

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

CRISTINA NORA CALCAGNOTTO

**MÚSICA ERUDITA E TURISMO CULTURAL:
A ORQUESTRA SINFÔNICA DA UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**

CAXIAS DO SUL – RS

2018

CRISTINA NORA CALCAGNOTTO

**MÚSICA ERUDITA E TURISMO CULTURAL:
A ORQUESTRA SINFÔNICA DA UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**

Dissertação submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade.

Linha de pesquisa: Turismo, Cultura e Educação.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Susana De Araújo Gastal

CAXIAS DO SUL – RS

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
Sistema de Bibliotecas UCS - Processamento Técnico

C144m Calcagnotto, Cristina Nora

Música erudita e turismo cultural : a Orquestra Sinfônica da
Universidade de Caxias do Sul / Cristina Nora Calcagnotto. – 2018.
116 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa
de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, 2018.

Orientação: Susana de Araújo Gastal.

1. Turismo cultural. 2. Música. 3. Orquestra Sinfônica da UCS. I.
Gastal, Susana de Araújo, orient. II. Título.

CDU 2. ed.: 338.48-6:7/8

Catalogação na fonte elaborada pela(o) bibliotecária(o)
Paula Fernanda Fedatto Leal - CRB 10/2291

“Música erudita e turismo cultural: a Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul”

Cristina Nora Calcagnotto

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade, Área de Concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.

Caxias do Sul, 30 de agosto de 2018.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Susana de Araújo Gastal (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Vania Beatriz Merlotti Herédia
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Valdir José Morigi
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Para minha mãe.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Orquestra Sinfônica da UCS e aos músicos que participaram da minha pesquisa por emprestarem os seus olhares e as suas percepções ao meu desejo de estudar esse objeto. Agradeço imensamente ao coordenador da Orquestra, meu estimado chefe, Sr. Moacir Lazzari, por todo incentivo e paciência durante essa empreitada e, principalmente, por fazer dessa Orquestra, um lugar de ação, formação e transformação.

Agradeço a Universidade de Caxias do Sul, pela possibilidade de realizar o mestrado, e com todo o meu carinho e admiração, aos professores do Programa de Pós-Graduação de Mestrado e Doutorado em Turismo e Hospitalidade da UCS por contribuírem no amadurecimento das minhas ideias e, mais do que isso, por participarem na construção de minha formação acadêmica e profissional.

E finalmente, de maneira única e especial, agradeço a minha orientadora, Prof^ª. Dr^ª. Susana De Araújo Gastal, por toda dedicação e cuidado, mas principalmente, pelas trocas e discussões que permearam os assuntos inerentes a minha pesquisa, durante o ano, talvez, mais difícil da minha vida.

No universo do utilitarismo, um martelo vale mais que uma sinfonia, uma faca mais que um poema, uma chave de fenda mais que um quadro: porque é fácil compreender a eficácia de um utensílio, enquanto é sempre mais difícil compreender para que podem servir a música, a literatura ou a arte.

Nuccio Ordine

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar a relação turismo – música erudita, construindo uma aproximação com a Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul – OSUCS. Substancialmente, busca observar o turismo cultural e seus desdobramentos para demonstrar a compatibilidade entre o turismo e a cultura e, no presente caso, a música de concerto, destacando os benefícios dessa união para a contribuição no desenvolvimento regional e humano. O estudo tem escopo na gestão cultural como ferramenta auxiliar, ao permitir qualificar e contextualizar tanto a cultura como o turismo. Metodologicamente, o estudo tem caráter qualitativo e se desenvolve com base na pesquisa exploratória de revisão bibliográfica tendo como método a abordagem do Discurso do Sujeito Coletivo. Foram questionados músicos titulares e convidados dos concertos da OSUCS dentre os anos de 2016 e 2017, para que se analisasse, através do olhar destes sujeitos, as possibilidades de contribuição da música erudita ao turismo cultural na cidade. Os resultados indicam que a Orquestra Sinfônica da UCS possui grande potencial para o turismo na cidade e na região e, por analogia, tem o poder de alavancar outros eventos e grupos locais sob essa mesma condição.

Palavras-chave: Turismo Cultural; Gestão Cultural; Música; Orquestra Sinfônica da UCS; Caxias do Sul, RS, Brasil.

ABSTRACT

The present study aims to analyze the relationship of tourism and erudite music (tourism-erudite music relationship) building a connection with the Symphonic Orchestra of the University of Caxias do Sul. Substantially, seeking to observe cultural tourism and its development to demonstrate the compatibility between tourism and culture. In this case, concert music, highlighting the benefits of this union to contribute in regional and human development. This study has a scope in cultural management as an auxiliary tool, allowing to qualify and contextualize both in culture and tourism. Methodologically, this study has a qualitative character and is developed based on exploratory bibliographic review research as a method to approach the Collective Subject Discourse. The musicians and concert guests were questioned at the Symphonic Orchestra of UCS in 2016 and 2017. Through the eyes of these subjects they analyzed the possibilities of contribution of the erudite music to the culture tourism in the city. The results indicate that the UCS Symphony Orchestra has great potential for tourism in the city and in the region, and by analogy, has the power to leverage other local events and groups under the same condition.

Keywords: Cultural Tourism; Cultural Management; Music; UCS Symphony Orchestra; Caxias do Sul, RS, Brazil.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1	TURISMO CULTURAL	14
2.1.1	Viagens culturais: a cultura como <i>locus</i> de turismo.....	25
2.2	O TURISMO E A MÚSICA SINFÔNICA: FORMAÇÃO DE PÚBLICO	28
2.3	CULTURA E GESTÃO CULTURAL	31
2.3.1	Cultura e seus múltiplos sentidos.....	31
2.3.2	A cultura na economia, na vida e na sociedade	37
2.3.3	Gestão cultural.....	40
3	PERCURSO INVESTIGATIVO.....	44
3.1	PROCEDIMENTO METODOLÓGICO.....	44
3.1.1	Problema e Objetivos	45
3.1.2	Discurso do Sujeito Coletivo (DSC).....	46
3.1.3	Formação do Corpus – O Instrumento de Pesquisa	48
4	POTENCIAL TURÍSTICO DE CAXIAS DO SUL E A ORQUESTRA SINFÔNICA DA UCS	51
4.1	A ORQUESTRA SINFÔNICA DA UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL.....	52
4.2	A CIDADE, O TURISMO CULTURAL E A ORQUESTRA NO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO	58
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	72
6	REFERÊNCIAS	78
7	APÊNDICE I: INSTRUMENTO DE PESQUISA	83
8	APÊNDICE II: APLICAÇÃO DO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO	85

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo visa analisar cultura, gestão cultural e a suas relações com o turismo na cidade de Caxias do Sul-RS, tendo como recorte a Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul (OSUCS), que há quase dezessete anos promove a música erudita na região.

Como problema, estuda-se a possibilidade de atuação da Orquestra Sinfônica como vetor turístico na cidade. Assim, como objetivo geral, propõe-se analisar a possibilidade do grupo contribuir na qualificação do turismo cultural na cidade de Caxias do Sul sob o olhar e a opinião de alguns músicos que atuaram com o grupo entre 2016 e 2017. Especificamente, procura-se contextualizar teoricamente o turismo cultural, a cultura e a gestão cultural para elucidar o tema proposto; descrever o cenário cultural e artístico na cidade de Caxias do Sul destacando a trajetória e a atuação da Orquestra da UCS neste contexto; levantar e analisar a opinião dos músicos instrumentistas e maestros titulares e convidados da Orquestra entre os anos de 2016 e 2017 sobre a atuação artístico-cultural do grupo como meio de promoção de um destino turístico; considerar uma possível contribuição do grupo e de sua atividade musical para qualificar o turismo em Caxias do Sul.

O intuito é o de demonstrar que o turismo cultural pode qualificar a atividade, emergente na cidade, colocando a música sinfônica como diferencial. Ainda, busca analisar, a partir de diversas opiniões, se a atividade artístico-cultural do grupo e sua agenda anual de concertos pode influenciar positivamente na região, servindo como estímulo para futuras visitas ou como meio de promoção de um destino turístico.

