



A CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO DO TURISTA NA VESPERATA DIAMANTINENSE (MG): DESCARACTERIZAÇÃO CULTURAL, HIBRIDISMO OU PRODUTO TURÍSTICO?¹

THE TOURIST IMAGINARY CONSTRUCTION IN VESPERATA DIAMANTINENSE: CULTURAL MISCHARACTERIZATION, HYBRIDITY OU TOURISM PRODUCT

LA CONSTRUCCIÓN DEL IMAGINARIO DEL TURISTA EN LA VESPERATA DIAMANTINENSE (MG): ¿DESCARACTERIZACIÓN CULTURAL, HIBRIDISMO O PRODUCTO TURÍSTICO?

Mariana da Conceição Alves
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Campus JK - Diamantina/MG
mariana.sp15@Hotmail.com

Alan Faber do Nascimento
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Campus JK – Diamantina/MG
alanfaber@ufvjm.Edu.Br

Resumo

O presente artigo tem como objetivo problematizar as análises que buscam explorar a relação entre turismo e tradição em termos de descaracterização ou hibridismo cultural. Contrapondo-se a esse modelo teórico e tomando como objeto de discussão a *Vesperata*, evento turístico-musical realizado no município mineiro de Diamantina, propomos uma leitura dialética sobre a mercantilização da tradição musical diamantinense, com o intuito de evidenciar como se efetua o processo de criação de um produto turístico no qual a referência ao passado é somente uma forma signíca utilizada para tornar “legível” uma determinada mercadoria lançada ao público consumidor.

Palavras-chave: Vesperata; tradição musical; turismo; dialética.

Abstract

This article aims to discuss the analyzes that seek to explore the relationship between tourism and tradition in terms of mischaracterization or cultural hybridity. Opposed to this theoretical model and regarded as an object of discussion *Vesperata*, tourist-musical event held in the mining town of Diamantina, We propose a dialectical reading of the commodification of diamantinense musical tradition, in order to show how it makes the process of creating a tourism product in which the reference to the past is only an signic form used to make "readable" a certain released commodity to consumer.

Keywords: Vesperata; musical tradition; tourism; dialectic.

¹ Este artigo é fruto de um projeto de pesquisa intitulado Tradições Musicais de Diamantina: contradições de sua apropriação turística, coordenado pelo professor Alan Faber do Nascimento da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri.

Resumen

El objetivo del artículo es problematizar los análisis que buscan explorar la relación entre turismo y tradición en términos de descaracterización o hibridismo cultural. En contrapunto a ese modelo teórico e teniendo como objeto de discusión la *Vesperata*, manifestación turístico-musical realizado en el municipio minero de Diamantina, proponemos una lectura dialéctica sobre la mercantilización de la tradición musical diamantinense, con objetivo de evidenciar como se lleva a cabo el proceso de creación de un producto turístico en el que la referencia al pasado es solamente una forma signíca utilizada para hacer “legible” una determinada mercancía lanzada al público consumidor.

Palabras-clave: Vesperata; tradición musical; turismo; dialéctica.

1. INTRODUZINDO UM DEBATE NAS ANÁLISES SOBRE A VESPERATA

Há um encantamento que se julga comum a qualquer visitante que chega a Diamantina, esse município turístico localizado na região do Alto Jequitinhonha, no estado de Minas Gerais. Tal deslumbramento não se deve tanto às belezas naturais reservadas pela serra que emoldura a cidade, a Serra dos Cristais, tampouco ao conjunto arquitetônico setecentista que seu centro histórico abriga, transformado há mais de dez anos em Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO, e sim à efervescência musical que transborda de suas ruas e becos tortuosos. De fato, num lugar em que, como se diz popularmente, há pelo menos um músico em cada família, para o arrivista, é difícil não se deixar levar pelo som de flautas e clarinetes ou pelo tocado de um violão².

Entre os eventos musicais que a cidade oferece, a chamada Vesperata é, sem dúvida, o que mais chama a atenção, tanto que é apresentado pelas agências e operadoras turísticas como o principal atrativo local. Sobre isso, note-se o que diz a agência *Minhas 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”. 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 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”.

