



Controvérsias analíticas sobre a turistificação da musicalidade diamantinense: o caso das vespertas¹

Analytical disputes on the Diamantina's musicality's touristification: the case of vespertas

Mariana da Conceição Alves²
Alan Faber do Nascimento³

1 Este trabalho é derivado do projeto de pesquisa “As vespertas como um produto turístico: uma proposta de análise de sua pauta musical” coordenado pelo Prof. Dr. Alan Faber do Nascimento, docente do curso de turismo da UFVJM. O projeto conta com uma bolsa de iniciação científica do Programa Institucional de Iniciação Científica e Tecnológica FAPEMIG-UFVJM.

2 Bacharel em Humanidades e em Turismo pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – Diamantina-MG. E-mail: mariana.sp15@hotmail.com

3 Doutor em Geografia Humana e Professor do curso de Turismo da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri- Diamantina-MG. E-mail: alan.faber@ufvjm.edu.br

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar teórica e empiricamente a turistificação da tradição musical diamantinense. Tomando como referência as vespertatas, principal atrativo do município mineiro de Diamantina, procura-se, num primeiro momento, problematizar as análises que buscam explorar a relação entre turismo e tradição musical em termos de descaracterização ou hibridismo cultural. Num segundo momento, objetiva-se mostrar que as vespertatas são tão somente um produto turístico, uma vez que a referência ao tradicional é uma forma de tornar legível uma dada mercadoria lançada ao público consumidor. Apoiando-se no argumento de que a novidade histórica trazida pela globalização é a formação de um imaginário coletivo internacional, as vespertatas são entendidas como uma mercadoria cujo consumo se fundamenta na produção de signos ligados à indústria fonográfica mundial e ao imaginário criado em torno das cidades históricas mineiras.

Palavras-chave: Vesperata. Mercadoria. Hibridismo. Descaracterização Cultural.

Abstract

This article aims to analyze theoretically and empirically the touristification diamantinense musical tradition. Referring to vespertatas, main attraction of the mining town of Diamantina, it will seek, at first, questioning to discuss the analyzes that explore the relationship between tourism and musical tradition in terms of distortion or cultural hybridity. Secondly, the objective is to demonstrate that vespertatas are a tourist product which reference to the traditional is just a way to make it legible to a given commodity available to the consumer. Building on the argument that historical novelty brought by globalization is the formation of an international collective imaginary, the vespertatas are understood as a commodity whose consumption is based on the production of signs linked to the global music industry and the imaginary created around the historic mining towns.

Keywords: Vesperata. Commodity. Hybridity. Cultural Distortion.

1 Introdução

Além do conjunto arquitetônico setecentista e das belezas naturais que compõem a paisagem da cidade de Diamantina⁴, localizada no Alto Jequitinhonha, no estado de Minas Gerais, destaca-se um elemento inerente a sua história, a musicalidade.

4 Diamantina foi chancelada pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) como Patrimônio Cultural da Humanidade em 1999. O conjunto arquitetônico de seu centro histórico é tombado pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). O município integra, ainda, o Circuito dos Diamantes e a Estrada Real. Além disso, Diamantina foi classificada pelo Ministério do Turismo como um dos 65 destinos indutores do Brasil.

Enraizada na cultura diamantinense, a efervescência musical está presente de tal modo que é corrente o comentário de que em cada família há pelo menos um músico. Não por acaso, a tradição de execução de serestas e serenatas tornou Diamantina mundialmente conhecida como a “Terra Nacional da Serenata” – título que, frequentemente, permeia os noticiários, apresentando o município, também, como a “Cidade Musical de Minas Gerais”.

São muitos os fatores sociais e históricos que explicam a musicalidade diamantinense. Uma hipótese plausível para o surgimento dessa tradição cultural está relacionada com aquilo que a historiadora Laura de Mello e Souza (1997) chamou de “sociedade movediça”. Grosso modo, o argumento gira em torno da ideia de que nos arraiais auríferos não houve, de imediato, uma estrutura social hierarquizada como ocorreu, por exemplo, no nordeste açucareiro. Os arraiais eram constituídos e desconstituídos ao sabor das descobertas de novas jazidas, de modo que, num contexto assim, era difícil uma tradição se manter. Prova disso é o descrédito dos formalismos expresso nos hábitos e costumes de homens e mulheres: era comum, durante as missas, as mulheres cruzarem as pernas, algo impensável em sociedades mais rígidas, bem como o fato de os homens não usarem perucas e sapatos de saltos. Contudo, a ausência de uma tradição não significou que ela não tenha surgido, posteriormente, como tarefa a ser cumprida. E são justamente os letrados, classe ociosa enriquecida pela mineração e que começa a ostentar foros de nobreza, que se encarrega de tal empreendimento, seja, por exemplo, pela dedicação às letras e viagens ao exterior, notadamente à cidade portuguesa de Coimbra, ou por meio de grandes somas de dinheiro destinadas à contratação de músicos e composição de peças musicais⁵.

Para além das hipóteses teóricas sobre sua formação, o fato é que a tradição musical diamantinense persiste até os dias de hoje, a ponto de ser apropriada pelo turismo. Dessa apropriação, a chamada *Vesperata* é, sem dúvida, a que mais desperta interesse, tanto que é apresentada pelas agências e operadoras turísticas como o principal atrativo local. Sobre isso, note-se o que diz a agência Minas Gerais, empresa responsável pela comercialização e produção executiva do evento: “A *Vesperata* por seus elementos culturais riquíssimos e fortíssimos, sendo um deles a musicalidade diamantinense, é considerada um Patrimônio Imaterial da cidade”⁶. O mesmo se infere da divulgação feita pelo sítio eletrônico de uma das principais pousadas de Diamantina: “assista a um dos mais belos espetáculos musicais da cultura

5 Outra interpretação possível sobre a floração artístico-musical das Minas Setecentistas está relacionada às Irmandades e Ordens Terceiras, e seus múltiplos papéis desenvolvidos no território mineiro.

