V coMcult
o que custa o virtual?

ETNOGRAFIA NA COLEÇÃO DO ÁLBUM DE FIGURINHAS DA COPA DO MUNDO: CULTURA, SOCIABILIDADE E RESSIGNIFICAÇÃO

Camila Augusta Alves Pereira[1]
Anderson de Almeida Cano Ortiz[2]

Resumo
O presente trabalho propõe uma reflexão sobre redes de sociabilidade e cultura por meio da temática da Copa do Mundo de Futebol de 2014 e a coleção do álbum de figurinhas do evento. Tais conceitos são analisados a partir da observação de grupos que se reuniram para a troca de cromos e nos encontros partilhavam interesses, afetos e noções de pertencimento a uma comunidade.
Palavras-chave: Figurinhas. Sociabilidade. Cultura. Copa do Mundo.

Introdução

A realização da Copa do Mundo no Brasil em 2014 se apresentou como fato histórico, social, econômico e comunicacional, visto como empreendimento que mobilizaria a sociedade, com promoções, investimentos públicos e privados. Atrelada às expectativas do mercado e da economia, o megaevento possibilitaria ainda a concentração de pessoas, as confraternizações e o estímulo do consumo.

O artigo aqui apresentado propõe uma revisão e atualização para o trabalho *A comunidade e a troca de figurinhas da Copa do Mundo de 2014*[3], buscando refletir sobre cultura, redes de sociabilidade e o papel da mulher, a partir das temáticas da Copa do Mundo no Brasil e a troca de figurinhas. Logo, a pesquisa vai a campo com o intuito de compreender o ato de compartilhar afetos, interesses, o espaço público e as relações sociais estabelecidas nos encontros. O novo recorte torna-se possível pelo fato de o país possuir forte identificação e vínculo com o futebol, da mobilização devido ao evento e as descobertas do objeto, que

[1] Doutoranda do Curso de Pós-graduação em Comunicação Social da UERJ. Professora Faculdades Integradas Hélio Alonso - FACHA. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Esporte e Cultura da UERJ, cadastrado no CNPq. E-mail: camila.augusta@yahoo.com.br.
[2] Doutorando do Curso de Pós-graduação em Comunicação Social da UERJ. Professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM e Faculdades Integradas Hélio Alonso - FACHA. E-mail: anderonortiz03@gmail.com.
[3] Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

merecem ser exploradas, principalmente no tocante à ressignificação do processo de estar com o outro para trocar figurinhas.

Colecionar álbuns de figurinhas da Copa do Mundo é tradição no Brasil. Edições das Copas de 1950 e de 1970 podem ser adquiridas em sebos, com valores variando entre R$ 5 e R$ 17 mil. A edição completa do álbum da Copa do Mundo de 2014 também pode ser comprada, no valor de R$ 300[4]. Dessa forma, por meio da observação participante, modo de pesquisar da etnografia que insere o pesquisador na comunidade estudada (ANGROSINO, 2009: p. 30), este trabalho busca identificar e descrever como se dá a atuação e a interação entre os colecionadores em três grupos de encontros para troca de figurinhas (Niterói - RJ, Rio de Janeiro e São Paulo). Para a escolha do objeto leva-se em conta o fato da pesquisa ser atual, já que o tema fez parte do cotidiano dos brasileiros e marcou presença na mídia, além de ser resultado de experiência dos pesquisadores e do desejo em agregar informações sobre algo que afetou grupo de pessoas.

Copa do Mundo no Brasil e Álbum de figurinhas

No Brasil, o futebol tornou-se instrumento de representação do país e uma das dimensões do 'ser brasileiro', aquela que reúne classes e sintetiza a cultura. O esporte é visto como espaço de encontro de classes e de tradições que podem diferenciar o país das outras nações, sendo o futebol uma das formas expressão da cultura nacional. Tem ainda papel importante como princípio aglutinador do povo brasileiro, na sua constituição como nação e na esfera da identidade nacional (ORTIZ, 1994 e GUEDES, 1998).