Para tanto, questiona se a opinião de músicos titulares e convidados partícipes dos concertos da OSUCS, entre 2016 e 2017, a respeito do grupo sinfônico da Universidade e da cidade de Caxias do Sul. A pesquisa teve como objetivo principal analisar, na opinião dos músicos, a imagem turística e cultural da cidade e suas possibilidades como lugar de turismo cultural e a Orquestra como vetor turístico possível, analisando se o grupo tem vocação para atuar na oferta turístico-cultural local, mas principalmente, se tem potencial para proporcionar novas vivências e experiências aos turistas. Além disso, o estudo procurou discorrer sobre turismo cultural, construindo um diálogo entre a gestão cultural e o turismo, e observar e descrever o cenário cultural e artístico na cidade de Caxias do Sul. Relacionando o turismo cultural e a música erudita pretendeu-se observar as suas possibilidades turísticas e desenvolver um estudo a partir do trabalho realizado pela Orquestra, como forma de enriquecer o turismo local e contribuir para a ampliação da atuação do setor, demonstrando ser mais uma fonte de desenvolvimento econômico regional.

A proposta é a de avaliar a importância de ofertas culturais que aportem nesse modelo, envolvendo a arte como patrimônio imaterial de um lugar, para demonstrar a relevância da pesquisa para o fluxo cultural, artístico e turístico da cidade de Caxias do Sul e região. A cidade em tela apresenta um rico cenário cultural, em especial na música, e, portanto, muito provavelmente, favorável ao turismo cultural, não só pela atuação da Orquestra Sinfônica, mas também a partir dela. Assim, com essa percepção, o estudo percorre novos caminhos e permeia possibilidades para analisar indicativos que se encontram no desenho da cena artística caxiense.

O estudo tem caráter qualitativo e se desenvolve com base na pesquisa exploratória de revisão bibliográfica tendo como método a abordagem do Discurso do Sujeito Coletivo, sendo ouvidos músicos titulares e convidados.

Buscando atender os objetivos propostos para analisar, ainda que não exaustivamente, a imagem turística e cultural de Caxias do Sul sob o olhar de alguns músicos que atuam ou atuaram com a Orquestra Sinfônica da UCS como um possível lugar de turismo cultural, o capítulo que segue a introdução apresenta o referencial teórico que envolve o turismo cultural, a cultura como um lugar de turismo, a música sinfônica, o turismo e a formação de público, a cultura e seus diversos desdobramentos, a cultura na economia, na vida e na sociedade, e a gestão cultural propriamente dita.

O capítulo terceiro, por sua vez, apresenta o percurso investigativo do estudo esclarecendo o procedimento metodológico utilizado para desentranhar os problemas e objetivos formulados, bem como o conceito de Discurso do Sujeito Coletivo, com sua aplicação no instrumento de pesquisa proposto. O capítulo quatro traz o cenário cultural e artístico da cidade de Caxias do Sul, situando o papel da Orquestra Sinfônica da UCS nesse contexto, e aborda, a partir daí, como estudo e análise de caso, a fala dos sujeitos participantes e o discurso coletivo que constroem a partir de suas percepções. No último capítulo, são apresentadas algumas considerações preliminares que são traçadas com a finalidade de que esta pesquisa possa servir não só como ação e fruição na cidade e em seu turismo emergente, mas também como fonte e instrumento de futuras pesquisas.

Finalmente, são apresentados nos apêndices I e II, respectivamente, o instrumento de pesquisa e a aplicação do Discurso do Sujeito Coletivo, mais especificamente, as expressões-chave e as ideias centrais das falas angariadas dos músicos participantes.

O sujeito pesquisador é Cristina Nora Calcagnotto, produtora cultural e captadora de recursos independente, funcionária da Universidade de Caxias do Sul no cargo de Analista de Relações com o Mercado da Orquestra Sinfônica da UCS, e professora e coordenadora do Curso de Extensão em Produção e Gestão Cultural da mesma Universidade. É advogada, graduada em

Direito pela UCS, especialista em Direito Público pela Escola Superior da Magistratura Federal e UCS, e em Gestão Cultural – Políticas e Estratégias Culturais, pela Sapiens e Faculdade Inovação. É professora, ensaiadora e bailarina, e atualmente, presidente da Comissão Municipal de Lei de Incentivo à Cultura. Integra a Comissão de Avaliação, Seleção e Fiscalização do FINANCIARTE (Financiamento a Arte e a Cultura Caxiense). De maio de 2007 a janeiro de 2009 foi coordenadora da Escola Preparatória de Dança de Caxias do Sul, e de janeiro de 2009 a julho de 2015, foi diretora da Cia. Municipal de Dança da Prefeitura Municipal. De agosto a dezembro de 2012, atuou ainda, como Diretora Geral da Secretaria da Cultura de Caxias.

Dentre suas produções artísticas mais relevantes estão o documentário *A Honra do Trabalho*, do Coletivo Guarda Pó Verde; a organização do Livro *15 anos da Cia. Municipal de Dança de Caxias do Sul*; a direção geral e a produção executiva do DVD *Quadressencias*, com a Orquestra Sinfônica da UCS e a Cia. Municipal de Dança de Caxias do Sul; a produção executiva da remontagem da obra *Messias*, de Händel, com coreografias de Jair Moraes – do grupo Raízes, 1988 – com a Orquestra Sinfônica da UCS, o Coro da UCS, Coro Sinfônico da OSPA, solistas e bailarinos convidados, e os alunos formandos do curso de Tecnólogo em Dança da UCS de 2016; a produção cultural do projeto *130 Anos de Heitor Villa Lobos: Uma Homenagem ao Índio de Casaca*, via Lei Rouanet; a produção cultural do projeto *Transitória – Mostra de Performances*, de Natalia Borges Polesso; a produção cultural e executiva, em 2016 e 2017, do palco de dança, respectivamente, *Hard Times* e *Jook Box Ladies*, do Mississipi Delta Blues Festival, considerado o maior festival de Blues da América Latina; a produção cultural do *Bloco da Velha* de 2018; a produção cultural do Livro *O Sumiço das Bergamotas*, da escritora caxiense Maristela Deves, ambos pela Lei Municipal de Incentivo à Cultura de Caxias do Sul; e a produção cultural do Livro *Retratos da Uva e do Vinho*, do Sindicato Empresarial de Gastronomia e Hotelaria da Região Uva e Vinho, via Lei Rouanet.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Muito se fala em cultura e seus conceitos, sejam eles antropológicos, filosóficos ou sociológicos, mas o mais importante é perceber a sua importância em toda e qualquer relação social, e nas suas formas de expressão. Relevante se faz pensar em gestão cultural, pública e privada, que tenha ações efetivas e que, na era da globalização, não dialogue só com o local, mas, que também possa se mundializar, e, nesses termos, manter efetiva conexão com o turismo, valendo-se de seus bens culturais materiais e imateriais para contar uma história, preservar uma memória, e manter-se como objeto de desejo para locais e turistas.

Segundo Mário Carlos Beni (2011, p. 184), “o setor do turismo vem aumentando cada vez mais sua participação no PIB e na geração de empregos”, e o turismo cultural tem grande participação nisso. Ele alavanca maiores possibilidades à visitação e, principalmente, à promoção de lugares aptos a reconhecer os seus talentos e valores. Assim, o cenário urbano cultural e artístico aparece para corresponder aos anseios dos visitantes e cidadãos locais, ativando a economia. Para fins do presente estudo, esse lugar é Caxias do Sul, cidade localizada no sul do Brasil, na região turística da Serra Gaúcha, uma das mais importantes do país. A atividade cultural desenvolvida na cidade a qualifica para o turismo cultural, pelo seu contexto artístico latente, como se verá adiante.

A pesquisa é trazida sob o olhar de autores como Marc Boyer, Marilena Chaui, Pierre Bourdieu, Nuccio Ordine, Marutschka Moesch, Susana Gastal, Mário Beni, Maria Helena Cunha, Leslie A. White, Robert Jourdain, José Carlos Durand, Isaura Botelho, Patrícia de Camargo, Gustavo da Cruz, dentre outros, além das próprias considerações da Constituição Federal, do Ministério do Turismo, da Agenda 21 da Cultura, e da Organização Mundial do Turismo a respeito do tema. No estudo, o turismo cultural é elencado como forte motor da atividade para o desenvolvimento de um local. A música erudita e o turismo são relacionados como mote plausível para o crescimento da atividade turística. A cultura como elemento essencial e indispensável da vida em sociedade e mobilizadora do setor econômico, e a gestão cultural como possível vetor de cidadania, de cultura democrática e de igualdade social. E por fim, a Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul com indicadores históricos e artísticos do objeto da pesquisa sob a teoria da metodologia do Discurso do Sujeito Coletivo, de Lefrève e Lefrève (1990).