6 Disponível em <<http://www.minhasgerais.com/index.php/component/content/article/-destaques/3vesperata>> Acesso em: 30 out. 2013.

diamantinense: (...) cada show reúne mais de mil pessoas. Nada se compara à sensação de assistir à apresentação degustando um bom vinho, ou, se preferir, a famosa cachaça de Minas”⁷.

A título de descrição, a Vesperata ocorre entre os meses de março e outubro, período em que a estação seca permite as apresentações feitas ao ar livre na rua da Quitanda, situada no centro histórico da cidade. O evento fica por conta da banda do 3º Batalhão da Polícia Militar e da Banda Mirim Municipal Prefeito Antônio de Carvalho Cruz. Os músicos se apresentam no alto das varandas de casarões históricos, enquanto o maestro, posicionado ao nível da rua, comanda a orquestra rodeado pelo público que comprou uma mesa servida pelos bares e restaurantes locais. Isolando esse público do restante dos espectadores, há uma corda suspensa por pedestais, que segue da parte baixa da rua até a sua porção mais alta, na altura do antigo Grande Hotel, formando uma espécie de quadrilátero.

É interessante notar que, embora as vesperatas sejam apresentadas pelo trade turístico como uma tradição que remonta às antigas tardes vesperais e retretas públicas de fins do século XIX, a pauta do evento é, dominada por músicas do repertório mundial e nacional. Por outro lado, paradoxalmente, é pequeno o espaço dedicado às músicas propriamente locais e regionais. Além disso, cumpre destacar o esforço por parte da organização do evento em transmitir uma ideia de autenticidade, razão por que abundam referências ao passado mineiro, à tradição musical diamantinense e aos personagens históricos locais, a exemplo de Juscelino Kubitschek e do casal Chica da Silva e o contratador João Fernandes.

Alguns autores têm interpretado esse paradoxo com base na ideia de descaracterização cultural. O argumento é que, em razão da turistificação das apresentações musicais e dos processos de homogeneização induzidos pelo mercado, estaria ocorrendo a perda de identidade das vesperatas. Sob outra perspectiva analítica, há, também, aqueles que entendem que se trata de um processo de hibridismo cultural, uma vez que a cultura nunca permanece a mesma, porquanto se hibridiza nos diferentes contextos históricos e sociais.

Consideramos, contudo, que tais análises efetuam uma leitura formal e não-dialética das vesperatas, ao estabelecer uma relação de continuidade com as antigas serenatas e retretas públicas, ainda que mediada por processos de homogeneização ou hibridação. Nossa hipótese é outra. A nosso ver, as vesperatas se originaram enquanto um produto turístico, cuja produção, se, por um lado, se apropria de referências

⁷ Disponível em: <<http://www.pousadadogarimpo.com.br/diamantina.php>> Acesso em: 15 dez. 2013.

tradicionais; por outro, faz do tradicional algo para ser visto, e não vivido, isto é, como citação que serve para familiarizar o consumidor a uma determinada mercadoria⁸.

Aprofundando no debate, este artigo tem como objetivo, tomando como referência as vespertatas, analisar teórica e empiricamente a turistificação da tradição musical diamantinense. A ideia é problematizar dois modelos analíticos (o da descaracterização cultural e o do hibridismo) que têm sido, constantemente, utilizados nas produções acadêmicas para discutir a relação entre turismo e tradição musical. Mais precisamente, o objetivo é demonstrar a vespertata como um produto turístico, cujo repertório mundializado procura transmitir uma ideia de autenticidade própria para o consumo, por meio de uma gama de citações sígnicas ligadas ao imaginário das cidades históricas.

Para discutir o modelo analítico pautado na ideia de descaracterização, realizou-se uma pesquisa bibliográfica com base em autores que sustentam esse tipo de interpretação, a exemplo das discussões realizadas por Carlos Fortuna (1995) e, no caso das vespertatas, no trabalho de Antônio Carlos Fernandes e Vander Conceição (2007). Já para analisar o segundo modelo interpretativo, a investigação se baseou nas reflexões de Néstor Canclini (2008), autor que discute a hibridação no contexto contemporâneo da cultura latino-americana, principalmente no México, e no trabalho desenvolvido por Leila Amaral (2012), autora que discute como se efetua o processo de hibridação nas vespertatas. E para analisar as vespertatas como um produto turístico, os procedimentos metodológicos compreenderam: pesquisa de campo de caráter observativo, realizada durante a execução das vespertatas; pesquisa documental nos arquivos cedidos pela Secretaria de Cultura, Turismo e Patrimônio de Diamantina; revisão das pautas musicais das vespertatas feitas entre os anos de 2012 e 2013; revisão de pesquisa de opinião realizada pela prefeitura municipal no ano de 2013; revisão das pautas dos anos de 2003 e 2009, cedidas pela Banda do 3º Batalhão da Polícia Militar de Minas Gerais⁹, e mais pesquisa bibliográfica focada nos textos de John Urry (2001) e Renato Ortiz (1994).

8 Neste trabalho, “produto turístico” não se limita a uma concepção técnico-administrativa do termo: um produto formatado para ser oferecido aos turistas, com atrativos, equipamentos e serviços. Num sentido mais amplo, usamos “produto turístico” para expressar processos de mercantilização da cultura, da natureza, do espaço, cuja reprodução se baseia na expropriação social dos mais diferentes conteúdos sociais, históricos e culturais, em benefício das abstrações da forma-mercadoria.

