



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA - UNEB  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – CAMPUS IV  
COLEGIADO DO CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA

BRUNO DA SILVA LIMA

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO VOLEIBOL BRASILEIRO:  
O QUE DIZ A LITERATURA ESPECIALIZADA**

Jacobina  
2013

BRUNO DA SILVA LIMA

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO VOLEIBOL BRASILEIRO:  
O QUE DIZ A LITERATURA ESPECIALIZADA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Ciências Humanas – DCH – Campus IV da Universidade do Estado da Bahia – UNEB, como requisito parcial à obtenção do título de graduação em Licenciatura em Educação Física.

Orientador: Prof. Me. Angelo Mauricio de Amorim

JACOBINA  
2013

## TERMO DE APROVAÇÃO

**BRUNO DA SILVA LIMA**

### **A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO VOLEIBOL BRASILEIRO: O QUE DIZ A LITERATURA ESPECIALIZADA**

Monografia aprovada em \_\_\_\_\_ como requisito parcial para  
obtenção do grau de Licenciatura em Educação Física, Universidade do  
Estado da Bahia, pela seguinte banca examinadora:

Angelo Mauricio de Amorim (orientador)

---

Mestre em Educação, Universidade Federal da Bahia (UFBA)  
Universidade do Estado da Bahia (UNEB)

Ricardo Franklin de Freitas Mussi

---

Mestre em Saúde Coletiva, Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS),  
Universidade do Estado da Bahia (UNEB)

Elmo Maturino

---

Especialista em Educação Física escolar,  
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG)  
Universidade do Estado da Bahia (UNEB)

Jacobina, 06 de dezembro de 2013

Dedico à minha família essa conquista, por ter sido a grande responsável pela minha trajetória de sucessos até aqui.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, Pai e criador, que concebeu o dom da vida. Deu-me fôlego, sustento e coragem para questionar, propor e trilhar novos caminhos. Você é o meu alimento, a minha fortaleza, conhecedor de todos os meus medos e desejos.

À minha família, pelo incentivo, por acreditar e investir em mim, gostaria de enaltecer a presença nessa trajetória. Mãe, obrigada pelo cuidado e dedicação nas palavras que foram, em alguns momentos, a esperança para seguir. Pai, sua presença e confiança sempre significou segurança de não estar sozinho durante essa caminhada. Irmã, seu carinho e preocupação fazem de você elemento fundamental na busca por cada sonho.

Minha namorada Angélica Soares, que esteve ao meu lado nos momentos em que pensei em jogar tudo para o alto, e me fez segurar a barra, pôr a cabeça no lugar e dizer: “Se acalma filho, você vai conseguir chegar lá!”. Obrigado por me darem o melhor exemplo de honestidade, respeito, união, por me fazer acreditar no amor (incondicional), por ser o meu porto seguro.

Aos meus amigos, Lucas Quinto, Rodrigo Ribeiro, Marcel Belitardo, Max Santana, Ari Rios, Uellinton Silva, Haialla Souza, enfim a todos os que caminharam junto comigo ao longo desse tempo, meus sinceros agradecimentos pelo carinho, paciência e compreensão. A presença de vocês nos momentos de alegria e tristeza, sempre compôs boas e importantes histórias. Sou grato por cada um que comprou as minhas brigas e partilhou minhas dores. Com vocês, em cada pausa entre um parágrafo e outro dessa escrita, pude perceber que precisamos respirar e estar cercado de boas energias para que tudo caminhe bem.

Ao Professor Angelo Amorim, que prontamente acreditou e auxiliou na construção desse trabalho, agradeço pela paciência e confiança. Seus ensinamentos me conduziram ao êxito dessa produção. Saiba que tê-lo como orientador foi um privilégio que nem sei mensurar, obrigada pela oportunidade. Seus “puxões de orelha” forma válidos: Devo dizer que a minha formação acadêmica, e também pessoal, não teria sido a mesma sem a sua presença.

Ao Departamento de Ciências Humanas, ao Colegiado do Curso de Educação Física. Às pessoas que convivi nesse espaço de tempo, meus companheiros de classe, àqueles que direta ou indiretamente deram suporte à minha estadia nesse “universo-idade”. À todos, MEUS SINCEROS AGRADECIMENTOS!

“Nós somos aquilo que fazemos  
repetidamente. Excelência, então, não é  
um modo de agir, mas um hábito”.

(Aristóteles)

## RESUMO

O processo de transformação do esporte em produto pela mídia, em especial o voleibol, constitui o tema central deste estudo. Há diversos posicionamentos favoráveis e desfavoráveis na literatura sobre o processo de popularização e influência midiática no esporte de alta performance. Nesta perspectiva foi realizada uma pesquisa bibliográfica, do tipo revisão sistemática, tendo como objetivo central, analisar as publicações dos principais periódicos brasileiros sobre mídia e voleibol. Conclui-se que a evolução do voleibol se deu a partir da sua transformação em espetáculo, e os clubes em produto, no momento em que as grandes empresas passam a financiar os clubes brasileiros como forma de incentivo ao esporte, e também, manter um nível nos campeonatos realizados no Brasil nas décadas de 1980 e 1990. Pode-se afirmar que, de forma direta ajudou nas transformações do estilo de jogo e nas regras, tornando-o mais dinâmico, atrativo, e o foco principal, associar à criação de heróis do esporte a suas marcas para poder vender bens de consumo, perpetuando a modalidade. Fato esse seguido das grandes conquistas das Seleções Feminina e Masculina no cenário Esportivo Mundial do Voleibol de Quadra.

**PALAVRAS-CHAVE:** Esporte. Voleibol. Mídia.

## **ABSTRACT**

The transformation of sport in the media product, especially volleyball, constitutes the central theme of this study. This approach includes a literature review, systematic review of kind, aiming to systematically analyze the data explaining how the media through their media discourse, and development was performed, is associated with the sport in order to disseminate the practice of sports indirectly and directly transforming sport in a good consumer, TV Show, and a source of profits. Is inevitable to say that evolution volleyball took from its transformation into spectacle, and clubs in the product at the time that large companies are financing the Brazilian clubs as an incentive to the sport, and to maintain a level in the championships held in Brazil in the 1980s and 1990s. One can say that directly helped in the transformation of the style of play and the rules, making it more dynamic, attractive, and the focus, involve the creation of sports heroes to their brands in order to sell consumer goods, perpetuating mode. Fact that followed the great achievements of Women and Men in the World Sports Picks scenario volleyball court.

**Keywords:** Sport. Tv show. Volleyball. Media.

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ACM – Associação Cristã de Moços.

CBV – Confederação Brasileira de Voleibol.

CBD – Confederação Brasileira de Desportos.

FIBV – Federação Internacional de Volley Ball.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Descrição dos periódicos da Educação Física.....	37
Quadro 2 – Descrição dos periódicos e o número de publicações sobre mídia e voleibol ...	38
Quadro 3 – Lista de artigos que atendem aos critérios de inclusão. ....	38
Quadro 4 – Descrição do “Estudo 1” sobre a influência da mídia no voleibol brasileiro. ....	40
Quadro 5 – Descrição do “Estudo 2” sobre a influência da mídia no voleibol brasileiro. ....	41
Quadro 6 – Descrição do “Estudo 3” sobre a influência da mídia no voleibol brasileiro. ....	42
Quadro 7 – Descrição do “Estudo 4” sobre a influência da mídia no voleibol brasileiro. ....	44
Quadro 8 – Descrição do “Estudo 5” sobre a influência da mídia no voleibol brasileiro. ....	45

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>2 COMO SURTIU O VOLEIBOL</b> .....	14
2.2 - VOLEIBOL NO BRASIL: COMO CHEGOU E SE DESENVOLVEU? .....	18
2.3 REGRAS E SUAS EVOLUÇÕES.....	21
<b>3 - MÍDIA – INSTRUMENTO DE TRANSFORMAÇÃO</b> .....	27
3.1 MÍDIA ESPORTIVA .....	27
<b>4 O VOLEIBOL PRONTO MUDIÁTICO PARA O CONSUMO</b> .....	31
4.1 A EXPLOSÃO DO VOLEIBOL NO BRASIL .....	32
4.2 A MÍDIA E A INFLUENCIA NAS REGRAS DO VOLEIBOL.....	33
<b>5 METODOS</b> .....	37
<b>6 ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	40
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	47
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	49

## 1 INTRODUÇÃO

Este estudo é fruto de um trabalho de conclusão de curso motivado por inquietações sobre a popularização do voleibol no Brasil ao longo da década de 1990. Considerando também que, paralelo a este contexto o desenvolvimento da mídia esportiva se acentuou neste mesmo período, tendo os primeiros anos do século XXI enfoques maiores sobre a transformação do esporte em um produto extremamente lucrativo.

Assim, tendo como questões para estudo como a mídia pode influenciar na prática do esporte, de como a mídia transforma o esporte em produto e como a população absorve este impacto, refletindo sobre tais aspectos relacionados as regras do jogo, explicar a influência da mídia na transformação do esporte em produto, surge a seguinte questão de pesquisa: **Como as principais publicações dos periódicos brasileiros estão abordando o tema “influência da mídia no voleibol brasileiro”?**

Tem como objetivo central sistematizar as informações publicadas em periódicos de referência em Educação Física sobre as relações entre mídia e voleibol, no período de 1996 a 2013 e secundários: apresentar o percurso histórico do voleibol brasileiro e descrever o as aproximações entre mídia e esporte, especificadamente com o voleibol brasileiro.

Para isto, será realizado uma revisão de literatura. Segundo GIL (2007) desenvolve a partir do material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos, publicações avulsas, e etc.

Dentre os tipos de revisão de literatura, este trabalho se valerá da revisão sistemática. “Esse tipo de investigação disponibiliza um resumo das evidências relacionadas a uma estratégia de intervenção específica, mediante a aplicação de métodos explícitos e sistematizados de busca, apreciação crítica e síntese da informação selecionada” (SAMPAIO, MANCINI, 2007, p. 84).

No capítulo 5, será apresentado o percurso metodológico para elaboração da revisão sistemática, bem como a apresentação dos resultados, a análise e discussão. Por fim, as considerações finais.

No seguinte capítulo, será feito o levantamento de como e quando se deu o surgimento do voleibol, passando por sua chegada no Brasil, e as modificações sofridas em suas regras e modo de jogo. No capítulo seguinte, será feito breve levantamento sobre a mídia e seus instrumentos para transformação do esporte aqui em evidencia nesse estudo o Voleibol Brasileiro. Para por fim, proceder quanto a análise e discussão dos resultados alcançados.

