

## **Caçadores de Tesouro: Um Estudo sobre Colecionadores de Camisas de Futebol**

### **Autoria**

**Jankel Dal'osto Nunes - jankeldalosto@gmail.com**

Prog de Mestr em Admin e Negócios/Faculdade de Admin, Contab e Economia - PPGAd/FACE/PUCRS - Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do Sul

**Adilson Mueller - adilsonmueller@yahoo.com.br**

Prog de Mestr em Admin e Negócios/Faculdade de Admin, Contab e Economia - PPGAd/FACE/PUCRS - Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do Sul

**Francielle Vitcoski Santos - fvitcoski@gmail.com**

Prog de Mestr em Admin e Negócios/Faculdade de Admin, Contab e Economia - PPGAd/FACE/PUCRS - Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do Sul

**Stefânia Ordovás de Almeida - stefania.almeida@pucrs.br**

Prog de Mestr em Admin e Negócios/Faculdade de Admin, Contab e Economia - PPGAd/FACE/PUCRS - Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do Sul

**João Pedro Fleck - fantaspoa@fantaspoa.com**

Prog de Mestr em Admin e Negócios/Faculdade de Admin, Contab e Economia - PPGAd/FACE/PUCRS - Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do Sul

### **Resumo**

O objetivo deste artigo é confrontar as principais proposições sobre colecionismo e extensão do self encontradas na literatura com as características do consumo colecionista de camisas de futebol no Sul do Brasil. Para este intento, utilizou-se como método a abordagem qualitativa, na qual a coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas. Os dados encontrados foram submetidos à análise de conteúdo, possibilitando a identificação de dimensões intrínsecas ao comportamento de colecionismo estudado. Os resultados indicam que a coleção constitui parte significativa da vida dos colecionadores e que a paixão pelo futebol é, de fato, um drive importante nesse sentido, pois contribui para realçar ainda mais o comportamento colecionista. As dimensões de significação, importância, apego, envolvimento e relações sociais corroboram com as proposições existentes na literatura sobre colecionismo.

## **Caçadores de Tesouro: Um Estudo sobre Colecionadores de Camisas de Futebol**

**RESUMO:** O objetivo deste artigo é confrontar as principais proposições sobre colecionismo e extensão do *self* encontradas na literatura com as características do consumo colecionista de camisas de futebol no Sul do Brasil. Para este intento, utilizou-se como método a abordagem qualitativa, na qual a coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas. Os dados encontrados foram submetidos à análise de conteúdo, possibilitando a identificação de dimensões intrínsecas ao comportamento de colecionismo estudado. Os resultados indicam que a coleção constitui parte significativa da vida dos colecionadores e que a paixão pelo futebol é, de fato, um drive importante nesse sentido, pois contribui para realçar ainda mais o comportamento colecionista. As dimensões de significação, importância, apego, envolvimento e relações sociais corroboram com as proposições existentes na literatura sobre colecionismo.

**Palavras-chave:** Colecionismo. Extensão de *Self*. Paixão por futebol. Camisas de futebol.

### **1 INTRODUÇÃO**

No Brasil, o ato de colecionar itens relacionados ao futebol não é raro, devido à tradição futebolística do país. A identificação de um indivíduo com seu time de futebol favorito eventualmente pode facilitar suas conexões sociais com outras pessoas, proporcionando impacto positivo em sua autoestima e saúde psicológica (KERR; EMERY, 2011). Isso acontece, em parte, porque o esporte, diferente de outras fontes de entretenimento, possui a capacidade de fazer os indivíduos atingirem altos níveis de apego emocional e identificação com o clube de futebol para o qual torcem (O'SHEA; ALONSO, 2012).

Ser torcedor de um time de futebol é uma forma de afiliar-se a um grupo de pessoas que têm um interesse em comum. Nesse contexto, o que propicia o interesse em incluir-se é o processo de identificação com os rituais praticados por aquele grupo, como perceber o futebol como uma extensão de si mesmo; acompanhar indiscriminadamente as atividades relacionadas e coletar e colecionar itens de recordação (GUSCHWAN, 2012). O grau de identificação de uma pessoa com seu time determinará seu comportamento e sua probabilidade de engajar-se nesses tipos de rituais. O colecionador é, de fato, um indivíduo com alto nível de comprometimento com sua coleção. É uma pessoa que se esforça para reunir informações sobre os itens que deseja; negocia com outras pessoas; adquire esses itens e empenha-se na manutenção da coleção.

Com a intenção de confrontar as principais proposições sobre colecionismo e extensão do *self* encontradas na literatura com as características do consumo colecionista de camisas de futebol no Sul do Brasil, efetuou-se um estudo exploratório, de natureza qualitativa, com entrevistas filmadas dos colecionadores dessa região. A primeira seção deste trabalho compreende uma revisão de literatura sobre colecionismo e sua contribuição para o *self*. Em seguida é apresentado o método utilizado para a coleta de dados, na seção seguinte, são discutidos os resultados encontrados. Por fim, são descritas as conclusões do estudo.