9 O motivo da escolha em se trabalhar com pautas dos anos de 2003, 2009, 2012 e 2013 foi a necessidade de observar a evolução do repertório musical ao longo dos anos, algo que só seria possível por meio da análise de pautas mais antigas e de pautas mais recentes. Porém, a intenção era trabalhar com pautas anteriores a 2003, mais precisamente dos anos iniciais do evento, mas, uma das dificuldades da pesquisa foi justamente encontrar as pautas musicais do período, já que muitas delas não foram conservadas tampouco guardadas.

2. A DESCARACTERIZAÇÃO CULTURAL: UM DEBATE SOBRE PERDA DE AUTENTICIDADE

A problemática da descaracterização das festas populares e das manifestações culturais, comumente, está vinculada ao desenvolvimento da atividade turística. Ainda que o alcance explicativo da noção de descaracterização cultural tenha sido reduzido, devido às revisões teórico-metodológicas ocorridas na antropologia, as análises sobre a perda de autenticidade de formas culturais e identitárias, todavia, guardam lugar nos discursos políticos, no senso comum, e, também, no meio acadêmico.

De imediato, cumpre citar uma discussão que presenciamos num evento acadêmico-cultural realizado na Universidade Federal de Sergipe (UFS). Na oportunidade, em uma das mesas-redondas da programação do evento, cujo propósito era discutir a descaracterização de algumas manifestações culturais do nordeste brasileiro, uma pessoa da plateia fez uma afirmação polêmica, ao dizer que o frevo estaria se descaracterizando, a ponto de ter se transformado em “aeróbica”. Aproveitando o ensejo, um dos componentes da mesa redonda afirmou que as quadrilhas e festas de São João estão se tornando cada vez mais descaracterizadas, o que gerou uma celebração em que há muito brilho nas roupas e nos adereços, mas “pouca dança”. Na sua visão, outras tradições regionais estariam passando pelo mesmo processo, como, por exemplo, a Festa do Boi de Parintins, o Sírrio de Nazaré e algumas festas de padroeiros, por causa da agregação de valores midiáticos e da atividade turística.

Argumento semelhante tem sido utilizado para analisar as vespertatas. É o caso do trabalho de Fernandes e Conceição (2007) que apontam na perspectiva da descaracterização para explicar as transformações pelas quais as vespertatas passaram ao longo dos anos. Cumpre dizer que, embora não utilizem a noção explicitamente, no resgate histórico que efetuam sobre a tradição musical diamantinense, é possível inferir a ideia segundo a qual essa tradição está sendo transformada para responder às expectativas dos turistas que buscam monumentalidade e exotismo.

No tocante à historiografia da musicalidade de Diamantina, chamam a atenção para as apresentações musicais do “Anjo da Meia Noite”, época em que João Batista de Macedo, o maestro Piruruca, começou a reger as retretas executadas pela banda militar de uma maneira diferente, na qual os grupos de músicos e solistas eram distribuídos nas sacadas dos sobrados:

(...) É uma fantasia muito bem elaborada, cuja melodia oferece aos instrumentistas a possibilidade de executarem os solos em uma situação bastante parecida com um sistema de pergunta e resposta, como se os músicos estivessem praticando uma provocação musical, com destaque, sobretudo, para os trompetes, trombones e bom-

bardinos. Oferece uma execução especial para o prato, destacando doze badaladas, as quais, nos tempos da Sé antiga, algumas vezes ganharam a participação do bimbalar do sino da igreja, numa feliz inovação. O nome registrado nos frontispícios dos manuscritos da partitura é italiano: La Mezza Notte. Sua autoria é atribuída ao maestro D. Carlini (FERNANDES, CONCEIÇÃO, 2007, p.103).

Porém, o mais importante é que, em vários momentos da análise, os autores sustentam o argumento de que a vesperata é um evento que já ocorria desde o século XIX e que foi retomado no dia 16 de agosto de 1997:

(...) quando em 16 de agosto de 1997, durante o lançamento do Programa Nacional de Turismo Cultural do Ministério da Cultura, foi retomada a secular tradição musical diamantinense, idealizada pelo maestro João Batista de Macedo, o grande maestro Piruruca, em suas apresentações com a Banda Militar: os grupamentos de músicos eram destacados nas sacadas dos sobrados, sendo regidos pelo maestro no centro da praça, ladeado pelo público ouvinte (FERNANDES e CONCEIÇÃO, 2007, p.176).

O que se infere de tal interpretação é a ideia de que teríamos dois momentos de uma mesma unidade. Num primeiro momento, existem as antigas serenatas e retretas públicas, conduzidas pelo maestro Piruruca, à época, responsável por uma inovação nas apresentações, ao organizar os músicos nas sacadas dos casarões; e num segundo momento, caracterizado pela turistificação das apresentações, a partir de 1997, estaria ocorrendo a perda de identidade das vesperatas, devido à homogeneização induzida pelo mercado.

Exposto, portanto, esse modelo analítico sobre as vesperatas, passemos agora para as interpretações que as compreendem em termos de hibridação cultural.

