

A representação da cena urbana do bairro de Itaquera a partir das narrativas dos operários que trabalham na Arena Corinthians

The representation of Itaquera urban scene from the point of view of Arena Corinthians workers

Daniel Sena Serafim

Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), possui graduação em Administração de Empresas pela Universidade Nove de Julho (2009), e Pós-Graduação em Gestão Empresarial também pela mesma universidade.

Resumo

Este artigo propõe o estudo sobre as transformações no bairro de Itaquera a partir das narrativas dos operários que trabalham na construção da Arena Corinthians. O local escolhido para a abertura da Copa do Mundo de Futebol da FIFA de 2014 passa por transformações físicas e simbólicas, capazes de reorganizar as práticas socioculturais e as representações que os trabalhadores do estádio têm do bairro. Este estudo a partir do campo da Comunicação e Consumo com caráter teórico-empírico busca responder o seguinte problema: como os operários da Arena Corinthians percebem as transformações do bairro de Itaquera a partir da construção do estádio do Sport Clube Corinthians Paulista?

Palavras-chave: Comunicação e Consumo; Megaeventos; Cidades.

Abstract

This paper proposes a study on the changes in the Itaquera neighborhood from the narratives of the workers working in the construction of Corinthians Arena. The venue for the opening of the World Cup Soccer FIFA 2014 undergoes physical and symbolic, able to rearrange the socio-cultural practices and representations that workers have the stadium neighborhood transformations. This study from the field of Communication and Consumption with theoretical and empirical attempts to answer the following problem: how workers perceive the Corinthians Arena transformations of Itaquera neighborhood from the construction of the stadium of Sport Club Corinthians Paulista?

Keywords: Communication and Consumption; Mega events; Cities.

Introdução

O espaço urbano desde suas primeiras evoluções permitiu a compreensão da realidade de uma metrópole. Realidade que a partir do recorte físico das cidades, não se resume apenas na interpretação da ocupação pública, mas principalmente na reflexão dos contextos socioculturais de um país. A comunicação apresenta-se, neste contexto, como uma forma de convivência entre as pessoas, envolvendo interações, trocas e compartilhamento de experiências que produzem significados sociais. Tais noções estão enlaçadas com o consumo em suas diversas facetas, vividas pela sociedade através da experiência das práticas de consumo. Essas experiências são provedoras de mudanças culturais o que, entre outros aspectos, servem como base para a constituição do campo da comunicação e consumo, como uma linguagem contemporânea, explicada da seguinte maneira por Baccega (2008):

Então, que caminhos tomar para que o acesso aos benefícios da contemporaneidade seja garantido a todos e os prejuízos aos sujeitos sejam minorados? Como já aprendemos há muito tempo – e parece bastante importante não esquecer – qualquer análise da realidade, qualquer crítica a ela, qualquer proposta de modificação ou aprimoramento dela passa pelo seu conhecimento. Até porque tais movimentos serão realizados por homens que são sujeito e objeto: fazem a história e são resultados dela. (BACCEGA, 2008, p. 4)

Sendo assim, comunicação e consumo se cruzam em contextos sociais coletivos do cotidiano em meio à cultura, educação, visibilidade, apropriações e mudanças de significado proveniente da interação entre a mídia, comunicação e consumo. A cena urbana atual do bairro de Itaquera é palco da apropriação do espaço urbano pelo entretenimento, promovendo rearticulações físicas e simbólicas no bairro.

As mudanças físicas, que estão acontecendo na localidade movimentam o imaginário dos populares quanto ao marco da construção da Arena. Itaquera vagarosamente no imaginário de seus moradores está reconfigurando uma nova paisagem urbana, uma espécie de sonho em fase de acabamento.

O local onde está sendo construído o estádio do Sport Clube Corinthians Paulista já instigava o imaginário dos populares em Itaquera que tentavam presumir o que seria edificado naquele vale geográfico. Em meados da década de 90 o senso comum desta periferia, baseado na identificação “clubística”, de apreço ao clube, especulava que, nas proximidades do metrô Itaquera um dia seria erigido um estádio de futebol do Corinthians, local que já abrigava um precário centro de treinamento do clube, mas que, no imaginário local, estava reservado ao futuro estádio. A imagem a seguir demonstra o espaço urbano de Itaquera antes da cogitação do megaevento esportivo da Copa do Mundo de Futebol da FIFA de 2014, sem as intervenções urbanas propostas ao bairro decorrentes do entretenimento.

Região de Itaquera antes da especulação da Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014



Fonte: Imagem disponível em www.google.com.br.com.br/imagens – acesso em 06/07/2013, onde a imagem faz referência ao terreno da construção da Arena Corinthians em Agosto/2008

Ao longo de mais de vinte anos, os moradores de Itaquera tiveram seu imaginário alimentado pela mídia que, através de imagens, discursos políticos e outros atores sociais como o próprio Sport Clube Corinthians, aprofundavam esta questão no cotidiano da região. Muito se politizou e protelou, mas quando a obra do estádio iniciou no local imaginado, que antes era escuro pelas noites, sombrio e perigoso, deu lugar a uma aura iluminada pela tecnologia, que agora ilumina a imaginação de tantos moradores de Itaquera e alimenta as suas subjetividades em relação ao futuro do bairro.