2.1 TURISMO CULTURAL

O turismo nasceu no início do século XIX e se desenvolveu com o capitalismo, a partir da Revolução Industrial. Modernamente, herdeiro das formas elitistas (BOYER, 2003, p. 31), integra o conjunto de direitos dos cidadãos, influencia substancialmente no desenvolvimento regional, e é objeto de conhecimento e de novas experiências (MOESCH, 2000, p. 9).

Desde a Revolução Industrial o conceito de tempo livre vem sendo sistematicamente modificado à medida que este mesmo tempo ganha dimensões diferentes. É sabido que o espaço de tempo entre uma jornada e outra – o tempo livre –, principalmente durante os finais de semana, feriados e férias vem sendo preenchido de diversas formas, entre elas com o ato de viajar. (BRITTO; FONTES, 2002, p. 27)

Em tempos de utilitarismo, o turismo, segundo Marc Boyer, foi inventado: “Na origem de tudo está a *invenção do inútil*: uma nova prática, um lugar desconhecido, são identificados por alguém original, marginal, na alta sociedade, um *marginal secante*, como dizem certos sociólogos” (BOYER, 2003, p. 31). Para ele,

O turismo é um tipo de consumo diferente dos outros, pois se realiza em outro local e não visa à satisfação de uma necessidade fundamental do homem: ele não é um dado da Natureza ou do Patrimônio Histórico, pois nenhum lugar é “turístico em si”, nenhum sítio “merece ser visitado”, como diz a literatura turística; o turismo é uma produto da evolução sociocultural e pode ser definido assim: Turismo = conjunto dos fenômenos resultantes da viagem e da estadia temporária de pessoas fora de seu domicílio, na medida em que este deslocamento satisfaz, no lazer, uma necessidade cultural da civilização industrial. (BOYER, 2003, p. 16)

No senso comum é tido como sinônimo de viagem, mas o seu conceito é muito mais amplo e complexo do que isto. O turismo atual relaciona-se com as demais áreas de atuação do sistema econômico em função de sua interdisciplinaridade e ação multifacetada, que atua diretamente nos gastos e no consumo da população visitante. Para Britto e Fontes (2002, p. 30), “O turismo, mais do que outras atividades, é um instrumento de desenvolvimento econômico e social (qualidade de vida) da maior relevância, dentro de um universo de serviços e tecnologias avançadas”. Trata-se de uma atividade transversal que atua, serve e permeia muitos setores da vida em sociedade com cada vez mais influência. Para Moesch (2000, p. 9):

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese, o produto turístico.

A mesma autora complementa o seu entendimento e invoca De La Torre (2000, p. 12), trazendo o seu conceito mais complexo que diz:

O turismo é um fenômeno social, que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

A Organização Mundial do Turismo traz que o Turismo é a “soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais.” (*apud* MOESCH, 2000, p.11). Segundo Eduardo Lúcio G. Amaral (*apud* MARTINS, 2006, p. 69)

Na contemporaneidade, um dos fenômenos mais característicos da economia transnacional ou globalizada é o turismo. Definido com “o conjunto de relações e fenômenos ligados à permanência de pessoas não residentes em determinada localidade, sob condição de que estas pessoas não se estabeleçam para exercer uma atividade lucrativa, permanente ou temporária”, o turismo materializa-se atualmente como um megassistema de intercâmbios culturais e econômicos, em que suas atividades têm se expandido amplamente por todas as dimensões do planeta.

Nas últimas décadas, o conceito aprimorou-se e ganhou um viés globalizado. Hoje, envolve uma série de implicações, dependendo dos objetivos e do estilo de vida dos turistas em suas viagens. Muitos também são os modos de como a atividade se dá, consequência principal no que diz respeito aos diferentes perfis de turista. Em termos de vivências turísticas, Gastal e Moesch (2007, p. 11) comentam:

O turismo envolveria processos de *estranhamento*, ou seja, o turista, em seus deslocamentos, ao defrontar com o novo e o inesperado, vivenciaria processos de mobilização subjetiva que o levariam a parar e re-olhar, a repensar, a reavaliar, a ressignificar não só a situação, o ambiente, as práticas vivenciadas naquele momento e naquele lugar, mas muitas das suas experiências passadas [grifos no original].

Nesse âmbito, recorta-se o estudo e desloca-se o olhar no que tange aos bens culturais materiais e imateriais como insumos turísticos, ampliando a discussão no que diz respeito à atividade voltada à cultura, ao seu papel na sociedade, e à economia da cultura e do turismo no desenvolvimento local. O Turismo Cultural, portanto, segundo as propostas de segmentação, apresenta marcos conceituais, como os encontrados no Manual de Orientações Básicas, do Ministério do Turismo, no qual se define que o mesmo “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”. (BRASIL, 2010, p. 17)

O patrimônio histórico e artístico de um lugar revela a memória e a identidade da população, das comunidades e de seus bens, de natureza tanto imaterial como material, têm valor histórico, artístico, científico e/ou simbólico que manifestam, também, o seu valor

turístico. É um conjunto de bens compreendidos por determinada área administrativa e que possuem valor simbólico inestimável. Marilena Chaui traz a referência de Krisztoff Pomian (1987) que observa que os primeiros objetos que iriam formar a ideia de patrimônio eram os *semióforos*, que em si, eram alguma coisa ou acontecimento em que seu valor não é medido pela materialidade e sim pelo seu

valor simbólico, como possibilidade de medição entre o visível e o invisível, o sagrado e profano, o presente e o passado, os vivos e os mortos, e destinados exclusivamente à visibilidade e à contemplação, porque é nisso que realiza a sua significação e sua existência (CHAUI, 2006, p. 117).

E por aí, além de sua materialidade, a música, o teatro, a dança, as artes visuais, o cinema, o artesanato e a literatura despertam o interesse e passam a atrair visitantes a determinados locais, perpetuando-se no tempo. Camargo e Cruz (2009, p. 15) ensinam que:

[...] nos anos setenta, quando surgem as primeiras tipologias de turismo e turistas, Valene Smith conceitua o turismo cultural como: aquele tipo de turismo que inclui o pitoresco ou o colorido local, um vestígio do estilo de vida tradicional camponês (tecido, olaria, construções, etc.), que, talvez, pudesse coincidir com o passado da própria cultura.

É o colorido que faz as pessoas se aproximarem e entenderem a importância da cultura na cidade e na vida dos cidadãos, além de sua relevância na conexão com o turismo. Outros autores, como Richards (2009, p. 15), conceituam o turismo cultural como o deslocamento de pessoas de seus lugares de residência para lugares de interesse cultural, onde tenham curiosidades em informações e experiências que satisfaçam suas necessidades e desejos. Tal afirmativa vem ao encontro da tendência mundial a qual aponta que destinos com vocação cultural ou que tenham qualquer oferta de bens culturais materiais ou imateriais, seriam uma das demandas turísticas com maior crescimento, a ativar a economia local.

Gastal (2005, p. 64) afirma que:

[...] aos desejos materiais e sociais associam-se os desejos culturais: afinal, continuamos a ler e a escrever poesias; a assistir filmes; a ler jornais e ouvir rádio em busca de informação; a ouvir música; a visitar museus e a viajar, resgatando formas muito antigas de construção de imaginários.

As pessoas estão mudando o seu modo de pensar e agir. Estão atentando para um mundo globalizado, repleto de informação, tecnologias e novidades. Estão olhando para a sustentabilidade, para a ecologia e a reciclagem, estão desprendendo-se da modernidade e atentando para contemporaneidade. Estão preocupadas com o aquecimento global, com a política mundial, e com a humanização das ações. Estão empenhadas na máxima de que a arte

pode mudar o mundo e de que é preciso de cultura para ser um cidadão completo. Gastal (2005, p. 67) relata, ainda, que:

Se as necessidades, em tempos mais antigos estavam vinculadas à premência biológica de sobrevivência, agora envolvem também o social e o cultural, antes campo exclusivo de desejos, ou seja, em outros tempos, teríamos necessidades biológicas e desejos culturais. Hoje ninguém acharia descabido dizer que temos necessidades culturais para ser atendidas (*a gente não quer só comida, a gente quer comida, diversão e arte*, como dizem os Titãs).