## 2 COMO SURTIU O VOLEIBOL

O Voleibol foi criado em 1895, pelo Americano William G. Morgan, que na época ocupava o cargo de diretor de Educação Física da Associação Cristã de Moços na cidade de Holyoke, no Estado de Massachusetts, nos Estados Unidos. (KOCH, 2005).

Inicialmente o esporte se chamou *minonette* (BIZZOCCHI, 2004), ou *mintonette* (RIBEIRO, 2004), e era uma alternativa para idosos e pessoas que queriam praticar um esporte mais tranquilo que o basquetebol, esporte qual estava em evidencia na época, e existente ha três anos, mas que era considerado muito enérgico e cansativo (RIBEIRO, 2004).

Foi sugerido a Morgan pelo pastor Lawrence Rider, que idealizasse um jogo menos exaustivo para os associados mais velhos e colocou uma rede semelhante à de tênis, a uma altura de 1,90 metros, sobre a qual uma câmara de bola de basquete era arremessada surgindo assim o jogo de vôlei.

Em sua estrutura inicial, jogo era disputado com 9 pontos, sem numero definidos de participantes apenas deveria conter a mesma quantidade de participantes para cada lado. Primeiramente foi usada a bola de basquete e logo considerada muito pesada, e a sua câmara com o tempo se tornou logo leve demais tornando a perspectiva do jogo lenta. Morgan solicitou à firma A. G. Spalding & Brothers a produção de uma bola específica para o esporte emergente, que só foi aprovada após várias experiências em busca de um equipamento satisfatório (MARCHI JUNIOR, 2001).

[...] Fizemos uma exibição no ginásio do colégio, a qual acredito a todos agradou. A seguir submetemos as regras a carta branca para alterá-las como bem entendessem. Prevendo que essas regras ensejariam a realização de muitas conferências, que se incumbiram de seu aperfeiçoamento, pusemos de lado a regulamentação do jogo dedicamo-nos, entrementes, ao treinamento físico. Em junho de 1896 a revista mensal norte-americana "Physical Education" publicou um artigo intitulado "O original jogo de voleibol". (MORGAN, *apud*. DAIUTO, S/D, p.4 e 5).

Após a demonstração feita por Morgan, o “minonette” assim chamado o esporte criado, começou a ser praticado nas demais cidades de Massachusetts e New England - EUA. Sendo esse crescimento evidenciado e concretizado a partir da criação de quadras em praias, estações de veraneio e playgrounds. Fato esse que ajudou no aumento significativo ao número de praticantes e na popularidade do novo esporte. Foi em Springfield, após constantes análises sobre as formas e o objetivo do jogo, que o Dr. A. T. Halstead sugeriu a mudança do nome Minonette para Volleyball (MARCHI JUNIOR, 2001).

A primeira quadra de Voleibol tinha as seguintes medidas: 15,24m de comprimento por 7,62m de largura. A rede tinha a largura de 0,61m. O comprimento era de 8,235m, sendo a altura de 1,98m (do chão ao bordo superior). A bola era feita de uma câmara de borracha coberta de couro ou lona de cor clara e tinha por circunferência de 63,7 a 68,6 cm e seu peso era de 252 a 336g (CBV, 2008).

Segundo Marchi Junior (2001), em momento algum durante o período de criação do esporte foi evidenciada uma popularização do esporte ou que o Voleibol fosse uma prática desenvolvida além dos clubes, oriundas de caracteres culturais populares, e sim um esporte criado para a elite americana que visava a preservação dos “homens de negócio”. Por vez esse fato lava-nos a fazer comparações entre o futebol, e o basquete, esportes estes praticados pela baixa camada da sociedade de seus respectivos países. Já o voleibol era praticado somente pela elite clubista Cristão Americana.

Já para Lancellotti (1994), o esporte teve sua criação dada aos Alemães no fim do século XIX, entre os militares, tratava-se da melhoria da agilidade e da pontaria. A partida se desenrolava em um espaço retangular demarcado na grama ou na areia, com uma corda na horizontal dividindo o campo e as equipes, tendo de dois a nove jogadores para cada lado, onde o objetivo era arremessar uma bola com os punhos ou braços para o campo adversário. As partidas não tinham tempo de duração estipulada, tendo como alvo os esforço físico e primava pela concentração dos participantes do que pelo resultado do jogo em si.

Como regra, era permitido o toque da bola no solo por duas vezes. A atividade recebeu o nome de Faustball (faust no idioma alemão significa punho). [...] Nos Estados Unidos da América o jogo seria transformado em modalidade competitiva através da “criação” de

Morgan – que foi interpretada com a finalidade de “promover os fracos e oprimidos”. (LANCELLOTTI, 1994, p. 16-17).

O voleibol foi ganhando adeptos rapidamente, com um crescimento assustador dentro do cenário mundial ao decorrer dos anos. Em 1890 a partir da experiência vivida por W. E. Daiy da Associação Cristã de Moços (ACM) de Dayton no Estado de Ohio, os diretores tiveram a ideia de aumentar a altura da rede para 2,13 metros, montaram um padrão de bola para a disputa, e estipularam a pontuação com contagem de 21 pontos compondo um set. No mesmo ano chegou ao Canadá (primeiro país fora dos Estados Unidos), sendo posteriormente desenvolvido em outros países como, na China, Japão (1908), Filipinas (1910), México e entre outros países europeus, asiáticos, africanos e sul americanos. (CBV, 2008)

Por volta de 1912, uma nova mensuração da quadra foi feita medindo cerca de 18 metros de comprimento por 10 metros de largura, sendo dividido em dois campos de 9 metros e rede com 2,28 metros de altura, ficando também estabelecida uma nova formatação do jogo contendo o rodizio de cada partida com a disputa de dois sets.

Não se tem a data exata de chegada do voleibol no Brasil, mas estima-se que tenha sido entre 1915, no Colégio Marista de Pernambuco (RIBEIRO, 2004; BIZZOCCHI, 2004).

Segundo Marchi Junior (2001), ainda nesse período, sob a direção do professor George J. Fisher, integrantes da ACM introduziram o Voleibol nas forças armadas americanas, durante a 1.<sup>a</sup> Guerra Mundial. A novidade foi muito bem recebida entre os soldados, tendo sido adotada como uma prática regular após o final da guerra.

E, em 1916, chega o voleibol na ACM de São Paulo (FRASCINO, S/D; BIZZOCCHI, 2004), sendo que a data considerada oficial pela FIVB é a de 1917 (FIVB, 2012)

A partir de 1917 o voleibol passa a ter uma nova roupagem e que perdurou por muitos anos, a rede foi novamente elevada para 2,43 metros e sets de 15 pontos, sendo no ano seguinte determinado o número máximo de seis jogadores em quadra para cada equipe.

Na década de 1920, começam a surgir as definições de quantidades de toques e a mensuração exata da quadra medindo 18m x 9m que perdura até os dias de hoje, eram permitidos três toques sendo eles tocando a bola com qualquer parte do corpo acima da cintura dados por jogadores diferentes, foi introduzida também a linha central, proibindo-se a invasão do campo adversário, ficava proibido o ataque dos defensores em direção a quadra adversaria, o set só terminaria em 15 pontos se houvesse uma diferença de 2 pontos entre as equipes e etc. (BIZZOCCHI, 2004, p. 15)

Em 1922 foi realizado o primeiro torneio entre as ACMs dos Estados Unidos da América, tendo a participação de 23 equipes de 11 Estados incluindo o Canadá, realizado no Brooklyn em Nova York o campeonato teve como equipe vencedora a ACM de Pittsburg (MARCHI JUNIOR, 2001).

Como foi dito anteriormente o voleibol começa a ser inserido nas forças armadas e a partir daí passa ser difundida pela Europa por causa das tropas norte-americanas na 1ª Guerra Mundial. A modalidade chega ao continente Sul-Americano em 1910 no Peru, logo sendo inserido como esporte nas aulas de educação física em 1912 junto com o handebol e basquete, apresentados pelos professores da ACM contratados pelo governo peruano, na cidade Montevideú, havendo grande aceitação.

A Federação Internacional de Volley Ball (FIVB) foi fundada em 20 de abril de 1947, em Paris, sendo seu primeiro presidente o francês Paul Libaud e tendo como fundadores os seguintes países: Brasil, Egito, França, Holanda, Hungria, Itália, Polônia, Portugal, Romênia, Tchecoslováquia, Iugoslávia, Estados Unidos e Uruguai. O primeiro campeonato mundial foi disputado em Praga, na Tchecoslováquia, em 1949, vencido pela Rússia. Em setembro de 1962, no Congresso de Sofia, o volley ball foi admitido como esporte olímpico e a sua primeira disputa foi na Olimpíada de Tóquio, em 1964, com a presença de 10 países no masculino - Japão, Romênia, Rússia, Tchecoslováquia, Bulgária, Hungria, Holanda, Estados Unidos, Coreia do Sul e Brasil.

Em 1964, o voleibol foi inseridos nas Olimpíadas de Tóquio no Japão, o primeiro campeão olímpico de voleibol masculino foi a Rússia, seguida pela Tchecoslováquia que foi a vice e a medalha de bronze ficou com o Japão. No feminino, o campeão foi o Japão, ficando a Rússia em segundo e a Polônia em terceiro.

O criador do voleibol, Willian Morgan, conhecido pelo apelido de "armário", devido ao seu porte físico, morreu em 27 de dezembro de 1942, aos 72 anos de idade, com felicidade de ver o esporte criado por ele expandido por varias nações do mundo e presenciado as modificações das suas regras. Porém, sem imaginar o caminho que o próprio Morgan teria ajudado a criar também para a popularidade do esporte nos dias atuais.

## 2.2 - VOLEIBOL NO BRASIL: COMO CHEGOU E SE DESENVOLVEU?

Como já citado anteriormente, no inicio do estudo o Voleibol chegou ao Brasil por meados dos anos de 1915 e 1917, cito essa duas datas pois existem duas vertentes em que são consideradas como chegada do esporte ao nosso país. Uma delas afirmando que o esporte chega ao Brasil em 1915, pelo Colégio Maristas de Pernambuco, iniciada pela ACM, já com regras e regulamentos definidos. Para outros autores a esporte começou a se difundir em 1916/1917 na cidade São Paulo pela ACM ali existente.