### **2 COLECIONISMO**

Segundo Belk (1995), o ato de colecionar difere-se de outras formas de consumo principalmente por três razões: (1) a preocupação associada a um conjunto de objetos específico; (2) a paixão envolvida na obtenção e manutenção desses objetos; e (3) o hábito de não utilizar esses objetos com a finalidade para a qual foram criados. O autor destaca que

esses três aspectos, quando somados à singularidade não idêntica dos objetos contidos em uma coleção, são pontos que diferenciam o colecionador do acumulador, por exemplo.

O sujeito colecionador, por sua vez, é “um indivíduo motivado a acumular uma série de objetos semelhantes, onde a função instrumental dos objetos é de interesse secundário (ou não) e a pessoa não planeja descartar imediatamente os objetos” (MCINTOSH; SCHMEICHEL, 2004, p.2). A busca pelos itens da coleção funciona quase como uma caça ao tesouro, em que cada moeda que compõe o montante precisa ser encontrada individualmente. Contudo, mesmo que a finalidade de um tesouro, por exemplo, seja o câmbio monetário, no colecionismo ele não seria utilizado exatamente para este fim, e sim mantido intacto como pertence do colecionador, ou seja, como parte insubstituível daquela coleção.

A não utilização dos objetos de uma coleção para o fim ao qual eles são originalmente designados acontece porque, para o colecionador, esses pertences possuem valor especial. Colecionadores geralmente despendem tempo e cuidados específicos aos componentes de uma coleção. A preocupação relacionada a esses itens acontece pelo significado atribuído eles enquanto conjunto. Separadamente, eles geralmente não são considerados especiais, ou seja, são itens que existem comumente como tantos outros e que podem estar (ou não) disponíveis para a venda. A conversão do profano para o sagrado, neste caso, se dá quando o objeto representa importância pelo fato de poder ser alocado dentro de um conjunto de itens e se conectar a eles em forma de coleção (BELK; WALLENDORF; SHERRY JR, 1989).

A paixão intrínseca ao colecionismo é o motivador inicial para que ele se mantenha em uma busca constante por novos itens (BELK, 1995). Por essa razão, quando uma coleção está relacionada a algum motivador que também demande envolvimento intenso, como o futebol, por exemplo, ela pode atingir níveis de paixão e comprometimento extraordinários, levando os indivíduos a buscarem com afinco cada uma das peças necessárias para reunir o montante do tesouro.

De acordo com Belk (1995), o colecionismo pode, em algumas circunstâncias, produzir efeitos negativos tanto para os indivíduos que o praticam quanto para as pessoas com quem ele se relaciona. O colecionador eventualmente pode sentir a necessidade de esconder novas aquisições da família no intuito de camuflar gastos ou até mesmo por zelo pelos objetos da coleção, que precisam ficar a salvo e bem cuidados. Ainda segundo o autor, não é raro que os próprios colecionadores caracterizem seu comportamento com palavras depreciativas como: mania, loucura, vício, compulsão ou obsessão. Mesmo assim, geralmente essas afirmações passam despercebidas devido à ampla aceitação do colecionismo como sendo algo comum e inofensivo.

A incerteza de quando um objeto desejado será encontrado e, ao mesmo tempo, o temor de não ser capaz de adquiri-lo imediatamente, são sentimentos que contribuem para que os colecionadores cultivem alguns costumes, como manter sempre dinheiro em cédulas na carteira para um momento de compra emergencial (BELK, 1995).

## 2.1 A COLEÇÃO COMO EXTENSÃO DO *SELF*

A necessidade de segurança é considerada a motivação primária para o ser humano coletar e colecionar itens essenciais mas, com o tempo, as coleções de objetos tornaram-se um modo de identificação e de diferenciação dos indivíduos (BELK, 1982). Os itens que uma pessoa possui podem ser considerados como realçadores ou sinalizadores de sua personalidade. Segundo Belk (1988), a posse de um objeto pode, literalmente, proporcionar uma extensão do que a pessoa é capaz de fazer, como é o caso de algum equipamento que lhe permita executar uma atividade que seria incapaz de reproduzir sem aquele item. Conforme explica o autor, outros itens, como uniformes ou troféus, por exemplo, podem proporcionar

uma expansão do *self* por simbolismo, causando a sensação de capacidade de ser alguém diferente do usual por causa daqueles itens.