3. ENTENDENDO A VESPERATA EM TERMOS DE HIBRIDISMO CULTURAL

Um dos autores que trabalhou sistematicamente a noção de hibridismo cultural é, sem dúvida, o antropólogo argentino Néstor Canclini. Em sua obra “Culturas Híbridas”, Canclini (2008) define a hibridação como um processo em que práticas ou estruturas que, inicialmente, tinham sua existência independente se combinam gerando novas práticas, objetos e estruturas. É o caso, por exemplo, de uma composição musical que se hibridiza por meio de cruzamento de linguagem com outras expressões, ou de uma rua que, em razão de seu desenvolvimento, abriga diferentes épocas e estilos. Vale destacar que o processo de hibridação se intensificou, com a urbanização da sociedade, já que, inicialmente, as comunidades existentes eram distribuídas dispersamente e sustentavam culturas locais e tradicionais. Contudo, por causa da expansão urbana, potencializada, mais tarde, com o advento da globa-

lização, a cultura se tornou heterogênea e integrada pelos meios de comunicação.

Com relação às festas populares, o autor observa que as mudanças verificadas nelas não são apenas fruto dos grupos sociais que as suportam, mas, também, induzidas pelo comércio, pela mídia, etc. Essas festas demonstram como o popular é formado por processos híbridos: “o popular não é vivido pelos sujeitos populares como complacência melancólica para com as tradições” (CANCLINI, 2008, p. 221).

Deve-se explicar que, nos estudos em turismo, a noção de hibridismo tem sido utilizada para superar as análises sobre a relação entre tradição e modernidade com base em categorias como autenticidade, impactos e descaracterizações culturais, ou aculturação, que nortearam o debate acerca do tema até a década de 1990. A crítica a tal modelo analítico, suscitada por uma revisão conceitual e metodológica ocorrida no interior da própria antropologia, decorre de sua concepção circunscrita, homogênea e dicotômica dos processos de mudanças culturais engendrados pelo turismo (SANTOS; BARRETO, 2006). Sob a ótica do hibridismo, o encontro e as mudanças culturais passam a ser vistos como algo processual, dialógico e dinâmico, num processo em que as identidades culturais e étnicas são reelaboradas por meio do realce de seus traços diacríticos¹⁰.

No caso específico das vespertatas, Amaral (2012) é uma autora que se valeu da noção de hibridismo para analisar a turistificação da tradição musical diamantinense. Num primeiro momento, sua análise chama a atenção para algumas tensões existentes no campo econômico do evento, na exploração entre público e privado, e na relação com o patrimônio. Na primeira tensão, a economia é vista como um campo de lutas e posicionamentos entre os agentes. Nesse sentido, cada indivíduo tem uma posição diferenciada dentro dessa estrutura e, por isso, defende seus interesses e posicionamentos, criando um campo de lutas. A segunda tensão é a contradição presente na exploração privada e econômica de bandas públicas como a do Terceiro Batalhão da Polícia Militar e a Banda Municipal Mirim Prefeito Antônio de Carvalho Cruz. E a terceira tensão se traduz nos anúncios presentes no sítio eletrônico da agência responsável pelo evento, a agência Minhas Gerais: “A Vesperata, por seus elementos culturais riquíssimos e fortíssimos sendo um deles a musicalidade diamantinense é considerada um Patrimônio Imaterial da cidade”. Ora, afirma a autora,

¹⁰ Nos estudos em turismo, essa perspectiva analítica pode ser identificada no trabalho de Rodrigo de Azevedo Grunewald. Em sua análise sobre as relações entre turismo e a cultura dos índios Pataxó, o autor observa que o artesanato tradicional local foi reelaborado pelo desenvolvimento turístico, uma vez que a fabricação de gamelas manteve preservados os significados ligados ao antigo modo de vida indígena, ao mesmo tempo em que ganhou uma nova significação expressa na sua moderna configuração comercial (GRUNEWALD, 2003). Margarita Barreto é outra autora que desenvolveu e orientou trabalhos, no campo do turismo, com base na noção de hibridismo cultural.

o único bem intangível patrimonializado, em Minas Gerais que inclui Diamantina, é o toque dos sinos, ainda que o município seja Patrimônio Histórico Cultural desde 1938 e da Humanidade desde 1999. Assim, na sua visão, a utilização desse discurso existe para legitimar e reforçar a exploração de uma manifestação cultural: “tal uso encobre uma série de questões como, por exemplo, para quem são as vespertatas de fato, bem como a relações de poder que estão implícitas no uso do discurso do patrimônio para referenciar os usos que delas se faz” (AMARAL, 2012, p. 19).

Mas Amaral (2012) não se limita a problematizar os paradoxos existentes nas vespertatas, posto que, num segundo momento, recorre à ideia de hibridação para discutir suas transformações. Assim, a autora se depara com o seguinte questionamento: como se dão os processos de hibridação no caso das vespertatas? A resposta encontra-se na reconversão do patrimônio:

(...) percebendo as Vespertatas como reconvertidas em um novo contexto, desloca-se o estudo da identidade para a heterogeneidade e a hibridação. Temos então dois momentos fundamentais: o das práticas discretas- o Anjo da Meia Noite - e a hibridação - As Vespertatas. Não se trata de definir uma identidade musical para, a partir dela, reafirmar a relevância e a importância das práticas exercidas nessa manifestação cultural, mas sim de tentar percebê-la em toda a sua heterogeneidade na reconversão (AMARAL, 2012, p. 20).

É evidente que o argumento é plausível, no entanto, tal como no caso do modelo anterior, permanece a ideia de “continuidade” com o passado, ainda que mediada por processos de hibridação ou aculturação. Ora, o problema desse modelo analítico é que ele opera uma separação entre cultura e realidade sócio-econômica, em parte porque abstrai as determinações histórico-materiais da cultura; em parte porque não atenta para as mediações culturais sobre os processos sociais e econômicos. É preciso situar material, social e historicamente o campo simbólico-cultural, já que não se trata de mera questão de encontro de universos simbólicos (aculturação) ou de processos culturais reelaborados (hibridação), sob pena de perder de vista os processos de alienação, segregação e expropriação social engendrados pela turistificação da tradição musical diamantinense, conforme iremos demonstrar a seguir.