Segundo Bizzocchi (2004) o Voleibol assim como nos Estados Unidos era uma pratica exclusiva das Associações Cristãs de Moços, e ao passar do tempo e a divulgação passou a ser disputado em outras instituições como escolas e clubes recreativos.

Em 1923, é realizado o primeiro campeonato interclubes, organizado pelo Fluminense Futebol Club, composto pelas equipes da Liga Metropolitana de Desportos Terrestre do Rio de Janeiro. No ano seguinte foram realizados os primeiros torneios oficiais de voleibol organizados pela Liga Metropolitana de Desporto Terrestre do Rio de Janeiro.

Conforme Bizzochi (2004), em 1933 com a profissionalização do futebol acarretou a estagnação dos demais esportes amadores praticados na época, já que os clubes tinham benefícios e grandes vantagens fiscais com as novas deliberações. Com esse fato o voleibol sobrevive no Rio de Janeiro graças as suas praias, onde quadras eram montas, e o esporte passou a ser condicionada como jogo recreativo

e opção de lazer. O Voleibol só voltaria a sua posição de direito 5 anos depois quando os clubes menores toma uma iniciativa.

Por iniciativa de alguns clubes amadores do Rio e de Niterói, foi fundada, em 1938, a Liga de Volley ball do Rio de Janeiro (atual Federação de Voleibol do Rio de Janeiro) e, assim, o voleibol de quadra ressuscitou. A Federação Paulista de Voleibol foi criada em 1942 e vários outros estados fundaram suas federações, também no início da década de 1940. (BIZZOCCHI, 2004, p. 17)

Surgiu em 1944, o primeiro Campeonato Brasileiro de Voleibol, formado por seis equipes femininas e oito equipes masculinas, Minas Gerais foi o campeão do torneio feminino e São Paulo campeão do torneio masculino. O primeiro campeonato sul-americano foi patrocinado pela Confederação Brasileira de Desportos (CBD), com o apoio da Federação Carioca de Volleyball e aconteceu no ginásio do Fluminense, no Rio, entre 12 e 22 de setembro de 1951, sendo campeão o Brasil, no masculino e no feminino. (CBV 2008)

Em 1956, foi realizado o Terceiro Campeonato Mundial de Voleibol, sendo a primeira participação da equipe brasileira masculina, e neste mesmo período é dada a renovação da equipe, pois alguns jogadores não participaram da competição devido a idade avançada.

Os jogadores mais talentosos do vôlei masculino no final dos anos 40 e início dos anos 50 (Oscarzinho, Janca, Nicolau e Gil Carneiro) perderam a oportunidade de ir ao Mundial de 1956 por causa da idade avançada e acabaram dando espaço para jogadores novos que surgiram. Lúcio Figueiredo, Quaresma, Urbano Brochado, Borboleta e seus companheiros chegaram a Paris sem saber o que encontrariam em quadra, por causa da falta de intercâmbio. Apesar de o Brasil adotar o sistema 4x2, as demais seleções utilizavam algumas movimentações ofensivas de finta e um padrão de jogo muito à frente do quase recreativo jogo dos brasileiros. Além disso, a média de estatura de nossos adversários mais fortes era de 1,90m e a nossa, 1,80m. Entretanto, o espírito dos brasileiros causou boa impressão, principalmente no jogo contra os chineses, que precisaram de 3 horas e 12 minutos para vencer a partida. Urbano e Lúcio foram escolhidos os melhores jogadores desse campeonato. (BIZZOCCHI, C. 2004, p.17)

Na década 1960, o voleibol passa a ser dominado assim como no futebol por duas equipes, o Santos Futebol Club e Botafogo de Futebol e Regatas, neste mesmo ano o Rio de Janeiro sediou o Mundial, conquistando o quarto lugar geral no masculino e sétimo lugar no feminino. Essa década também marcou a revolução do Voleibol Brasileiro, onde se deu o início da profissionalização dos atletas de voleibol.

Segundo Bizzochi (2004), foi em 1982 promovendo o Mundialito, que o Brasil apresentou uma equipe brilhante, que venceu a tão “temida” União Soviética, seleção campeã das competições promovidas anteriormente, e partiu para a Argentina como favoritos ao inédito título de campeão mundial. Com um novo modelo de jogo o Brasil introduziu o ataque com velocidade do fundo da quadra e também levava consigo uma dupla de jogadores espetaculares, Renan e Willian, que prometiam inovar o voleibol com o “saque em suspensão” (hoje nomeado “Saque Viagem”).

A União Soviética devolveu a derrota sofrida ao Brasil, ficando com a medalha de Ouro e o Brasil conquistando sua melhor classificação nos mundiais disputados até aquele momento, o segundo lugar. Dois anos depois o Brasil chega a Los Angeles – EUA, para disputar os Jogos Olímpicos, na condição de equipe favorita ao Ouro, mais o que conseguiu, foi repetir a atuação do mundial anterior e conquistar o título de “Geração de Prata”.

A seleção feminina não teve a mesma ascensão da equipe masculina devido a falta de resultados expressivos durante um longo período da história do voleibol. Somente passa a ser considerada uma equipe de expressão após a conquista do Sul-Americano de 1981, após anos de supremacia da seleção peruana no continente.

Depois de Los Angelis 84, a voleibol ocupa o espaço de esporte mais praticado pelos adolescentes e o segundo na preferência nacional, mas logo após atingir esses “status” o esporte enfrenta uma fase de renovação e crise. Voltando a ter evidência novamente três anos depois, com as conquistas da seleção juvenil feminina em 87 e 89.

No final da década, duas medalhas de ouro foram conquistadas nos Mundiais Juvenis Femininos em 1987 e 1989, dando ao Brasil o bicampeonato nessa categoria, sob o comando de Wadson Lima, e revelando jogadoras como Fernanda Venturini, Kerly, Ana Flavia,

Fátima, Marcia Fu e Virna. Em 1987, Ana Moser foi considerada a melhor jogadora juvenil do mundo. (BIZZOCCHI, C. 2004, p. 23)

## 2.3 REGRAS E SUAS EVOLUÇÕES

O mintonette, como era chamado este esporte quando de sua criação, foi apresentado aos alunos da ACM de Holyoke e foi muito bem aceito. Enquanto Morgan concentrava-se nas habilidades técnicas e capacidades físicas envolvidas no jogo, deixou o aperfeiçoamento das regras a critério de membros da ACM (BIZZOCCHI, 2004).

O artigo da revista “Physical Education” salientava as regras utilizadas no “novo e interessante jogo”:

1º - JOGO: O jogo deve consistir de nove pontos.

2º - PONTOS: Um ponto consiste de:

a) quando uma pessoa joga de cada lado, um saque para cada lado;

b) quando três ou mais estão jogando de cada lado, o jogador sacando continua a fazê-lo até que seu time falhe no retorno da bola para o outro lado. Cada um sacará por seu turno.

3º - CAMPO: 15,20m de comprimento por 7,625m de largura.

4º - REDE: 60 cm de largura por 8,283 m de comprimento, a uma altura de 1,90m, aproximadamente.

5º - BOLA: A bola deve ser uma câmara de borracha coberta de couro ou lona.

Deve pesar não menos de 255g, nem mais que 340g, aproximadamente.

6º - SACADOR E SAQUE: O sacador precisa manter-se com um pé sobre a linha de fundo. A bola precisa ser batida com a mão. Dois saques ou tentativas são permitidos para colocar a bola no campo contrário. Como em tênis. O saque que for tocar a rede, mas que for tocado por um outro jogador do mesmo time antes de tocar a rede, se passar para o lado oposto será bom. Se for fora, o sacador não terá segunda tentativa.

7º - PONTOS: Cada bom saque que não voltar ou bola em jogo não devolvida pelo time que a recebe, conta um ponto para o time que saca. Um time somente marca pontos quando estiver sacando.

8º - BOLA NA REDE: Bola que tocar a rede, excetuando a do primeiro saque, é contada como bola morta.

9º – BOLA NA LINHA: A bola que tocar na linha é considerado fora.

10º - JOGO E JOGADORES: Qualquer número de jogadores. Rede tocada pelos jogadores põe a bola fora de jogo. Prender a bola é falta. A bola tocando qualquer objeto fora da quadra e voltando para esta é contada como boa bola. O drible (tocar duas vezes consecutivas na bola com o objetivo de fintar o adversário (BIZZOCHI, 2004)) é permitido dentro do espaço de 1,20m da rede (DAIUTO, s/d).

BIZZOCHI (2004), acrescenta ainda que:

- o jogador (exceto o capitão) que reclamar do árbitro é passível de desqualificação.

Por sugestão do Dr. A. T. Halstead, docente da Escola para Trabalhadores Cristãos da ACM, o nome do esporte foi mudado para *volleyball*, já que a bola permanecia em constante voleio (*volley*, em inglês) (BIZZOCHI, 2004). Foram feitas também muitas mudanças nas regras do voleibol desde a sua criação.

Em 1900 já se tem algumas modificações:

- a altura da rede passa a 2,13m;
- a bola que toca a linha passa a ser “boa” (DAIUTO, s/d).

Em 1902, por sugestão de W. E. Day, após um período de experiência na ACM de Dayton, Ohio, são aprovadas as seguintes modificações:

- o jogo termina em 21 pontos;
- o saque deve ser dado com a mão aberta ou com o punho;
- o jogador não pode chutar a bola;
- a altura da rede é determinada em 2,28m acima do solo;
- a bola não pode tocar qualquer objeto;
- é eliminado o drible (BIZZOCHI, 2004).

Em 1912, um comitê elaborou modificações que foram oficializadas pela ACM, em 1916 e divulgadas no ano seguinte no *Volleybal Guide*, publicação da American Sports Publishing Company of New York, sendo que as principais mudanças foram:

- a quadra deve medir 18,29m x 10,67m e ter um espaço livre de altura de

4,57m;

- o sacador só tem direito a uma tentativa;
- a largura da rede passa a 91 cm;
- fixa-se a disputa de dois sets por partida;
- introduz-se o rodízio (jogadores trocam de posição no sentido horário, ocupando a cada momento um lugar na quadra);
- a área de saque é limitada ao espaço atrás da linha de fundo;
- é proibido golpear a bola com o punho;
- diminuição do peso da bola: entre 217g e 280g; aumento de sua circunferência: de 68,58cm para 73,66cm (BIZZOCHI, 2004).