De forma geral, as posses de um indivíduo podem representar quem ele é ou quem ele gostaria de ser. Desde a cor de uma roupa até a escolha de uma marca, as decisões de compra individuais estão relacionadas ao “eu” de cada pessoa, e isso acontece porque “(...) conscientemente ou inconscientemente, intencionalmente ou involuntariamente, consideramos nossas posses como partes de nós mesmos.” (BELK, 1988. p.1). De acordo com MCintosh e Schmeichel (2004), embora as motivações que despertam o colecionismo em um indivíduo sejam complexas e multifacetadas, é notável que muitos dos motivos centrais desse comportamento parecem ter relação com o senso de *self* dessa pessoa, especialmente no sentido de construir uma imagem mais positiva de si mesma ou de reforçar esse *self*.

Para Belk (1988), essa extensão do *self* pode acontecer através do controle e domínio de um objeto; por meio da criação de um objeto; por causa do conhecimento relacionado um objeto; e como resultado da contaminação por proximidade (ou habituação) a um objeto. Para o autor, as coleções são consideradas um dos casos especiais de extensão do *self* dentro do domínio de comportamento do consumidor. “Por causa do propósito e do tempo e energia gastos em desenvolver uma coleção, é natural que ela seja vista mais como uma parte do *self* de uma pessoa do que como itens de consumo isolados” (BELK, 1988, p.16).

As posses de uma pessoa são, também, meios de representar o passado e os sentimentos nele envolvidos. “As posses, em nosso *self* estendido, também nos conferem um arquivo pessoal ou museu que nos permite refletir sobre nossas histórias e sobre como mudamos” (BELK, 1988, p. 21). Por essa razão, itens como camisas de times de futebol, por exemplo, podem servir para contar uma história - tanto do time em questão, quanto da pessoa que utilizou aquela camisa em determinado jogo. Quem coleciona este tipo de objeto constrói um acervo de recordações com relação ao clube ao qual está afiliado e, ao mesmo tempo, um acervo de resgate da sua própria história relacionada àquele time.

### 3 MÉTODO

Nesta seção, são apresentadas as etapas desenvolvidas para a realização deste trabalho. Foi realizado um estudo exploratório de natureza qualitativa, visando compreender o comportamento colecionista de camisas de futebol no Sul do Brasil. A amostragem utilizada foi não probabilística, composta por 10 colecionadores de camisas de futebol da região metropolitana de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. O procedimento de amostragem escolhido foi o “Bola de Neve”, em que cada entrevistado era convidado a indicar outro colecionador até completar a amostra necessária. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas, com utilização de um roteiro composto por 16 perguntas. Todas as entrevistas foram filmadas com a autorização dos participantes e realizadas por no mínimo dois pesquisadores, sendo um deles o condutor da entrevista e o outro responsável por gravar a entrevista. O período de coleta de dados foi de 08 de outubro de 2017 até 03 de novembro de 2017 e cada entrevista teve duração média aproximada de 2 horas.

Todos os entrevistados foram do sexo masculino, visto que não foi encontrada nenhuma mulher colecionadora. Quanto à faixa etária dos colecionadores, os dois mais jovens tinham 25 e 28 anos, e o mais velho 60 anos. Já os outros sete colecionadores têm idades entre 35 anos e 43 anos. Os números de camisas de cada colecionador eram: colecionador 1 em torno de 1500 camisas; colecionador 2 em torno de 3500 camisas; colecionador 3 102 camisas; colecionador 4 aproximadamente 3000 camisas; colecionador 5 em torno de 250 camisas; colecionador 6 115 camisas; colecionador 7 em torno de 1000 camisas; colecionador

8 cerca de 275 camisas; colecionador 9 em torno de 200 camisas; e o colecionador 10 mais de 4000 camisas.

Por fim, foi realizada a análise dos dados coletados através de uma análise de conteúdo, conforme Bardin (1977), em que as entrevistas foram transcritas, codificadas e categorizadas com o intuito de melhor compreender os dados coletados e subdividi-los em dimensões de estudo. As categorias foram estabelecidas a priori com base na teoria do colecionismo, e ao longo da análise algumas categorias foram sendo modificadas e outras incluídas. Para auxílio da análise, foi utilizado o software Nvivo.

## 4 RESULTADOS

### 4.1 O COLECIONADOR DE CAMISAS DE FUTEBOL

A partir das análises das entrevistas, foram selecionadas algumas questões de maior relevância sobre os dez colecionadores participantes, além de pontos em comum entre os entrevistados. Um dos pontos notórios em todas as entrevistas foi a paixão pelo futebol. Todos relataram gostar muito de futebol desde criança. Dos dez entrevistados, sete assumiram serem fanáticos por seu time, comparecendo em quase todos os jogos locais do clube. Além disso, todos relataram serem sócios dos seus clubes, e dois deles exercem papéis de conselheiros dos times. Oito dos entrevistados foram influenciados a gostar de futebol pelo pai ou avô paterno e dois deles foram influenciados pela mãe. Todos são torcedores de times gaúchos, sendo seis deles torcedores gremistas, três colorados e um torcedor do Clube Esportivo Aimoré.

