

## **A revitalização do Centro Cultural Sesc Glória e o desvelamento da cidade criativa – a comunicação pela arte para efetivação de uma dialogia com o entorno<sup>1</sup>**

Tatiana GIANORDOLI<sup>2</sup>  
PUC-SP  
Ivana ESTEVES<sup>3</sup>  
SESC-ES

### **Resumo**

A comunicação de convocação de vontades, na construção de vínculos entre o Centro Cultural Sesc Glória e o centro da capital do Espírito Santo. Uma proposta de revitalização de um equipamento cultural, em construção com a comunidade e a sociedade capixaba. Buscar estabelecer o laço social com a cidade foi a ação primeira do Sesc-ES, que adquiriu o espaço para transformá-lo no Centro Cultural Sesc Glória (CCSG). Dentre as ações implementadas no processo de comunicação com o entorno, chama a atenção a utilização da atividade fim, a produção artística, para construção desse relacionamento com os moradores e articuladores da cidade.

**Palavras-chave:** vínculo, comunicação, cidade, relações públicas.

A revitalização de centros históricos, atrelada primordialmente à reforma de prédios sempre pareceu algo destituído de sentido, talvez pela ausência de personagens; do humano, mesmo, na retomada da vida nas cidades, que é o que está ensejado na raiz etimológica do termo “revitalização”. Buscar estabelecer o laço social com a cidade foi a ação primeira do Sesc-ES, ao adquirir um antigo prédio na região central da capital do Espírito Santo, e transformá-lo no Centro Cultural Sesc Glória (CCSG). Antes de iniciar a reforma que culminaria com a inauguração em setembro de 2014, houve uma preocupação por parte dos idealizadores e gestores da implementação de ações de comunicação com a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Dra. Em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, Pesquisadora e Membro do Conselho Fiscal da ABPEducom; Consultora na área de comunicação organizacional e ambiental na empresa TLM Comunicação Consultoria e Projetos Ltda. t.gianordoli@terra.com.br.

<sup>3</sup> Doutora em Letras pela Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes, Membro do Grupo de Pesquisa, “Literatura e Educação”, registrado no Diretório de Grupos de Pesquisa (DGP) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e chancelado pela Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PRPPG) da Universidade Federal do Espírito Santo. Pós-Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Educação/PPGE/UNESP-PP, vinculada ao Procrad/Capes e Assessora de Comunicação do Centro Cultural Sesc Glória – SESC-ES, email: ivanaestevesspassos@gmail.com

intencionalidade de se buscar uma interlocução com os moradores e demais partícipes da vida no centro da cidade.

O SESC-ES procurou se comunicar com o público alvo por meio de atitudes reais, experiências e vivências, adequadas às suas demandas. “Construir políticas de comunicação com responsabilidade social e promover a abertura de canais efetivos de diálogo serão condições indispensáveis para viabilizar o processo interativo e as mediações entre as organizações e seus públicos, a Opinião Pública e a sociedade em geral.” (KUNSCH, 1999; 418)

A atenção em buscar o estabelecimento de um diálogo com o público do entorno do CCSG evidencia uma estratégia de comunicação participativa na premissa do envolvimento dos atores sociais no contexto da cidade. Estes costumam ser comumente inseridos de forma atomizada nos processos de revitalização dos espaços urbanos. O enfoque de participação aqui exposto, explicita o a premissa relacional, orquestrada pelo SESC-ES, para sintonizar o público da cidade com o porvir de um espaço de convivência, inserindo-os nos eventos culturais que já prenunciavam o ambiente de prática social, como propósito do prédio reformado, local de experiências humanas pulsantes.

Portanto, no tocante aos processos de revitalização de qualquer espaço na cidade, está-se a falar de procedimentos de reestruturação espacial, os quais demandam atrelar-se à premissa da singularidade, inferindo-se nesse debate questões identitárias e de pertencimento; portanto, mediante a inserção dos sujeitos habitantes da cidade, quer sejam moradores ou indivíduos em trânsito.