Para compreender o futebol enquanto parte da cultura nacional e a popularização da tradição do esporte, e ainda da atividade de troca de figurinhas, a pesquisa recorre a autores que se aventuram no debate sobre "O que é a cultura?". Teixeira Coelho, no livro *A cultura e seu contrário* (2008), faz uma reflexão sobre a temática passeando por definições de diversos pensadores, ora de forma a contradizê-los, ora estabelecendo um diálogo por meio de usos e consumos da cultura. O teórico aponta que o conceito etnológico mais amplo de cultura, ou civilização, ainda no pensamento iluminista, seria o todo complexo que compreende aquilo que tem um valor próprio a ser reconhecido, um estilo que se manifesta na língua, nas crenças, na arte e que veicula uma identidade, apreendendo o elo que une um indivíduo a uma

[4] Revista O Globo de Domingo –Suplemente do Jornal O Globo – 1ª Edição 25/05/2014.

cultura. As identidades contemporâneas passam pela mídia e criam vínculos de grupos. Ter uma identidade é entender o que "fazer parte" de algo significa. E, em muitos aspectos, a identificação envolve questões comunicativas, quando o indivíduo expressa sentidos de vínculos e de pertencimento às comunidades, promovendo o que Coelho chama de desenvolvimento humano no tocante ao envolvimento cultural, como será apontado no presente trabalho. Logo, pode-se afirmar que o futebol também é cultura.

A Copa do Mundo, enquanto megaevento esportivo que promove o sentido de comunidade reunida e celebração multicultural por meio do futebol poderia ser representado ainda por sua grandiosidade, pelo envolvimento financeiro, cobertura da mídia, prestígio ou impacto econômico para a comunidade local[5]. Freitas (2011) aponta que "os megaeventos habitam o imaginário urbano, marcam a memória do lugar, (...) formam o ambiente para uma nova concepção de comunidade e de esfera pública". E, neste contexto, seguindo com a reflexão de Maffesoli (2004), o presente trabalho entende a Copa como evento onde se operam efervescências sociais, quando problemas do cotidiano ficam de lado e o mais importante parece ser o "estar junto".

Dessa forma, o futebol se transformou em negócio rentável devida à promoção midiática do esporte. E é nesse sentido que, de quatro em quatro anos, surgem ações promocionais com a temática da Copa do Mundo, como o álbum de figurinhas oficial da FIFA, lançado pela Editora Panini. Já faz parte da tradição do país as pessoas colecionarem cromos dos torneios de futebol. Ao trazer a temática da coleção de cromos dos torneios de futebol como atividade cultural, promocional e tradicional no Brasil, leva-se em conta as referências com base em Thompson (1998), quando ao buscar suas raízes relata costumes que marcaram civilizações passadas. Analisando o século XVIII, O teórico define cultura tradicional como sendo os saberes, práticas, costumes, usos e hábitos que constituem o modo de vida em que viviam os plebeus.

[5] Projeção elaborada pelas consultorias Ernst & Young e FGV indicava antes do megaevento que a Copa do Mundo Fifa 2014 injetaria R$ 142 bilhões (US$ 63 bilhões) na economia brasileira, divididos em segmentos econômicos como construção civil; alimentos e bebidas; serviços prestados às empresas; eletricidade e demais *utilities*; serviços de informação; turismo e hotelaria.

Numa analogia à reflexão de Thompson, a partir da possível instauração do futebol como um dos instrumentos de definição cultural do país[6], nota-se com o ato de colecionar figurinhas, uma atividade praticada já em 1950[7] e hoje inserida na contemporaneidade, uma forma de consumo cultural, popularizada por exprimir aspirações e expectativas coletivas compartilhadas na realização de eventos esportivos (MARTÍN-BARBERO, 2004). Logo, novas possibilidades de reflexão no campo da comunicação e do popular são imaginadas, visto que os processos e as práticas de comunicação nos grupos de colecionadores podem refletir mudanças no cotidiano de grandes contingentes urbanos, além de reforçar laços sociais, conforme será possível observar mais à frente.

As figurinhas da Copa do Mundo foram confeccionadas na fábrica da Panini, em São Paulo. O álbum conta com 639 figurinhas entre jogadores das 32 seleções presentes no Mundial, fotos das equipes, escudos, bandeiras e estádios. Colecionar o álbum de figurinhas da Copa do Mundo virou febre desde o início do mês de abril de 2014, quando os exemplares chegaram às bancas de todo o país[8]. O álbum também foi lançado em mais de 110 países. Diariamente, eram impressas 40 milhões de figurinhas e a editora estima que são oito milhões de pessoas participando das trocas dos cromos[9]. Segundo a Panini, as peças principais dessa cadeia de consumo no país são as bancas de jornal, que correspondem a 94% das vendas dos livros ilustrados e das figurinhas. São nesses locais que colecionadores interagem à procura de novos cromos e apostam nas trocas de figurinhas. Ao contrário de investir R$ 1em um pacote com cinco figurinhas, eles tentam entrar em acordo nos grupos que se reúnem para a troca. Os colecionadores não enxergam a troca como apenas uma brincadeira ou uma atividade de lazer, e têm regras pré-estabelecidas, ou transformando a atividade em forma de negócio.