Baseado nisso, não é surpreendente que as primeiras camisas dos entrevistados foram presentes dados por seus familiares. Os entrevistados 1, 6 e 8 relataram que o presente que mais ganhavam em datas comemorativas eram camisas de futebol e isso fez com que despertasse a vontade por colecionar. Para o colecionador 2, a coleção surgiu devido à paixão pelo seu time, pois gostava de ter objetos relacionados, mas agora o foco está nas camisas. Já o colecionador 3 possuía algumas camisas do seu time, no entanto, o “pontapé” inicial de sua coleção foi dado por seu pai, que começou a trazer camisas de times estrangeiros das viagens que fazia. O entrevistado 4 jogava futebol de botão, sendo assim, começou a comprar camisas de vários times desde muito jovem. Já o colecionador 5 estudava a história do time e isso o fez perceber a importância da camisa para contar a história do clube, despertando o interesse em ser colecionador. Os entrevistados 7 e 9 começaram a colecionar camisas por influência de amigos próximos que já colecionavam. Por fim, o colecionador 10 relatou ser um apaixonado por camisas de futebol desde criança, mas por não ter condições financeiras de adquirir camisas, começou a comprar e revender camisas de futebol para arrecadar dinheiro para comprar as camisas para sua coleção.

O primeiro critério usado por quase todos os colecionadores no início da coleção eram camisas do seu time. No entanto, no mundo do colecionismo de camisas de futebol, os critérios podem diferir bastante dependendo do tipo e do estágio da coleção. Nove dos dez entrevistados explicaram que os critérios foram mudando ao longo do tempo. A maioria dos colecionadores preferem camisas utilizadas em jogos, principalmente jogos importantes e utilizada por jogadores importantes.

Quanto à frequência que os colecionadores compram, trocam e vendem camisas, metade deles afirmou estar envolvido com essas negociações todos os dias. Ainda, outros dois colecionadores afirmaram não ficar mais de um mês sem comprar camisas de futebol. Um fato interessante é que, devido ao alto preço praticado no Brasil, grande parte dos colecionadores se tornaram “comerciantes” de camisas de futebol para sustentar sua própria

coleção. Mesmo assim, quase todos os entrevistados relataram que algumas de suas camisas jamais serão vendidas por terem significado especial: “(...) se eu estimo demais ela não é vendida a preço nenhum.” (COLECIONADOR 4). Outro ponto em comum entre eles é a não utilização de camisas raras. A seguinte fala expressa isso: “Eu vesti (...) a do Carlitos, que é a camisa mais antiga da coleção, aí eu pensei que com aquela camisa o cara tinha feito quase quinhentos gols, em trezentas partidas. Tô fazendo o quê com essa camisa aqui? Vou tirar ela na hora! Pendurei ela e nunca mais usei.” (COLECIONADOR 5). Apenas dois dos entrevistados relataram que usariam qualquer camisa de sua coleção.

#### 4.2 AQUISIÇÃO DE CAMISAS RARAS E VALIOSAS

O preço das camisas de futebol pode variar muito: pode custar menos de R\$ 10,00 e até mais de R\$ 30.000,00, sendo que o valor depende de uma série de fatores que tornam uma camisa rara e valiosa. Nem todos os entrevistados colecionam camisas utilizadas em campo por algum jogador, no entanto, todos admitem que as camisas mais raras e valiosas são essas. Um ponto importante que foi salientado é que as camisas de jogo têm um número alto na parte de trás da camisa e as camisas de loja geralmente vão até o número 12: “(...) As camisas de jogo são únicas! (...) dois jogos de camisa por jogo, pra cada time. Então são em torno de trinta camisas e acabou. Aí no outro jogo tem mais 30 camisas.” (COLECIONADOR 2).

Existe um consenso entre os colecionadores de que camisas mais antigas, utilizadas por grandes nomes do futebol e usadas em jogos importantes tendem a ser mais raras e valiosas. Outro aspecto que torna a camisa mais valiosa é o autógrafo de um grande craque do futebol, mais importante ainda se for o próprio jogador que usou aquela camisa. Alguns trechos das entrevistas demonstram esses aspectos: “Pra mim... falar em Inter: Valdomiro!! Na minha coleção tem 3 camisas do Valdomiro, que são difíceis de conseguir, muito valiosas.” (COLECIONADOR 7).