Os discursos políticos por sua vez, tiveram grande contribuição em alimentar o imaginário dos populares com relação à construção do estádio em Itaquera. O ex-presidente do Sport Clube Corinthians Vicente Matheus articulou junto ao prefeito Jânio Quadros em 9 de setembro de 1988, a lei 10.622 que legitimou por meio de votação na câmara, a concessão por 90 anos do terreno em Itaquera ao clube de futebol, fato que promoveu a construção de um centro de treinamento para as categorias de base do clube no terreno concedido.

De acordo com a lei, o artigo 5º do documento, afirma que o Corinthians precisaria devolver ao município o terreno em 2078, ou seja; noventa anos a partir de 9 de setembro de 1988, passando as edificações e as benfeitorias construídas no terreno a cidade de São Paulo, ainda que fosse necessário qualquer pagamento ou indenização, o patrimônio construído passaria a ser da prefeitura.

O texto da lei refere-se à construção do estádio e de obras complementares na região, sendo um contrato bilateral entre o clube de futebol e a Companhia Metropolitana de Habitação de São Paulo (COHAB/SP). Na época, o presidente do clube, Vicente Matheus, foi muito questionado pelos veículos de comunicação a respeito das condições de moradia da capital paulista, como forma de contestação a concessão do terreno para construção de um estádio.

De fato, a diretoria do Corinthians através do seu ex-presidente Andrés Sanchez montou uma estratégia política para viabilizar o terreno em Itaquera, na pretensão de construir seu estádio na Zona Leste da capital paulista, apoiando-se na Arena como dinamizador do desenvolvimento da região. Esta foi à maneira de demonstrar para a prefeitura as melhorias que a obra levaria a cidade, conseguindo assim um financiamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), estimulando o imaginário dos projetos de expansão da Zona Leste. ⁴

O consumo do bairro de Itaquera pelo entretenimento

EUma vez tomada à decisão de que a cidade de São Paulo receberia o jogo de abertura da Copa do Mundo da FIFA de 2014, a prefeitura da cidade de São Paulo buscou parcerias com empresas privadas para viabilizar estudos e a construção da Arena Corinthians, no bairro Itaquera, em 2011, para reforçar a decisão da FIFA. A consultoria Accenture, por exemplo, elaborou um estudo que, com base na referência do desenvolvimento econômico de São Paulo, subsidiado com argumentos econômicos para a construção de um estádio para a partida de abertura da Copa do Mundo.

A pesquisa da Accenture se baseia em quatro aspectos. O primeiro traz a importância de São Paulo para a abertura da Copa do Mundo no Brasil, onde alude às cidades escolhidas como sede para a cerimônia de abertura de anteriores Copas do Mundo como cidades de importância global, assim como São Paulo. O segundo aspecto coloca o estádio de Itaquera como fator de desenvolvimento da cidade, em geral, e da Zona Leste em particular. Evidencia a distribuição da população na região em relação ao número de empregos e a renda média familiar. Correlaciona essas evidências com o Programa de Desenvolvimento da Zona Leste, em especial na questão relativa à infraestrutura viária.

O terceiro aspecto está direcionado a fomentação e incentivo de desenvolvimento econômico por meio de grandes eventos esportivos, o que o estudo da Accenture exemplifica a partir dos investimentos e resultados econômicos obtidos para uma cidade-sede em alguns dos últimos Jogos Olímpicos. Descrevem-se os benefícios para o turismo e a geração de empregos, principalmente em países em desenvolvimento. Traça-se uma comparação com a cidade de Barcelona, onde as captações de empregos, turismo e, obras de infraestrutura deixaram um importante legado, proporcionando um crescimento notório e uma confiança econômica que fez da “cidade condal” um lugar extremamente atrativo para investimentos.

O quarto aspecto demonstra os benefícios estimados com a construção da Arena Corinthians, estádio criado para a abertura da Copa do Mundo, em relação ao ciclo de vida da Arena. Contempla-se o período para a sua construção, o período do evento da Copa do Mundo e, por fim, o período de operação pós-copa; associando neste último a realização de eventos esportivos e não esportivos. Finalmente, a pesquisa da Accenture atribui à marca Corinthians a conotação de

uma franquia de sucesso para o bairro de Itaquera. A alta identificação entre os moradores locais e o clube, segundo a mencionada consultoria, pode atrair bons investimentos e outros atributos mercadológicos à Itaquera. Vislumbrando subjetivamente, a inserção de Itaquera como parte de uma cidade-midiática, conceito que é argumentado por Rose Rocha (2012) através do adjetivo de cidade-midiática, entendido pela autora como a cidade pensada pelo interessante caminho da cidade múltipla, orientação possível de ser encontrada em muitas metrópoles que detêm os melhores índices de qualidade de vida do mundo.