Em 1918, a ACM, em conjunto com a National Collegiate Athletic Association (NCAA), divulga novas modificações:

- o árbitro pode voltar o saque;
- a bola deve pesar entre 248g e 311g;
- a rede sobe a 2,43m de altura;
- não é permitido o auxílio de outro jogador para que o saque passe a rede;
- o set é de 15 pontos;
- o saque não pode tocar a rede;
- limite de seis jogadores de cada lado;
- não se pode tocar a bola na quadra adversária, por sobre a rede;
- o saque pode ser dado nos cantos da linha de fundo (BIZZOCHI, 2004).

No início da década de 20, foram feitas várias modificações, entre elas:

- é válido qualquer toque acima da cintura;
- introduz-se a linha central, proibindo-se a invasão da quadra adversária;
- é limitado a três o número de toques por equipe;
- a quadra passa a ter medidas atuais: 18m x 9m;
- é proibido aos defensores atacar a bola em direção ao campo contrário, acima da rede;
- o saque deve ser dado do lado direito da quadra;
- o set só termina em 15 pontos se houver diferença de dois pontos entre os times;
- é obrigatória a numeração dos jogadores;
- a bola deve ter entre 280g e 311g, com pressão de 7,5 a 8 libras;
- surge o segundo árbitro, que acumula a função de apontador;

- é permitido ao jogador substituído retornar no outro set;
  - coloca-se um marcador (o precursor da antena) de 2,5cm como limitador do espaço aéreo sobre as duas extremidades da rede;
  - não se pode jogar com menos de seis jogadores;
  - os jogadores não podem conversar após uma substituição até que o saque seja dado.
- 1925: O “set” termina no décimo quinto ponto somente com dois pontos de vantagem.

Em 1938, a grande inovação nas regras está na permissão de até dois jogadores no bloqueio.

Em 1947 foi fundada a FIVB e criada a Comissão das Leis de Jogo. A FIVB é o principal elemento administrativo do voleibol em todo o mundo e tem mais de 120 nações filiadas (FIVB, Manual do Treinador, s/d). Após a criação dessa comissão, as mudanças mais significativas foram:

- a bola pode tocar duas partes do corpo desde que simultaneamente;
- inicia sacando no set seguinte a equipe perdedora do anterior;
- a bola pode tocar a rede durante o rali;
- permitir a infiltração (jogador da defesa desloca-se para a zona de ataque a fim de realizar o levantamento);
- dois tempos por set;
- permitir o bloqueio coletivo (BIZZOCHI, 2004).

Em 1949 foi realizado o 2º Congresso da FIVB, em Praga, onde se teve a criação da seguinte regra:

- é permitida a penetração do passador e a possibilidade de atacar com 3 jogadores;
- são adotadas as regras internacionais do jogo (CARVALHO, 2000).

Segundo Palmerin (1994), desde a criação do Voleibol em 1895 até o início da década de 50, foram poucas as modificações das regras oficiais, levando em consideração a existência do esporte em mais de meio século, porém, com a criação da FIVB, em 1947, estas mudanças cresceram.

Em 1951 foi realizado o 3º Congresso, em Paris, onde ocorreu a adaptação da regra que permite passar as mãos por cima da rede em certas condições, durante o bloqueio e no movimento terminal da cortada (CARVALHO, 2000).

No 4º Congresso, realizado em 1953 em Bucareste, foi feita a declaração dos gestos e termos da arbitragem (CARVALHO, 2000).

Foram feitos outros Congressos, em várias cidades, e muitas outras modificações foram se somando as regras. A partir de 1964 é permitido ao bloqueio a invasão do campo adversário e a recuperação da bola bloqueada em um segundo toque (BIZZOCHI, 2004).

Em 1970 antenas limitam o espaço aéreo a 9,40m (BIZZOCHI, 2004).

Em 1972 a arbitragem começa a ser mais complacente no contato com a bola quando os jogadores estão em dificuldades (BIZZOCHI, 2004).

Em 1976 duas modificações:

- reduz-se o espaço entre as antenas a 9m;
- o toque no bloqueio não é considerado como o primeiro dos três toques permitidos (BIZZOCHI, 2004).

Em 1982 há menos rigor no contato duplo na recepção e na defesa (BIZZOCHI, 2004).

Em 1984 é permitido o contato múltiplo em uma mesma ação de recepção ou defesa e é proibido bloquear o saque (BIZZOCHI, 2004).

Em 1988 o set fica limitado a 17 pontos e é criado o tie-break (BIZZOCHI, 2004).

Em 1992 a bola pode tocar qualquer parte acima dos joelhos na recepção ou na defesa (BIZZOCHI, 2004).

Em 1994 três modificações:

- a zona de saque é aumentada para 9m (toda a linha de fundo);
- a bola pode tocar qualquer parte do corpo em qualquer momento;
- o jogador pode tocar a rede acidentalmente se não estiver participando do lance (BIZZOCHI, 2004).

Em 1996 ocorreram várias modificações:

- a bola deve ter, nos jogos masculinos, 5 libras;
- a bola, quando cruza a rede por fora das antenas, pode ser recuperada igualmente por esse mesmo espaço;
- é permitido tocar a quadra adversária com as mãos (vale a mesma regra para os pés);

- há somente um tempo de 30 segundos para cada equipe (do primeiro ao quarto set), com um tempo técnico de 1 minuto no 5º e no 10º pontos; no quinto set cada equipe pode pedir dois tempos de 30 segundos (BIZZOCHI, 2004).

Em 1998, a FIVB aprova o sistema de pontuação testado no Campeonato Paulista e na Superliga 98/99:

- os quatro primeiros sets são jogados em tie-break até 25 pontos ou até que se abram dois pontos de vantagem; o quinto set é jogado no mesmo sistema até o 15º ponto ou 2 de vantagem a partir daí;

- os tempos técnicos de 1 minuto ocorrem no 8º e no 16º pontos e cada equipe tem direito a um pedido de 30 segundos;

- é incluído o líbero, jogador que pode entrar a qualquer momento nas posições de defesa (desde que a bola não esteja em jogo). Esse jogador não pode levantar em toque da zona de ataque, sacar ou atacar. Suas entradas não contam como substituição e o atleta que saiu deverá retornar em seu lugar;

- é dada maior liberdade ao técnico, que pode movimentar-se em frente ao banco de reservas e dar instruções, desde que não ultrapasse a linha demarcatória entre a quadra e o banco;

- o sacador tem 8 segundos para executar o saque, em única tentativa;

- o cartão amarelo passa a ser exibido para a falta técnica (perda do ponto) e a primeira advertência é dada verbalmente; o cartão vermelho é mostrado em caso de expulsão;

- a bola passa a ser colorida, como no vôlei de praia (BIZZOCHI, 2004).

### **3 - MÍDIA – INSTRUMENTO DE TRANSFORMAÇÃO**

Neste capítulo será feito um rápido levantamento dos meios de comunicação de massa, sua criação e sua evolução, também será tratado do surgimento da mídia esportiva no Brasil suas principais contribuições para o esporte, por fim como a mídia interferiu de forma geral no boom esportivo, transformando o esporte em grandes espetáculos.

Estes meios de comunicação exercem uma grande influência sobre a mentalidade da população, podendo ser desde questões financeiras até emocionais. E como há uma gama enorme de informações, a dificuldade de memorização das mensagens cresce a cada dia.

#### **3.1 MÍDIA ESPORTIVA**

Os primeiros espectadores surgiram na Inglaterra por volta do século XIX, em meio ao processo social que viria a originar a moderna forma do esporte, eram em sua grande maioria apostadores das lutas de boxe e corridas de rua que se realizavam em Londres. O início do século seguinte substituiu o espectador-apostador pelo espectador-torcedor, fiel a uma das partes em disputa, mas ainda tratava-se, basicamente, do espectador corporalmente presente, nos estádios e ginásios. Foi a partir da década de 1960, com a proliferação das transmissões ao vivo de eventos esportivos, o telespectador que se tornou uma nova figura na história do esporte. O esporte transformou-se num espetáculo modelado de forma a ser consumido por telespectadores que procuram um entretenimento excitante, e é parte cada vez maior da indústria do lazer, sendo fator decisivo para isto o papel desempenhado pela mídia, especialmente a televisão.

Desde os tempos da Antiga Roma, quando mais da metade de sua população podia abrigar-se simultaneamente nos seus estádios e anfiteatros, uma audiência de tal magnitude só foi novamente possível na história da humanidade com o advento da televisão.

Betti (2004), afirma que não é mais possível referir-se ao esporte contemporâneo sem associá-lo aos meios de comunicação de massa. Tais meios fazem com que o esporte se torne difundido à medida que os mesmos alcancem conquistas que valham a pena serem divulgadas, e que, por intermédio delas esses meios possam reverter em lucro.

De acordo Fonseca (1997), a história do jornalismo esportivo no mundo tem pouco mais de cem anos, onde os primeiros registros que se tem são do Le Sport (1854), que publicava crônicas sobre haras, turfe e caça, além de sessões de canoagem, natação, pesca, boxe, bilhar e outros esportes.

A primeira área esportiva a receber uma cobertura mais elaborada dos veículos impressos foi o hipismo, em meados do século XIX, na França. A grande imprensa só abriu espaço em 1875, num momento de mudanças sociais e de crescimento de esportes populares, pois, até então, só se registravam notas sobre o boxe, iatismo e esgrima. Por isso, os pioneiros do jornalismo esportivo surgiram nos jornais populares. (FONSECA, 1997, p. s/nº)

Por ser praticado pelas classes menos favorecidas, o esporte era considerado um tema “inferior”, e só poderia mudar esse conceito se patrocinado ou praticado pela elite. Isso ocorreu quando o Barão Pierre de Coubertin, membro da alta cúpula francesa, fez ressurgir os ideais Olímpicos, de união entre os povos.

No início a imprensa esportiva oferecia informações e explicações sobre como praticar os mais variados esportes. Assim que o esporte começou a tornar-se importante, as colunas esportivas começaram a ganhar novo status, porque pessoas influentes e de classe alta começaram a se interessar pelos esportes e eram elas que apareciam nessas reportagens, o esporte ficava em segundo plano.