Alguns patrocínios podem também tornar a camisa mais rara e valiosa, como no caso de patrocínios que ocorreram apenas em um breve período, ou em poucas camisas do clube. Além disso, camisas de edições especiais e camisas comemorativas podem ser muito valiosas. Curiosamente, o estado de conservação foi lembrado por apenas dois colecionadores como algo importante na valoração das camisas. Alguns colecionadores também comentaram que camisas de regiões ou países onde o futebol não é tão difundido tendem a ser valiosas. Ainda, camisas de times do interior que não existem mais e que tiveram uma história importante também são desejadas por vários colecionadores.

#### 4.3 DIMENSÕES DO COMPORTAMENTO DE COLECIONISMO

Nesta seção, apresenta-se alguns aspectos identificados nas entrevistas realizadas com os colecionadores de camisas de futebol. Percebe-se algumas características comuns nos colecionadores relacionadas com as motivações, a significação, a importância ou apego, o envolvimento e as relações sociais.

##### 4.3.1 Motivações

Os colecionadores de camisas de futebol destacaram diversas motivações que os leva a colecionar. No entanto, algumas foram mais mencionadas, como a paixão pelo futebol, que foi citada por todos os respondentes. Outra motivação citada por alguns respondentes é o culto ao ídolo. Colecionar camisas de futebol de um ídolo ou de um clube do qual esse ídolo faz parte é apontado por alguns colecionadores como uma forma de idolatria. Um respondente

que coleciona camisas do Grêmio indicou o ex-jogador jogador Renato Portaluppi como seu ídolo. Esse mesmo respondente tem um filho que se chama Renato em homenagem a ele. Outro entrevistado mencionou que seu maior ídolo é o Valdomiro, ex-jogador do Internacional. Em sua coleção, ele guarda três camisas do seu ídolo que, segundo ele, são difíceis de conseguir. Outro respondente deu a seguinte resposta: “as camisas do Taffarel para mim são muito especiais assim, porque o Taffarel foi o único cara que eu tive como ídolo no futebol” (COLECIONADOR 5).

Uma terceira razão citada por dois respondentes é o fato de que as camisas de futebol são vistas como uma forma de preservar a história do clube. Um dos colecionadores ressaltou que um motivo para colecionar camisas é a possibilidade de ter uma parte dessa história dentro de sua casa. Nesse mesmo sentido, outro colecionador afirma ter a missão de preservar a história do seu clube e faz isso através do colecionismo. Este respondente também destaca que conseguiu alguns jornais antigos e está compilando esse material em livros.

Colecionar camisas de futebol também é motivado pela tendência em acompanhar o lançamento de uma nova camisa com um novo modelo, uma marca diferente e até mesmo um novo patrocinador. Um respondente relatou que: “cada ano tem uma coisa diferente, cada campeonato tem uma coisa diferente” (COLECIONADOR 2). Enquanto outro respondente ainda destacou que há alguns anos atrás, o modelo das camisas não mudava muito e que, atualmente, são lançados novos modelos o tempo todo, o que desperta o desejo de querer todas essas camisas.

Uma quinta razão mencionada por alguns respondentes é que o colecionismo de camisas de futebol serve como um investimento. Um dos respondentes possui uma coleção própria em sua casa e, ao mesmo tempo, possui também uma empresa chamada “Brechó do Futebol” localizada em Porto Alegre, na qual são comercializadas camisas de futebol. Além desse, outros respondentes também ressaltaram que a negociação e a troca de camisas de futebol são uma fonte de renda, e uma forma de aumentar a sua coleção.

#### 4.3.2 Significação

Quando perguntados sobre o significado da sua coleção de camisas de futebol, todos os respondentes admitiram ter uma grande estima por elas. Alguns colecionadores mencionaram que as camisas são uma referência, pois remetem à lembranças e fatos históricos que marcaram suas vidas, ou seja, colecionar significa recordar momentos: “Posso contar a minha história em cima dessa coleção de camisetas (...)” (COLECIONADOR 6). Nesse mesmo sentido, vários respondentes destacaram também que a coleção significa uma lembrança da infância. Um entrevistado afirmou que colecionar uma camisa que um jogador usou em um jogo que viu pela televisão quando era criança é muito gratificante.

Também foi ressaltado que as camisas têm um significado especial porque são o maior símbolo de um clube. Assim, colecionar camisas de futebol é uma maneira de materializar o cuidado desse símbolo: “A camiseta eu posso vestir. É o símbolo mais claro, na hora da conquista é a camiseta que aparece. Não é a bandeira, não é o hino”. (COLECIONADOR 6). Além disso, um respondente destacou que as camisas podem ser comparadas com a conquista de um troféu. Conseguir uma camisa e pagar um valor alto simboliza essa conquista e isso reforça o significado e o carinho que o colecionador tem pela sua coleção. Outro respondente afirmou que a coleção é uma maneira de realizar um desejo que não conseguiu realizar quando era mais novo. Ele ressaltou que quis estudar História e a coleção foi uma possibilidade de compensar esse desejo. Além das camisas de futebol, o referido colecionador também resgata jornais antigos que contam os principais fatos do seu clube.