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, localizada no centro

² Segundo o Plano de Marketing Turístico recém-desenvolvido para Diamantina (Plano de Marketing Viva Diamantina), a musicalidade é tida como o principal elemento a ser explorado pelo *trade* local, uma vez que define a identidade (marca) da cidade em meio ao competitivo mercado turístico de cidades. A aposta nessa marca chega ao ponto de condicionar outras formas de turismo praticadas no município, a exemplo do projeto *Trilha Viva* que prevê a participação de um violeiro em locais de visitaçao eco turística – caso dos passeios à Cachoeira dos Cristais. A esse propósito, cumpre lembrar também que, de modo geral, nos meios de comunicação, a cidade de Diamantina é apresentada como a Cidade Musical de Minas Gerais, ou como a Capital Brasileira da Seresta, a exemplo de matéria publicada no portal de notícias da Rede Globo de Minas Gerais em 21-12-2011.

histórico da cidade. O evento fica por conta dos músicos do 3º Batalhão da Polícia Militar e da Banda Mirim Municipal Prefeito Antônio de Carvalho Cruz³. Os músicos, trombonistas, trompetistas, flautistas, saxofonistas e clarinetistas 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 da rua da Quitanda. 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. O que, evidentemente, é problemático, porquanto, segundo nossa constituição, as ruas são bens de uso comum, portanto, não passíveis de controle privado. Além, é claro, de o fato de duas bandas públicas serem utilizadas para fins lucrativos.

Figura 1: Vesperata



Créditos: Projeto Fragmentos Visuais do Séc. XXI.
Fonte: visitediamantina.blogspot.com

Além do espetáculo em si e das implicações legais do evento, desperta interesse, também, o repertório musical executado nas vesperatas. Embora seja apresentada pela mídia como uma tradição que remonta às antigas tardes vesperais e retretas públicas de fins do século XIX, é interessante notar como a pauta de uma Vesperata é dominada por músicas do repertório mundial e

³ A Banda Mirim Prefeito Antônio de Carvalho Cruz foi criada em 1986, durante o mandato do prefeito Antônio de Carvalho Cruz, sob regência do maestro Irineu de Sousa Domingos, mais conhecido como maestro Alex. A banda é composta por cerca de 150 alunos. Já a Banda do 3º Batalhão da Polícia Militar de Minas Gerais foi criada em 1892. Atualmente, é a banda mais antiga da cidade em atividade. Além de participar da Vesperata, a Banda do 3º Batalhão se apresenta em diversas solenidades militares, eclesíásticas e sociais.



nacional⁴. Entre as composições internacionais, destacam-se, por exemplo, “*La Mer*”, “Granada”, “*New York, New York*” e “*Can’t take my eyes off you*”. Do lado nacional, por sua vez, importa citar “Aquarela do Brasil”, “Carinhoso”, “Sampa”, “Borbulhas de Amor”, além de espaços dedicados aos grandes sucessos dos anos 1960 e às músicas de artistas como Raul Seixas, Tim Maia e Adoniram Barbosa. Por outro lado, paradoxalmente, é pequeno o espaço dedicado às músicas propriamente 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”.

Alguns autores têm interpretado esse paradoxo com base na ideia de descaracterização cultural. Grosso modo, o argumento se desenvolve no embate dualista entre tradição e modernização, autenticidade e inautêntico, diversidade e homogeneização. Desse modo, num primeiro momento, teríamos as antigas serenatas e retretas públicas, conduzidas por João Batista de Macedo, o maestro Piruruca, à época, responsável por uma inovação nas apresentações, ao organizar os músicos nas sacadas dos casarões na execução da fantasia “O Anjo da Meia Noite”, cuja melodia oferecia aos instrumentistas a possibilidade de executarem os solos em uma situação análoga a um sistema de perguntas e respostas. E num segundo momento, em razão da turistificação das apresentações, estaria ocorrendo a perda de identidade das vespertatas, devido a processos de homogeneização induzidos pelo mercado. Em suma, segundo esse modelo de análise, o que ocorre é a descaracterização de um evento que, todavia, guardaria aspectos e significados oriundos de seus primórdios, quando ainda era designado como “O Anjo da Meia Noite”, num processo cujo sentido é sua transformação numa mercadoria como qualquer outra.

Sob outro ponto de vista, há, também, aqueles que argumentam que a Vesperata é resultado de uma hibridação cultural. Tomando como ponto de partida a própria etimologia da palavra tradição, que vem do latim *traditio* e significa algo que uma geração entrega para outra, a Vesperata seria fruto de uma tradição musical diamantinense que foi sendo, ao longo do tempo, transformada por novos elementos culturais situados em diferentes contextos históricos:

(...) percebendo as Vesperatas 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 Vesperatas. 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).

⁴ Conforme pudemos observar em nossas pesquisas empíricas sobre as pautas das vespertatas dos anos de 2003, 2009, 2012 e 2013.

