

## **RODA DE CONVERSA**

### **TEMA: CULTURA E COMUNICAÇÃO**

**Participantes: Djalma Luiz Benette , Juliana Simonetti , Maria Helena Amorim, Jota Abreu, Marcel Scinocca, Flávia Toledo e Marcel Stefano**

**Texto resumido por Andrei Martinez Jozefczyk  
Sorocaba, 26 de outubro de 2015.**

#### **Cultura e Comunicação**

A roda de conversa sobre cultura e comunicação foi abordada com temas muito relacionados atuação das principais mídias de Sorocaba, representada por jornalistas das plataformas impressas, televisivas e de rádio da cidade. O mediador, Deda, traçou inicialmente um panorama histórico da mídia e de como ele trata a cultura na maioria das vezes como o caderno 2 ou caderno B, onde ele recebe menos destaque do que outras notícias como políticas e informações policias. Ele ressaltou o importante papel do jornalismo como estrutura particular, onde existe um dono, sendo na maioria de famílias. Segundo ele, dentro desse contexto, as organizações destas mídias são dos donos, com o que eles querem, em contraponto com interesses das sociedades. Neste contexto é que surge o jornalismo cultura, que exige de quem faz, que seja feito por um time e não apenas individual. Dentro desse time, nos anos oitenta, começa a expandir a cidade. Segundo Deda, a história de Sorocaba teve muitos movimentos culturais, do teatro, da dança, principalmente da música com produtores culturais das diversas áreas.

Outro ponto de vista foi o jornalista Juliana Simonetti que diz ter o desejo de “dar conta” de tudo que acontece na cidade na produção do caderno de cultura do jornal Cruzeiro do Sul. Ela diz receber seiscentos e-mails por dia e que não consegue dar o devido encaminhamento para todas essas informações. Também falou sobre o espaço para crítica de arte no jornal, que, segundo ela, exige a participação das pessoas habilitadas para a função. Falou sobre um jornalismo hoje conectado na rede, que possibilita o acesso de informação, mas que acaba não permitindo um trabalho com um acompanhamento mais aprofundado. Juliana também falou na intenção de criar o site um serviço para os próprios produtores possam inserir as informações de suas produções para que a equipe do jornalismo possa selecionar as matérias que terão mais destaque.

O seguinte ponto de vista foi de Flávia, representando uma rádio comunitária, que é a Rádio cultural, relacionada ao coletivo cultural Expresso 22. Segundo ela, é importante ressaltar a produção da comunidade, com as atividades que acontecem principalmente para cultura e arte. Nem todo o programa consegue fazer isso, mas tenta a todo momento reavivar, participando de sarais, com vários espaços, que, segundo ela, estão mal distribuídos. Flávia sente que os produtores desejam falar sobre questões que envolvam a comunidade, seja por meio da música, do grafite, ou de outras formas de expressão artística. Ela disse que o programa fala do cidadão, sobre o que ele deseja falar, se expressar. Disse que a zona norte possui um lado crítico que merece destaque como o cunho político.

A próxima palavra foi a da jornalista Maria Helena, da rádio Cruzeiro, que diz sempre ter tido uma preocupação com a cultura. Disse que falavam de cultura com o que hoje é a base do teatro de Sorocaba, com as apresentações de Mantovani, Paulo Betti etc. Neste momento as produções eram feitas para operários com simplicidade dos diálogos. Também haviam cineclubes com discussões. Em 1980, no Gabinete

de leitura, foi realizada a Semana de Cuba, com Fernando Moraes dentre outros nomes importantes, que foi algo totalmente diferente na cidade. Essa organização se deve pela coragem de gente importante para a história cultural da cidade, também como Janice Vieira, Benão dentre outros. Destacou também a importância do SESC que, com sua tenda, foi palco de importantes apresentações na cidade, em sua maioria com apresentações gratuitas ou a preços baixos e sempre lotado. Outros pontos importantes foram o SESI, teatro de fantoche, o Teotônio Vilela. Segundo ela, existem hoje muitas assessorias de comunicação que utilizam diversas plataformas para comunicarem. Destacou a questão das agendas, que acontecem de não conseguir dá atenção a determinado assunto pelo momento que ficam sabendo. Deda ressaltou a importância de se dar a voz a quem está produzindo, fazendo a reflexão sobre o como será este assunto. Maria Helena disse que é importante repensar essa questão da agenda. Diz ser muito difícil organizar isso em uma cidade com mais de seiscentos mil habitantes.