Para ter um álbum completo, a estimativa de investimento total para cada colecionador era de R$ 135,00. O livro ilustrado custou R$ 5,90, mas muitos foram distribuídos gratuitamente nos estádios, nos pontos de trocas de figurinhas ou vinham como brinde em edições dos jornais impressos. A edição de luxo, com a capa dura, custava R$ 24,90. Vale

[6] Nesse sentido, consultar DAMATTA, 1997; 1982 e COELHO, 2008.
[7] Informação disponível em: http://www.panini.com.br/. Acesso em: Dezembro de 2014.
[8] A Panini não informa as metas de venda do álbum, como tiragem ou faturamento, mas já divulgou que os investimentos foram superiores a R$ 2,5 milhões para ampliar a capacidade produtiva da fábrica e distribuiu, inicialmente, oito milhões de exemplares em todo o país, já com previsão de reimpressão. Disponível em: http://www.panini.com.br/
[9] Informação disponível em: http://www.panini.com.br/. Acesso em: Dezembro de 2014.

relembrar que ante um clima de opinião no Brasil entre neutro e negativo em relação à Copa 2014, o fenômeno dos colecionadores de álbuns da competição foi uma das poucas iniciativas pré-realização que emergiram no seio popular a indicar uma manifestação de apreço pelo megaevento organizado no país, cujas despesas ainda hoje são encaradas com controvérsia pela opinião pública.

Uma etnografia dos espaços para a troca de figurinhas[10]

Para analisar os grupos que se reuniram, partilharam afetos e criaram vínculos por conta da coleção do álbum de figurinhas adota-se neste trabalho o método etnográfico, como uma forma de estudar e descrever esses grupos organizados, além de seus modos de atuação, sua cultura. Por meio da observação participante, modo de pesquisar da etnografia que insere o pesquisador na comunidade estudada (ANGROSINO, 2009: p. 30), este trabalho se propõe a entender como se dão as redes de sociabilidade, as interações, a participação e a partilha nos grupos. Busca-se identificar e descrever quem são estes atores e suas formas de atuação social nos espaços. "É a observação observadora. Que não é mais 'participante' da ação, mas observa a si próprio como sujeito que observa o contexto. É meta-observação" (CANEVACCI, 2004: p. 31).Logo, o método tem como base a pesquisa de campo conduzida face a face no local onde as pessoas costumam trocar figurinhas. Também o método é indutivo, já que se busca utilizar um acúmulo descritivo de detalhes para retratar, de forma mais completa possível os grupos que trocavam os cromos (ANGROSINO, 2009: p. 32). Cabe ressaltar que os pesquisadores foram tanto observadores quanto participantes dos grupos analisados.

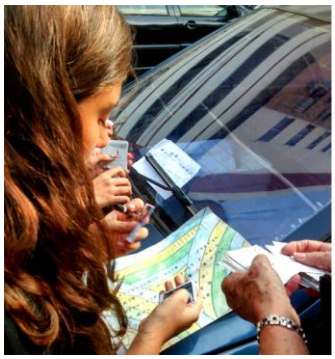
Foram visitados três grupos organizados para a troca de figurinhas: Banca de Icaraí, em Niterói; o Botafogo Praia Shopping, no Rio de Janeiro; e a Feira do Bosque da Saúde, em São Paulo. Cabe sinalizar que a visita ao grupo paulista ocorreu durante evento acadêmico, quando se deu a oportunidade de conhecer o sistema de troca de figurinhas em grupos mais distantes. A escolha do shopping em Botafogo se deu pelo fato de ser um espaço diferenciado, pela organização e cenografia ali estabelecidas. Os métodos de trabalho a partir da etnografia são úteis para o pesquisador entrar em uma situação de campo na qual as questões sociais e os comportamentos ainda apresentam dimensões não compreendidas claramente. Aqui, pode-se

[10] Todas as fotos neste trabalho foram feitas pelos pesquisadores durante as visitas aos grupos analisados.

pensar ainda sobre o motivo que levou determinado grupo de pessoas, com álbum de figurinhas já completo com todos os cromos, a frequentar os espaços como será possível notar mais adiante.

- Banca em frente à Escola Divina Providência - Visita em 17 de maio de 2014

Esquina das Ruas Tavares de Macedo e Presidente Backer – Icaraí – Niterói – RJ



A ao grupo niteroiense aconteceu num sábado à tarde. Os encontros no local acontecem sempre aos sábados e domingos, durante todo o dia. A atividade é tradição no bairro e ocorre há mais de 10 anos. Sr. Celso, proprietário da banca, afirmou que a Copa do Mundo no Brasil aumentou a participação da comunidade. Por durar quase o dia todo, a troca de figurinhas acontecia em ritmo intenso. A banca fica em um bairro residencial e comercial, logo a movimentação de pessoas no local é sempre grande.