Muitas pessoas têm necessidades culturais maiores do que as de outras ordens. Buscam por maior conhecimento intelectual e subjetivo. São desejos e anseios culturais que aparecem mais fortemente nos últimos quarenta anos e despertam nos jovens a necessidade do consumo de objetos e experiência com essas marcas. Camargo e Cruz (2009, p. 30) fortalecem a ideia de que as novas gerações já crescem com uma mentalidade diferenciada e disposta a multiplicar os reais valores da vida em sociedade:

O mercado jovem é importante para o turismo cultural, não só porque as pessoas visitam atrações culturais quando são jovens (e muitos utilizam cartões de desconto para jovens), mas também porque as experiências culturais que vivenciam no período de sua juventude podem influenciar no seu comportamento futuro, no âmbito do turismo.

E nos demais campos da vida em sociedade, é sabido que nem sempre o consumo cultural é a principal motivação da viagem, porém, na maior parte das vezes, o turista acaba, de qualquer forma, envolvendo-se em programações culturais em seus deslocamentos, seja em um café, em um museu, em algum teatro, ou em evento folclórico ou cultural. Muitas viagens tem a cultura como objeto secundário, o que não destitui sua importância e da mesma forma engrandece o passeio. Até a segunda metade do século XX, e em muitos lugares ainda hoje, a principal atração cultural dos locais eram aquelas de natureza material, como museus, igrejas, monumentos, etc. Nas décadas finais do século XX, emerge um novo olhar cultural, que busca aproximação às artes, à cultura popular, aos jardins, às intervenções urbanas ou musicais, surgindo como tendência de um novo processo turístico-cultural.

Gastal e Moesch (2007, p. 9-10), ao tratar da complexidade do mundo contemporâneo, ensinam que o mesmo exige “novas posturas coletivas e individuais de atenção ao patrimônio comum, tanto o natural como o cultural. No cultural, incluem-se as cidades, seu emaranhado de ruas, pessoas, ideias, comportamentos e problemas.” Assim, é possível avaliar qual o papel do turismo nesse sentido. Moesch (2000, p, 47) proporciona reflexão no sentido de que:

A cultura, no seu sentido mais amplo, é feita de participação e de *tactilidade*. O retorno da imagem e do sensível em nossas sociedades, remete a uma lógica do tocar. Devemos colocar sob esta rubrica o ressurgimento, mesmo que muitas vezes

apresentadas como mercadoria, das festas populares, carnavais, dos eventos programados que congregam multidões, com a função de comunhão [grifo no original].

Uma ação leva a outra, o popular direciona-se também para o erudito, e o que realmente importa é viabilizar o acesso. Sensibilizar. Apresentar o caminho. Segundo Teixeira Coelho o turismo cultural é voltado para os modos culturais, os saberes e os fazeres de elite:

Embora seja costume colocar um largo espectro de atividades sob a capa desta expressão, em sentido estrito ela se refere ao turismo que abre espaço para a visitação a museus e locais históricos, considerados patrimônio de uma comunidade, e, acessoriamente, para a frequência a espetáculos de ópera, teatro, cinema, etc. No conjunto, o turismo cultural é, assim, atividade voltada fundamentalmente para os modos culturais geralmente ditos "de elite". [...] A razão principal dos que contestam o papel cultural desse turismo consiste em sua ocasionalidade: uma ida a um museu de vez em quando, numa outra cidade ou país ou na própria cidade (o turismo cultural pode ser também local), não bastaria para configurar uma prática cultural, que teria na sua reiteração um de seus aspectos mais determinantes. (COELHO, 1997, p. 357)

Ditos de uma população elitista, mas que está sendo percebido pela grande massa, que está atenta e disposta a consumir, e fazer disso, uma prática de sua vida. As experiências estéticas e as vivências culturais são motivos cada vez mais latentes para o desenvolvimento do turismo. Os valores simbólicos dos produtos enriquecem a mente e enlevam a alma, e a prática cultural transforma uma mera visita, ainda que ocasional. Assim, Cravidão (2004, p. 311) frisa, nesse sentido, que:

[...] é com novos conceitos de ocupação de tempos livres, numa sociedade cada vez mais terceirizada, mais urbana, que o turismo adquire, lentamente, outras práticas. Desmassificadas. Imateriais. Simbólicas. Numa sociedade cada vez mais global procura-se singularidade cultural. (Re)encontra-se a *viagem*. (Re)inventam-se os *itinerários*. (grifo da autora)

Cada vez mais, pessoas buscam o novo, o singular na experiência. A mesma autora afirma ainda que patrimônio (história, religião, música, gastronomia, etc.), lugares e paisagens são partes da cultura de um local, e que o lugar faz parte da essência do ser humano. Trata do turismo cultural como um pleonasma uma vez que o turismo é naturalmente cultural. Sim, é isso. Mas há os que digam que se fosse pleonasma, parte das associações ao turismo implicariam na mesma relação, pois grande parte – para não dizer tudo – do que o turismo envolve é inerente a ele. Mas há de se afirmar, sob a perspectiva em tela, que o turismo é cultural por essência e por natureza.

O turismo, associado à cultura, envolve uma experiência artística, que compreende uma ética e uma estética. Busca englobar uma programação em que o turista se enleve espiritualmente e associe o roteiro a agradáveis momentos, imbuídos de sensações únicas para

que, posteriormente, tenha vontade de revistar o local e investigar o que mais ele tem a oferecer.

Essa estética seria:

[...] A glorificação dos sentidos, uma maneira de estar presente, um sentimento que a obra de arte é capaz de ativar no espectador, fazendo-o sair e voltar para o mesmo lugar, estando ele, o espectador, diferente. É uma investigação dos princípios e formas que auxiliam a captação humana da realidade e impressionam os sentidos. (SESI SP, 2012, p. 12)

É a apreciação do belo para que se permita percepções nesse sentido. Portanto, os movimentos artísticos e seus valores estéticos fazem partes das cidades e, conseqüentemente, estão inseridos nos contextos sociais, econômicos e políticos. A partir disso, cabe à sociedade identificar os seus agentes culturais para que possam ser entendidos, valorados e disponibilizados com tais. O produto artístico, em seu mais amplo sentido, coloca-se como um produto a ser ofertado pelo setor turístico, como uma experiência conectada com a região e como um serviço concebido, produzido e realizado que valorizasse os cidadãos, os artistas e a produção local. Por isso, como uma via de mão dupla, o turismo deve se valer da cultura como a cultura pode se valer do turismo, para garantir o crescimento e o desenvolvimento cultural e turístico de uma região. A cultura cria e o turismo vende, em uma rede de ações em prol de um objetivo comum.

A priori, quanto mais se divulga um território a partir de sua identidade cultural, mais encontram-se turistas ativos, uma vez que os atrativos culturais e artísticos conquistam, cada vez mais, o visitante que quer perceber e experimentar os afazeres de um lugar. No Brasil, as leis de incentivo demandaram a profissionalização da produção cultural, o que se mostrou significativamente positivo para o crescimento cidadão. Portanto, pergunta-se: por que o turismo não se apoia plenamente na cultura para o seu desenvolvimento? Inegavelmente, são indissociáveis. O turismo e a cultura valem-se um do outro para suas ambivalências, mas são poucos os lugares que percebem a sua aplicabilidade e funcionalidade.

É muito mais fácil o local se reconhecer a partir de suas expressões artísticas, isto é, não só de seus bens materiais, mas também dos imateriais, pelo valor simbólico que trazem ao imaginário das pessoas. Camargo e Cruz (2009, p. 38) ditam que “é evidente para muitos que a cultura e o turismo necessitam, cada vez mais, um do outro – a cultura é um elemento essencial de atração e de distinção de lugares, enquanto que o turismo, cada vez mais, necessita ser apoiado por patrocinadores.” Isto não se coloca com consenso, porém, frequentemente as pessoas não entendem que uma pode se valer na outra e talvez assim, conquistarem suas auto sustentabilidades, aliando os recursos culturais aos produtos turísticos, fortalecendo o meio, o

mercado de trabalho e seus próprios nichos. Em diversos lugares do mundo, a cultura e os seus segmentos passaram, efetivamente, a fazer parte do sistema turístico.

