

O álbum da Copa é nosso

A alegria dos brasileiros chega antes do Gran Finale

Por Raquel Almada
e Larissa Gutierrez

Em ano de Copa do Mundo, a euforia pela competição adiantou alguns meses. Esse sentimento, amplificado pelo imediatismo em que nos enquadrados, se aflorou quando teve início a venda do famoso e tradicional Álbum da Copa 2010.

No dia 11 de abril, três meses antes da abertura da disputa mundial, *O Estado de S. Paulo* adiantou em dois dias a venda do álbum aos seus leitores, para que assim, os colecionadores ficassem em vantagem em relação aos demais que só poderiam comprá-lo no dia 13. A proposta foi compensadora, pois afinal, na sociedade do imediatismo, 48 horas é muito tempo.

E realmente foi, pois no dia em que começaram a ser vendidos nas bancas, grande parte da população, com os álbuns em mãos e munidos de inúmeras figurinhas, não deram oportunidade para os mais calmos — ou desavisados — comprarem os pacotes, com cinco cromos, vendidos a R\$ 0,75. Em muitas bancas, as figurinhas ficaram em falta já na primeira semana de venda.

Detentora exclusiva, desde 90, do direito a edição das figurinhas dos jogadores das seleções classificadas para o Mundial, a Editora italiana Panini, que publica o álbum oficial em 110 países, deixou frustração em muitos colecionadores, em especial do Brasil, que teve os jogadores Adriano, Ronaldinho Gaúcho e André Santos substituídos. Dessa forma, mesmo completando o álbum com as 638 figurinhas, o colecionador pode se sentir decepcionado, pois a equipe que está no álbum não é a mesma que irá disputar o título.

Ainda, de acordo com declarações da Assessoria de Imprensa da Panini há possibilidades de serem publicadas figurinhas com os jogadores que foram convocados e que não estavam no álbum, como Grafite, Júlio Baptista e Michel Bastos, no caso da seleção brasileira. A respeito disso, Raul Cavalcanti, responsável pela produção do Núcleo de Gestão de Eventos do Museu do Futebol afirma: “Eu acho que isso foi uma jogada muito boa da Panini. Não sei logisticamente falando como é que eles vão fazer. Se vão fazer uma página extra, se vão só lançar figurinhas. Mas vai ser uma procura enorme, todo mundo vai querer também ter essas figurinhas para colar em algum canto”. A editora ainda está estudando se lançará figurinhas avulsas ou encartes com as seleções atualizadas.

Quando se pensa em futebol aqui no Brasil, é inevitável não relacioná-lo à violência. Infelizmente, o quadro que temos das rivalidades entre as torcidas é caótico. Porém, com a chegada do Álbum representando a nação, o espírito patriótico se sobressai a toda e quaisquer diferenças, fazendo com que as pessoas se unam e esqueçam de suas divergências. Maurício Murad, sociólogo da UERJ e do Mestrado da Universo, argumenta: “(...)a



Adultos e crianças se reúnem em frente ao Museu do Futebol para trocar figurinhas

simbologia das trocas, sem rivalidades agressivas, penso que pode ajudar na necessária e inadiável percepção do futebol como rica manifestação cultural, lazer e ferramenta de conhecimento de outros povos, hábitos, línguas, etc”.

O álbum também reforça o esporte como manifestação cultural, de modo que a tradição de pai para filho continue predominante nos dias atuais, tendo como destaque nessa Copa do Mundo, a presença de mulheres se inserindo no mundo do futebol através da coleção dos cromos. “É interessante observar, que esse fenômeno é mundial. Acontece em diferentes países, diferentes culturas, diferentes sistemas políticos, econômicos e educacionais”, afirma Maurício.

O ato de colecionar, que traz o brilho dos olhos de criança no corpo de um adulto, através da atividade lúdica de compra e troca dos cromos, nos torna reféns da indústria cultural. Reforçada pela mídia, ela incentiva as pessoas a colecionarem as figurinhas não por vontade pessoal, mas por modismo, ou até mesmo por uma competição pelo poder — de ser o primeiro a completar o álbum. “Sem dúvida, a chamada indústria cultural e a mídia, particularmente por seu imediatismo e processo de espetacularização, tentam e conseguem manipular esse fenômeno do álbum e outros mais, quase tudo na verdade”, diz Murad.

Em 2010, o diferencial está na quantidade de mulheres que estão colecionando os cromos. Talvez por modismo, ou mesmo para se incluírem no mundo futebolístico, com determinação para completarem seus álbuns, tem se mostrado presentes e ativas nessa empreita. “O fenômeno é bem mais democrático e inclusivo, que sua parceira profissional, dominada que está por uma cultura de masculinidades, preconceitos, concentrações de oportunidades, pelo chamado mercado e por exclusões, inclusive as de gênero”, elucida Maurício.

Pontos de troca estão surgindo em vários locais da cidade, como shoppings, bancas, postos de gasolinas, o vão livre do MASP, além dos já tradicionais como Universidades, colégios e clubes. Nesse ano, surgiu o ponto de troca do Museu do Futebol, localizado no Estádio do Pacaembu, onde os colecionadores se reúnem todos os sábados, das 12h às 17h. “Tínhamos notícias de que o Masp e alguns shoppings estavam reunindo. Conversando com alguns educadores, chegamos a conclusão de fazer um ponto de troca aqui. Afinal, nada mais apropriado o local. Há três semanas começou e como podem ver, está bem cheio. As pessoas chegam com a família é tudo tranquilo. Não precisam pagar para entrar, basta apenas trocar as figurinhas”, diz Cavalcanti.

Mesmo que grande parte dos colecionadores já tenha completado o álbum, muitos ainda estão na procura dos cromos faltantes, e continuam lotando os pontos de troca. “Começou timidamente no primeiro sábado e gradativamente todo sábado está vindo mais gente. E espero que seja assim até o 26 de junho que é quando está previsto o término dessa ação. Se o Brasil continuar na Copa, melhor para todos”, finaliza Raul.

A real intenção da cultura de massa era criar um isolamento entre as pessoas, para que cada um pensasse apenas em si mesmo, e no seu próprio álbum. O que aconteceu foi o contrário, os colecionadores resolveram se unir e completar os álbuns juntos, de forma que ocorresse uma maior integração entre eles, e ao trocarem figurinhas, muitos puderam economizar dinheiro.

Assim, a indústria cultural acabou, de certa forma, perdendo força em sua manipulação, pois, se por um lado incentivou as pessoas a colecionarem as figurinhas, por outro, ajudou na integração deles para que se ajudassem nessa empreita de completar o álbum.