Foi possível notar muitas famílias presente no local, pais e mães colaborando com seus filhos na confecção do álbum. A mobilização neste grupo era grande e famílias inteiras realizavam uma espécie de "troca cooperativa", na qual todos faziam a troca por filhos, netos, sobrinhos e amigos. A colaboração entre os membros do grupo de Niterói parece maior do que nos demais grupos visitados. Entre os frequentadores notava-se a presença de muitas crianças, e o que se destacou foi a superior presença feminina, entre 10 e 18 anos, enquanto os poucos meninos que apareciam eram crianças até 11. Adultos com mais de 25 anos, também a maioria de mulheres, acompanhavam crianças pequenas. Neste espaço, meninas e mulheres tinham mais facilidade para negociar. Conversando com algumas delas, como Thamiris, de 12 anos, foi possível notar a desenvoltura como participavam do grupo e conseguiam novos cromos, além de dar opiniões sobre o Mundial. Já as primas, Clara e Jéssica, com 10 e 11,

respectivamente, começaram a colecionar um único álbum, mas gostaram tanto da experiência que dividiram as figurinhas em dois livros.

Nesta banca foi possível identificar pessoas que utilizavam a troca de figurinhas como forma de fazer negócio. Eram, ao menos, cinco pessoas (homens e mulheres) que armavam seus tabuleiros com fichários repletos de figurinhas. O espaço para a troca foi dividido com o trânsito intenso de veículos nas ruas apertadas do bairro. Em Niterói, foi possível notar certa intimidade entre os colecionadores que participavam deste grupo, já que todos conversavam de forma animada durante a atividade.

- Espaço Botafogo Praia Shopping - Visita em 28 de maio de 2014

Praia de Botafogo nº 400 – Rio de Janeiro – RJ

O Botafogo Praia Shopping se apresentou como uma oportunidade para olhar a ação de forma destacada num espaço diferenciado daqueles organizados nas ruas e bairros. Cabe ressaltar que, antes da visita, ainda no mês de abril, foi possível notar a transferência do local da reunião deste grupo, que antes se concentrava na porta do shopping, para um espaço interno planejado, no 5º andar do mesmo.

Diferentemente de todos os outros locais, este contou com o patrocínio da Editora Panini para sua organização estrutural: com mesas, cadeiras, cenografia composta de tapete gramado simulando um campo de futebol, placas e distribuição de álbuns e figurinhas, revelava que o local fora planejado especificamente para receber os colecionadores. O espaço contva ainda com duas assistentes uniformizadas, Thaís e Helena, com 21 e 24 anos respectivamente, que recepcionavam os participantes do grupo e distribuíam figurinhas. Esta foi uma ação promocional da editora.

Ao procurar saber sobre como se deu a transferência do local para troca dos cromos, Helena contou que usuários da Rua da Praia de Botafogo e consumidores do shopping fizeram

reclamações à administração do estabelecimento alegando que a grande concentração de pessoas atrapalhava o trânsito dos pedestres. Dessa forma, o shopping acionou a Panini, e ambas as organizações identificaram a oportunidade de atrair mais colecionadores e consumidores, planejando a ação no interior do local, o que tornaria o espaço muito diferente dos demais visitados. Cabe destacar que a Panini também programou a ação em outros shoppings após este evento em Botafogo.

Contudo, o processo de troca de figurinhas era semelhante ao de Niterói, porém a maior frequência ao local era de jovens, a maior parte do sexo masculino, entre 13 e 16 anos. Eles vestiam uniforme de colégios. Tal fato pôde ser observado devido ao horário da visita, entre 11 e 14 horas. Vale destacar que a troca no local ocorria durante o horário de funcionamento do shopping. Meninas, na mesma faixa etária dos rapazes, também apareciam para a troca de figurinhas, algumas delas acompanhando os amigos. Homens e mulheres com mais de 30 anos aproveitavam o horário do almoço para trocar os cromos. A advogada Amanda, de 35 anos, trabalhava próximo ao shopping e aproveitava o tempo livre no almoço para trocar para o irmão e o marido. Afirmou que eles alegavam vergonha e ela assumia a função. Outra personagem que chamou a atenção foi a Sra. Lourdinha, com 83 anos. Ela chegou ao local com seu "bolo" de figurinhas para trocar para o neto. Com a colaboração de outros membros do grupo, após pequenas confusões entre papéis e números de figurinhas, a Sra. Lourdinha saiu com 80 figurinhas para o neto. Contou que a experiência foi uma distração.