### **O olhar empresarial atento às relações**

As empresas, sejam públicas ou privadas e até mesmo o quarto poder (a imprensa), podem estar seguindo um rumo equivocado caso não observem que não só de *práticas tecnoculturais*<sup>4</sup> vive a sociedade contemporânea. Comunicar é muito mais do que simplesmente informar, e embora pareça paradoxal, no cenário em que vivemos de bytes e bites, e de uso exaustivo de redes sociais, as quais nos enredam em individualismos, comunicar enseja a relação e o diálogo. Trata-se de troca, compartilhamento, relação total. Demanda convivência e partilha de valores que, conforme afirma Wolton (2010),

A valorização do conceito de convivência ajuda a renovar a reflexão sobre a natureza do laço social nas sociedades contemporâneas, nas quais as interações entre os protagonistas são mais numerosas e contraditórias. Privilegiar o entendimento na comunicação e no funcionamento do espaço

---

<sup>4</sup> Práticas tecnoculturais é uma expressão citada por Muniz Sodré no capítulo Mutações Identitárias, extraído para reflexão, a partir da obra Reinventando a Cultura – a comunicação e seus produtos.

público significa, portanto, refletir sobre a necessidade de administrar, ao mesmo tempo, as diferenças inerentes às nossas sociedades e a manutenção de um princípio de unidade, tendo em perspectiva a renovação dos aspectos contemporâneos do laço social. De resto, o que é o laço social senão este milagre: manter ligados, numa sociedade, indivíduos, grupos, comunidades e classes sociais que tudo separa? (WOLTON, 2010, p.25-26)

Dentre as ações implementadas pelo SESC-ES no processo de comunicação com o entorno, para preparar o público para a chegada do CCSG, chama a atenção a utilização da atividade fim, a produção artística, para construção desse relacionamento com os moradores e articuladores da cidade.

As organizações tem buscado reformular seus processos administrativos a partir da compreensão de que são sistemas abertos e, portanto, em constante relação com os ambientes interno e externo. A partir dessa consciência, marketing e relações públicas têm intensificado a discussão de como podem trabalhar juntos. As organizações, para se comunicarem eficientemente, devem servir-se de técnicas adequadas. Para tanto, elas podem contar com os recursos oferecidos por dois subsistemas: o de relações públicas e o de marketing. (SILVA, apud KUNSCH, 2009, p. 365)

Foi gestada uma estratégia de enlace do público presente na cidade com ferramentas de gestão cultural, mediante a articulação de vivências e experiências culturais, visando a construção de vínculos comunicacionais. Tal conduta comunicacional foi conduzida no intuito de auferir um enlace social (Relações Públicas) na perspectiva dialógica, articulando-se experiências de fruição artística; e de outro lado, procurando fidelizar o público, posicionar a marca Sesc-ES em atrelamento à produção cultural (Marketing Cultural)

As empresas, de maneira geral, precisam se relacionar com – e persuadir – diferentes públicos. (SILVA, apud KUNSCH, 2009, p. 365). Provavelmente seguindo essa premissa, e mediante a chancela e apoio do SESC Nacional, o Centro Cultural Sesc Glória (CCSG), enquanto o espaço físico, que viria a abrigar um processo de reforma e revitalização, procurava encantar com experiências artísticas, os usuários da cidade – moradores, transeuntes e comerciantes (público-alvo do Sesc) operacionalizado um enlace com a cidade e revitalizando-a, enquanto revitalizava a edificação, que viria a abrigar o então Centro Cultural Sesc Glória.

A estratégia seguiu seu curso por sete anos, até a inauguração do prédio do Centro Cultural Sesc Glória (CCSG), entregue à cidade com a manutenção da estrutura física externa, em observância à preservação da memória, da tradição e da familiaridade. E,

internamente, quase que completamente remodelado, com uma moderna estrutura física, configurada para abrigar as linguagens artísticas de literatura, cinema, música, artes cênicas e artes visuais (teatro e dança).