Outro convidado foi Jota Abreu, da TV Sorocaba SBT, que disse representar a cidade de Sorocaba na televisão, que possui uma atuação em mais de 29 cidades com uma população de mais de dois milhões de pessoas. Segundo ele, embora a TV seja muito macro, o micro – a comunidade – é muito significativo. O que é muito difícil, menos em Sorocaba em que a equipe conhece mais a realidade das produções. Diz ser muito caro fazer uma reportagem, o que faz com que as matérias sobre cultura não tenham tanto destaque com quanto sobre o enfoque que dá para as informações policiais, por exemplo. Ressaltou o importante papel das TVs comunitárias. Diz fazer a romaria de Aparecidinha, que além de ser religioso é muito cultural. Fazendo uma crítica, diz que dos patrocinadores. Sobre agenda, tem o espaço de agenda cultura. Segundo ele, a agenda não é jornalismo cultural. Ressaltou a real necessidade de inserir uma agenda de um determinado show em que os ingressos estejam esgotados. Rádios, TVs estão dando uma notícia que as pessoas não poderão ver. Este é um marco histórico, mas questiona se merece o destaque que está tendo ultimamente. Juliana Simonetti diz que sempre tenta de não ir no óbvio, de acompanhar ensaios para poder acompanhar e daí surgem outras pautas. Segundo ela, é válido a reflexão sobre a produção realizadas.

O quinto convidado a ter a palavra foi Marcel, do Jornal Z Norte, que diz não ter tanto espaço para falar de cultura e que publica eventos mais factuais, apresentações na comunidade. Falou sobre uma sala de espera na General Carneiro, que na verdade era uma biblioteca. Disse que existe muita coisa acontecendo, mas que a pessoa que cuida da cultura no jornal não consegue se destacar com esse assunto em detrimento as outras pautas de outros assuntos.

O sexto convidado a falar foi o também jornalista Marcel que atua hoje na Prefeitura Municipal de Sorocaba. Diz estar nessa posição hoje, depois de trilhado “ do outro lado”, falando de política. Questiona também a questão da agenda. Diz que muitas vezes não é possível o poder público, pois a agenda é muito caótica. Sabe da importância de informar para uma determinada mídia que possui uma grande visibilidade social, mas que mesmo assim nem sempre é possível. Juliana ressaltou falando que muitas vezes o leitor na maioria das vezes não prioriza a cultura, não ficando este assunto entre os mais lidos na internet. Diz que o jornalismo cultural é uma questão de resistência, pois o que geralmente foi mais lido foi o cinema, na maioria das vezes *blockbusters*, que não há uma reflexão.

Jota Abreu ressaltou sobre a questão do sotaque na TV, que diz ter a necessidade de comercialmente tentar evitar o sotaque regional. Ele mesmo diz evitar para as matérias que tem abrangência nacional, inclusive na formação existe um trabalho de fonoaudióloga para “tirar” o sotaque. Maria Helena diz ter referência de muitas culturas, como o pai mineiro e a mãe de Salto de Pirapora, com muitas outras referências de outras partes do país. Segundo ela, por ter tido o contato com essas regiões fez com que ela não tivesse um sotaque definido, o que possibilitou muitos trabalhos com abrangência nacional. Ressaltou a importância de ter orgulho de falar de forma regionalizada. O mediador, Deda, ressaltou a importância do uso da linguagem regional na literatura, como o caso da obra de João Guimarães Rosa.

Marcel, do Jornal Z Norte, falou sobre a limitação da atuação de cultura, com muito pouco espaço para as produções artísticas, ou com o exemplo de alguém que desenvolve um artesanato diferente. Ressaltou que muitas vezes é preciso cobrir determinado show por conta do patrocinador. Marcel, da Prefeitura de Sorocaba. Falou da potência da internet, ressaltando o exemplo das postagens dos “cachorreiros”, que mostraram que eles conseguem desenvolver um bom trabalho de comunicação. Flávia reforçou essa questão, dizendo que na comunidade as pessoas fazem essas ações e que dá muito certo. Flávia retornou o assunto do que se deve divulgar. Disse que no jornal da comunidade não se deve do destaque em shows que ficam próximo ao centro, do SESC por exemplo, o que acontece no bairro. E disse que essa questão dos “cachorreiros” é muito significativa no que se refere à cultura das sociedades.