Também no shopping foi possível identificar pessoas que frequentavam esses espaços com o objetivo de fazer negócio. Os mesmos fichários vistos em Niterói foram encontrados com dois jovens no shopping. E, fato curioso a ser ressaltado é que no shopping as pessoas não têm muita proximidade e intimidade umas com as outras, como observado nas trocas realizadas nos demais locais. Contudo, todos se apresentavam de forma solidária perante os outros.

- Feira Livre da Saúde - Visita em 31 de maio de 2014

Rua Carneiro da Cunha – Bosque da Saúde – São Paulo – SP

A feira no Bosque da Saúde foi uma experiência inusitada para a troca de figurinhas, o local fora adaptado e apropriado pelos colecionadores. A feira sempre acontece na parte da manhã de domingos em São Paulo e tem movimentação intensa. Logo, entre as barracas foi possível notar pequeno grupo formado por dez pessoas reunidas para trocar figurinhas, mas todas pareciam ter ido à feira com outro propósito já que estavam com sacolas ou carrinhos. Apenas uma criança, menino, sete anos, foi vista no local. Este estava acompanhado da mãe e reconhecia os cromos que precisava ao olhar os montes de figurinhas. Os demais colecionadores no grupo eram adultos entre 30 e 50 anos, homens e mulheres, trocando cromos para filhos e netos. Apenas dois jovens estavam no local.

Na feira não existia um espaço próprio para a troca de figurinhas e o local fora improvisado. Também ali foi encontrado um jovem com seu fichário repleto de exemplares de figurinhas para serem vendidos. A venda de figurinhas ocorria de forma improvisada em cima de caixotes de feiras. E ainda que feiras de bairros tenham o sentido de comunidade, não foi observado neste cenário processo semelhante aos demais visitados para a de troca de figurinhas. O Bosque da Saúde é um bairro extenso, com muitos moradores e a maioria que parava para trocar os cromos estava somente de passagem e aproveitava a oportunidade. Durante a visita, não houve deslocamento de pessoas somente com o intuito de completar o álbum.

Reflexões e resignificação na troca de figurinhas

Ao refletir sobre o processo de formação das massas urbanas, nota-se a produção de um híbrido cultural com novas condições de existências, produções de afetos, fortalecimento de vínculos, espaços de reconhecimento e construções de identidades sociais, mediando o universo privado com o mundo da cidade, do bairro, aquilo que é público. A descrição deste

cenário apresenta semelhança com a observação dos grupos visitados para esta análise. Seria esta uma representação daquilo que reflete as relações cotidianas que a comunidade tece ao se reunir; a sociabilidade que afirma a multiplicidade de modos e sentidos dos quais a coletividade desfruta a partir de uma interação social (BARBERO, 2004).

Assim, este trabalho compreende a interação social como principal recurso para entender a mediação das trocas culturais e dos processos comunicacionais constituídos nos grupos reunidos para a troca de figurinhas. Basta observar os colecionadores que já completaram seus álbuns e continuam a frequentar os grupos de troca. E, ainda, destaca a importância das relações interpessoais implicadas nos processos de urbanização onde se estabelecem os grupos visitados, pois os megaeventos podem interferir na urbanização das cidades que se preparam para vivenciá-los e recebê-los. E, no tocante aos espaços improvisados para a troca de cromos (bairros, cidades e shoppings), cabe ressaltar que foi preciso que os organizadores desses grupos pensassem em questões de logística para não interferir no andamento da vida cotidiana, como o trânsito, passagem de pessoas, consumidores de lojas e os horários.

Richard Sennett, em Carne e Pedra, de 1943, afirma que o espírito individualista surge na cidade, trazendo a apatia dos sentidos e a perda da noção de destino compartilhado, ou seja, a vida em comunidade. Obviamente, é preciso relativizar o período em que a obra foi escrita, porém, a relação de parceria e troca comunicativa que se vê nos grupos de troca de figurinhas apresenta diferença acentuada daquilo que Sennett destaca como o triunfo do individualismo proporcionado pelo desenvolvimento do ambiente urbano, ao retratar na obra uma comunidade coesa na qual os indivíduos não têm relações interpessoais uns com os outros. Contrariando o pensador, é possível notar nos espaços visitados a identificação entre pessoas e as relações fortalecidas, o que colabora com o sistema de negociação na troca de figurinhas. Para estes grupos seria mais difícil completar o álbum sem o contato direto com pessoas, sem a troca comunicativa e sem interações sociais nos espaços.