4. A VESPERTATA ENQUANTO UM PRODUTO TURÍSTICO

Os tempos e os espaços sociais experimentados pelo turista são, comumente, associados ao provisório, à fugacidade e à impessoalidade. Exemplo dessa condição é o enredo do filme *O Terminal*, dirigido por Steven Spielberg. O longa-metragem narra a história de Viktor Narvoski, cidadão da fictícia Krakozhia que, devido a um

impasse diplomático entre o governo de seu país que acabara dar um golpe de estado e as autoridades norte-americanas, termina por ficar preso no saguão de um aeroporto em Nova York. No caso, o dilema de Viktor não reside no fato de que está impedido de voltar para casa, uma vez que seu país está em guerra, tampouco por não conseguir pisar em solo americano, em razão da falta de visto, mas sim porque precisa viver num espaço, eminentemente, funcional, marcado pela despersonalização das relações e onde, à primeira vista, é impossível fincar raízes.

Desnecessário dizer que o enredo do filme nos faz lembrar da noção de não-lugar, utilizada por Marc Augé. Segundo o antropólogo francês, o não-lugar é um espaço que não pode se definir como identitário, relacional e histórico, a exemplo de rodovias, estações ferroviárias, aeroportos, postos de serviço e conveniência, shoppings centers e supermercados. Os não-lugares seriam, assim, diametralmente opostos àqueles espaços existenciais, de que nos fala Merleau-Ponty, caracterizados por uma experiência de relação com o mundo de um ser essencialmente situado num meio (MERLEAU-PONTY apud AUGÉ, 2012). Por outro lado, é preciso explicar que o não-lugar nunca existe sob uma forma pura, porquanto os lugares se recompõem nele. Razão pela qual, com o passar dos dias, o nosso desterritorializado “krakhozia-no” transforma o aeroporto internacional John F. Kennedy em seu lar.

Todavia, ainda que a analogia entre o filme e a experiência turística seja válida, é preciso interrogar se ela corresponde mesmo ao real significado das viagens contemporâneas. Seria o caso de perguntar o que aconteceria se o personagem principal da trama não procedesse de um lugar fictício, mas se fosse um francês, um inglês, um brasileiro, ou, até mesmo, um chinês. Ficariam eles desorientados e sem um sentido de lugar no interior de um aeroporto? Mais ainda, atualmente, onde é que nos sentimos mais familiarizados: no lobby de um hotel internacional ou nos labirínticos becos de uma cidade histórica como Marrakesh? Ora, o paradoxo do mundo atual é que nos sentimos em casa em espaços abstratos, ao passo que os lugares concretos passaram a nos causar estranheza.

De fato, segundo Ortiz (1994), a principal novidade trazida pelo movimento de mundialização da cultura foi a criação de um imaginário coletivo internacional composto por um sem-número de referências sgnicas produzidas pelos meios de comunicação de massa. Tal como a execução de uma campanha publicitária, concebida, rodada e editada em diferentes lugares, ou, ainda, à semelhança de um filme-global, produzido, dirigido e financiado por agentes de diferentes nacionalidades, a formação desse imaginário sintetiza signos e referências culturais mundialmente reconhecidos. Não surpreende, assim, que passamos a nos sentir familiarizados em espaços, tradicionalmente, tidos como abstratos anônimos e serializados, a exemplo

de free-shops, hotéis, aeroportos e estações rodoviárias. Desse modo, semelhante a um texto semiológico, o que tais espaços oferecem ao transeunte é um conjunto de signos encarnados em objetos que tornam a abstração legível, reconhecível.

A mundialização da cultura engendra dois momentos: o da desterritorialização pelo signo e o da reterritorialização por um objeto de consumo (ORTIZ, 1994). No primeiro momento, cria-se o signo que, ao contrário das formas simbólicas, não se realiza enquanto representação do real, porquanto se trata de forma autonomizada, podendo, portanto, circular livremente, independente do território e do tempo histórico: “retirados do contexto original, uma cornija egípcia ou um panteão ao ar livre podem coabitar ao lado de arcos clássicos ou góticos” (ORTIZ, 1994, p. 110). E num segundo momento, o signo se reterritorializa em objetos de consumo, isto é, em mercadorias cuja abstração demanda uma citação que as tornem legíveis para o consumo. Nesse sentido, não é exagerado afirmar que Mickey Mouse não é mais americano, tampouco o filme de faroeste (haja vista o spaghetti western), que a Torre Eiffel não é mais francesa, que as pirâmides não são mais egípcias, ou que o Carnaval não é mais brasileiro.

Desnecessário dizer que o uso de signos grassa na realização de uma vespertina. A utilização dos signos corresponde ao momento de reterritorialização das abstrações realizadas pela forma-mercadoria, expressas, por exemplo, no cordão de isolamento que abstrai os conteúdos populares das apresentações, ou no próprio nome do evento, convertido em marca (citação que remete a Vênus, planeta que, na astrologia, simboliza a paixão) e objeto, inclusive, de contendas por direitos de propriedade. Contudo, é no repertório musical do evento que o uso de referências sígnicas se manifesta de maneira mais patente. Note-se que a pauta de uma vespertina contém músicas de diversos estilos, oriundas de diferentes épocas e partes do mundo, como a valsa “Ondas do Danúbio” de Ivan Invanovici, a seleção de músicas do filme “Nos tempos da brilhantina”, a opereta demonstrada na música “Cavalaria Ligeira” de Franz Von Suppé, o rock de Los Bravos em “Black is Black”, a peça sinfônica “La Mer” de Charles Trenet, além de composições internacionais como, “Granda”, “New York, New York”, “Can’t take my eyes off you”, “Besame Mucho” e “How deep is your love”, bem como composições nacionais como “Aquarela do Brasil”, “Carinhoso”, “Sampa”, “Canção da América” e “Borbulhas de Amor”. Por outro lado, é pequeno o espaço dedicado às músicas locais e regionais, a exemplo dos “Coretos de Diamantina”, compostos por músicas como “Diamantina em Serenata”, “As Ruas e a Seresta”, “Peixe Vivo” e “Joia Rara”.