Abaixo seguem imagens relacionadas à pesquisa realizada pela Accenture. Note-se a deliberada comparação entre a Copa do Mundo e a arrecadação usual de alguns dos grandes megaeventos realizados na cidade de São Paulo, e a omissão dos investimentos públicos empregados para subsidiar um evento privado como a Copa do Mundo:

Relatório da empresa Accenture contextualizando o estádio como potencial dinamizador da Zona Leste de São Paulo



Fonte: Accenture, Janeiro/2011

Comparação financeira do estádio em relação a outros eventos existentes no estado de São Paulo



Fonte: Accenture, janeiro/2011

É certo que os números impressionam e possivelmente movimentarão o consumo da região de Itaquera. Além da circulação de mercadorias, a ideia de uma melhora no bairro é inevitável. A percepção de seus moradores, trabalhadores e visitantes quanto a esta imagem pode ser interessante para um reencantamento do bairro. Minimamente ou em pequenas proporções a construção da Arena Corinthians ainda que de forma recortada, é suficiente para dar visibilidade ao bairro de Itaquera, atraindo olhares de agentes econômicos interessados em investir nesta periferia, colocando-a num ritmo diferente, a partir da ótica do entretenimento.

Em consonância com a pesquisa da consultoria Accenture, a prefeitura de São Paulo divulgou, em julho de 2012, em virtude da possibilidade de firmar a obra da Arena Corinthians como sede da abertura da Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014, uma sequência de obras públicas em Itaquera, o que atraiu olhares para novos negócios no bairro, a fim de aproveitar o aquecimento da economia local. Ademais, se observa um crescimento das oportunidades de negócios e empregos em Itaquera que até então estavam concentradas em outras regiões da cidade de São Paulo. A partir da construção da Arena o imaginário de um progresso econômico é atrelado à possibilidade de novas maneiras de perceber o bairro como um eixo de desenvolvimento socioeconômico, sendo uma transformação contida nas percepções e imaginários sobre Itaquera.

A transformação que este estudo pretende analisar a partir das narrativas dos operários da Arena Corinthians; se relaciona com o desejo de uma localidade com acesso a bens e oportunidades antes apenas sonhados, mas que, atualmente, podem ser vislumbrados nos pequenos negócios que vêm surgindo e também pelo imaginário empreendedor. Muitos comerciantes vislumbram a partir da Arena Corinthians, a possibilidade de sair da informalidade e aproveitar o momento que sinaliza um futuro baseado no encantamento e na retomada da confiança na atividade econômica.

A construção da realidade em Itaquera está diante de uma construção social midiática. A partir das especulações sobre a construção da Arena Corinthians e a união entre poderes público e privado, emergiram diversas modificações nas dinâmicas e fluxos urbanos. Uma série de projetos e ações sociais está sendo especulada no bairro, entre as quais se destacam o discurso sobre o acesso e a cidadania. Contudo, possivelmente muitas de tais melhorias só serão especuladas a partir da visibilidade midiática do bairro.

Para Thompson (2008), as interações na vida social evoluíram da comunicação face a face para uma esfera mediada pelas mídias comunicacionais, onde cada vez mais as pessoas absorvem informações fora de seu conhecimento local, incorporando de maneira reflexiva os conhecimentos positivos ao seu desenvolvimento pessoal. A absorção destas informações para a vida cotidiana é capaz de provocar novas interações, ampliando o campo de visão do indivíduo, o autor atribui essa nova forma de visibilidade ao desenvolvimento das mídias

comunicacionais.

O desenvolvimento das mídias comunicacionais trouxe, desse modo, uma nova forma de visibilidade – ou, para ser mais preciso, novas formas de visibilidade cujas características específicas variam de um meio para outro – que se diferencia em aspectos essenciais da visibilidade situada da co-presença. Nessa nova forma de visibilidade mediada, o campo da visão não está mais restrito às características espaciais e temporais do aqui e agora, ao invés disso molda-se pelas propriedades distintivas das mídias comunicacionais, por uma gama de aspectos sociais e técnicos (como angulações de câmera, processos de edição e pelos interesses e prioridades organizacionais) e por novas formas de interação tornadas possíveis pelas mídias. Ela é moldada também pelo fato de que, na maioria das mídias comunicacionais, a visualidade não é uma dimensão sensorial isolada, mas vem geralmente acompanhada pela palavra falada ou escrita – trata-se do áudio-visual ou do textual-visual. Ver nunca é pura visão, não é uma questão de simplesmente abrir os olhos e captar um objeto ou acontecimento. Ao contrário, o ato de ver é sempre moldado por um espectro mais amplo de pressupostos e quadros culturais e pelas referências faladas ou escritas que geralmente acompanham a imagem visual e moldam a maneira como as imagens são vistas e compreendidas. (THOMPSON, 2008, p. 21).

O meio político também articula essa nova forma de visibilidade. O projeto urbanístico proposto ao bairro de Itaquera, além de estimular uma adesão coletiva, propõe um acesso e uma cidadania utópica, que fomentaria benefícios intangíveis ao bairro. Embora a consonância entre público e privado na realidade deixe a desejar; com efeito, há um inexorável processo de privatização do espaço público, constatável em articulações do poder público estadual, mediados por incentivos capitalistas e a metáfora “parceria público-privada” que, de fato, denota a relação entre a significação do espaço público e sua utilização privada.