> "A rua é para circulação e também é para ancoragem. É ali que encontramos os amigos, abrimos a cadeira e ficamos de papo com o vizinho. (...) Onde existe a possibilidade de transformação dos espaços de fluxos em espaços apropriados por moradores, tornando-se espaços públicos de sociabilidade" (MAIA E REIS, 2008).

Logo, ao destacar experiências e as interações sociais e comunicacionais encontradas nos grupos, sugere-se pensar o conceito de sociabilidade em Maffesoli para entender o "estar

junto" comunitário identificado entre os colecionadores de álbum da Copa do Mundo. Nesse sentido, a conduta dos colecionadores é guiada pelo afeto, pelo gosto pelo futebol, pelo sentimento de pertença e de ser reconhecido como membro daquele grupo. Possivelmente os personagens encontrados em um determinado grupo frequentaram outras reuniões também, na busca por uma conclusão mais rápida do seu álbum. O espaço ocupado por estes grupos se constitui na relação que seus múltiplos membros estabelecem com os outros, permeados pela emoção que o esporte desperta e assumindo funções variadas para conviver com os diversos grupos dos quais pertencem. Forma-se então uma rede de sociabilidade.

> "A socialidade contemporânea aparece nos deslocamentos e nas efervescências (...). São momentos de despesas improdutivas, de submissão da razão à emoção de viver o 'estar junto", uma incrível pulsão de se reunir, se encontrar, se dar ao outro, de se agregar, uma maneira não convencional de ser ou pertencer, um imaginário coletivo". (MAIA E REIS, 2008).

A partir da noção de uma rede de sociabilidade estabelecida é possível pensar nos colecionadores desses grupos e no modo como se comportam, interagem, e ainda, que ações empreendem para cumprir as relações e associações com outros frequentadores. As relações interpessoais se constroem nos significados construídos entre o universal e o particular, nos sentidos produzidos no espaço cotidiano, aqui especificamente para colecionar o álbum e viver a Copa do Mundo com outras pessoas. Algo pouco provável no silêncio e no individualismo de Sennett (2003). Nas redes formadas pelos grupos de colecionadores um possível individualismo na contemporaneidade é preenchido por laços sociais, por uma necessidade de proximidade convertida em redes de pessoas agrupadas por afinidades, ainda que com caráter efêmero, mas emocional motivado, principalmente, pelo futebol.

Como já apresentado, os grupos de colecionadores possuem regras específicas para a troca de figurinhas. E durante as visitas, nenhum tipo de desentendimento entre os membros dos grupos foi observado, o que torna a atividade séria, quando vista anteriormente como somente uma forma de lazer. Cabe lembrar que nos grupos não existe uma determinação específica para aquele que pode ou não trocar as figurinhas. Basta que a pessoa, de qualquer idade, se apresente com seus cromos organizados numericamente e concorde com as regras de troca, já que no álbum algumas figurinhas tinham características especiais, como o brilho, e suas trocas envolviam mais números de cromos quando não eram por pares semelhantes, por exemplo. Ou figurinhas de atletas de destaque no Mundial, como Neymar, Messi ou Cristiano

Ronaldo valiam mais cromos do que outros jogadores. O estabelecimento dessas regras é possível ser compreendido a partir de uma analogia com os estudos de Nobert Elias, nas obras O processo civilizador I e II (1993 e 1994). Para o teórico, o estudo dos mecanismos de integração na sociedade é relevante para se compreender o processo civilizador. A estrutura social, desde os tempos mais remotos, é orientada pelas tensões e pelos entrelaçamentos sociais que permitem o entendimento das mudanças que surgem na mentalidade humana (ELIAS, 1993: p.195), como o surgimento daquilo que Elias denomina de "agência de autocontrole individual" (ELIAS, 1993: p.205), que garante a ordem e o equilíbrio dos indivíduos nos grupos, controlando pulsões e a forma como uma pessoa se orienta em suas relações com outras pessoas, neste caso, as reuniões para a troca de figurinhas.

Outro fator a ser analisado sobre a ótica do consentimento com as regras estabelecidas nesses grupos seria a relevância da participação feminina nos encontros de colecionadores de álbuns, principalmente quando se observa que a temática desses livros é o futebol, um esporte ainda considerado machista, embora hoje seja possível observar mudanças do cenário esportivo no que diz respeito às questões de gênero. Logo, também cabe uma reflexão sobre o papel desempenhado por meninas, mulheres, mães e avós nos grupos visitados. Elias afirma que o relacionamento entre homens e mulheres nas cortes feudais era representado por meio da dependência que a figura feminina tinha pelo homem, quando eram consideradas socialmente inferiores. E para refletir sobre a participação feminina no processo aqui estudado, basta traçar uma analogia sobre o que as mulheres feudais representavam, quando estas serviam para satisfazer as pulsões masculinas (ELIAS, 1993: p.78 e 79), e nos grupos aqui analisados pareciam comandar as negociações no sistema de troca.