De certa maneira, o argumento guarda semelhança com a noção de memória coletiva desenvolvida por Maurice Halbwachs⁵. Nesse caso, a *Vesperata* é o ritual por meio do qual a tradição musical diamantinense se reproduz. No entanto, como o processo de memorização pelo rito nunca é estático, a tradição não permanece a mesma, posto que se transforma, se sincretiza, em suma, se hibridiza.

Em que pensem as diferenças entre esses dois modelos de análise, existe um ponto em que ambos convergem, qual seja, a ideia de uma continuidade com o passado. Devedoras de uma leitura escalonada da história, as duas interpretações estabelecem uma relação direta, ainda que mediada por processos de homogeneização ou aculturação, entre as antigas serenatas e retretas públicas e as atuais *vesperatas*.

Contrapondo-se a tal tipo de análise, este trabalho busca dialetizar os termos da relação. Em nossa análise, as *vesperatas* são um produto turístico, isto é, já nasceram enquanto forma-mercadoria, ainda que, no seu processo de produção e reprodução, sintetize elementos da tradição musical diamantinense.

2. A VESPERATA ENQUANTO UM PRODUTO TURÍSTICO: ALGUMAS OBSERVAÇÕES

Tempos atrás tivemos uma discussão com um gestor turístico de Diamantina. O debate girava em torno da elaboração de um plano de *city marketing* elaborado por uma empresa de consultoria de Belo Horizonte. O gestor considerava que os técnicos da empresa possuíam pouco conhecimento sobre a realidade local, pois haviam feito um plano, em muitas partes, alheio às características da cidade. Chamava a atenção, por exemplo, para a proposição de um sistema de carruagens que, em dias de *vesperata*, levasse os turistas da rua da Quitanda até os locais onde estivessem hospedados. No caso, sua reclamação residia no fato de que, historicamente, nunca houve carruagens em Diamantina, em razão do calçamento “pé-de-moleque” de suas ruas. Ficou surpreso quando dissemos que não se tratava de erro ou descaracterização da cultura local. Afinal, os técnicos estavam apenas agindo de acordo com o modo de funcionamento da indústria cultural.

⁵ Para esse Maurice Halbwachs (apud ORTIZ, 2006), a memória coletiva se manifesta enquanto tradição, isto é, como algo que se entrega de uma geração para outra por meio dos ritos, festas e celebrações. Esse processo nunca é estático; a tradição nunca é mantida integralmente. No entanto, as transformações ocorridas não ocorrem a esmo, pois são mediadas pela tradição dominante. Além disso, a memória coletiva estrutura-se internamente como uma composição musical, na qual os atores sociais desempenham um determinado papel e uma função específica, de modo que o produto final da memorização é o resultado das múltiplas ações de cada agente (músico); no entanto, o músico executa algo que se encontra programado de antemão. E, por último, a memória coletiva somente pode existir enquanto vivência, ou, melhor, ela somente existe entre os membros do grupo social que a suporta, e não fora deles.



Ora, quando propuseram o plano, eles não tinham em mente a realidade diamantinense, mas, sim, o imaginário construído em torno das cidades históricas.

De fato, conforme observa 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 montagem de um automóvel em que as peças provêm de diversos cantos do mundo, bem 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.

Dito de outra maneira, podemos dizer que 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 co-habitar 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.

Retornando ao ponto de referência de nossa análise, é interessante observar, em primeiro lugar, a quantidade de citações que permeiam a realização de uma *vesperata*. Elas estão presentes nos signos de consumo (marcas) de uma lata de refrigerante, no uso de formas sgnicas ligadas ao imaginário das cidades históricas, a exemplo da luminária e do clarinete, eleitos pelo *marketing* turístico como os carros-chefes da identidade musical da cidade, e, sobretudo, no repertório musical povoado por referências fonográficas mundializadas. Em relação a essa última classe de signos, cumpre destacar que a pauta do evento 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 ritmos como o maxixe brasileiro e o bolero. Assim, a nosso ver, o uso desses signos corresponde ao momento de reterritorialização das abstrações realizadas pela formamercadoria, expressas, por exemplo, no cordão de isolamento que abstrai os conteúdos populares das vespertatas, ou no próprio nome que o evento leva (ele mesmo uma citação, pois deriva de Vênus, o planeta que, na astrologia, simboliza a paixão e o amor romântico), convertido em marca e objeto, inclusive, de contendas por direitos de propriedade.

