bonitas na seleção. Como a Isabel, por exemplo, né? E fora que a Jacqueline era bem polêmica, né? Gerava matéria, tal. Se bem que não era ela a levantadora, era a Célia³⁷.

Entendemos então que com a introdução da mídia no voleibol ocorreu também a introdução do *habitus* midiático, elemento que fez parte da estruturação desta modalidade. E considerando a conjuntura desta modalidade esportiva neste momento de interiorização da exterioridade, o processo de ruptura com o amadorismo e adoção de uma nova lógica, as ações tomaram um novo sentido no campo.

³⁷ MIRÁS, Denise. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. São Paulo, 8 dez. 2008.

Interessante denotar a dinâmica do poder instaurada no universo do voleibol feminino com a incursão da mídia. O advento das “Musas do Vôlei” fez com que se abrissem uma larga rede de relacionamentos de poder antes não identificada, onde às atletas pertencentes à esta geração foi atribuído um capital que as possibilitou permanecer enquanto dominantes no campo, mesmo em momentos nos quais estiveram afastadas das equipes por motivo de indisciplina.

Desta maneira ressaltamos as alterações causadas pelo potencial de poder midiático nas relações de poder logo durante os primeiros passos da profissionalização do voleibol feminino no Brasil. Além disto, salientamos que este papel estético atribuído às jogadoras é decorrente da maneira como se pensam as questões de gênero na sociedade, esta sendo resultado de um produto histórico incorporado como corrobora Bourdieu:

[...] longe de afirmar que as estruturas de dominação são a-históricas, eu tentarei, pelo contrário, comprovar que elas são produto de um trabalho incessante (e, como tal, histórico) de reprodução, para o qual contribuem agentes específicos (entre os quais os homens, com suas armas como a violência física e a violência simbólica) e instituições, famílias, Igreja, Escola, Estado. (BOURDIEU, 2007b, p. 46)

Referências

- BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- SILVA, Jacqueline Louise. Jackie do Brasil - Autobiografia de uma jogadora não autorizada. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- MARCHI JR., Wanderley. Sacando o Voleibol. São Paulo: Hucitec, 2004.
- PILATTI, Luiz Alberto. Metodologia das pesquisas em história do esporte e da Educação Física. In: IV Congresso Nacional de História do Esporte, Lazer e Educação Física (4.: 1996: Belo Horizonte) Coletânea. UFMG, Escola de Educação Física Centro de Estudos do Lazer e da Recreação, 1996.
- A bela Isabel, boa de bola. Revista Veja. São Paulo, 15 set. 1982.
- Agora Isabel não mistura as coisas. Folha de São Paulo. São Paulo, 28 ago. 1982.
- Brasil estréia: Argentina. Gazeta Esportiva. São Paulo, 28 ago. 1982.
- Entrevista com Luciano do Valle. Revista Saque. São Paulo, nº 3.
- Heloísa Roese ficou famosa e agora dá aula em dois clubes. Correio do Povo. 24 jan. 1982.
- Marta, a sexta titular da seleção de vôlei. Jornal Folha de São Paulo. São Paulo, 25 ago. 1982.
- Obrigado, meninas. Revista Placar. Rio de Janeiro, 21 ago. 1981.
- O sucesso do vôlei no Brasil. Jornal Diário Popular. Pelotas, 30 ago. 1982.
- Os amores de Vera. Revista Placar. Rio de Janeiro, 02 nov. 1984.
- Seleção do Paulistano joga Mundialito no lugar do México. Folha de São Paulo. São Paulo, 27 ago. 1982.
- Treinos deixam vôlei animado para a estréia. Jornal do Brasil. Rio/Sp, 27 ago. 1982.
- Um vôlei de estrelas e contradições. Jornal do Brasil. Rio de Janeiro, 5 maio. 1985.
- Vôlei feminino: a importância de uma vitória. Revista Brasileira de Educação Física e Desportos. Rio de Janeiro, Out/dez 1981.

Vôlei feminino: no Ibirapuera, ensaio para o Mundial. Jornal Estado de São Paulo. São Paulo, 23 ago. 1982.

Vôlei: as soviéticas já vieram para o Mundialito. Jornal Folha de São Paulo. São Paulo, 24 ago. 1982.

Vôlei feminino joga o futuro no Mundialito. Folha de São Paulo. São Paulo. 28 ago. 1982.

Vôlei feminino: Mundialito começa hoje a noite. Folha da Tarde. São Paulo, 28 ago. 1982.

Vôlei feminino: Mundialito começa hoje à noite. Jornal Folha da Tarde. São Paulo, 28 ago. 1982.

Volibol e atletismo. Revista Brasileira de Educação Física e Desportos. Rio de Janeiro, Out/mar 1983.

Entrevistas

CASTANHEIRA, Maria Auxiliadora. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. Curitiba, 21 maio. 2008.

COCCO, José Estevão. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. São Paulo, 9 dez. 2008.

MIRÁS, Denise. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. São Paulo, 8 dez. 2008.

STYCER, Maurício José. Entrevista concedida à Tatiana Sviesk Moreira. São Paulo, 9 dez. 2008.