Ou ainda, é possível recorrer novamente a Thompson para destacar o papel da mulher nos grupos daquilo que o autor aborda como costume ritual da "venda de esposas". Thompson aponta a posição das mulheres, as esposas, que eram levadas ao mercado, presas por uma corda ao redor do pescoço e entregues a um comprador. Tal costume é identificado como uma forma de romper o casamento e exigia o consentimento da comunidade, inclusive da "esposa vendida", revelando muito do papel social da mulher atrelado ao sinal de poder da figura masculina, simbolizada principalmente pela corda amarrada ao pescoço e a forma como era conduzida à venda. E nos grupos visitados, são os maridos que chamam suas esposas a

comparecerem às reuniões, justamanete por apresentarem uma desenvoltura para lidar com o processo de troca de figurinhas, uma habilidade que talvez estes não tenham.

Obviamente, a análise desses autores sobre o papel social da mulher aqui é relativizada para se compreender a figura feminina na contemporaneidade durante seu processo civilizador. De forma comparativa com essas referências entre períodos tão diversos, vê-se que o papel desempenhado pelas mulheres e meninas nesses grupos propiciou uma maior identificação, participação e facilidade para negociar ao interagir com outros indivíduos envolvidos na atividade. Em dois dos locais visitados, no Botafogo Praia Shopping e na banca em Niterói, ambos no estado do Rio de Janeiro, foi possível identificar presença feminina superior a dos homens, principalmente se for considerada a faixa etária dos frequentadores.

Recorrendo novamente a Sennett, quando afirma que no século XXI não existem espaços socializadores e que a Internet substitui os encontros pessoais, o autor parece, por ora, não imaginar o que o futebol no Brasil é capaz de mobilizar. Vale lembrar aqui não só dos grupos que se reúnem para trocar figurinhas ou aqueles que comparecem pelo simples fato de estar junto com o outro, mas também dos sentidos de afeto partilhados na comunidade, ou ainda, da reunião para acompanhar os jogos e as comemorações em torno do esporte. E ao refletir ainda sobre o cenário encontrado no Botafogo Praia Shopping, é possível dialogar com Sennett quando aborda a incapacidade do indivíduo em lidar com a multidão, pensando na transferência do grupo de troca de figurinhas para o interior do local. Como também sobre a não aceitação de uma concentração de pessoas. "O povo desejava que a intervenção governamental se intensificasse (devido à aglomeração), em prol da estabilidade e da segurança" (SENNETT, 2003: p.229).

Neste processo de transição de espaços, tem-se a forma de negociação ressignificada pelo controle e pela ordem que, como afirma Elias: "o tráfego nas ruas principais de uma grande cidade na sociedade complexa exige uma modelação inteiramente diferente (...) na suposição de que todos os indivíduos estão regulando seu comportamento com a maior exatidão" (ELIAS, 1993: p.196). É correto afirmar que neste caso houve comum acordo com as partes envolvidas no sistema de troca de figurinhas, pois, ainda que o shopping e a Editora Panini oferecessem um espaço adequado e confortável, os colecionadores poderiam não concordar com a transferência do local.

Considerações Finais

As reflexões traçadas por meio das relações e associações entre os colecionadores de um simples álbum de figurinhas, expostas ao longo do trabalho, podem ser os exemplos práticos de como seria possível o esgotamento do individualismo na sociedade (SENNETT, 2003), por meio da constituição de uma rede de sociabilidade formada por diversos tipos de indivíduos com interesses em comum. O individualismo moderno autossuficiente para alguns dos autores aqui trabalhados parece não ser visto nessas comunidades, quando se torna necessário o encontro, a troca comunicativa mobilizada pelo objetivo único das pessoas ali reunidas: completar o livro da Copa do Mundo.

Obviamente a temática desses álbuns, o futebol, por si só, tem a característica de reunir classes e promover a concentração de pessoas, o que pode explicar a "febre" do livro ilustrado. Porém, fato inusitado é a presença das mais variadas faixas etárias nos grupos, por exemplo, a figura feminina como ator social de destaque entre os colecionadores. Principalmente, ao se levar em consideração a questão de gênero no tocante ao futebol.