Na literatura analítica, podem ser distinguidos dois conjuntos de definições sobre turismo cultural. O primeiro define turismo cultural a partir da demanda (motivos, percepções e experiências de viagem), enquanto o segundo foca aspectos da oferta (consumo de atrações previamente classificadas como culturais). As definições baseadas na demanda apresentam turismo cultural sob o foco das motivações de viagem e percepções e experiências pessoais dela oriundas. Neste sentido, não são os atributos de espaços ou objetos, mas as interpretações dadas à experiência turística, que definem se ela pode ou não ser classificada como cultural. Trata-se de um conceito baseado na demanda por experiências culturais, a partir do repertório e das circunstâncias de cada turista. (KÖNKER; DURAND, 2007, p. 187)

Os mesmos autores ainda ensinam que:

Silberberg (1995, p. 361) define turismo cultural como: “[...] visitação por pessoas de fora da comunidade receptora motivada no todo ou em parte por interesse em aspectos históricos, artísticos, científicos ou de estilo de vida e de herança oferecidos por uma comunidade, região, grupo ou instituição”. A motivação, por parte de um turista, em viver experiências culturais em determinado destino pode resultar em visitas ao patrimônio edificado local ou na simples observação de como um grupo de pessoas relaciona-se à mesa para um chá ou café. Poria, Butler e Airey (2003) afirmam que objetos nunca podem ser vistos de forma direta, mas apenas através de representações marcadas por construções sociais e signos pessoais. Assim, não existiriam histórias ou interpretações autênticas, já que toda narrativa é subjetiva. Aqui, turismo cultural é definido através da classificação de experiências pessoais como culturais, e não em termos do acesso a objetos e lugares supostamente impregnados de valores históricos, artísticos e culturais. (KÖNKER; DURAND, 2007, p. 187)

Segundo o Ministério do Turismo, o importante é analisar e compreender o objeto e os fundamentos do Turismo Cultural, a partir de sua base local, quais sejam: a identificação e a análise de recursos; o estabelecimento de parcerias e a formação de redes; envolvimento da comunidade local na construção de atrativos culturais; a estrutura física dos produtos turísticos; a interpretação patrimonial; agregação de atratividade aos produtos turísticos como a tematização e a produção associada ao turismo; roteiros culturais e atrativos âncora; e a cadeia produtiva do segmento. (BRASIL, 2010, p. 53-76). Ainda assim, o Ministério do Turismo (BRASIL, p. 87) conclui que:

Além disso, gestores públicos e privados ligados à atividade turística devem conhecer as estratégias de inovação do produto turístico que valorizem e promovam a cultura brasileira, conferindo um padrão de qualidade nacional e internacional de produtos turísticos culturais no mercado nacional e internacional.

E complementa elencando aspectos e diretrizes essenciais para a estruturação de um produto no segmento do Turismo Cultural como segue:

Entender os conceitos e características que fundamentam o segmento de Turismo Cultural; Perceber as áreas de interesse que perpassam que o segmento de Turismo Cultural pode apresentar; Inventariar os atrativos culturais e analisar as possibilidades

de desenvolvimento de atividades para uso turístico, identificando o potencial da diferenciação dos atrativos do Turismo Cultural; Conhecer os aspectos legais relacionados aos atrativos turísticos culturais e ao patrimônio; Conhecer o perfil do turista cultural e identificar os mercados prioritários para o destino e produtos específicos; Articular parcerias públicas e privadas para promover o desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural como estratégia para a valorização e preservação do patrimônio cultural; Desenvolver e estruturar os produtos turísticos com ênfase nos planos de interpretação patrimonial e na tematização cultural; Estabelecer mecanismos de envolvimento da população; Identificar os diferenciais competitivos da região e de seus produtos culturais; Desenvolver estratégias de posicionamento mercadológico dos produtos, bem como as ações de promoção e comercialização. (BRASIL, p. 87 e 88)

O Ministério demonstra que planejamento, parcerias e estratégias são indispensáveis para a promoção e a valorização do produto cultural e turístico para suprir a necessidade daquele visitante que busca novas experiências sensoriais. A partir do momento que o turista frequenta o local e conhece o seu produto artístico, reconhece seu olhar sensível, seu talento local, sua estética, e sua ética. Reconhece o olhar da comunidade pela sua arte, pelo seu fazer e pelo seu saber. Tanto na iniciativa privada como na iniciativa pública há de se ter líderes competentes e capazes para tomar decisões a respeito do assunto com o mínimo de conhecimento e titulação possível, e não meros gestores escolhidos oportunamente para cumprir protocolos. É um primeiro e importante passo.

Relevante também se faz (re)inventariar os bens culturais materiais e imateriais dos locais analisando suas possibilidades turísticas, além de se conhecer as legislações vigentes para que se tenha uma visão global. É preciso entender o Turismo Cultural percebendo suas áreas de interesse e identificando as diferenciações entre seus atrativos. Articulações e parcerias públicas e privadas são indispensáveis para promover o desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural uma vez que, tanto a verba pública com a privada, são importantes para gerir o sistema. E, também, poder contar as políticas de editais de incentivo à cultura e ao turismo via renúncia fiscal ou prêmios, provindas de governos municipais, estaduais e federais, além das internacionais, como estratégias para a valorização e a preservação do patrimônio cultural, tangível e intangível.

Nesse contexto, desenvolver programas e produtos culturais turísticos e estabelecer mecanismos de envolvimento da população, para que ela, além de ser envolvida, se identifique e se aproprie, é um interessante caminho. O sentimento de pertencimento faz parte do processo, e dessa maneira, uma comunidade que reconhecendo seu produto, tende a oferecê-lo. Portanto, analisando e identificando a competitividade da cidade e da região e de seus produtos culturais, formulam-se os objetos consumíveis locais para, a partir disso, firmar a marca local,

desenvolvendo estratégias de posicionamento mercadológico dos produtos a serem expostos e vendidos, bem como de suas ações de promoção e comercialização.

O turista tem que ser atingido e sensibilizado para ser convencido de que, consumindo arte e cultura, terá uma experiência diferenciada. O produto deve, acima de tudo comunicar e dialogar com o seu público-alvo, e depois, cumprir o seu papel: seduzir, emocionar e tornar-se inesquecível.

Segundo Gastal (2005, p. 87), planejar “não é apenas organizar espaço físico, produtos e serviços. Planejar, hoje, significa conduzir o olhar”. Estudar o perfil do turista cultural é poder preparar o mercado para recebê-lo, identificando os mercados prioritários neste campo de atuação para o destino e os produtos específicos para que sejam consumidos e que sejam satisfatórios. Isso porque, neste âmbito, existem inúmeros nichos de atuação e que podem ser desenvolvidos e explorados nos setores artísticos, quais sejam, música, dança, teatro, artesanato, cinema e vídeo, literatura, artes visuais, moda, gastronomia. Camargo e Cruz (2009, p. 35) afirmam que:

Isso é atrativo não só por causa dos benefícios econômicos diretos que gera, mas também porque os gastos podem ser usados para apoiar o setor cultural num momento em que muitos governos estão achando difícil sustentar os custos de preservação de patrimônio e de subsídios às artes.

Há de se repetir que um pode se valer do outro para a auto sustentabilidade de ambos. As cidades precisam reinventar-se buscando uma sintonia entre seus fluxos e seus fixos, para que novos códigos sejam percebidos por seus usuários, onde praças, prédios, monumentos *conversem* com a movimentação e ocupação nelas existentes. Assim, considerando-se que as pessoas fazem parte desse fluxo, atuando fora de sua rotina, o movimento transformará os usuários em turistas, num novo exercício de deslocamento, sejam eles locais ou viajantes. O turista sai da sua área de conforto, busca uma inovação, e vivencia uma nova experiência.