Assim, contrariando as discussões que entendem a Vespertina em termos de des- caracterização ou hibridismo, vários elementos indicam que se trata de um produto

turístico historicamente datado. A esse propósito, cumpre citar algumas músicas presentes no repertório da Vesperata do dia 17 de maio de 2003, quando o evento possuía apenas seis anos de existência. O repertório foi iniciado com a composição de Franz Von Suppé “Cavalaria ligeira”, que, costumeiramente, figura nas vespertas mais atuais, caso das apresentações realizadas nos anos de 2012 e 2013. No mesmo dia, também, foi executado “Aquarela do Brasil” de Ary Barroso e canções que recordam os anos 1960. Igualmente, a vesperta realizada no dia 26 de abril de 2003 apresentou um repertório mundializado, sendo composto por músicas como “Tributo a Lupício”, “Love is All”, “Ibiza Dance” e “Dime”. Já sobre as vespertas mais atuais, vale citar que em uma das apresentações do ano de 2013 foi introduzida uma música de estilo sertanejo, “Apaziguar” de Bruno e Marrone, com a utilização de referências sígnicas como: “vivemos um tempo de guerra, por vezes velada, não declarada, mas ainda assim, guerra. Nos lares, nas ruas, nas empresas, há sempre uma luta pelo poder, pelo dinheiro, pelo status social”. Além disso, na apresentação desse mesmo dia, foi acrescentada uma das músicas tema de uma telenovela da rede Globo: “Esse cara sou eu” de Roberto Carlos.

Apesar do repertório mundializado, é interessante frisar o esforço, por parte do trade turístico e da administração municipal, em transmitir uma ideia de autenticidade. Razão por que abundam referências ao passado de Minas Gerais, à tradição musical diamantinense e aos personagens históricos da cidade. É pela mesma razão que Baudrillard (1972) afirma que o gosto pelo antigo é uma maneira de, por meio do signo, assegurar a legitimidade de algo. É evidente que essas alusões não remetem a uma historicidade concreta. Veja-se, por exemplo, o caso da ex-escrava Chica da Silva e do contratador de diamantes João Fernandes. Esses personagens representam um dos pontos altos de uma vesperta. Eles atraem os olhares dos turistas, que, por sua vez, ficam ansiosos por uma foto com o casal. Não surpreende que a agência “Minhas Gerais” utilizou os personagens em um dos seus folders de divulgação com a seguinte mensagem: “A personagem Chica da Silva também recebe a todos, estando disponível o serviço de fotografia no local” – vale ressaltar que, para Urry (2001), o ato de fotografar é uma maneira de se apropriar do objeto fotografado, obtendo um conhecimento visual, mesmo que momentâneo. É um modo de miniaturizar o real, mesmo que não seja revelada sua natureza construída, tampouco seu conteúdo ideológico. Por outro lado, a fotografia consiste em uma prova material de que se esteve presente: “com essa comprovação congelada em forma de fotografia, o registro será perpetuado e apreciado pela sociedade, responsável pela alimentação dos signos” (BARBOSA, 2001, p. 17).

Sobre essa tentativa de afirmar a autenticidade das vespertas, interessa notar

que o turismo é, sistematicamente, apresentado como uma atividade ligada à busca de experiências diferentes e ao desligamento da rotina. Esse pensamento é utilizado, principalmente, quando o turismo é entendido enquanto um fenômeno – nos referimos à perspectiva do filósofo Edmund Husserl, que entendia a viagem com base na ideia de experiências vividas, na busca daquilo que se manifesta nas sensações e nos sentidos, ou seja, naquilo que não se vê. Daí a razão por que se cunhou a noção de “autenticidade encenada”, isto é, como se o turista fosse fraudado em sua busca por autenticidade porque lhe é oferecido pelo mercado uma região de fachada (MacCannell, 1999). Ora, o uso de referências sígnicas para a montagem de um produto parece deslegitimar esse tipo de argumentação. Apoiando-nos, mais uma vez, em Ortiz (1994), afirmamos que essas referências funcionam como um meio de reconhecimento e comunicação, já que, por meio delas, é possível “sentir-se em casa” em qualquer lugar e situação vivida. Dito de outra forma, não se trata de fuga ou mergulho numa realidade fantástica e feérica; pelo contrário, na experiência turística tudo é costumeiro, não existem surpresas. Aliás, o que é fachada nessa experiência é a pretensa demanda pelo autêntico, uma vez que o prazer está no reconhecimento, na identificação daquilo que já se sabe. Sob esse ponto de vista, como definem Crawshaw e Urry (1995), o turismo é a mercantilização das recordações do outro.

Prova do que estamos argumentando são as reações do público durante as vespertatas: todos se alegram, cantam em voz alta, erguem e balançam os braços. Uma das músicas preferidas é “Amigos para Sempre”, normalmente, cantada no final de uma apresentação. Em nossas pesquisas de campo, constatamos que os organizadores até tentaram trocar essa música por outra, mas não conseguiram devido aos recorrentes pedidos do público. Aliás, nas pesquisas de opinião realizadas pela organização, as avaliações do público sobre o repertório são, majoritariamente, positivas. É o caso de uma pesquisa realizada em 05 de Outubro de 2013, na qual foram entrevistadas 81 pessoas. Desse total, 79% dos espectadores avaliaram o repertório do evento como ótimo; 17% como bom; 3% como regular; e apenas 1% como ruim.