[...] Antes de 1939, havia a crônica esportiva e não um jornalismo organizado de cobertura de eventos. O primeiro órgão esportivo teria sido Bell's Life, inglês, depois chamado de Sporting Life. E, nos Estados Unidos, a imprensa esportiva só começou a destacar-se nos anos 20 deste século. (FONSECA, 1997, p. s/nº)

Baseado em Camargo (1998), as primeiras transmissões esportivas televisivas aconteceram na década de 30, em diversos países. Nos Estados Unidos uma partida de beisebol em 1935; na Alemanha os Jogos Olímpicos de Berlim no

contexto nazista em que Hitler queria mostrar a soberania Ariana, há um vídeo de divulgação dessa Olimpíada chamado Olímpia, em que há um resgate dos ideais Olímpicos, a BBC, da Inglaterra, mostrou a primeira jornada de Wimbledon, para o público britânico em 1937, na França, 1948, a primeira transmissão da Copa Mundial de Futebol, na íntegra.

A televisão teve grande participação nesse movimento de transformação do esporte, logo após a Segunda Guerra Mundial, o aparelho teve sua produção massificada.

Com a produção em massa dos aparelhos de TV e a difusão de canais por todo o mundo, instaurou-se, inicialmente, um relacionamento de certa rivalidade entre a televisão e os dirigentes esportivos, pois estes temiam que o televisual ao vivo pudesse diminuir o público pagante de ingressos. Mas o temor logo se revelou desnecessário, e com o aparecimento do sistema de satélites para transmissões à longa distância, ao vivo, a partir dos anos 60, esporte e televisão passaram a partilhar de uma "relação simbiótica", o que significa que eles apoiam-se mutuamente, e dependem um do outro, especialmente no plano econômico. (BETTI, 1997)

Ao propor uma nova associação entre a imagem e a linguagem, a televisão molda também novas maneiras de percepção. A escritora americana Virgínia Woolf, num ensaio sobre o cinema, em 1939, já percebia que a imagem cinematográfica era capaz de exprimir uma "linguagem secreta", que sentimos e vemos, mas não conseguimos articular em palavras. Como bem demonstrou Paul Virilio, o mundo povoado de imagens muda nossa percepção do tempo, que adquire primazia sobre o espaço. A TV é tele presença, o objeto é apresentado (e não mais representado) em tempo real - daí o sensacionalismo da "transmissão ao vivo". O esporte molda-se perfeitamente à forma desta nova linguagem das imagens; tudo é instantaneidade, ação e velocidade.

Para a televisão, importa tanto a forma de mostrar o esporte, como seu conteúdo. Uma consequência imediata é a fragmentação e a distorção do fenômeno esportivo, pois a televisão seleciona imagens esportivas, e as interpreta para nós, propõe um certo "modelo" do que é "esporte" e "ser esportista". Mas, sobretudo, fornece ao telespectador a ilusão de estar em contato perceptivo direto com a realidade, *"como se estivesse olhando através de uma janela de vidro"*. O filósofo

Paul Virilio<sup>1</sup> advoga, com perspicácia, que a janela é um objeto metafísico da arquitetura. A primeira janela é a porta-janela, típica dos castelos medievais; a segunda janela é a que mais conhecemos, aquela que ilumina, areja, e pela qual se olha e se é visto; a televisão é a terceira janela, através da qual o homem contemporâneo se abre para o mundo.

Embora a mídia afirme apresentar os eventos esportivos objetivamente, alegando reproduzir a realidade, a fase de produção, antes que o programa alcance o telespectador, envolve uma considerável construção seletiva e interpretação. Na verdade, a televisão codifica a realidade diante da câmara e constrói uma realidade textual autônoma. Daí o uso do termo "esporte mediado", por diversos autores. As diferenças podem ser explicadas, por um lado, pela natureza própria dos eventos esportivos e, por outro, pelas convenções do meio de comunicação.

---

<sup>1</sup> Paul Virilio é um democrata, crítico do neoliberalismo, do capitalismo, da globalização e do novo império da técnica em todas as suas formas, do ciberespaço à automação. "Velocidade" pode ser considerada a palavra-chave dos pensamentos de Virilio acerca da Cibercultura, pois, segundo ele, a realidade é definida por um mundo virtual, onde se pode estar em todos os lugares e ao mesmo tempo em nenhum, ou seja, não se tem mais a noção de tempo e espaço.

## 4 O VOLEIBOL PRONTO MIDIÁTICO PARA O CONSUMO

Assim acontece com o voleibol brasileiro, à medida que o próprio vem alcançando conquistas como a liga mundial, ouro olímpico, pan-americano de vôlei entre outros.

Existe uma figura que também é muito importante para fazer essa ligação entre a mídia e o esporte, é ele o espectador, responsável tanto pela ascendência do esporte, como também, da mídia, empresas que fazem o investimento chamadas também de “marcas”.

A vinculação entre mídia e empresas (marcas) forma um ponto de equilíbrio para o investimento no esporte. Pesquisas relatam o voleibol como o segundo esporte no qual as empresas escolhem para fazer este investimento, tendo uma porcentagem de 20% (HAIACHI ; MATARUNA).

Além da televisão a mídia impressa também tem sua grande participação no processo evolutivo do voleibol, tendo o papel de “gatilho” para a profissionalização do voleibol feminino no Brasil a partir da década de 80, com destaque para formação e manutenção dos ídolos esportivos, e a manutenção de modelos administrativos e de treinamento de algumas equipes (MOREIRA *et. al.*, 2007).

A iniciativa do executivo despertou interesse e resultou na possibilidade de profissionalização das seleções, além da criação de duas ligas nacionais para os times patrocinados<sup>2</sup>. À ação pioneira somaram-se as intervenções do Banco Bradesco do Rio de Janeiro, da Fábrica de Pneus Pirelli de Santo André e do Banco do Estado de São Paulo – Banespa.

Segundo Nuzman o vôlei saiu na frente, e poderá contribuir para o desenvolvimento dos outros esportes. As associações classistas estão se formando e trazendo novas perspectivas para o vôlei. [...] o processo de transição que se sente no mundo fará dos anos 80 a “década da indústria do esporte”, assim como aconteceu, em épocas passadas, com outras atividades. Assim foi com o teatro, o cinema, as artes e política. Hoje em dia não se concebe mais, por exemplo, um

---

<sup>2</sup> Antonio Carlos de Almeida Braga (Braguinha) amante do esporte e executivo da companhia de seguros Atlântica/Boavista.

político que não seja profissional, e isso não o desmerece em nada. Por que os esportes, principalmente os denominados amadores, não podem sofrer mudanças? [...] Essa mudança não só é inevitável como também poderá acontecer bem antes do que se imagina. O esporte alcançou seus limites em termos de amadorismo, e a tendência é a de descobrir outros objetivos e alcançar conquistas cada vez mais relevantes. Isso é parte de uma evolução, e o reconhecimento oficial é uma questão de tempo. Naturalmente que conhecendo tudo isso, o vôlei brasileiro não poderia ficar restrito aos espaços superados, e caminhamos para a profissionalização dentro e fora das quadras. As primeiras equipes a serem formadas com nomes dos patrocinadores foram: Pirelli de Santo André, Atlântica-Boavista (posteriormente Bradesco Atlântica), Sul-Brasileiro, Sadia, Frangosul, Olimpikus/Telesp, Cocamar/Cyanamid, Copagás, Lojicred, Sândalo e Hering. Para o segundo grupo, foram elencadas as equipes do Fiat/Minas, Flamengo/Petrobrás, Palmeiras/Parmalat, Grajaú/Refricentro, Náutico/Paraty, Paulistano/Transbrasil, União Suzano/Hoechst e o XV de Piracicaba/Dedini.

#### 4.1 A EXPLOSÃO DO VOLEIBOL NO BRASIL

Situação estratégica para um esporte que tem a pretensão de inserir-se no campo dos negócios, se resume a capacidade de adaptação ao processo das transmissões televisivas. Para o Brasil dois fatores foram importantes para tal adaptação, a primeira a sequencia de bons resultados em competições internacionais e a segunda a estrutura organizada apresentada pelo esporte.

Dessa forma, foram dados os primeiros passos na direção da fusão de clubes e empresas, o que resultou na formação de novas equipes, na remodelação do campeonato brasileiro, na consolidação de uma interdependência com a mídia, na estruturação dos preparativos das seleções e, finalmente, no processo de profissionalização e espetacularização do Voleibol nacional.

Bernard, considerado o jogador que mais faturou nesse período, entre salários e publicidade, associou sua imagem a anúncios de produtos como óleo Atlantic, Shampoo Wella, seguro-saúde Bradesco, toalhas Santista e Artex, Gelol e um modelo de tênis da Rainha. Renan foi garoto propaganda dos óculos da Bausch & Lomb, das roupas da Company e, juntamente com Bernardinho, lançou uma grife

esportiva. Montanaro divulgou o iogurte Bliss e os serviços do Banespa e editou, com William, a revista Saque, que por sua vez gerou uma confecção de roupas esportivas. Xandó assinou contratos publicitários com a Rainha, o Bradesco e a fábrica de laticínios Yakult.

Os investimentos não ficaram restritos aos atletas das equipes masculinas, nem tampouco limitaram-se à promoção de produtos diversos. As jogadoras Jacqueline e Isabel abriram a Pallavolo, uma lanchonete especializada em sanduíches e saladas naturais. Vera Mossa, Eliani, Ana Richa, Ana Moser e Fernanda Venturini, entre outras, faziam aplicações no mercado especulativo do open, do overnight e na caderneta de poupança. Bernardinho inaugurou a Cuca-Fria Congelados, uma casa de comida congelada. Bernard investiu numa sociedade com a Rainha Materiais Esportivos para lançar sua loja no Barrashopping. Por último, Fernandão se propôs a “vender saúde” quando construiu uma grande academia de ginástica em um bairro nobre do Rio de Janeiro.

## 4.2 A MIDIA E A INFLUENCIA NAS REGRAS DO VOLEIBOL

A capacidade desse meio de comunicação de aglutinar um elevado número de pessoas, das mais diversas regiões e classes sociais, em torno da transmissão de um evento esportivo foi responsável pelo redirecionamento e ascensão dos investimentos da iniciativa privada na modalidade. Outra característica era a garantia de retorno publicitário crescente e menos dispendioso ao erário das empresas, principalmente se comparado aos custos das propagandas convencionais.