A construção de um destino turístico que privilegia a diversidade e a heterogeneidade cultural exigem necessariamente, ações que trabalhem as aprendizagens sociais dos moradores em torno dos saberes turísticos. Para isso, e utilizando os instrumentos de intervenção do *saber-fazer*, há duas instâncias didáticas de intervenção que podem preparar e organizar as aprendizagens: o Serviço de Informações Turísticas, ao transmitir saberes sobre a cidade, e o Programa Turista Cidadão, que, através da diversidade dos roteiros urbanos propostos, possibilita aos moradores apreender a cidade nas práticas simbólicas apresentadas. (GASTAL; MOESCH, 2007, p. 68)

O Programa Turista Cidadão, apresentado pelas referidas autoras, é modelo exemplar para o que se deseja apresentar ao visitante e a incentivar a apropriação de fluxos pelos participantes. A proposta trazida é que o turismo cultural venha a ser apresentado pelos agentes de turismo e gestores culturais não só com o foco nos bens materiais como edificações tombadas,

monumentos e museus, mas também voltado aos bens intangíveis que estão no campo dos saberes, das celebrações, das formas de expressão e dos lugares. E, principalmente, focado em levar o turista a *experienciar* o patrimônio imaterial para que, conseqüentemente, ao lembrar das sensações experimentadas, reviva na memória, suas lembranças e recordações daquele lugar.

São muitos os lugares do mundo que invocam as expressões artísticas como patrimônio turístico e desenvolvem obras como potenciais, como por exemplo: os musicais da Broadway, em Nova York; o Cirque du Soleil, de Montreal; o Ballet Bolshoi e o Kirov Ballet, ambos da Rússia; Señor Tango, Piazzolla Tango e Carlos Gardel, em Buenos Aires; Cia. de Dança Déborah Colker, do Rio de Janeiro; Olodum, em Salvador; a Orquestra Filarmônica de Berlim, Orquestra Filarmônica de Viena, Orquestra Sinfônica de Londres, Orquestra do Real Concertgebouw, de Amsterdam, assim por diante. Nos sete continentes, há o que possa ser explorado para um turismo cultural efetivo. Camargo e Cruz (2009, p. 223) afirmam que:

A arte, em todas as suas formas, tem uma característica importante e sumamente forte: seu caráter universal que, em um primeiro momento, clama ao inconsciente coletivo. A arte relacionada com seus criadores pode auxiliar um destino turístico a sensibilizar de forma contundente seu consumidor, estabelecendo uma imagem de marca forte e positiva, e, sobretudo, com caráter internacional.

A proposição é de que o turista possa se programar para frequentar espetáculos, vernissages, exposições de filmes, vivências sensoriais e estéticas, estabelecendo consigo mesmo uma relação afetiva a partir da arte, da absorção e da apropriação do bem sensível. A criatividade é um dos aspectos que se encontra no lugar e traz algo novo para torná-los únicos. Camargo e Cruz (2009, p. 43) ensinam, citando Richards e Raymond (2000), que, em função da busca por novas formas de distinção em um mercado já saturado, haverá um direcionamento mais ativo em termos culturais na vida dos turistas, o que envolve o denominado turismo criativo, porque buscam novidades, e ainda, assim, podem levar consigo suas experiências. Além do mais, na maioria das vezes, é um turismo mais barato de ser mantido e modificado, do que aqueles que envolvem museus e centro de visitação. Os mesmos autores trazem que:

As experiências de aprender dança e música também se expandiram nesses últimos anos, como é ilustrado por mais oportunidade de aprender formas específicas de dança e locais já tradicionais – por exemplo, Tango na Argentina, Salsa em Cuba, Sevillanas e Flamenco na Andaluzia, Dança do Ventre na Turquia, Egito e Túnisia, Dança de Salão no Reino Unido e Samba no Brasil”. (CAMARGO; CRUZ, 2009, p. 46)

Percebe-se que a relação entre os locais e os turistas é muito importante para que essa troca aconteça, e que portando, é necessário que o anfitrião se aproprie de sua cultura para poder transmiti-la e valorizá-la. A participação ativa da população local é essencial para o sucesso da oferta e da prática do turismo cultural. Segundo Beni (2017, p. 92), o “turismo é, em certo

sentido, o instrumento que serve de veículo à reabilitação das culturas, contribuindo em grande medida para sua difusão mundial.” Por isso que muitos turistas buscam por cultura em seus passeios. Ela é uma *bagagem* (ênfase acrescido) intangível que torna o cidadão parte do lugar, que ainda, permite ser carregada para qualquer lugar, dentro do pensamento, no imaginário. Gastal e Moesch (2007, p. 12) afirmam que, por isso, “no turismo fala-se cada vez mais em *experienciar, vivenciar e conviver*, porque esses são os grandes mobilizadores do estranhamento” (grifo no original). E o estranhamento direcionado pela arte e cultura, gera apego e contentamento por tocar os sentidos, sejam eles de qualquer natureza. As mesmas autoras ainda ensinam que:

[...] isso impõe uma nova dialética à gestão turística das localidades, dos produtos e das atividades turísticas, a partir de uma concepção que priorize os interesses locais, buscando um desenvolvimento sustentável, cujo o planejamento e gestão sejam participativos para se transformar em instrumentos técnico-políticos de organização das vontades coletivas da localidade. (GASTAL; MOESCH, 2007, p. 13)

Portanto, em termos de gestão, a população deve fazer parte do processo de reconhecimento dos bens, produtos e atrativos para encontrem sustentabilidade em sua execução. É importante que se apropriem dos meios de turismo para valorizarem, percebendo sempre sua mutação e novas exigências, situações normais da evolução da civilização. Relacionando-se o turista e o cidadão local, percebe-se que “se os sujeitos têm novas demandas culturais, o mesmo se dá com os viajantes.” (GASTAL; MOESCH, 2007, p. 14).

[...] *Vivenciar* e testemunhar significariam estar em espaços e tempos perpassados pela experiência sensorial direta nos seus cheiros, sabores, cores e texturas, mas também o entregar-se a experiências simbólicas que envolvam carga de entrega pessoal e a subjetividade afetiva com que cada um mergulha nessas vivências. (GASTAL; MOESCH, 2007, p. 14, grifo no original)

Segundo as teorias tradicionais, o deslocamento dos sujeitos pode ter diferentes motivações, independente se o novo território seja próximo ou distante. A ideia da apropriação pela comunidade local é de valorizar seus recursos e desenvolver um maior sentimento de pertencimento para elevar o grau de cidadania, manifestado tanto por parte dos visitantes como dos visitados. As cidades, atualmente, são multiculturais e apresentam características heterogêneas. São globalizadas e complexas. A diversidade cultural é um exercício para as cidades em que são colocados desafios a construção da cidadania almejada.

O processo cultural não é regrado e depende de uma série de fatores para ser acompanhado. Portanto, revitalizações dos centros urbanos, segundo Gastal e Moesch (2007, p. 21), “históricos ou não, e outras intervenções urbanísticas, objetivando o lazer, assim como uma

série de atividades para animá-los, estão presentes em Londres, Amsterdã e Berlim, mas também no Brasil, em cidades como São Paulo, Manaus e Porto Alegre.”

E por que não em Caxias do Sul?

Ainda que, em especial dentro de grandes cidades, não necessariamente somente as capitais preocupam-se com isso. Cidades menores também estão atentas a reprodução de um ambiente urbano, mais humano, com qualidade de vida e com oportunidades variadas de lazer.

Há muitos países desenvolvendo o turismo cultural como forma alternativa do turismo convencional, o que é um desafio para o turismo e para as próximas gerações, buscando trabalhar o turismo em conjunto com a cultura de maneira eficiente, identificando suas aproximações, necessidades e aspirações. (CAMARGO; CRUZ, 2009, p. 47)

O avanço é evidente, o que gera uma expectativa de mudanças e de desenvolvimento para a sociedade, quer na economia, no meio ambiente, na educação, na cultura ou no lazer.

2.1.1 Viagens culturais: a cultura como *locus* de turismo

As viagens podem ser diferentes, e um tanto quanto inusitadas. Segundo Beni (2007, p. 19), viajar “é abrir novos horizontes, conhecer novas culturas, lugares e paisagens. A viagem rompe a rotina do cotidiano, revela novos cenários e traz para a nossa vivência expectativas sempre surpreendentes”. Viajar é fugir do cotidiano, é ousar, é vivenciar novas rotinas. A viagem permite sair da zona de conforto e participar de situações que não estariam presentes no dia a dia normal do turista, seja ele um dia de descanso, um dia agitado, um dia de novos sabores, ou um dia de novos amores.