### **CCSG como um espaço de mobilização sócio-educativo-cultural**

Antes mesmo de iniciadas as obras de reforma do antigo Teatro Glória – edificação datada do início do século XIX, presente na região central de Vitória, capital do Espírito Santo, localizada próximo à Praça Costa Pereira e ao Teatro Carlos Gomes -, o Sesc – ES encaminhou ações culturais em diversos espaços públicos e privados da cidade, com o intuito de atrair público de outras regiões da capital e de cidades vizinhas, da região metropolitana, como Serra, Vila Velha, Cariacica, Viana e Guarapari, além de moradores do interior do Estado. Gestava-se assim o público que viria a consumir o espaço em processo de revitalização.

A arte e a cidade devem ser pensadas, como propõe (GONÇALVES, apud CAIAFA e ELHAJJI, orgs., 2007, p.56) como vetores de produção social de singularidades subjetivas. E cumpre ressaltar que a arte, especificamente, expressa narrativas que impellem à reflexão, sendo então a arte e a cidade, tidas como ativadoras de processos comunicativos.

Há uma experiência comunicativa muito particular ocorrendo no âmbito da cidade, que dá para além dos aspectos propriamente midiáticos e da cultura de massa – embora eles existam. Trata-se das articulações semióticas que caracterizam a comunicação como processo complexo de produção de sentido. É a partir dessas articulações que se forja a ressignificação de práticas sociais, das quais a arte e a cidade constituem importantes vetores de experimentação, pois ambas nos convidam a aventuras de caráter estético e subjetivo, à produção social de estilos e modos de vida. (GONÇALVES, apud CAIAFA e ELHAJJI, orgs., 2007, p.56)

O processo de enredamento do Sesc-ES, articulado com os atores da cidade, parece ter surtido o efeito esperado, e os modos de vivenciar a cidade começa a ser modificado, tendo em vista, paralelamente, ao desenrolar de iniciativas outras de produção cultural, que tomaram conta do centro de Vitória, como o surgimento do Arranjo Produtivo Nestor Gomes, situado na rua homônima, abrigando estabelecimentos diversos – de teatro, moda, produção musical e audiovisual, apontando para o despertar do espírito de criação coletiva, em que agentes criativos se associam em coletivos de cultura, e com estes merecendo estudo do Sebrae-ES.

O centro da cidade torna-se um espaço valorizado, se refletindo no aumento no valor dos imóveis e no sentimento de orgulho dos que moram no lugar. A região sai de uma posição de marginalização e retoma um sentido e configuração próprios. Espaços públicos e

privados são ressignificados, sobretudo após a inauguração do Centro Cultural Sesc Glória, o qual consolida e corrobora direcionamentos consonantes com a Política Cultural do Sesc Nacional. Dentre os direcionamentos, abarca a comunicação dialógica.

A partir de um conceito amplo de cultura, que abrange todas as dimensões da vida em coletividade, abarcando os acontecimentos e as representações que deles fazemos, o Programa Cultura do Sesc direciona o seu trabalho para a produção e para a difusão dos bens artísticos. Considera que esses bens manifestam opções e alternativas, com que indivíduos e grupos vêm, ao longo dos anos, respondendo às questões que acometem e definem a existência, construindo um sentido de comunidade e de continuidade, que possibilita o diálogo com pessoas e comunidades, e a evolução dos modos de vida e pensamento. (Proposta Política Cultural do Sesc, 2013)

O CCSG passa a representar para a região central da capital, como uma referência, uma bússola, norteadora dos processos criativos. Uma garantia a que suas criações sejam recompensadas, ganhem um *locus* para obtenção da auto-sustentabilidade. Um espaço de relação para além do sentido econômico. Um lugar em que a criatividade seja oportunizada e reconhecida.

O Centro Cultural Sesc Glória (CCSG) advém também como um espaço não só de transformação externa da cidade, mas internamente, repercute nos sujeitos, em face de sua vertente formativa e educativa. Os intercâmbios artísticos são oportunizados em projetos gestados em cada linguagem, por meio de oficinas, cursos livres e momentos de reflexão.