A união esporte-televisão não poderia ter sido mais feliz. Desta união, resultaram a popularização do esporte, a difusão de seu caráter educativo e social, a inserção do esporte na vida cotidiana das pessoas através da ampla cobertura deste meio e maior promoção dos eventos a partir da garantia de retorno ao patrocinador. Contudo, também, a televisão é forçada a adaptar-se às exigentes demandas por parte do público. Bom para todos. A utilização de novas tecnologias e a maior sofisticação dos programas gera por parte das entidades que dirigem diversas modalidades esportivas a necessidade de produzirem melhores espetáculos e, portanto, se profissionalizarem (NUZMAN, Carlos Arthur 1995. p. 9, 1995)

De junho de 1988 a abril de 1989 foram gastos para o marketing e a manutenção da equipe u\$ 569.358,00, em contrapartida, a título de propaganda institucional da marca sadia em quatro redes de televisão e onze jornais, o valor atingiu a soma de u\$ 1.805.522,00.

Eu prefiro um ginásio vazio com transmissão da televisão a um ginásio cheio, sem televisão. O vazio atinge milhões de telespectadores em todo o país. No ginásio cheio, sem televisão, apenas 10 mil ou 20 mil. Número reduzido para quem quer conquistar patrocinadores, popularidade, resultados e novos adeptos. (NUZMAN, apud PINHEIRO, 1995, p. 109).

A televisão impôs condições no sentido de superação das particularidades que inviabilizavam sua melhor comercialização. Essa conduta interferiu nas alterações das regras da modalidade, contribuindo com a solução de continuidade no processo de metamorfose do sentido e da prática do Voleibol ao longo da sua história.

Pelo exposto, baseados em dados levantados, analisados e criteriosamente comparados e avaliados, podemos dizer que o retorno mercadológico propiciado pelo vôlei feminino da SADIA, superou as expectativas. Firmou positivamente a marca SADIA junto aos mais diferentes segmentos da sociedade brasileira. [...] A multiplicidade de cartas, telefonemas recebidos dos diferentes recantos do Brasil são a maior prova disto. [...] quando a imagem da equipe vencedora, jogando com garra e amor foi passada ao público brasileiro do Norte ao Sul do País. Proporcionando a integração dos funcionários nas diversas unidades, notadamente em São Paulo onde se formou a Torcida Associada SADIA [...] média de 4.052 torcedores aos ginásios na fase final, [...] Evidenciou a presença de uma marca, de uma empresa sólida, onde se trabalha com seriedade e com padrão de qualidade, e que hoje é um nome de respeito no esporte brasileiro. Avalizado pelas Empresas do Grupo SADIA, que entenderam a dimensão do esporte como investimento e suporte à marca, o balanço proporcionado pelo vôlei feminino foi altamente positivo. (MARCHI, 2001, p.155)

A orientação para o espetáculo exigiu das entidades diretivas do Voleibol uma readaptação da modalidade nos conceitos de competitividade, emotividade, dinâmica e duração das partidas.

Para Nuzman (1995), a televisão ampliou o impacto que o esporte exerce sobre as relações comerciais e a política, e mudou o perfil do evento esportivo. Hoje, a televisão desempenha papel de fundamental importância na escolha dos esportes

a serem disputados e como serão disputados. A oportunidade de cobertura dos maiores eventos esportivos também gerou uma forte competição entre as maiores redes de televisão e passou a redefinir o que o público espera assistir.

As mudanças de regras não são exclusividade da década de 1990 e, nitidamente, os seus objetivos variaram conforme os ciclos e viradas na história do Voleibol.

De 1912, com a adoção do sistema de rodízio entre os jogadores, até 1976, com a inclusão das antenas para a delimitação da extensão da rede, a modalidade sofreu incursões e alterações que buscaram melhorar a performance do jogo e equilibrar a probabilidade de êxito entre os fundamentos de ataque e defesa.

A partir de então, as regras foram assimilando tendências internacionais da competição e incorporando especificidades para atender às exigências e necessidades das transmissões televisivas.

Em 1984, no Congresso Técnico da FIVB, em Los Angeles, definiu-se a inclusão de três novas regras: a proibição do bloqueio de saque, a permissão de dois toques na defesa do mesmo jogador e a invalidação do ataque do fundo da quadra quando ocorrer a invasão da linha demarcatória da zona de ataque.

A partir do Simpósio de Lausanne/Suíça, em 1986, a FIVB decidiu assumir as exigências da mídia para expor com mais intensidade o espetáculo Voleibol. Em 1988, após as Olimpíadas de Seul, com vistas à redução de tempo dos jogos e ao aumento de chances da defesa, foi adotado o sistema de tie-break no quinto set e a permissão de uso de qualquer parte do corpo na ação defensiva. Ainda nesse período, incluiu-se o tempo técnico no oitavo ponto de cada set para exposição dos patrocinadores, e a obrigatoriedade da utilização do piso Taraflex (material específico para maior absorção de líquidos e impactos) em competições internacionais.

Do ano de 1994 em diante, especificamente do Congresso Técnico do Mundial de Atenas/Grécia, várias alterações reconfiguraram a modalidade no campo esportivo. Procurando deixar a competição mais espetacular e, ao mesmo tempo, mais viável para as transmissões e previsões de horários de televisão, instituiu-se a defesa voluntária com os pés, a aceitação de contatos sucessivos em partes do corpo simultaneamente no primeiro toque, além do tempo técnico no quinto e décimo ponto de cada set.

Criado em 1996 e oficializado pela FIVB em novembro de 1997, o líbero passou a figurar no Voleibol. Essa função foi desenvolvida para o atleta otimizar a defesa e a recepção de sua equipe, sem contudo poder atacar ou sacar.

Ainda em 1997, tivemos na Superliga Nacional 97/98 o uso experimental dos sets jogados em 25 minutos, sendo que a decisão do set, no sistema tie-break, ocorreria caso nenhuma equipe atingisse o 15º ponto no tempo previsto. Essa regra não foi oficializada pela FIVB. Na temporada 98/99, foi a vez do sistema de 25 pontos corridos sem vantagem nos sets.

Com o sucesso do teste realizado, foi feita a oficialização da regra para o Mundial do Japão, em novembro de 1998. E às vésperas dos Jogos Olímpicos de Sydney, na Copa do Mundo e na Liga Mundial de 1999, foi introduzida a regra que validava o saque “queimado” (bola tocando na rede).

A introdução de novas regras para o Voleibol certamente aprimorou o layout da modalidade como produto de comercialização para as redes de televisão, haja vista, por exemplo, a redução do tempo de transmissão das partidas, em média, de 25% nos jogos masculinos e 15% nos femininos. Entretanto, a opinião dos envolvidos no campo esportivo ficou dividida.

Desses posicionamentos e na incursão das providências para adequação de uma modalidade esportiva aos parâmetros de um produto midiático, ressaltamos sobremaneira o poder do capital econômico em detrimento do capital esportivo. A “essência do jogo”, como mencionado anteriormente, sucumbiu aos interesses, anseios e objetos de disputa inerentes ao campo esportivo constituído. Nesse sentido, o Voleibol assumiu um poder simbólico compatível com as representações e disposições estruturadas na sociedade de consumo.

## 5 METODOS

Nesta etapa, será apresentado o que a literatura especializada vem discutindo sobre o tema "influência da mídia no voleibol", com intuito de se debruçar sobre os textos publicados nos principais periódicos brasileiros, tendo como base a avaliação de periódicos desenvolvida pela Coordenação de Aperfeiçoamento do Ensino Superior (CAPES).

Foram selecionados para comporem parte da investigação os seguintes periódicos da Educação Física, descritos no quadro 1, abaixo:

Quadro 1 – Descrição dos periódicos da Educação Física.

<b>NOME DA REVISTA</b>	<b>Qualis Capes</b>	<b>Existe desde:</b>
Revista Brasileira de Ciências do Esporte	B1	1979
Revista da Educação Física /UEM (REF/UEM);	B1	1989
Revista Motriz RMZ	B2	1995
Revista Motrivivência	B4	1988
RMO - Revista Movimento	A2	1994
RPP - Revista Pensar a Prática	B2	1998
RBCM - Revista Brasileira de Ciência e Movimento	B2	1987

O processo de busca foi realizado dentro das próprias bases de dados de cada respectivo periódico foi realizado a partir dos seguintes termos separadamente: "voleibol", "mídia", "vôlei", no período de setembro à novembro de 2013, conforme resultados apresentados no quadro 2 abaixo:

Quadro 2 – Descrição dos periódicos e o número de publicações sobre mídia e voleibol

<b>NOME DA REVISTA</b>	<b>NÚMERO DE PUBLICAÇÕES ENCONTRADO</b>	<b>NÚMERO DE PUBLICAÇÕES QUE SE ENQUADRAM</b>
Revista brasileira de ciências do esporte	17	04
Revista da Educação Física /UEM (REF/UEM);	05	0
Revista Motriz RMZ	152	0
Revista Motrivivência / Labomídia	06	01
RMO - Revista Movimento	0	0
RPP - Revista Pensar a Prática	28	0
RBCM - Revista Brasileira de Ciência e Movimento RBCM	22	0

Considerando o número de textos encontrados que atendiam os critérios, foram selecionados os seguintes textos, disponível no quadro 3, abaixo:

Quadro 3 – Lista de artigos que atendem aos critérios de inclusão.

<b>ANO</b>	<b>AUTOR</b>	<b>TITULO</b>	<b>REVISTA</b>
1996	PINHEIRO, Ana Beatriz L. de Faria	O marketing no voleibol brasileiro masculino no período de 1980 a 1994	Revista Brasileira de Ciências do Esporte
2005	MARCHI JÚNIOR, Wanderley	O processo de ressignificação do voleibol a partir da inserção da Televisão	Revista Brasileira de Ciências do Esporte

		no campo esportivo	
2008	VLASTUIN, Juliana, ALMEIDA, Bárbara Schausteck de, MARCHI JÚNIOR, Wanderley	O marketing esportivo na gestão do voleibol brasileiro: Fragmentos teóricos referentes ao processo de espetacularização da modalidade	Revista Brasileira de Ciências do Esporte
2010	MARONI, Fernando Castro, MENDES, Dilson Ribau e BASTOS, Flávia da Cunha.	Gestão do voleibol no Brasil: o caso das equipes participantes da Superliga 2007-2008	Revista Brasileira de Ciências do Esporte
2006	PIRES, Giovani De Lorenzi.	Mídia, Esporte e Ilusão	Revista Motrivivência

A partir da análise dessas publicações será feito o levantamento dos dados que nortearão o estudo levando em consideração as influências da mídia no voleibol brasileiro, sistematizando e comentando cada texto de forma individual

## 6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Quadro 4 – Descrição do “Estudo 1” sobre a influência da mídia no voleibol brasileiro.