A significação percebida com relação à coleção de camisas de futebol fica muito clara à partir de alguns dos depoimentos como: “(...) a coleção de camisas é uma coisa (...) eterna pra mim, porque ela (...) independente de eu ganhar dinheiro ou não com isso é uma... é uma coisa que me completa” (COLECIONADOR 5). Notou-se que alguns respondentes atribuem um significado tão especial para a sua coleção que chegam a afirmar que nunca venderam algumas camisas porque desejam que elas sempre fiquem com eles. Um deles ainda afirmou que existe um certo egoísmo dele em relação às camisas da sua coleção.

#### 4.3.3 Importância/Apego

De forma geral, a maioria dos respondentes declarou dar muita importância às suas camisas de futebol, o que resulta em um cuidado especial. Essa importância e apego são relatados por um respondente: “(...) aquilo ali é meu tesouro, que eu digo né. É o tesouro do cara. (COLECIONADOR 2). Em relação ao uso das camisas, quase todos os respondentes relataram que possuem alguma restrição, conforme depoimento: “Eu só uso as camisas do Inter que não são as especiais, né, essas eu não tenho nem coragem de usar. Não me sinto nem capacitado”. (COLECIONADOR 5). Nesse aspecto, percebe-se, conforme observado por Belk (1995), que o ato de colecionar difere de outras formas de consumo pelo fato de o colecionador não utilizar as camisas com a finalidade para a qual foram criadas.

Um outro aspecto a destacar é a restrição de acesso às camisas. A maioria dos colecionadores não permite que pessoas não conhecidas vejam a sua coleção. Um respondente ressaltou que sua família e pessoas conhecidas podem visitar a sua coleção. Outro respondente declarou que, além de restringir o acesso, não fotografa e não publica fotos das suas camisas. Um terceiro colecionador comentou que julga muito inseguro deixar um desconhecido entrar no “quartinho do tesouro”, expressão usada para falar da sua coleção.

Uma parte da amostra afirmou dar muita importância às camisas de futebol através do cuidado com sua conservação. Um respondente comentou que chegou a guardá-las em sacos plásticos, mas teve que tirá-las porque estavam mofando. Outro respondente declarou que fica de mau humor quando usa uma camisa da coleção e ela suja por algum motivo. Um outro colecionador destacou que não lava as camisas depois que as compra para não estragá-las. Vale ressaltar, também, que alguns colecionadores mantêm um espaço exclusivo para guardar suas camisas organizadamente, seja por clube ou por ano.

#### 4.3.4 Envolvimento

Ao serem questionados sobre o envolvimento com a sua coleção, alguns respondentes revelaram-se mais envolvidos e outro menos. No que diz respeito à frequência de compra ou troca de camisas, um colecionador ressaltou que dedica cerca de 14 horas por dia. Alguns respondentes mencionaram que a frequência de negociação de camisas oscila bastante. Por outro lado, outros sujeitos relataram uma maior frequência de compra destacando que fazem isso todos os dias. O envolvimento de alguns colecionadores é tão grande que chegam a deixar camisas dentro do carro para não perder nenhuma oportunidade de negociação.

Um outro ponto percebido é o fato de que o ato de colecionar exige um bom conhecimento sobre futebol e também das camisas. Ele ressalta que para não ser enganado em uma compra ou troca de camisas, o colecionador precisa conhecer vários detalhes como os patrocínios, as cores, a estampa, a fonte e a cor do número, por exemplo. Além disso, um aspecto destacado também por alguns respondentes é o desafio e a dedicação para conseguir certas camisas de futebol. Todos os colecionadores entrevistados contaram uma história de como conseguiram uma camisa, muitas vezes, de forma inusitada.

#### 4.3.5 Relações sociais

Todos os respondentes, sem exceção, admitiram sob diferentes aspectos, que o ato de colecionar camisas de futebol fortaleceu algum vínculo social ou possibilitou novas amizades. Um sujeito respondeu que o colecionismo fez com que fosse mais valorizado como pessoa e também proporcionou uma relação de afeto e carinho com outros colecionadores. Essa percepção é destacada por Belk (1988), quando afirma que alguns objetos podem causar a sensação de capacidade de ser alguém diferente do usual por causa desses itens. Um outro respondente afirmou que o colecionismo une pessoas que talvez nunca se encontrariam e que não teriam nenhuma outra coisa em comum: “O colecionismo me deu isso, também, a oportunidade de eu tratar com pessoas de novo, de escolher melhor as amizades, né, e de ser escolhido por elas... Mais um motivo pelo qual eu acredito que eu vá colecionar pra sempre” (COLECIONADOR 5).