É importante destacar, também, que a produção das vespertatas pode ser entendida com base na ideia de “tradições inventadas” desenvolvida pelo historiador Eric Hobsbawm. No caso, a nossa hipótese é de que a vespertata não tenha sido criada apenas para reforçar a candidatura da cidade, ao lhe fornecer mais uma “chancela” histórica (ao lado, por exemplo, do calçamento pé de moleque de suas ruas, que, segundo sugerem algumas fotos tiradas na década de 1970, não são tão antigos como se diz), mas, também, para aumentar o fluxo turístico, em razão da sazonalidade da atividade. A esse propósito, conforme observa Hobsbawm (2013), atualmente, os

festivais se tornaram componentes fundamentais da indústria cultural¹¹, tanto é, assim, que, no mundo, desde a década de 1970, o número de eventos não para de crescer (a título de ilustração, na Grã-Bretanha, em 2003, havia 120 festivais de música por ano; em 2006, o número saltou para 221 apresentações) – todavia, para além das estatísticas, o curioso é que os festivais floresceram, particularmente, em cidades pequenas e de porte médio, porque, na visão do autor, requerem certo espírito comunal que somente em situações excepcionais existe nas grandes metrópoles.

No tocante às estatísticas econômicas das vespertas, são poucas as investigações que demonstram a relevância econômica do evento para Diamantina, tampouco há dados sistematizados sobre a geração de empregos diretos ou indiretos. O que se verifica são alguns números absolutos publicados em documentos institucionais e jornais, a exemplo do jornal “O tempo” cuja matéria intitulada “Licitação para o comércio da vesperta gera polêmica” aponta um rendimento mensal de R\$ 300.000 (SALES, 2011) – alguns trabalhos acadêmicos, também, discutiram a relevância econômica do evento. Em Silveira et. al (2012), estima-se que, por final de semana, o evento movimenta cerca de R\$ 200.000. Nesse valor estariam incluídos rendimentos oriundos de despesas com hospedagem, mesas e alimentação. O que gera um balanço positivo, haja vista que o custo médio de um evento é de 8 mil reais. A esse propósito, dados mais atuais indicam que o custo atual de uma vesperta é de R\$12.908,80, incluindo gastos com sonorização, palco, iluminação, locução, cachê das bandas do Batalhão e Mirim, contratação de seguranças, recepcionistas, apresentações musicais, limpeza, locação de mesas e sacadas, alvará de utilização do espaço público e repasse para o FUMTUR (Fundo Municipal de Turismo).¹²

É evidente que não podemos nos iludir com tais números; afinal, o que eles escondem é a forma como um legado histórico e coletivo, que, em princípio, é de todos, acaba sendo apropriado, privadamente, em benefício de alguns, a exemplo dos bares e restaurantes, e, sobretudo, dos donos de imóveis no centro histórico – basta verificar os altos preços de aluguel por um ponto na Rua da Quitanda¹³.

Além disso, há a questão da segregação sócio-espacial gerada pelo evento. Apesar

11 A chamada indústria cultural discutida por Theodor Adorno (2002) é um mecanismo da prática social que transforma a cultura numa mercadoria para a acumulação do capital. A própria cultura passa a ser apropriada pelo mercado, de modo que sua significação fica atrelada a uma administração industrializada. Como consequência disso, o homem fica impedido de se tornar um indivíduo consciente de sua realidade social.

12 Essas informações estão no edital nº 006/2014 – referente à contratação de empresa especializada em eventos para a produção executiva e comercialização da vesperta. Disponível em: <http://www.diamantina.mg.gov.br/portal1/municipio/licitacao.asp?idMun=10013124>. Acesso em: 25 jul. de 2014.

13 Em conversas informais, constatamos que o aluguel médio de um ponto comercial na rua da Quitanda (local onde ocorrem as vespertas) gira em torno de 3 mil reais.

de ser realizado num espaço público, existe um cordão que separa aqueles que podem ou não ter acesso às cadeiras e mesas instaladas no centro da rua, reforçando, desse modo, a lógica do “consumidor”, e não do “usador”. Note-se o caso dos jovens integrantes da Banda Mirim. Não são poucas as ocasiões em que seus familiares assistem ao evento do lado de fora da demarcação. Outro fato que nos chamou a atenção é o empenho dos organizadores do evento em transmitir para os turistas a imagem de que os integrantes da Banda Mirim são crianças e adolescentes carentes, com baixas condições sócio-econômicas, como forma de legitimar a criação da banda como “um grande projeto social”.

Sobre essa realidade iludida pela lógica mercantil do evento, lembremos da teoria do agir comunicativo desenvolvida por Jürgen Habermas. Apoiando-se nas discussões do filósofo alemão, Bustamante (2013) nos mostra como a utilização de um agir comunicativo e dialógico pode se constituir como uma forma para a resolução de conflitos, ao privilegiar um espaço de diálogo, em detrimento de um agir instrumental que, frequentemente, busca atender os interesses específicos de um grupo. Assim, a nosso ver, se as vespertatas levassem em consideração as aspirações da população local, identificadas com base no diálogo e na participação popular, os conflitos e tensões existentes no evento poderiam ser mais bem explicitados. Afinal, como atesta a máxima, no turismo, a cidade para ser boa ao turista deve ser boa primeiramente para o morador.