Quando nos detemos com mais cuidado sobre as razões pelas quais os visitantes vão a determinado lugar, está claro que a principal motivação é uma combinação de atmosfera, cultura local e história. As pessoas querem aprender algo durante suas visitas, particularmente sobre o que é característico do lugar que estão viajando. (CAMARGO; CRUZ, 2009, p. 32-33)

O motivo, comumente, é apreender novas coisas e estabelecer relações com aquela comunidade. Atrações como museus, monumentos e galerias são as mais comuns para a visitação, porém muitas cidades estão investindo em eventos culturais e em uma ampla programação voltada às artes, como patrimônio vivo. Essa estratégia tende a crescer e captar turistas para suas localidades, tornando os lugares cada vez mais ocupados e principalmente, colocando-os no mercado cultural. Dias (*apud* BAHL, 2003, p. 5) dita que:

Com efeito, um evento pode atrair turistas e movimentar somas relevantes para a rede hoteleira, bem como para empresas ligadas ao turismo receptivo, visto que, mesmo com o mérito principal de reunir pessoas cujas aspirações se assemelham, geram

emprego e renda para a comunidade receptora através de oportunidade que o evento proporciona, fazendo circular o dinheiro, gerando riquezas.

Considerando o diagnóstico do turismo no Brasil, no novo Plano Nacional consta que as iniciativas e estratégias propostas são deveres de todo o Sistema Nacional de Turismo, cada um com suas responsabilidades. Metas foram traçadas e, a partir disso, o Governo Federal elencou quatro grandes diretrizes a serem seguidas para o desenvolvimento do turismo nacional nos próximos anos, quais sejam: o fortalecimento da regionalização; a melhoria da qualidade e da competitividade; o incentivo à inovação; e a promoção da sustentabilidade. (BRASIL, 2018, p. 55)

Propôs, ainda, a adoção de cinco linhas estratégicas para nortear a atuação sinérgica entre União, estados, Distrito Federal, regiões turísticas e municípios, apoiados por seus colegiados e parceiros estratégicos, com vistas a subsidiar o alcance das metas globais propostas para o quadriênio 2018-2022. Dentre eles estão: o ordenamento, a gestão e o monitoramento; a estruturação do turismo brasileiro; a formalização e a qualificação no turismo; o incentivo ao turismo responsável; e o marketing e o apoio à comercialização (BRASIL, 2018, p. 63). A inovação proposta pode estar estreitamente ligada à cultura, à criação e aos fazeres artísticos, bem como a promoção da sustentabilidade, em que a cultura e o turismo possam coexistir.

O incentivo à eventos geradores de fluxos turísticos está dentre as estratégias para incrementar a promoção nacional e internacional dos destinos e produtos turísticos brasileiros, em que os eventos, sejam eles locais, regionais e nacionais, podem se constituir como uma das principais motivações de viagens para os destinos brasileiros, gerando atratividade para períodos específicos, além de serem fontes de geração de emprego e de distribuição de renda, e de auxiliarem na valorização do patrimônio cultural e imaterial do destino. Desde a sua criação, o Ministério do Turismo apoia eventos geradores de fluxos turísticos, impactando positivamente no desenvolvimento de um destino. (BRASIL, 2018, p. 143) Por isso que os autores Ali-Kbight e Robertson (*apud* YOMAN, 2006. p. 5), ensinam que:

No campo do turismo, a cultura geralmente é vista como um produto e um processo. Bonink e Richards (1992) identificaram duas abordagens: a abordagem dos *sítios e monumentos*, que enfoca o tipo de atrativo, e a *abordagem conceitual*, que tenta delinear os motivos e os significados que estão atrelados a turismo cultural. [...] Ampliando a abordagem e incluindo festivais e eventos culturais, pode-se observar que estes trazem benefícios tanto para o mundo da arte quanto para o destino turístico. Muitos eventos culturais, estão, atualmente, concorrendo com grandes eventos no que diz respeito aos impactos econômicos e socioculturais que geram.

Sob esta óptica, impacta a mudança de comportamento das pessoas e a procura por outras preferências. A busca por cultura, por arte, por eventos e viagens culturais, isto é, por

turismo cultural. Por novas vivências, novas experiências, novas sensações. E para tanto, é preciso que essa arte esteja acessível a todos e que assim mantenham-se políticas culturais de formação, fruição, promoção, produção, difusão, democratização e descentralização.

A promoção da valorização do patrimônio cultural e natural para visitação turística, o estímulo do desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes, o desenvolvimento, de forma segmentada, dos produtos turísticos brasileiros, e a promoção de algumas estratégias para aprimorar a oferta turística nacional nos próximos anos, se fazem necessárias como políticas públicas expressas no novo Plano, (BRASIL, 2018, p. 103), o que já vem sendo discutido há algum tempo por pesquisadores.

Uma política pública de Turismo deve ter como concepção o Turismo com um sistema aberto, orgânico e complexo que se coloque como atividade multissetorial, cuja execução deve, necessariamente, incorporar visões multidisciplinares, multiculturais e multissociais. [...] Os eixos teóricos desta política partem de uma concepção mais contemporânea e articuladora de vivências locais e globais entre os cidadãos e os visitantes, entre fluxos e fixos, resistindo a uma produção espetacularizada, artificial, só para turistas. Evita-se tratar, tanto os visitantes, como os visitados, como mero espectadores, pois esta postura não incentiva o encontro entre visitantes e visitados, nem a amplia a hospitalidade local e global. (GASTAL; MOESCH, 2007, p. 45-46)

O turismo e o desenvolvimento de base local, segundo as autoras, devem vir acompanhando de um planejamento que assegure o *bem viver*, garantindo as trocas simbólicas.

O turismo é um conjunto de partes que produz qualidades e propriedades como destino turístico (lugar, mais serviços, cultura), e a vivência humana, a hospitalidade, o encontro entre os trabalhadores e empreendedores do turismo, e os turistas. O todo turístico organizado produz qualidades e propriedade que não existem nas partes isoladamente. (GASTAL; MOESCH, 2007, p. 47)

É necessário tornar o serviço turístico mais humano, socialmente justo, acessível e incluyente, e o processo sensível aparece para contemplar essas demandas e torná-las viáveis. As viagens envolvem novidades sociais, culturais e econômicas e, sob esse viés, o turismo busca contribuir para a qualidade de vida da comunidade local e por consequência, do turista, buscando novos valores e a manutenção da sua identidade. Os desejos mudam, assim como muda a forma de pensar e agir.

Do ponto de vista do consumo, se consumimos por desejo e por necessidade significa que consumimos não só produtos, mas também *imaginários, idealizações e sentimentos* guardados cuidadosamente no coração de cada um, como algo muito precioso. (GASTAL, 2005, p. 70, ênfase acrescido)

Um imaginário não somente entendido como a oposição à realidade, mas mais do que isso, como uma possibilidade de criação espontânea de algo, baseado nas cargas pessoais anteriores acumuladas. É um universo minado de vivências, memórias, expectativas, criações

e imaginações pessoais. “Os imaginários contemporâneos estão presentes no cinema, na literatura, e na música. Na televisão e na conversa numa mesa de bar. Conhecê-los é dar importância ao olhar, mas também ao ouvir.” (GASTAL, 2005, p. 78)

São desejos que aparecem como necessidade básica a partir da conexão de vários anseios e expectativas gerados pelo pensamento. São imaginações que significam vivenciar algo novo, que levam a consequência de ir em busca do objeto de consumo. É um conjunto de símbolos, conceitos, memória, imagens e percepções. Segundo Beni (2007, p. 19), a viagem “exerce em nós muitas influências que, no aspecto subjetivo, libertam o conteúdo de nossos sonhos, nossos desejos, nossa imaginação protetiva, aumentando as experiências existenciais e tornando-se então pioneiro de nós mesmos.” O “eu” é transformado pela experiência vivida e produz sensações talvez nunca antes visitadas.

E a cultura como objeto turístico se alia ainda mais ao imaginário e permite uma viagem cheia de códigos a serem desvendados, colorindo as expectativas e promovendo o encanto. Age como *locus* de turismo para a aproximação da arte tangível e intangível dos seres, e para a transformação intrínseca do cidadão e do mundo.