Apenas um dos respondentes ressaltou que não participa de comunidades relacionadas em redes sociais como Facebook e Whatsapp. Para os demais, essas comunidades e grupos servem para negociar camisas de futebol. Alguns deles também mencionaram que essa interação é importante porque desenvolve uma cumplicidade entre os colecionadores. Quando numa negociação de camisas um colecionador não cumpre com as suas obrigações ele é mencionado nessas comunidades e grupos. Dessa forma, ele é excluído das relações entre os colecionadores. Nota-se que existe um código de ética estabelecido. Uma outra forma de estabelecer relações sociais também é mencionada por alguns colecionadores: a participação em eventos de colecionadores de camisas de futebol: “(...) Porque aí tu vê o quanto tu é valorizado, o quanto as pessoas gostam de ti e tal” (COLECIONADOR 4).

#### 4.4 ASPECTOS NEGATIVOS DO COLECIONISMO

De acordo com Belk (1995), em casos extremos de compulsão, colecionadores podem sentir a necessidade de esconder suas novas aquisições por vergonha ou por culpa. Além disso, os dispêndios financeiros realizados em prol da coleção (em detrimento do orçamento doméstico) e o tempo excessivo dedicado à sua manutenção podem afetar o relacionamento familiar. Todos os entrevistados demonstraram ter consciência desses aspectos negativos e ressaltaram a importância de praticar o colecionismo com responsabilidade: “Tem que dosar, né. Não pode, por exemplo, comprar uma camiseta e faltar alguma coisa em casa. Isso seria, sei lá, né... Uma burrice” (COLECIONADOR 6). Dois deles, porém, declararam que já deixaram de fazer certas coisas (como viajar e ir à praia, por exemplo) para comprar uma camisa de futebol que estavam querendo há muito tempo.

Nenhum dos entrevistados demonstrou ter sofrido quaisquer prejuízos significativos em sua vida pessoal por causa da coleção. Contudo, alguns deles citaram que já precisaram justificar alguma compra para a família e que a utilização de espaço dentro de casa para o armazenamento da coleção eventualmente atrapalha um pouco: “Já comprei um guarda-roupa grande e encheu o lado ali, aí usei o lado dela, né. Mas a gente vai indo, vai indo, negociando, até ficar tudo na paz” (COLECIONADOR 9). Os entrevistados explicam também que, ocasionalmente, algumas pessoas questionam seus pretextos para colecionarem ou até mesmo não conseguem entender suas razões, mas aceitam o comportamento: “Tem gente que entende, tem gente que não entende, tem gente que acha que é acumulador, essas coisas assim. (COLECIONADOR 2)”.

Belk (1995) ressalta que os colecionadores preparam-se para situações emergenciais, por exemplo, levando sempre consigo dinheiro em cédulas para o caso de um novo item

aparecer. Durante as entrevistas, um dos respondentes explicou que um dos hábitos mais conhecidos dentre os colecionadores de camisa de futebol é deixar algumas camisetas simples dentro do carro para oferecer às pessoas que, no momento abordagem, estão vestindo a camisa de futebol que será comprada. Todos os entrevistados confirmaram que estão constantemente atentos a oportunidades de adquirir novos itens para a coleção nos lugares que frequentam. Alguns deles, por exemplo, admitiram que já abordaram andarilhos ou vendedores de rua para adquirir suas camisas, enquanto outros relataram situações inusitadas nas quais adquiriram uma nova camisa para a coleção: “(...) Passei por um senhor na rua pedindo esmola na sinaleira, comprei a camiseta dele por 30 reais e vendi por 250. Uma camiseta muito rara, antiga, do Cruzeiro.” (COLECIONADOR 1).

Segundo Belk (1995), não é raro que os próprios colecionadores caracterizem seu comportamento com palavras depreciativas. Alguns dos entrevistados deixaram bastante claro que compreendem o comportamento vicioso intrínseco à coleção: “Tu sempre vai achar uma (camisa) pra tu ir atrás. É... desculpa o termo, mas é uma cachaca, né. Aquela coisa assim, preciso de mais uma. Tu não vai parar nunca. (COLECIONADOR 3).” A maioria dos entrevistados fez esse tipo de menção durante a entrevista: “Facilmente a paixão e a necessidade de ter determinada peça pode te transformar um pouco. Eu mesmo já tive períodos assim de obsessão por ter determinada camisa (...) mas uma obsessão boa.” (COLECIONADOR 5).