A vontade de dominar o espaço público, por meio da visibilidade midiática atravessa um complexo fluxo de informações, imagens e conteúdos simbólicos, em que o interesse pode estar não em promover a visibilidade, mas um disfarce mediado pela exclusão. Por sua vez, os conflitos sociais se tornam presentes em determinados eventos, ilustrados de maneira parcial pelos meios de comunicação de massa. Segue abaixo a reprodução da proposta do Governo do Estado de São Paulo para o bairro de Itaquera a partir da construção da Arena Corinthians.



Proposta ao bairro de Itaquera em conjunto com as obras do estádio para Copa do Mundo de 2014

Fonte: Evento “SP 2040 – A Cidade que Queremos”, junho/2012

Por isso a pergunta que às vezes pode incomodar moradores, críticos, estudiosos e políticos é: Será que todas essas intervenções urbanas e sociais propostas no projeto não poderiam ter acontecido sem o protagonismo do estádio? Se o estádio não fosse construído em Itaquera, essas propostas seriam ao menos imaginadas em função das necessidades da região, sendo esta a mais populosa da capital paulista?

Mais do que responder a esta pergunta, talvez seja interessante evidenciar a força da construção midiática, que através da visibilidade parcial dos fatos favorece a privatização do espaço público, além de servir como agente atuante na modificação e reinterpretação do espaço público, aditivado por discursos políticos.

O megaevento e o espaço urbano de Itaquera

A partir da viabilização do terreno para construção da Arena, a contemplação da obra transformou o estádio em vitrine para o bairro de Itaquera, um consumo de imagens organizadas e produzidas a partir da ótica do entretenimento, como parte de um marco para o bairro de Itaquera. Contextualizado o surgimento do entretenimento, como novidade dominante na realidade da periferia de Itaquera, podemos alinhar as articulações teóricas de Freitas (2010) que reflete e teoriza acerca da temática dos megaeventos como um entretenimento contemporâneo, de repercussão midiática capaz de capturar o interesse de milhares de pessoas, convertendo as experiências absorvidas por esta audiência em processos de mediação social.

O referido autor argumenta que as narrativas dos megaeventos, potencializam de forma exponencial os patrocínios, que buscam a todo instante atrair o público-alvo através de infraestruturas que se constituem como recursos provedores para vivenciar novas sociabilidades por meio de aspectos econômicos. Por sua vez, os discursos políticos e midiáticos, são justificados pela figura do compromisso da construção da imagem do país para o mundo. A Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 estão cercados de propostas políticas, que contemplam um legado que seria permanente aos moradores das cidades-sede, Freitas define assim este formato de entretenimento:

Os megaeventos são fatos sociais que, muitas vezes, podem entrar de vez para a história de uma cidade. Para o melhor ou para o pior. Para o melhor, se o seu legado efetivamente for útil à população ou se, pelo menos, não trouxer danos urbanísticos e acrescentar maior movimento à economia local. Para o pior, quando o dinheiro público for desperdiçado em uma maior preocupação com o espetáculo midiático do que com o bem estar da população que continuará a viver naquele lugar. (FREITAS, 2010, p 10).

Freitas (2010) atribui o legado tão falado a um agrado aos visitantes, em que evidentemente, existem ganhos políticos, econômicos e urbanísticos importantes, mas percebe-se que o espetáculo ganha vulto mais importante do que o bem estar futuro da população. Nesta perspectiva o poder público almeja

consolidar a imagem da cidade através do megaevento, percebido como grande atrativo aos negócios, como também uma oportunidade de fortalecimento político.

Por sua vez, Itaquera é ideal para contextualizar o exemplo do referido autor. Pela mediação dos megaeventos, cabe notar que o bairro de Itaquera se apresenta, em caráter fetichista, como uma mercadoria capitalista capaz de introjetar nos indivíduos sentimentos que seriam convertidos em sua própria realidade. Este inconsciente coletivo conduziu a percepção de muitas sociedades sobre a realidade em busca de uma idealização futurista que poderia tornar-se realidade.

O imaginário social perceptível no bairro denotam representações percebidas por meio de variáveis econômicas que representam um reencantamento desta periferia. Esse valor simbólico é alimentado também pelos discursos, que atribuem a permanência de um legado à região em um ciclo que teria início após o megaevento esportivo. Que a Arena Corinthians ordenaria a estruturação social de Itaquera atraindo olhares e investimentos econômicos, mobilizando a rearticulação do espaço social em função do entretenimento, apoiado também por políticas públicas.

O legado referenciado pelos discursos midiáticos, por sua vez é completamente dependente do espetáculo que se manifesta como o movimento predominante da cultura de uma sociedade, que consome e é consumida pelo espetáculo. Refletindo pelo campo teórico mobilizado por Debord (1997) as críticas em relação à sociedade do espetáculo, unificam espetáculo e sociedade desta forma:

O espetáculo é ao mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade em seu instrumento de unificação. Enquanto parte da sociedade, o espetáculo concentra todo o olhar e toda a consciência. Por ser algo separado, ele é foco do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que realiza não é outra coisa senão a linguagem oficial da separação generalizada. (DEBORD, 1997, p 14).