Relacionada à observação anterior, uma segunda questão que as vespertatas suscitam é o esforço 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 evidente que essas alusões não remetem a uma historicidade concreta. Importa, porém, que as vespertatas sejam consumidas em sua “mineiridade fictícia”. 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 vespertata. Eles atraem os olhares dos turistas, que, por sua vez, ficam ansiosos por uma foto com o casal. Desnecessário dizer que tudo se passa como se fosse mais uma das grandes histórias de amor da literatura mundial. Poderíamos muito bem tomá-los por “Romeu e Julieta” ou “Tristão e Isolda”. Trata-se, portanto, de uma história mitificada (no sentido atemporal do termo), porquanto descolada do contexto das minas setecentistas e, por essa razão, sob a forma de signo, passível de qualquer tipo de combinação. Por outro lado, a vespertata está muito mais próxima da ideologia do que do mito, na medida em que ilude e dificulta a compreensão de uma sociedade escravagista, cujas marcas permeiam até hoje a realidade social brasileira⁶.

Algo semelhante acontece, também, com a figura de Juscelino Kubitschek. Além de ser citado pela narradora do evento em vários trechos da apresentação, afinal, “uma serenata em Diamantina é mais bela do que uma noite de trovadores em Nápoles, já dizia o saudoso Juscelino Kubitschek de Oliveira”, há um momento em que um estandarte com a imagem do ex-presidente é aberto do alto de uma das sacadas dos casarões históricos. A esse propósito, a própria organização das mesas relembra ilustres personagens locais: desde 2012, o espaço delimitado na Rua da Quitanda foi dividido em setores, sendo que cada setor leva o nome de um músico importante da

⁶ A esse propósito, cumpre citar que as referências sígnicas do casal são, inclusive, utilizadas para introduzir e reforçar o imaginário criado em torno de algumas músicas: “A mulata Chica da Silva viveu uma vida de rainha e um de seus maiores desejos foi conhecer o mar. Para tornar o seu sonho realidade, seu amante construiu um grande lago no Bairro da Palha. Com todas as pompas de uma rainha, Chica da Silva pode vivenciar as delícias de uma galera lançada ao mar. No balanço das melodias e harmonias das bandas de música, ouçamos *La Mer*”.



cidade: setor Joaquim Emérico Lobo de Mesquita, setor Conceição Reis, setor João Batista de Macedo (maestro Piruruca), setor José Altimiras Rocha e setor Antônio Efigênio de Souza (maestro Paraguay).

Em nosso entendimento, é importante, no entanto, não considerar essa questão em termos de uma “autenticidade encenada”, isto é, como se o turista fosse fraudado em sua busca por autenticidade porque lhe é oferecido pelo mercado uma região de fachada⁷. O uso de referências signícas para a montagem de um produto parecem deslegitimar esse tipo de argumentação. Apoiando-nos em Ortiz (1994), 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 apresentações: 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 vesperata. Em conversa informal com um dos elaboradores das pautas, constatou-se que os organizadores do evento até já tentaram trocar essa música por uma outra, mas não conseguiram devido aos recorrentes pedidos do público. Sobre isso, é interessante observar, também, que 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 ruim⁸ (Figura 1).

⁷ Para o antropólogo americano Dean MacCannel, os turistas personificam a busca pela autenticidade, e essa busca é uma versão moderna da preocupação humana universal com o sagrado. Nesse sentido, o turista seria uma espécie de peregrino contemporâneo, procurando autenticidade em outras “épocas” e em outros “lugares”, distanciados de sua vida cotidiana (MACCANNEL apud URRY, 2001).

⁸ O mesmo se observa em pesquisas realizadas em outros dias do evento, caso de uma enquete realizada em 13 de julho de 2013. Nela, o repertório é apontado, novamente, como ótimo pela maioria dos espectadores. De um total de 122 pessoas entrevistadas, 61% dos espectadores avaliaram o repertório do evento como ótimo; 32% como bom; 6% como regular; e apenas 1% como ruim. Nessas pesquisas, além dos questionários, cumpre destacar as sugestões feitas para a organização e a montagem de novos repertórios, entre as quais destacamos: o pedido de entrega das letras das músicas aos turistas; a inclusão de cantores no evento e corais acompanhando as bandas, bem como a valorização de músicos jovens; executar apenas músicas nacionais, tocar mais músicas de compositores mineiros; incluir músicas folclóricas regionais, tocar músicas populares atuais e melhorar a qualidade do som e das músicas de seresta; e incluir músicas do

Figura 1 - Pesquisa Vesperata, 05 de outubro de 2013



Fonte: Prefeitura Municipal de Diamantina, 2013.