Autor, Ano de Publicação	Titulo	Delineamento	Revista	Objetivo do estudo
Pires, Giovani De Lorenzi. Jun. 2006.	MÍDIA, ESPORTE E ILUSÃO	Para desenvolver a temática deste texto, nosso primeiro movimento será no plano da tecnologia, isto é, sobre como a técnica de produção midiática, especialmente a televisiva, consegue construir uma representação da cultura esportiva.	Motrivivência	Pretende levantar alguns elementos sobre as consequências desta representação tecnologicamente mediada da realidade sobre o conjunto de representações sociais sobre esporte na cultura contemporânea
<b>Resultados</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sucesso da associação entre esporte e mídia, podendo citar o fato de que a News Corporation, conglomerado de empresas do ramo das comunicações, de propriedade do magnata australiano Rupert Murdoch, tem na sua rede de canais por assinatura British Sky Broadcasting (B. Sky B.), que apresenta a maior grade de programação esportiva, a empresa mais lucrativa da corporação.</li> <li>• Introdutoriamente, podemos afirmar que com as novas tecnologias de comunicação no campo da transmissão eletrônica do esporte, o espectador, presente ao local da disputa, e o telespectador, que assiste através da televisão<sup>2</sup>, consomem espetáculos diferentes.</li> <li>• A lente da câmera tenta reproduzir a dinâmica do olho humano, mas, é claro, não é igual ao olho humano.</li> <li>• Consciente desta maior capacidade do olho humano, o procedimento tecnológico de modulação da imagem reproduzido pela televisão se dá pelas diferentes variações de enquadramento das tomadas de imagem, que significa diferentes ângulos de abertura da lente. Isso permite alterar o foco da imagem por meio da convergência a um único</li> </ul>				

ponto (em um close, por exemplo) ou a sua dispersão por uma maior superfície. Além disso, por dispor de diversas câmeras operando concomitantemente, a televisão consegue fazer diferentes tomadas, esquadrinhando o espaço objetivado.

O presente estudo do “Quadro 1” traz as relações entre o esporte e os meios de comunicação, e como vem despertando a atenção de diversos campos sociais, entre eles, o econômico e tecnológico. Mostrando a necessidade de o esporte torna-se espetáculo, tal interesse é despertado a partir da análise da magnitude que o fenômeno midiático-esportivo representa na dinâmica cultural, sobretudo pela concentração de fatores técnicos, econômicos, culturais e sociais.

Mostra a relação de interdependência entre o esporte e a mídia, por terem antecipadamente garantidos espectadores, um certo roteiro, atores/atletas e o cenário, o pode facilitar a transformação em produto facilmente comercializável em escala global.

Quadro 5 – Descrição do “Estudo 2” sobre a influência da mídia no voleibol brasileiro.

<b>Autor, Ano de Publicação</b>	<b>Título</b>	<b>Delineamento</b>	<b>Revista</b>	<b>Objetivo do estudo</b>
Pinheiro, Ana Beatriz L. de Farias. Maio 1996.	O marketing no voleibol brasileiro masculino no período de 1980 a 1994	Caracterizada como uma pesquisa histórica baseou-se em fontes primárias e secundárias, tendo sido entrevistadas personalidades envolvidas com os principais aspectos relatados e consultados documentos originais.	Revista Brasileira de Ciências do Esporte	O estudo teve como principal objetivo analisar a atuação do marketing no voleibol masculino brasileiro no período de 1980 a 1994.
<b>Resultados</b>				

- O Voleibol é caracterizado como um Desporto-Espetáculo.
- O Voleibol brasileiro passou por uma mercadorização, sendo comercializado sob a forma de diferentes produtos, consumidos evidentemente pelos fãs do esporte, envolvidos pelas campanhas publicitárias.
- A mídia criou e cristalizou ídolos esportivos, vendendo suas imagens, com base nos padrões de eficiência determinados pela sociedade capitalista, modificando assim, as características do desporto, tornando-o mais atrativo ao consumo.
- A profissionalização no voleibol foi decorrente da sua manutenção no desporto espetáculo, o que não podia prescindir de profissionais especializados, para manter a qualidade do produto a ser oferecido ao mercado.
- A participação do marketing no voleibol brasileiro resolveu as dificuldades de ordem financeira que impediam a sua evolução.

O estudo realizado por Pinheiro (1996) no “Quadro 2”, faz o levantamento dos momentos históricos do voleibol proporcionados pela associação do esporte com a mídia, mostrando a participação dos setores de marketing das iniciativas privadas conseguiram resolver problemas de caráter financeiro resultando na profissionalização dos esportes.

Dessa forma foi possível associar as imagens dos jogadores às grandes campanhas publicitárias trazendo benefícios para os clubes de voleibol no período de 1980 a 1994.

Quadro 6 – Descrição do “Estudo 3” sobre a influência da mídia no voleibol brasileiro.

<b>Autor, Ano de Publicação</b>	<b>Título</b>	<b>Delineamento</b>	<b>Revista</b>	<b>Objetivo do estudo</b>
Marchi Junior, Wanderley Jan. 2005.	O processo de ressignificação do voleibol a partir da inserção da Televisão no campo esportivo.	Busca entender o processo de ressignificação do voleibol, encontrando diversas instituições e inter-relações das quais destacam-se os meios de comunicação de massa, especificamente, a televisão para	Revista Brasileira de Ciências do Esporte	Neste artigo, procuramos realizar uma leitura do voleibol, essencialmente na década de 1980, destacando a inclusão do universo midiático no conjunto de suas relações.

		análise.		
<b>Resultados</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• As agências de marketing esportivo, mostram claramente o interesse do público em relação à programação televisiva destacando que cerca de 60% das pessoas que assistem à televisão querem ver esportes.</li> <li>• Um outro elemento que contribuiu nesse processo foi a suposta garantia de retorno publicitário crescente e menos dispendioso aos cofres das empresas, principalmente se comparado aos custos das propagandas convencionais.</li> <li>• As fábricas propriamente ditas e os setores de comércio e serviços têm, no esporte, a grande oportunidade de mercados mais desenvolvidos, com mais chances de crescimento e maior economia de escala. Já patrocinadores e anunciantes têm no esporte um excelente instrumento de marketing, comunicação, ampliação do share e diferenciação. Atletas, técnicos e dirigentes têm um mercado de trabalho que possibilita o desenvolvimento técnico e de carreira. Clubes, ligas, federações, confederações obtêm recursos além da bilheteria e contribuição de sócios, enfim, mais desenvolvimento para o próprio esporte.</li> <li>• Fazendo um resgate histórico dos campeonatos nacionais de voleibol da década de 1980, percebemos uma torrencial divulgação de marcas e produtos naquilo que podemos chamar de “pioneira vitrine comercial” do esporte brasileiro.</li> <li>• O conjunto de relações do esporte e o envolvimento da mídia com as transmissões, vendas e concessões dos espetáculos esportivos transformaram-se em fator imperativo diante das decisões acerca do voleibol nacional.</li> <li>• A televisão determina uma construção social da realidade portadora de capacidade mobilizadora ou desmobilizadora. Sob certos aspectos, torna-se arbitrária quanto à existência social ou política.</li> </ul>				

O estudo feito por Marchi Junior (2005) constrói um diálogo entre o voleibol brasileiro e a mídia através da ressignificação do esporte, pelos fatores mercadológicos e a influência da televisão em produzir o fenômeno midiático levando o produto/esporte a casa do telespectador.

Evidencia a vontade do torcedor/telespectador em assistir os eventos pela televisão, fato este que hoje em dia, fica cada vez mais forte pelo crescimento da violência, preferindo o mesmo ficar na comodidade da sua casa.

Quadro 7 – Descrição do “Estudo 4” sobre a influência da mídia no voleibol brasileiro.

Autor, Ano de Publicação	Titulo	Delineamento	Revista	Objetivo do estudo
VLASTUIN, Juliana,  ALMEIDA, Bárbara Schausteck de,  MARCHI JÚNIOR, Wanderley Maio de 2008	O marketing esportivo na gestão do voleibol brasileiro: Fragmentos teóricos referentes ao Processo de espetacularização da modalidade	Foi realizada a construção exploratória do tema a partir da associação de marcas com o esporte no âmbito profissional. Tendo como perspectiva uma relação mercantil resultante de um reordenamento histórico do voleibol.	Revista Brasileira de Ciências do Esporte	O objetivo do presente trabalho é apresentar a ferramenta do marketing esportivo integrada à gestão do voleibol brasileiro.
<b>Resultados</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O voleibol brasileiro foi uma modalidade que tirou proveito de suas potencialidades como esporte, tendo a Confederação Brasileira de Voleibol (CBV) desenvolvido uma gestão profissional integrada à lógica mercantil.</li> <li>• O <i>marketing</i> esportivo tem maior impacto nos Estados Unidos, embora outras partes do mundo estejam diminuindo essa disparidade. As ligas profissionais de esporte, como as de basquete, beisebol e futebol americano, indicam um exemplo dessa supremacia norte-americana de desenvolvimento.</li> <li>• O alto nível de competitividade internacional pode elevar as condições de mercantilização da modalidade, pois desperta maior interesse do público e, conseqüentemente, o aumento de exposição na mídia.</li> <li>• As relações entre esporte profissional e capital são muito antigas, desde os jogos antigos, recursos humanos e materiais consideráveis eram mobilizados. Após a Revolução Industrial de meados do século XIX na Inglaterra, novas formas de atividades apareceram e multiplicaram as interações entre o esporte e a economia.</li> </ul>				

O estudo realizado no “Quadro 4”, tem um caráter explicativo de fácil entendimento, mostrando como o voleibol brasileiro conseguiu se agarrar ao fenômeno do marketing esportivo assim alavancado seu status, e firmando-se como esporte rentável a partir da sua liga nacional se equiparando ao nível dos campeonatos de alto nível internacional.

Quadro 8 – Descrição do “Estudo 5” sobre a influência da mídia no voleibol brasileiro.