No pensamento de Debord (1997), a existência de um aparato de manipulação das imagens para atrair a atenção da sociedade é decorrente da condição de espectador que o próprio homem se conforma e aceita como realidade constituinte da preservação do equilíbrio de sua vida. O distanciamento entre a verdade e o que pretende ser ardilosamente adulterado determina a premissa das ideias que revestem o espetáculo de uma roupagem onde o desvio é produto de uma preferência pela imagem, uma sujeição pela alienação ao invés do confronto com a realidade.

Não surpreenderia, portanto, se de forma espontânea algum morador do bairro de Itaquera, viesse a interpretar o megaevento esportivo como parte de seu cotidiano a ponto de se reconhecer como parte dele. Pela ótica de Debord (1997), esta representação de união é iludida pela proximidade ao espetáculo, que distorce a realidade nela mesma através da separação de classes sociais. A aspiração de fazer parte do espetáculo encobre a realidade destes sujeitos, em uma visão alienada pela abstração do evento que monopoliza as aparências com base nas

fraquezas da compreensão humana. Essa reação perante o espetáculo é citada de forma crítica pelo referido autor.

O espetáculo apresenta-se como algo grandioso, positivo, indiscutível e inacessível. Sua única mensagem é o que aparece é bom, o que é bom aparece. A atitude que ele exige por princípio é aquela aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve na medida em que aparece sem réplica, pelo seu monopólio da aparência. (DEBORD, 1997, p 17).

Aparência que em referência a Debord (1997), Machado (2007) define como sendo, depois do espetáculo, o “hiperespetáculo”. Assim sendo um imaginário sem representação. Uma imagem que por si só define, significa e espetaculariza a superioridade fictícia de uma produção fetichista. A utopia sedutora que é produzida pela mídia em relação à Arena Corinthians é disseminada exaustivamente como uma ação benéfica e absoluta para a capital paulista. A periferia de Itaquera corrobora com esta cena midiática, pois de uma forma capilar a imagem da Arena ganha contornos além do local do estádio. A expansão da celebração da aparência, produzida pela imagem do estádio enforca a realidade e as necessidades desta periferia em contextos fixados no cotidiano pelo entretenimento. O olhar crítico de Machado (2007) definiu assim o hiperespetáculo:

O hiperespetáculo é a vitória da imagem à la carte, pay-per-view ao alcance de todos contra a arbitrariedade de uma emissão em massa. No hiperespetáculo, como imaginário da fama, a visibilidade ofusca o seu negativo. O conteúdo pode ser preenchido com silicone. Afinal, estamos no pós-humano e nada impede que o saber seja uma prótese. O importante é fazer parte da tribo dos famosos, comungar os valores da celebridade e celebrar o valor simbólico. (MACHADO, 2007, p 37).

No contexto do espetáculo, a Copa do Mundo de Futebol da FIFA de 2014, implica realmente em conjugar o status simbólico de fazer parte do megaevento, mesmo que este verbo “fazer” seja conjugado na passividade do distanciamento, em apenas estar próximo geograficamente ou coincidentemente ao evento. A ilusão, de proximidade será dada pelo sentido de sintonia em que o bairro se coloca, por ter sido escolhido como local sede. Porém o suposto vínculo social com o acontecimento será mediado pelas imagens fornecidas pela mídia, em que os moradores da periferia de Itaquera em uma contemplação terão a relação midiática com este entretenimento certamente através das imagens. Outro autor que também dialoga com a temática referente à proliferação das imagens é Kellner (2001). Atribui à interação entre espaço social e cena midiática, o protagonismo da cultura da mídia, sendo esta dominante devido ao fato de impactar um grande número de pessoas provocando reações conforme a citação abaixo:

Com o advento da cultura da mídia, os indivíduos são submetidos a um fluxo sem precedentes de imagens e sons dentro de sua própria casa, e um novo mundo virtual de entretenimento, informação, sexo e política estão reordenando percepções de

espaço e tempo anulando distinções entre realidade e imagem, enquanto produz novos modos de experiência e subjetividade. (KELLNER, 2001, p 27).

As interações produzidas pelas imagens midiáticas impactam a massa em uma representação na vida diária, na relação entre indivíduos e na criação de valores quanto aos objetos do cotidiano social, induzindo a produção de significados nas práticas de consumo.

A cena urbana de Itaquera e a percepção dos operários que trabalham na construção da Arena Corinthians

Por meio das narrativas dos operários da Arena Corinthians, este tópico argumentará aspectos e realidades de Itaquera, baseando-se na compreensão da realidade social que estes indivíduos atribuem a esta periferia através de suas narrativas, como um possível reencantamento do bairro. A partir de Berger e Luckmann (2008), a temática referente à construção social da realidade percebe e interpreta a importância dos questionamentos do senso comum como fator constituinte da realidade cotidiana, no qual este tópico está mobilizado. Segundo os autores,

O mundo da vida cotidiana não somente é tomado como uma realidade certa pelos membros ordinários da sociedade na conduta subjetivamente dotada de sentido que imprimem a suas vidas, mas é o mundo que se origina no pensamento e na ação dos homens comuns, sendo afirmado como real por eles. (BERGER; LUCKMAN, 2008, p 36).