Além disso, uma terceira observação está relacionada com a própria criação da Vesperata. Ainda que, no discurso oficial, o evento seja anunciado como uma retomada das antigas serestas e retretas públicas realizadas em fins do século XIX e nas primeiras décadas do século XX, é interessante notar que a primeira vesperata feita remonta à campanha para tornar a cidade de Diamantina Patrimônio Cultural da Humanidade, título concebido pela UNESCO. Mais precisamente, a primeira apresentação do evento ocorreu na rua da Quitanda em 16 de agosto de 1997 para comemorar o lançamento do Programa Nacional de Turismo Cultural do Ministério da Cultura – muito embora, na ocasião, o nome “Vesperata” ainda não fosse utilizado, o que aconteceu somente a partir de 1998.

De imediato, esse dado levanta a problemática das “tradições inventadas”. No caso, a nossa hipótese é de que a Vesperata 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 destaca Hobsbawm (2013), atualmente, os festivais se tornaram componentes fundamentais da indústria cultural, 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,

☐

Clube da Esquina, de Carlos Gomes e Tom Jobim, além de marchinhas, valsas e dobrados. Vale citar, ainda, a sugestão de que o evento deveria providenciar um ator vestido de Juscelino Kubitschek para tirar fotos com o público.



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. Dito de outra forma, buscamos na cultura aquilo que a urbanização esmigalhou, ou melhor, informe e poluído, o tecido urbano-industrial, ao mesmo tempo em que nega a cidade, reivindica a medida dos antigos núcleos e centros históricos. Não por acaso, segundo anuncia a agência *Minhas Gerais*, “a Vesperata vem se tornando ao longo dos anos um produto turístico de relevância, capaz de projetar Diamantina em vários lugares do território nacional e fora dele, responsável por atrair um público fiel e elitizado”.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, todas essas observações, ainda preliminares, é verdade, indicam que a Vesperata não pode ser analisada em termos de uma relação direta com a tradição musical diamantinense, posto que se trata de uma mercadoria, um produto turístico, cuja produção, se, por um lado, se apropria de referências tradicionais; por outro, faz do tradicional algo para ser visto, e não vivido, isto é, como citação que serve para familiarizar o consumidor. Resta saber, todavia, se essa apropriação é capaz de potencializar no interior da forma-mercadoria conteúdos ainda não totalmente subsumidos pela lógica do valor, tornando, desse modo, a festa, e não o evento, uma virtualidade possível.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, L D. P. O Anjo da Meia-Noite e as Vesperatas em Diamantina: tensões na produção de uma manifestação cultural. **Revista Vozes do Vale da UFVJM**, Diamantina. Publicações Acadêmicas-MG-Brasil, n. 02, Ano I-10/2012. Disponível em: <http://www.ufvjm.edu.br/site/revistamultidisciplinar> Acesso em: 30 de novembro de 2013.

CRAWSHAW, C., URRY, J. Turismo e Consumo visual. In: **Revista Crítica de Ciências Sociais - Turismo Cultura e Lazer**, Lisboa, n. 43, p. 47 - 68, outubro 1995.
FARAH, C. Diamantina é conhecida como a cidade musical de Minas Gerais. **G1 Minas Gerais**. Minas Gerais, 21 dez. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2011/12/diamantina-e-conhecida-comocidade-musical-de-minas-gerais.html>> Acesso em: 10 nov. 2012.

HOBSBAWM, E. **Tempos fraturados**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
MINHAS GERAIS RECEPTIVO. Vesperata. Disponível em: <<http://www.minhasgerais.com/index.php/component/content/article/2destaques/3vesperata>> Acesso em 30 de Outubro de 2013.

ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

STRATEGY CONSULTORES. **Plano de Marketing Viva Diamantina**. Belo Horizonte: Strategy Consultores, 2011.

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 2001.

VISITE DIAMANTINA. **A 15ª temporada anual da Vesperata de Diamantina contará com 15 apresentações oficiais**. Disponível em: <<http://visitediamantina.blogspot.com.br/p/vesperata-de-diamantina.html>> Acesso em: 02. Maio de 2013.

Arquivos consultados:

ARQUIVO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA, TURISMO E PATRIMÔNIO DE DIAMANTINA. **Pesquisa Vesperata**, e 13 de julho de 2013 e 05 de outubro de 2013.

ARQUIVO DA BANDA DO 3º BATALHÃO DA POLICIA MILITAR DE MINAS GERAIS. **Pautas da Vesperata**. 2009 e 2013.

Recebido em 15 de junho de 2015
Aprovado em 03 de setembro de 2015