Esta seria uma abordagem que caberiam outros estudos e análises, devido aos reflexos que se observam na mídia da relação "futebol e mulheres" numa Copa do Mundo no Brasil. É inegável que durante muito tempo a "masculinidade e a feminilidade foram se forjando, prescrevendo normas e papéis distintos e refletindo sobre as inúmeras atividades sociais, políticas e econômicas, nos diferentes espaços da sociedade" (PEREIRA; AMARO e GROTZ, 2012, p.: 4). Porém, nos grupos visitados, a presença feminina pareceu fomentar e fortalecer a comunicação e as relações ali criadas e estabelecidas.

Fato não explorado neste trabalho e amplamente divulgado nas redes sociais e nos grupos durante a última semana da Copa do Mundo foram as mobilizações de assistentes sociais e psicólogos brasileiros em clínicas e escolas em torno do álbum. Estes recolhiam exemplares de figurinhas repetidas entre os membros desses grupos para levar ao Ambulatório de Saúde Mental de Niterói, por exemplo, para serem utilizadas durante oficinas terapêuticas, visando trabalhar a socialização entre pacientes e sociedade. Também o jogador da seleção brasileira, Neymar, divulgou em sua página oficial na rede social *Instagram* ação semelhante ocorrida no Estado de São Paulo, esta inclusive apoiada pela Panini. Esta seria

também uma alternativa de ressignificação para o processo de troca de figurinhas a ser analisada em outro trabalho.

Dessa forma, a pesquisa demonstra que são várias as possibilidades de estudo a partir de um megavento esportivo e comprova que as análises das redes de sociabilidade formadas a partir da coleção do álbum de figurinhas da Copa do Mundo no Brasil ainda podem ser exploradas por muitos caminhos. Refletir sobre essas relações sociais em "cidades multiculturais", as interações encontradas, a troca comunicativa na reunião de pessoas e o papel da mulher nessa atividade, leva à compreensão de que esses grupos são ressignificados e apontados como algo maior que uma simples forma de lazer: são os afetos partilhados, o sentido de pertencimento e o reconhecimento como membro de uma comunidade. São os pontos de contato que podem frear as forças do individualismo moderno (SENNETT, 2003: p. 215).

Referências

ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante. Coleção Pesquisa Qualitativa**. São Paulo: Editora Artmed Editora S.A, 2009.

CANEVACCI, M. **A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana.** 2ª Edição. SP: Studio Nobel, 2004.

COELHO, Teixeira. **A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001**. SP: Iluminuras – Itaú Cultural, 2008.

GUEDES, S; NEVES, L. e VOGEL, A (Org.). *Universo do Futebol*: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

ELIAS, Nobert. **O Processo Civilizador: Volume I. Uma História dos Costumes.** Tradução: Ruy Jungmann. Revisão, apresentação e notas: Renato Janine Ribeito. RJ: Jorge Zahar Editor, 1994.

ELIAS, Nobert. **O Processo Civilizador: Volume II. Formação do Estado e Civilização.** Tradução: Ruy Jungmann. Revisão, apresentação e notas: Renato Janine Ribeito. RJ: Jorge Zahar Editor, 1993.

FREITAS, Ricardo. **Folia, mediações e megaeventos: breve estudo sobre as representações do Carnaval 2010 nos jornais cariocas**. Revista Rumores, Dossiê, edição 9, Janeiro-Junho de 2011.

GURGEL, Anderson e JACOB, Helena. **A gastronomia e os megaeventos esportivos na construção da marca "Brasil": aproximações entre copa do mundo, turismo e relações públicas.** Organicom: Comunicação e Esporte: pesquisa, marketing e mídia. Volume 8, n. 15, 2011.

MAFFESOLI, M. **A parte do diabo: resumo da subversão pós-moderna**. RJ: Record, 2004.

MAIA, J; REIS, H. B.C. **A sociabilidade nas ruas da favela da Mangueira: cartografia do acaso**. XXXI Congresso Nacional de Comunicação Intercom – Natal – 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício do cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura.** Tradução: Fidelina Gonzales. Editora Loyola, 2004.

ORTIZ, R. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PEREIRA, C.A.; AMARO, F.; GROTZ, F. **Copa do Mundo e consumo: relações de gênero na publicidade da cerveja**. 2º Encontro de GTs - Comunicon - 2008.

SENNET, Richard. **Carne e Pedra**. Tradução Marcos Reis. 3ª Ed. RJ: Record, 2003.

THOMPSON. E. P. **Costumes em comum: Estudos sobre a cultura popular tradicional.** Tradução: Rosaura Eicheberg. SP: Companhia das Letras, 1998.