Como fatores determinantes, Berger e Luckman (2008) atribuem como termos essenciais a esta empiria a realidade e o conhecimento. Tendo a realidade, a qualidade de reconhecer um fenômeno independente da vontade do sujeito, já para o conhecimento, é necessária a reflexão de que os fenômenos são reais e possuem significados específicos. Assim, o sujeito cotidiano não se preocupa com o que é real para ele e com o que ele conhece, a não ser que esbarre com alguma espécie de problema, daí então, dá como certa a sua realidade e seu conhecimento. A seguir dentro dos procedimentos metodológicos da entrevista semiaberta, contextualizaremos uma entrevista norteadora para mensurar a representação da cena urbana do bairro de Itaquera a partir das narrativas dos operários da Arena Corinthians, buscando de maneira natural o testemunho sincero e inesperado desses trabalhadores delineando o operário, sua relação com o trabalho, sua relação com o bairro e suas expectativas e projeções para Itaquera.

Entrevista com Carlos Alberto Petronilho

“Meu nome é Carlos Alberto Petronilho. Já sou cinquentão, divorciado, com três filhos. São dois meninos, com 22 e 12 anos, e uma menina de 14 anos. Nasci na cidade de Bauru. Quando eu nasci, minha família veio logo morar na Zona Leste. Já morei na Cohab I, em frente à Arena. Quando eu casei, morei no

Jardim Robru e, depois que me separei, fui morar em Guaianases, onde moro atualmente. Eu já tenho uma visão do bairro antes da obra do estádio porque sempre morei na Zona Leste. O nosso bairro aqui ele é carente e sempre vai ser carente, então esse projeto da Arena ele já vem sendo proposto há muitos anos e como hoje está sendo realizado, e, para nós aqui da Zona Leste, vai gerar grandes frutos, (sic) como também muitos problemas. Mas com o tempo as coisas vão se normalizando e o bairro vai aprender a conviver com o estádio.” “Apesar do sistema político do nosso país ser muito lindo (risos), acho que você entendeu, vai ser bom aqui para o pessoal. Estou trabalhando na Odebrecht há 2 anos. Sou o funcionário número 616. Na época que eu entrei, a obra tinha 1.000 operários e depois foi crescendo e aqui dentro chegou a ter 4.000 operários. E aqui na Arena é meu primeiro trabalho pela Odebrecht e minha função é de sinaleiro e estou aguardando uma promoção para apontador. O ponto positivo de nosso trabalho aqui é que estamos construindo uma arena para o mundo e todo mundo está olhando pra nós (sic). Então, se o mundo todo está olhando pra nós, está olhando para Zona Leste, apesar de ser uma área que muitos não conheciam, é a maior zona populacional de São Paulo e que ganha muita eleição para alguns políticos que não tem nada a ver com o bairro. “Não digo que com a vinda da Arena (sic) vai gerar muitos empregos, mas alguns empregos sim. Como alguns locais que não tinham benefícios aqui, agora serão beneficiados. Por exemplo, os apartamentos da Cohab I já estão sofrendo uma valorização e as pessoas que tem casa aqui em Itaquera irá valorizar mais. (sic) O sistema político é um ponto negativo, que deverá tomar conta da desapropriação de favelas aqui do entorno. Eu me sinto muito satisfeito de trabalhar aqui e falo para todos aqui na obra, até em tom de brincadeira, tirando um barato de todo mundo, mas com um fundo de verdade: nós vamos receber um carimbo na mão, que esse carimbo não sai mais, porque, se pensarmos, quando haverá outra Arena, quando haverá outra Copa? Esse carimbo que eu digo é como se fosse um crachá dentro da carteira que nunca mais vai sair. É uma coisa inédita, uma marca que não sairá mais do bairro, entendeu? Porque não haverá uma próxima vez.” (PETRONILHO, 2013, em entrevista ao autor)

Totem simbolizando a contagem regressiva para a Copa do Mundo de Futebol da FIFA de 2014



Fonte: Imagem registrada pelo próprio autor em visita a campo, utilizada para ilustrar a narrativa do sr. Carlos Alberto Petronilho, janeiro/2012.

Imagem panorâmica da Arena Corinthians e das obras do entorno em Itaquera



Fonte: Imagem disponível em www.uol.com.br/itaquera-arenacorinthians, último acesso em 28/12/2013, para ilustrar a narrativa do sr. Carlos Alberto Petronilho

“É como se o bairro fosse alçado a outro contexto social e uma coisa que eu acho errada é essa classificação de classe A, B, C e D. E. Se eu fosse colocar o bairro nessa classificação, eu almejaria o bairro na classe B. Eu sei que seria muito difícil, mas estamos tentando e trabalhando para isso. Aqui na Arena é tudo legal, meu trabalho... E aqui dentro é como se fôssemos uma família que ficasse 24 horas junta. As amizades e muitas coisas que eu aprendi aqui foram através de meus amigos.” Quando meu trabalho terminar aqui, ficará em minha memória que eu e meus companheiros de trabalho construímos um negócio para o mundo ver, apesar de o nosso país lá fora ser muito criticado, por causa da nossa administração que é uma tristeza. Mas irá ficar marcado pra mim e meus companheiros de trabalho que nós construímos uma arena para o mundo todo ver. Ainda virão muitas coisas para o bairro pela frente, mas com certeza eu gostaria de deixar para os meus filhos o orgulho de dizer que ‘meu pai construiu isso aqui’. Uma parte do Brasil que o povo brasileiro está vendo. Eu e todos nós aqui temos o maior orgulho de falar do nosso trabalho aqui para os outros lá fora.” (PETRONILHO, 2013, em entrevista ao autor)

Conclusão

O campo da comunicação e consumo se demonstrou propício a esta investigação, pois a necessidade de estudos acadêmicos voltados à produção dos significados sociais vem ao encontro deste campo. Itaquera, dentro de sua especificidade, neste contexto, foi convidada a reinterpretar a sua cena urbana em relação aos elementos teóricos relacionados aos megaeventos e o entretenimento.