Enfim, ao contrário da ideia de descaracterização cultural ou hibridismo, todos esses argumentos parecem confirmar que as vespertatas são e se formaram enquanto um produto turístico, isto é, trata-se de um fenômeno histórica e socialmente datado e determinado. Em âmbito particular, o evento se liga, por exemplo, a um contexto de disputa da cidade de Diamantina pelo título de patrimônio da humanidade; e, estruturalmente, se insere num quadro de avanço do capitalismo sobre todos os domínios da vida, a começar pela própria cultura, transformada em uma nova mercadoria.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para alguns, uma tradição descaracterizada em razão da atividade turística; para outros, uma tradição musical transformada por novos elementos culturais situados em diferentes contextos históricos. Mas, a nosso ver, tais análises, por diferentes caminhos, acabam sustentando o discurso divulgado por hotéis, pousadas, agências, enfim, pelo mercado, o de que as vespertatas são um evento tradicional, um espetáculo nostálgico e aconchegante em uma cidade que respira música.

Tal desfecho analítico talvez se explique porque a essas análises falta uma noção: a de mercadoria e a compreensão dos seus sentidos contraditórios. Ora, no mesmo espaço em que se apresenta uma musicalidade emanada de janelas e sacadas dos seculares casarões da rua da Quitanda, se dispõem, também, duas bandas públicas que são apropriadas para fins lucrativos. Na mesma rua onde há ladeiras íngremes e tortuosas, existe um cordão que cria cada vez mais um sentimento de segregação. E o repertório musical, divulgado como clássico e popular, se mostra, contraditoriamente, elitizado, em alguns casos, e, sobretudo, pautado em parâmetros da indústria fonográfica mundial.

Para entender essas contradições sem cair nas armadilhas do fenomênico, é necessário analisar a forma como, atualmente, se efetua o processo de produção e reprodução da mercadoria. Desse modo, identificar as vespertatas enquanto um produto turístico, isto é, uma mercadoria produzida para o consumo por meio de referências sógnicas, é, sobretudo, discutir uma lógica que procura transformar todos os elementos da vida social em mercadoria, destituindo-os do contexto histórico e social em que foram produzidos, para convertê-los em formas puras, abstratas e comercializáveis. Trata-se, portanto, de aprender o singular em suas determinações globais, bem como, por meio da análise do singular, iluminar o entendimento do global.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. Indústria cultural e sociedade. Tradução Julia Elisabeth Levy. 6ª reimpressão. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AMARAL, L. D. P. O Anjo da Meia-Noite e as Vespertatas em Diamantina: tensões na Produção de uma manifestação cultural. Revista Vozes do Vale da UFVJM, Diamantina, Publicações acadêmicas-MG-Brasil, n. 2, p.1-22, 2012. Disponível em: <<http://www.ufvjm.edu.br/site/revistamultidisciplinar>> Acesso em: 30 Nov. de 2013.

AUGÉ, M. Não Lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. 9. ed. Campinas: Papirus, 2012.

BARBOSA, Y. M. O despertar do turismo: um olhar crítico sobre os não-lugares. São Paulo: Aleph, 2001.

BAUDRILLARD, J. Para uma crítica da economia política do signo. Tradução Aníbal Alves. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora, 1972.

- BUSTAMANTE, A. P. A aplicação do agir comunicativo de Habermas na mediação comunitária: o diálogo como instrumento transformador. In: Encontro Nacional do CONPENDI/UNICURITIBA: 25 anos da Constituição Cidadã: os atores sociais e a concretização sustentável dos objetivos da república, 22., 2013, Curitiba. Anais... Curitiba: FUNJAB/CONPEDI, 2013, p. 398 - 417.
- CANCLINI, N. G. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- CRAWSHAW, C., URRY, J. Turismo e Consumo visual. Revista Crítica de Ciências Sociais: Turismo Cultura e Lazer, Lisboa, n. 43, p. 47 - 68, outubro de 1995.
- FERNANDES, A. C.; CONCEIÇÃO, W. La Mezza Notte: o lugar social do músico diamantinense e as origens da Vesperata. Diamantina: UFVJM, 2007.
- FORTUNA, C. Turismo, autenticidade e cultura urbana: percurso teórico, com paragens breves em Évora e Coimbra. Revista Crítica de Ciências Sociais - Turismo Cultura e Lazer, Lisboa, n. 43, p. 11 - 45, outubro 1995.
- GRUNEWALD, R. A. Turismo e etnicidade. Horizontes Antropológicos. Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 141 - 159.
- HOBBSAWM, E. Tempos fraturados. São Paulo: Companhia das Letras, 2013
- MACCANNELL, D. The tourist: a new theory of the leisure class. Berkeley: University of California Press, 1999.
- ORTIZ, R. Mundialização e Cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- SALES, G. Licitação para o comércio da vesperata gera polêmica. Jornal O Tempo. Minas Gerais, p. 25, 07 de abril de 2011.
- SANTOS, R; BARRETO, M. P. Aculturação, Impactos Culturais, Processos de Hibridação: uma revisão conceitual dos estudos antropológicos do turismo. Turismo em Análise. v. 17, n. 2, p. 244 - 261, novembro de 2006.
- SILVEIRA, C. E. et al. Visões Qualitativas dos Atores da Vesperata em Diamantina/MG e suas possibilidades diante da teoria do marketing de destinos. Anais Brasileiros de Estudos Turísticos, Juiz de Fora (MG), v. 2, n. 1, p. 14-27, 2012.
- STRATEGY CONSULTORES. Plano de Marketing Viva Diamantina. Belo Horizonte: Strategy Consultores, 2011.
- SOUZA, L. M. Opulência e miséria das Minas Gerais. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1997.
- URRY, J. O olhar do turista: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.