## 5 CONCLUSÕES

As análises apresentadas reforçam os conhecimentos já estabelecidos sobre colecionismo. Assim como os colecionadores de outros objetos, os de camisas de futebol demonstraram um grande apego por sua coleção. Para eles, ela ocupa um lugar muito especial nas suas vidas, o que faz com que dediquem grande parte do seu tempo para a sua coleção e mantenham um cuidado especial com ela. Observou-se também que os colecionadores se envolvem significativamente na busca de novas camisas e, muitas vezes, as conseguem em situações muito inusitadas. Para alguns, a busca de novas camisas é vista como uma caça ao tesouro, pois algumas são raras e difíceis de serem encontradas. Dessa forma, a conquista de uma camisa os torna muito satisfeitos e é vista como a conquista de um troféu. Alguns dos colecionadores entrevistados transformaram essa paixão em uma fonte de renda, porém, todos destacaram que algumas camisas da sua coleção não são negociadas, pois possuem um significado especial em suas vidas.

Observou-se que a paixão pelo futebol é característica em comum entre todos os entrevistados. Colecionar camisas é uma forma de manter viva essa paixão, uma vez que vários deles comentaram que as camisas ajudam a contar a sua história de vida, a história do clube e, algumas vezes, referenciam a lembrança de um ídolo. Ficou evidenciado também que a camisa de futebol é o maior símbolo de um clube. Assim, os colecionadores enxergam a coleção como algo simbólico, com grande significado. Em relação às comunidades de colecionadores de camisas de futebol, existe uma união muito forte entre eles. Vários colecionadores relataram que o colecionismo lhes proporcionou fazer muitas amizades e a serem respeitados como pessoas. Além disso, constatou-se que nessas comunidades existe um código de ética, principalmente no que diz respeito à negociação de camisas.

Conforme observado na literatura, o comportamento colecionista eventualmente pode apresentar aspectos negativos. Os próprios entrevistados descrevem o ato de colecionar como algo viciante. Essa auto avaliação, porém, não tem tanto impacto para o ouvinte. Isso acontece porque o comportamento de colecionismo é socialmente aceito, ou seja, acredita-se que, ainda

que façam esse tipo de referência sobre si mesmos, os colecionadores sejam capazes de manter o autocontrole quando desejarem (BELK, 1995).

Vale ressaltar que essa análise feita sobre o consumo de coleção tem o intuito de colaborar com o avanço do conhecimento, o que evidencia que mais investigações podem enriquecer a compreensão sobre o “mundo” dos colecionadores de camisetas de futebol. Sugere-se como pesquisas futuras ampliar essa análise do colecionismo para outras regiões do país e com maior número de entrevistados. Pode-se destacar como limitação do presente estudo, as poucas referências bibliográficas encontradas sobre paixão pelo futebol.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BELK, Russell W. Acquiring, possessing, and collecting: fundamental processes in consumer behavior. **Marketing theory: Philosophy of science perspectives**, p. 185-190, 1982.

\_\_\_\_\_. Possessions and the extended self. **Journal of consumer research**, v. 15, n. 2, p. 139-168, 1988.

\_\_\_\_\_. Collecting as luxury consumption: Effects on individuals and households. **Journal of economic psychology**, v. 16, n. 3, p. 477-490, 1995.

BELK, Russell W.; WALLENDORF, Melanie; SHERRY JR, John F. The sacred and the profane in consumer behavior: Theodicy on the odyssey. **Journal of consumer research**, v. 16, n. 1, p. 1-38, 1989.

\_\_\_\_\_. Do dom à profissão: uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França. Tese de doutorado, Porto Alegre, UFRGS/PPG AS 2005 (Disponível no site <http://www.biblioteca.ufrgs.br/Bibliotecadigital>).

\_\_\_\_\_. Dom, Amor e Dinheiro no futebol de espetáculo. **Revista brasileira de ciências sociais**, vol. 23 nº. 66, 2008.

\_\_\_\_\_. Paixão partilhada e participativa – o caso do futebol História. **Questões & Debates**, Curitiba, n. 57, p. 45-72, jul./dez. 2012.

GUSCHWAN, M. Fandom, brandom and the limits of participatory culture. **Journal of Consumer Culture**, v. 12, n. 1, p. 19-40, 2012.

KERR, A. K.; EMERY, P. R. The allure of an ‘overseas sweetheart’: a Liverpool FC brand community. **International Journal of Sport Management and Marketing**, v. 9, n. 3-4, p. 201-219, 2011a.

MCINTOSH, William D.; SCHMEICHEL, Brandon. Collectors and collecting: A social psychological perspective. **LeisureSciences**, v. 26, n. 1, p. 85-97, 2004.

O’SHEA, M. A.; ALONSO, A. D. ‘Rustington’ fans: nurturing sport team identification via the creation of generational fandom—a case study. **International Journal of Sport Management and Marketing**, v. 12, n. 1-2, p. 39-56, 2012.