Os componentes destas duas linhas teóricas convergem simultaneamente na atualidade social e midiática deste bairro, como uma espécie de metamorfose urbana em que a Arena Corinthians faz circular a portabilidade da emoção e as narrativas dos operários emulam o jogo da visibilidade e invisibilidade em que os processos de comunicação e mídia articulam nos contextos sociais.

Messiânica ou emblemática, a representação do imaginário dos operários apontou para o entretenimento como um mercado que se apoderou do imaginário social e transformou o futebol, que antes era apenas sociabilidade e lazer, num produto da indústria cultural midiática, capaz de envolver e mobilizar a sociedade através de uma audiência massiva. Neste contexto, a interface marcante projetada ao bairro de Itaquera foi à presença e interferência do produto megaevento no cotidiano sociocultural do bairro.

Com efeito, o imaginário de um novo patamar social, em que uma periferia desloca-se da margem da sociedade para a centralidade do mundo, através da coparticipação de personagens anônimos na elaboração do palco de abertura de um megaevento midiático foi estruturante do posicionamento simbólico dos operários da Arena Corinthians.

Localidade urbana periférica, Itaquera, foi o exemplo inevitável da industrialização cultural do futebol. Mesmo preservando hábitos simples de seu cotidiano, este bairro foi convidado a transmitir a circulação de um imaginário pós-moderno, onde o jogo, o sonho e o simbólico se fazem presentes e úteis como utensílios da vida cotidiana.

O relato dos trabalhadores do estádio se espalha numa porção maior em configurações lúdicas, em que o trabalho executado por esses atores sociais é configurado como sendo uma espécie de combatentes de guerra, representantes de uma nação. Pela via deste trabalho sofrido, mas gratificante, conseguem elevar o local onde residem a vinculação de um novo patamar, uma espécie de inversão social. Transformação essa, onde o próprio operário é, de fato, em sua narrativa, o agente transformador que conduz o bairro de uma invisibilidade para uma visibilidade social.

A representação da cena urbana do bairro de Itaquera, por meio da narrativa dos operários da Arena Corinthians possibilitou a reflexão teórica a respeito da realidade social das periferias. O bairro, por sua vez, obteve a conotação de um reencantamento, uma espécie de ruptura, transição que dá sentido a uma nova direção nas vidas dos moradores desta periferia.

Mas a realidade que está presente em Itaquera é circunstanciada por conflitos e manifestações, que vão além da realidade imaginada pelos operários. A imagem abaixo publicada em Fevereiro de 2014 num jornal impresso da capital de São Paulo, demonstra uma reintegração de posse do programa



Imagem da realidade publicada em Itaquera

Fonte: Publicação do jornal impresso do Estado de São Paulo Metrô News, fevereiro/2014

Minha Casa, Minha Vida em Itaquera.

Este artigo, além do compromisso com o campo acadêmico, tem o desejo de contribuir com a reflexão dos problemas e dificuldades socioculturais do país. A construção da realidade imaginada pelos operários da Arena Corinthians vai de encontro e esbarra na realidade vivida pelos moradores de Itaquera, em que o debate centro/periferia simboliza a tensão sobre o imaginário midiático projetado ao bairro de Itaquera e as condições sociais experienciadas pelos moradores desta periferia. Este artigo se encerra com uma imagem registrada pelo próprio autor em uma de suas visitas a campo e uma simples pergunta: Copa pra quem?

Imagem da realidade social registrada em Itaquera



Fonte: Imagem registrada de uma comunidade carente ao lado da Arena Corinthians, em visita a campo pelo autor, agosto/2013.

Referências Bibliográficas

BACCEGA, Maria Aparecida. *Comunicação e Culturas do Consumo*. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

BERGER, Peter L.; LUCKMAN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2008.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.

FREITAS, Ricardo Ferreira. *Rio de Janeiro, memória e a imagem de cidade-espetáculo*. Recife (PE): Intercom, setembro 2011.

FREITAS, Ricardo Ferreira. *Em nome do espetáculo: Megaeventos, Cidades e Representações Midiáticas*. Porto Alegre, Abrapcorp, maio 2010.

KELLNER, Douglas. "Guerras entre teorias e estudos culturais". In: *A cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru (SP): Edusp, 2001, p. 25-74.

ROCHA, Rose de Melo. *Cidade Múltipla*. Revista MSG, n. 9, ano 2 – *Cidades Criativas*, P. 20 – 37, outubro 2012.

SILVA, Juremir Machado. *Guy Debord antes e depois do Espetáculo*. Porto Alegre: Editora EdiPUCRS, 2007.