Autor, Ano de Publicação	Título	Delineamento	Revista	Objetivo do estudo
<p>MARONI, Fernando Castro, MENDES, Dilson Ribau e BASTOS, Flávia da Cunha. Abr./Jun. 2010</p>	<p>Gestão do voleibol no Brasil: O caso das equipes participantes da Superliga 2007-2008</p>	<p>A presente pesquisa, descritiva e exploratória sendo aplicado questionário junto aos gestores das equipes, composto de questões abertas e fechadas</p>	<p>Revista Brasileira de Ciências do Esporte</p>	<p>Tem como objetivo descrever o perfil do gestor e as características organizacionais de equipes de Voleibol do Brasil participantes da Superliga de Voleibol 2007-2008, através de estudo de casos múltiplos</p>
<b>Resultados</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O cenário nacional da gestão de entidades esportivas apresenta mudanças nos últimos anos, evoluindo na direção da profissionalização, mas ainda se coloca muito aquém de outros países quanto a gestão profissional do Esporte.</li> <li>• Com a profissionalização de várias modalidades esportivas e o aumento de investimentos e de transmissões televisivas, o Esporte foi se transformando em importante negócio, exigindo uma gestão muito mais preparada e que entenda e acompanhe essas mudanças.</li> <li>• O Voleibol é a segunda modalidade mais praticada do País, a primeira na preferência do público feminino, e vem obtendo cada vez mais espaço dentro do cenário esportivo profissional.</li> <li>• Pode-se supor que em equipes de Voleibol o supervisor é profissional situado no centro operacional das entidades, e portanto responsável por funções menos estratégicas do que as do gerente, situado em posição superior na linha hierárquica, e que teria funções mais relacionadas àquelas do vértice estratégico de organização.</li> </ul>				

Maroni, Mendes e Bastos (2010) trazem um estudo em que exalta a figura dos gestor dentro das equipes de voleibol, o que se torna importante para a

mudança dos parâmetros de condução dos clubes de voleibol e também de outros esportes.

Fica forte a evidencia de como o Brasil está atrás dos países europeus, os quais a profissionalização dos seus gestores se deu desde a década de 1980, enquanto aqui no nosso país a CBV formalizou a profissionalização do gestor de voleibol em 1997, dando novos moldes ao modelo empresarial, fundamentando a sua estrutura de negócios.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as elaborações desta pesquisa, de acordo com o problema pesquisado, torna-se possível alguns apontamentos finais. No que se refere às regras, o voleibol é um esporte de extrema dinamicidade, pois através das análises realizadas neste estudo pode-se perceber o quanto o esporte já se modificou desde sua criação.

Pode-se ainda observar através dos registros desta pesquisa que algumas regras sofreram modificações, tanto para melhor a dinâmica jogo, quanto para fazê-lo mais atrativo diante dos olhos do espectador, como as oficializadas em 1947 após fundação da FIVB e criada a Comissão das Leis de Jogo, após a criação dessa comissão, as mudanças foram:

- a bola pode tocar duas partes do corpo desde que simultaneamente;
- inicia sacando no set seguinte a equipe perdedora do anterior;
- a bola pode tocar a rede durante o rali;
- permitir a infiltração (jogador da defesa desloca-se para a zona de ataque a fim de realizar o levantamento);
- dois tempos por set;
- permitir o bloqueio coletivo

Assim como todo lado como quanto as especificações da bola, a ação de saque, ou as regras em relação aos toques na bola, assim como a pontuação e sistema de pontuação, e quanto à ação de bloqueio.

Percebe-se que muitas destas modificações se deram em função da evolução do esporte e da necessidade de adaptar o jogo ao público moderno. Modificações na regra do saque mudaram o ato de sacar, transformando um simples significado de pôr a bola em jogo em uma arma ofensiva. Com a introdução de um jogador de defesa - o líbero o tempo dos "rallys" aumentou, e o jogo, em forma de espetáculo, tornou-se mais atraente; a modificação do sistema de pontuação fez com que partidas de voleibol que antes duravam cerca de três horas ou mais, hoje não costumem passar de uma hora e meia, facilitando assim o televisionamento das partidas e tornando o esporte mais popular.

Por sua vez o esporte passou a ser mais rentável para as empresas que vinculam suas marcas a esse esporte, por poderem estampar suas marcas nas camisas do atletas e vincula-los em seu comerciais publicitários.

Alguns elementos do voleibol mantêm ainda hoje a sua essência, mas este esporte está longe de ser descrito como quando de sua invenção, como um esporte calmo e para relaxamento. O voleibol é hoje um dos esportes mais praticados no Brasil, e sua expansão continua a cada dia.

A literatura especializada apresenta a organização como importante para a popularização da modalidade, fato que permitiu atrair investidores que, em paralelo com a mídia, lança mão da associação de seus produtos a atletas e eventos para que ambos tenham representatividade. Assim, os aspectos positivos e negativos da influência da mídia tentam se equivaler para que ora voleibol esteja acima dos interesses da mídia e ora a mídia esteja acima dos interesses do voleibol.

Cabe sinalizar a necessidade de olhar com cuidado as influências da mídia não sobre o produto voleibol, mas em especial aqueles que compõem a parte principal do espetáculo que são os jogadores que, por vezes, não são levados em considerações suas peculiaridades para horário de jogos e exigências de performance. Sobre este aspecto, fazem-se necessários estudos mais aprofundados para melhor tratar sobre este tema.

## REFERÊNCIAS

- BETTI, Mauro, **A janela de vidro: esporte, televisão e educação física.** Exemplar corresponde à redação final da Tese de Doutorado, Universidade estadual de Campinas, 1997.
- BETTI, Mauro. Corpo, cultura, mídias e educação física: novas relações no mundo contemporâneo. Revista Digital EFDeportes.com, Buenos Aires, ano 10, n. 79, dez. 2004.
- BIZZOCCHI, C. **O voleibol de alto nível: da iniciação à competição.** Barueri, SP: Manole, 2004, 269p
- CARVALHO, Fabiano. **As adaptações ocorridas no treinamento técnico-tático das equipes de voleibol de Florianópolis em função das modificações das regras.** Monografia Graduação – CEFID – UDESC, 2000
- CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VOLEIBOL (CBV), **A História do Voleibol.** [HTTP://www.cbv.com.br/cbv2008/institucional/histvolei.asp](http://www.cbv.com.br/cbv2008/institucional/histvolei.asp).
- DAIUTO, M. **Voleibol.** São Paulo: Editora Cia Brasil, s/d
- FONSECA, O. **Esporte e Crônica Esportiva.** TAMBUCCI, P.L. & OLIVEIRA, J.G.M.de & COELHO SOBRINHO, J. (orgs.) *Esporte & Jornalismo*, São Paulo, CEPEUSP, 1997.
- GIL, Antônio Carlos - **Como elaborar projetos de pesquisa /** Antônio Carlos Gil. — 3. ed. — São Paulo: Atlas, 1991
- HAICHI, M. C., MATARUNA, L., **Patrocínio no esporte: uma visão das melhores empresas sobre escolha de modalidades esportivas como forma de investimento.** EFDeportes.com, Revista Digital. Buenos Aires, v. 13, n. 199, abril 2008.
- HAICHI, M. C. et. al., **Scout de finalização: um modelo de monitoramento de jogo em voleibol.** <http://www.efdeportes.com/> Revista Digital - Buenos Aires - Año 13 - N° 126 - Noviembre de 2008.
- KOCH, Rodrigo, **Tie-Break: a saga dourada do vôlei masculino do Brasil.** Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2005
- MARCHI JUNIOR, W. **“Sacando” o voleibol: do amadorismo à espetacularização da modalidade no Brasil (1970 – 2000)** Tese de doutorado apresentada à Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas, 2001.

MARCHI JUNIOR, W. **O processo de ressignificação do voleibol a partir da inserção da Televisão no campo esportivo.** Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v. 26, n. 2, p. 149-162, jan. 2005

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E.M. **Metodologia do trabalho científico.** 5.ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2001. p. 43-44

Maroni, Fernando Castro, Mendes, Dilson Ribau and Bastos, Flávia da Cunha **Gestão do voleibol no Brasil: o caso das equipes participantes da Superliga 2007-2008.** Rev. bras. educ. fís. esporte (Impr.), Jun 2010, vol.24, no.2, p.239-248

MARTINS, Paulo César. **No duro jogo dos negócios, atletas aprendem a dar fintas na inflação.** O Globo, Rio de Janeiro, 7 out. 1984.

MOREIRA et. al., **Considerações iniciais sobre a participação da mídia impressa na profissionalização do voleibol feminino no brasil.** – a Primeira metade da década de 80.

NUZMAN, Carlos Arthur. O marketing esportivo e a aliança com a televisão. **Vôlei Técnico**, Rio de Janeiro, CBV, ano 2, n. 6, p. 9, 1995.

NUZMAN, Carlos Arthur. Depoimento pessoal. In: PINHEIRO, Ana Beatriz Latorre de Faria. **O marketing no voleibol brasileiro masculino no período de 1980 a 1994.** Rio de Janeiro, 1995. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Educação Física e Desporto.

OLIVEIRA, Denize Eduarda da Silva et. al., **Características da pontuação em partida da superliga masculina de voleibol.** Tópicos Especiais em Ciência da Atividade Física e do Esporte. Gráfica Ed. J. Andrade, Aracaju-SE 2010.

**OLIVEIRA, Katielle M. Santos de , HAIACHI M. C.,** A geografia do Voleibol: um estudo de caso sobre a superliga masculina de Voleibol. Tópicos Especiais em Ciencia da Atividade Física e do Esporte. Gráfica Ed. J. Andrade, Aracaju-SE 2010.

PINHEIRO, Ana Beatriz L. de Faria, **O marketing no voleibol masculino brasileiro no período de 1980 a 1994.** Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v. 17, n. 3, maio 1996.

PIRES, Giovani De Lorenzi. Esporte, mídia e ilusão. In: MELO, Vitor A.; TAVARES, C. (orgs). **O exercício reflexivo do movimento: Educação Física, lazer e inclusão social.** Revis. Motrivivência - Rio de Janeiro de Janeiro: Shape; SESC-Rio, 2006.

SAMPAIO, R. F.; MANCINI, M. C. Estudos de Revisão Sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Rev. Bras. de Fisioterapia**, São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89, jan/fev, 2007.

SOARES LEITE, Werlayne Stuar, **Ilusão em Massa: o papel da mídia no esporte** <http://www.efdeportes.com/> Revista Digital - Buenos Aires - Año 13 - Nº 123 - Agosto de 2008.

VLASTUIN, Juliana, ALMEIDA, Bárbara Schausteck de, MARCHI JÚNIOR, Wanderley. **O marketing esportivo na gestão do voleibol brasileiro: fragmentos teóricos referentes ao processo de espetacularização da modalidade.** Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v. 29, n. 3, p. 9-24, maio 2008