Também a Biblioteca revela-se um centro de confluência, pois abriga um acervo ímpar, voltado para a comunicação e para a produção artística. O espaço recebe estudantes e profissionais, em busca de conhecimento, não só na consulta aos livros, mas como centro social. No espaço desenrolam-se atividades inúmeras educativas, lúdicas e culturais. As bibliotecas, nas palavras poéticas de Germán Rey – “dobradiças simbólicas que unem a cidade aos cidadãos, o presente aos significados de futuro” – são parte de um contexto maior, que tem na leitura e no livro um eixo fundante. (REIS, 2012, p.137).

O CCSG revela-se ainda um espaço de mobilização, participação e coordenação de ações artísticas. No espaço ações convocatórias são propostas para mobilizar pessoas para o consumo artístico e para a produção de cultura. O espaço abriga sujeitos dispostos e com vontade de compartilhar sentimentos, conhecimentos e responsabilidades.

Para se mobilizarem, as pessoas precisam, no mínimo, de informação, mas, além disso, precisam compartilhar um imaginário, emoções e conhecimentos sobre a realidade das coisas à sua volta, gerando reflexão e o debate. Se o espaço público (ou disponibilizado ao público) constrói um mundo comum entre homens, este mundo tem que ser pensado não apenas como aquilo que é comum, mas como aquilo que é comunicável e que, portanto, se diferencia das experiências estritamente subjetivas e pessoais

que podem ter validade na dimensão privada da vida social. Em (TELLES, apud HENRIQUES 2004, p. 36).

No espaço são fortalecidos os vínculos entre os sujeitos e destes com a comunidade em que vivem. E são esses vínculos que geram o pertencimento. O espaço cultural propicia o encontro, o debate, o diálogo, a interlocução e o olho no olho, a escuta atenta. Oportuniza também a fusão entre arte e vida, em narrativas poéticas diversas, que suscitam a reflexão. A cada evento ou vivência, a cidade se articula com a arte e os indivíduos percebem-se perceptivos e comunicantes.

Nesses encontros interpessoais, os sujeitos participam de um *acontecimento comunicacional*, termo que a Nova Teoria da Comunicação classifica como um de seus pilares, em consonância com alteridade, sentido e movimento. No momento em que ele ocorre, o sentido se constrói junto”. Percebe-se nesse processo de revitalização uma visão ampla por parte da empresa, que pensa o fortalecimento da economia local, mediante a potencialização da comunidade e dos atores, que serão consumidores do equipamento a ser revitalizado.

Percebe-se a construção de uma estratégia de comunicação social na premissa dialógica, na observância do enredamento dos atores sociais, que a cada evento, descortinam o seu perfil de consumo. Percebe-se que durante sete anos, que antecederam a inauguração do equipamento revitalizado, novos negócios correlatos foram surgindo na cidade e também o CCSG pode configurar produtos para serem oferecidos ao público do entorno, em consonância com seus anseios.

A vida na cidade foi reformulada e ressignificada, assumindo um perfil identitário cultural, configurando-se em uma identidade híbrida – o velho incorpora o novo, assim como o CCSG incorporou também as tramas artísticas inovadoras, e estas passaram a tomar conta da cidade, abrigando o novo prédio. O antigo e o novo se entrelaçam e fortalecem a marca cultural do centro da cidade de Vitória.

#### REFERÊNCIAS:

- CAIAFA, Janice e ELHAJJI, Mohammed (orgs.) **Comunicação e Sociabilidade – cenários contemporâneos**. Rio de Janeiro, Mauad X, 2007.
- HENRIQUES, Márcio Simeone. **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. São Paulo, Editora Autêntica, 2004.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling, **Os grupos de mídia no Brasil e as mediações das assessorias de comunicação, relações públicas e imprensa**. São Paulo, 1999.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.) **Relações Públicas – história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo, Editora Saraiva, 2009.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Manole, 2007.

WOLTON, Dominique. **Informar não é Comunicar**. Porto Alegre, Editora Sulina, 2010.