THOMPSON, John B. *A nova visibilidade*. São Paulo: Matrizes, abril, 2008.

¹Ainda que não se trate de um argumento científico, o autor que também é morador da localidade de Itaquera, ao longo de sua trajetória de vida teve contato e acesso a inúmeras narrativas de populares, que idealizavam a construção do estádio do Sport Clube Corinthians Paulista próximo a estação de metrô em Itaquera.

²Lei ordinária nº 10622-1988: ato municipal assinado pelo prefeito Jânio Quadros em 1988, que por meio de concessão entregava o terreno de Itaquera ao Sport Clube Corinthians Paulista para edificações e benfeitorias no local, disponível em <https://www.leismunicipais.com.br/a/sp/s/sao-paulo/lei-ordinaria/1988/1062/10622/lei-ordinaria-n-10622-1988-autoriza-a-concessao-ao-sport-club-corinthians-paulista-de-area-de-propriedade-municipal-situada-no-3-distrito-itaquera-e-da-outras-providencias-1988-09-09.html> - acesso em 08/09/2013.

³Contestação do terreno de Itaquera ao Sport Clube Corinthians Paulista: Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=nRiMXAOgF88> - acesso em 13/07/2013. Entrevista do ex-presidente do Corinthians Vicente Matheus ao programa Roda Viva, “A luta do Presidente Matheus para conseguir garantir o terreno em Itaquera” evidenciando as críticas da concessão do terreno em relação à falta de moradia da cidade de São Paulo.

⁴Financiamento do BNDES a construção da Arena Corinthians: Disponível em <http://www.impreca.com/2011/06/banco-deve-destravar-o-itaquerao.html> - acesso em 08/02/2014. No qual evidencia uma declaração do ex-presidente do Corinthians Andrés Sanchez em 09/06/2011 a respeito do financiamento: “Apesar de toda a torcida contra, inclusive de dirigentes de órgãos internos do Corinthians, o estádio vai sair”. Kassab assina isenção fiscal para o Itaquerao em 20/07/2011, disponível em <http://www.jornalportaldoparana.com.br/index2.php?ctg=18&nt=13621> - acesso em 08/02/2014. Referente à lei que concederia incentivos fiscais de até R\$ 420 milhões para o Corinthians construir seu novo estádio na zona leste de São Paulo orçado em R\$ 820 milhões.

⁵Accenture: uma empresa global de consultoria em gestão de tecnologia, serviços e negócios com clientes em mais de 120 países, com diversas pesquisas nos setores econômicos e de negócios, auxiliando clientes governamentais e empresariais.

⁶Segundo dados do [Ministerio de Industria, Comercio y Turismo](http://www.turismo.es) do governo da Espanha, desde 1992 Barcelona se situa como um dos principais destinos turísticos; e, desde 2012, é o principal destino turístico da Espanha. Assim mesmo, o mesmo Ministério destaca a importância da “Fira de Barcelona”, um dos legados dos Jogos Olímpicos de 1992, como um espaço europeu para eventos e negócios.

⁷Crescimento das oportunidades de negócios e empregos em Itaquera: Conforme a publicação do jornal “Gazeta da Zona Leste”, publicação de 10 a 16 de novembro de 2013, página 9. A publicação ressalta a mobilização do SEBRAE-SP unidade Itaquera, que está mapeando as oportunidades geradas pela realização do megaevento da Copa do Mundo de Futebol da FIFA de 2014.

⁸Imaginário empreendedor: Conforme publicação do jornal Folha de São Paulo de 26 de novembro de 2012, caderno Folha Invest, p. B16, que evidencia a polarização de 55% dos pequenos negócios nas periferias, onde o otimismo da classe C elevou o sonho do empreendedorismo.

⁹Encantamento da atividade econômica: Conforme publicação do Jornal Comunitário de Itaquera, de 22 a 30 de setembro de 2012. A publicação posiciona as obras do entorno da Arena Corinthians como benefício aos habitantes da região leste e alerta para uma nova dinâmica no bairro, onde o desenvolvimento local poderá equilibrar a relação morador/postos de trabalho diminuindo o deslocamento para outras regiões em busca de trabalho.

¹⁰Acesso e cidadania em Itaquera: Como por exemplo, o projeto de construção do [Poupatempo Itaquera](http://www.poupatempo.sp.gov.br/posto_itaquera/index.asp), que foi inaugurado em 18/11/2000. Sendo um projeto criado e implantado pelo Governo do Estado de São Paulo que oferece em um mesmo local diversos serviços de natureza pública ao cidadão. Conforme disponível em http://www.poupatempo.sp.gov.br/posto_itaquera/index.asp - acesso em 08/02/2014.

¹¹A este respeito, o portal do governo do Estado de São Paulo (www.sp.gov.br) informa um amplo volume de recursos transferidos do governo para que a iniciativa privada não apenas realize obras de infraestrutura como, ademais, explore comercialmente a gestão das mesmas. A título de exemplo pode-se citar as estradas estaduais, quase todas privatizadas e concedidas à exploração da iniciativa privada.

¹²Sobre construção social da realidade, cf. BERGER e LUCKMAN, *op. cit.*