Maria Helena ressaltou a importância dos grupos que ficam na cidade desenvolvendo cultura, como Mário Pérsico e a criação da companhia Trupé de Teatro, que podiam estar em outros locais. Segundo ela, essas pessoas decidiram ficar em Sorocaba e desenvolver textos de pessoas da cidade. Também reforçou a importância do apoio de empresas, com a Schaeffler ou a Metso. Diz ver gente se preocupando com a cultura, mas que muito mais poderia ser feito, pois existem muitas escolas e universidades. Diz que muitas vezes se faz um trabalho muito bom e que tem um público pequeno, o que remete a necessidade de uma melhora no desenvolvimento da divulgação. As mídias fazem o trabalho de ir atrás, pois muitas vezes os produtores culturais não enviam o material de divulgação. Disse que esse é um trabalho de formação de público e que a cultura melhorar a vida de uma comunidade.

Ao encaminhar a finalização desta edição da roda de conversa, o mediador, Deda, falou sobre a questão da plataforma digital e as tradicionais impressas, televisivas e de rádio. Segundo ele, a grande questão é a narrativa, independentemente de onde ele esteja. Juliana diz que o canal está aberto, mas precisamos ir atrás. Diz também não querer ficar atrás do computador, mas que muitas vezes não tem muita saída. Juliana diz tentar realizar grandes reportagens, mais aprofundadas. Mas nem sempre o jornalismo consegue das conta deste trabalho. Dizem que as histórias são importantes, não apenas a informação pela informação. Deda falou que o jornalismo cultural possui um leitor que com características específicas, que merecem ser percebidas para serem trabalhadas e fomentadas.

Ao refletir sobre questões apresentadas pelos participantes dessa roda de conversa pensa que existem informações importantes, que podem gerar diversas questões. O encontro foi plural no que se refere a gerações e atuações em mídias, com características muitas específicas. As dificuldades enfrentadas por uns são parecidas com as de outros. E determinado veículo possui algum privilégio sobre os outros em determinadas questões, como peso político ou atuações regionalizadas. Sem julgamentos, essas características mostram que existem muitas possibilidades de comunicação para os produtores culturais. Características essas que precisam ser compreendidas e pensadas de forma integrada antes de virarem efetivos em planos de ação.

As produções culturais da cidade, sobre o ponto de vista da comunicação, devem considerar que existem diversas plataformas, mas que, antes, precisam ter um ponto de convergência com a sociedade; é preciso deixar clara sua posição social e utilizar das mais variadas formas de comunicação para conectar-se com as pessoas e não apenas o tradicional jornalismo cultural, muito em evidência nessa discussão.

Os grupos de cultura precisam se desenvolver continuamente e fazer cada vez melhor o investimento em recursos, finanças e tempo em soluções de comunicação que alavanquem as suas produções, seja por meio do design, fotos, textos, oratória, encenações, dentre tantas outras práticas. O mais importante é que os grupos entendam de forma emocional, racional e prática a sua relação com a sociedade e trabalhem fortemente para estreitar os seus pontos de convergência, tornando comum o seu trabalho com o anseio do seu público. Dessa forma, os produtores também poderão contar com essa expressiva atuação do jornalismo

cultural, também sobre o como lidar com as novas mídias, que possuem forte impacto no dia-a-dia das pessoas.

A comunicação, do ponto de vista da cultura, se desenvolverá a partir do momento que as produções forem também bem definidas de forma conceitual. E neste contexto também há um caminho inverso de comunicação, onde os produtores devem entender qual é a informação que recebem da sociedade. Dessa forma, ficará muito mais fácil a construção de planos culturais de comunicação que envolvem o seu(s) público(s) específico(s) e garantam mais resultados de participação, engajamento e, principalmente, na formação cultural. O diálogo aumenta ao ponto que aperfeiçoamos as técnicas e transcendemos das tradicionais mídias estabelecidas em detrimento de propostas bem definidas, linguagens claras e discursos homogêneos.