2.2 O TURISMO E A MÚSICA SINFÔNICA: FORMAÇÃO DE PÚBLICO

Erico Veríssimo quando questionado de onde era, dizia, ao referir-se da cidade de Porto Alegre-RS: “Eu venho de uma cidade que tem uma orquestra sinfônica!” (ORQUESTRA SINFÔNICA DE PORTO ALEGRE – OSPA)¹. Uma célebre expressão, constantemente citada por muitas pessoas para retratar a relevância da existência de uma orquestra em um determinado local. Isso porque, além de significar status, gera emprego, profissionalização da área, e favorece o desenvolvimento cultural e artístico de uma região. Alavanca outras iniciativas culturais, promove a circulação de espetáculos locais e estrangeiros, incentiva a formação de plateia, servindo como fonte e instrumento de pesquisa. Políticas públicas descentralizadas e capazes de comprometer-se com o processo de difusão, formação, produção, fruição, acesso, e de formação de público/plateia, são desafios do momento globalizado e da batalha diária de gestores culturais. E sob esse viés é que a gestão da cultura pode atuar juntamente com os demais campos da vida em sociedade, seja ele o turismo, o meio ambiente, as políticas sociais, a segurança.

¹ ORQUESTRA SINFÔNICA DE PORTO ALEGRE. Disponível em: <<http://www.ospa.org.br/?p=2179>>. Acesso em: 25 de setembro de 2016.

As artes, especificamente, contemplam uma gama de ações, que podem vir a valorizar o meio em que atuam. A dança, a música, o teatro, a literatura, o cinema, o artesanato, a cultura popular e as artes visuais promovem, indiscutivelmente, o amadurecimento do cidadão e a transformação social. Nesse sentido, Brant (2002, p. 27) ensina que: “reconstruir o tecido social por meio da cultura significa oferecer alternativas que contribuam para a igualdade de oportunidades e acesso aos bens e ao fazer cultural”. E muito mais do que isso, significa contribuir para a paz, a igualdade, a cidadania e a dignidade, que parecem ser substantivos distantes de uma realidade cheia de dor, ódio, mentiras, matanças, golpes e guerras.

A cultura prioriza, desta forma, aproximação da sociedade aos bens de consumo gerados por ela, tanto materiais como imateriais, tendo como diretriz a formação de plateia para a educação e o desenvolvimento de cabeças pensantes que alavanquem os processos e o futuro da nação. A partir do acesso e da difusão, a formação de público é parte essencial de políticas públicas e privadas para a arte e a cultura, e determinadas estratégias são fundamentais para a construção de ações eficientes na área. A instrução, a comunicação e o apelo são fundamentais para angariar espectadores e para neles, construir corpos que desejem mudanças, e que necessitem novas vivências. Os segmentos artísticos (literatura, música, dança, teatro, artes visuais, cinema e vídeo, artesanato, folclore), os costumes, os relatos e a língua, promovem sentimentos de pertença em seus apreciadores, e mais do que isso, revelam significados que invocam a querer envolver-se mais e mais.

Assim como na cultura, Gastal e Moesch (2007, p. 10) ditam que “o turismo, aliado à cidadania, pode desempenhar um papel ainda mais relevante, não só nas comunidades ditas turísticas, mas também naquelas que, em princípio, não recebem muitos visitantes”. Mas para isso, há a exigência de políticas democratizantes e, principalmente, de difusão, fruição e acesso, tanto à cultura com ao turismo. Maria Carolina Vasconcelos Oliveira, no artigo *Cultura, Públicos e Formação: o que podem ser, na prática?*, (2013, p. 77) defende que:

Pensando em políticas culturais, particularmente julgo que ações de formação que possibilitam “dar voz” e que descentralizam não só a fruição, mas também o fazer cultural, são as mais efetivas, e inclusive podem impulsionar outras formações específicas. Por exemplo, uma ação de formação de públicos para determinada manifestação artística é muito mais efetiva quando propicia que os participantes experimentem, de fato, as técnicas em questão, em vez de destinar a eles somente o lugar da contemplação. Dessa forma, o interlocutor não somente recebe um repertório determinado, mas também pode combiná-lo ao seu próprio, empregando-o para expressar suas próprias questões.

A formação de plateia não é imediata, precisa de ações, cuidado e persistência. Oliveira (2013, p. 77) lembra Turino quando relaciona a formação de público com a cultura e dita que “[...] a origem da palavra cultura remete à cultivo. Cultivo e geração espontânea são coisas

diferentes.” Ou seja, precisa ser semeada e regada de maneira a ser alimentada dia a dia, passo a passo.

Para Goldstein (2013, p. 82), “as organizações culturais e os projetos artísticos têm se lançado em iniciativas flexíveis e inovadoras de formação”. Portanto, há de se afirmar que são múltiplas as estratégias para que a arte e a cultura cheguem até o seu destinatário. O campo precisa de observação, análise, persistência e comprometimento. A mesma autora acrescenta ainda que, se “a experiência for enriquecedora e estimulante, os visitantes provavelmente voltam” (2013, p. 82). Isso é formação de público, e traz proximidade com o *marketing* turístico, também se relacionando com aquela sensibilização artística e turística tratada anteriormente.

Desse modo, a música como elemento aliado ao turismo é o diferencial para novas e únicas experiências que, a partir, de sua força sensorial, é capaz de levar o visitante a lugares nunca antes visitados, ainda que sem sair do lugar. Robert Jourdain, em *Música, Cérebro e Êxtase* (1998, p. 416), reza que

[...]A música pode ser transcendente. Durante alguns momentos, ela nos torna maiores do que realmente somos, e ao mundo, mais ordenado do que ele realmente é. Reagimos não apenas à beleza das relações profundas constantes, que nos são reveladas, mas também ao fato de as percebermos. Como nossos cérebros são impelidos para uma marcha acelerada, sentimos nossa existência se expandir e percebemos que podemos ser mais do que comumente somos, e que o mundo é mais do que parece ser. Isso já motivo suficiente para o êxtase.

Trefzger, atual diretor artístico e maestro titular da Orquestra Sinfônica do Estado do Espírito Santo, no seu *Blog do Maestro*², defende:

A música clássica é complexa na sua organização, mas trabalha com formas e com estruturas que podem ser reconhecidas, mesmo que inconscientemente. Ao ouvirmos atentamente uma música clássica, é como se escutássemos uma história contada por um ou mais narradores, mas sem o texto, apenas através dos sons. E as conexões são múltiplas!

Jourdain (1998, p. 412) diz que “a música parece ser a mais imediata de todas as artes, e, assim, a mais extasiante.” Quando apreciada, permite uma série de consequências para a mente, para o pensamento, para seus reflexos e para a saúde. São profundas as transformações que se apresentam a partir da música. No mesmo *post* do blog, *Pra que arte? Pra que música clássica?*, o maestro Trefzger trata da arte e seus benefícios:

É exatamente nesse contexto que se encaixa a música clássica, uma arte complexa e essencial para o desenvolvimento pleno do ser humano. A música clássica não nasceu de um dia para o outro. Ela se desenvolveu a partir dos sons mais primitivos, mais

² GAZETA ONLINE. Disponível em: <<http://blogs.gazetaonline.com.br/blogdomaestro/604/pra-que-arte-que-musica-classica/>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2017.

rudimentares que, no início, eram apenas ritmos. Depois vieram as melodias, que foram sendo organizadas e utilizadas, tanto secularmente como nos ofícios religiosos. Na renascença outras melodias passaram a combinar entre si, levando ao desenvolvimento do contraponto e possibilitando as primeiras combinações da harmonia. Mais tarde a harmonia se consolidou e todo esse saber acumulado permitiu que gênios como Johann Sebastian Bach e outros tantos levassem essa arte a patamares jamais alcançados. (TRETZGER, [s.d.]

A música evoluiu e carregou consigo uma trajetória, que buscou sempre contribuir para o desenvolvimento humano. Ela transcende e forma culturas, educa cidadãos e traduz a vida. Jourdain (1998, p. 414) conclui, dizendo que:

Quando a música nos leva até o êxtase, faz mais do que apenas nos mover-nos de um lado para outro. Por alguns segundos, ela nos impele até um tipo de experiência que dificilmente vislumbramos em nossas vidas diárias. É poderosa e extremamente prazerosa. E, acima de tudo, *é linda*.

Ela está presente no cotidiano em seus mais diversos ritmos e valores timbrísticos, e pode ser o diferencial em muitos locais de visitação. A música sinfônica, por sua vez, é objeto de desejo e está presente no imaginário de turista.

Quando deparamos com um diferencial turístico, sua interpretação vai concentrar toda a nossa atenção, exigindo que se foque o “olhar” e os sentimentos, as emoções, sensações e percepções para tentar “viver” o que ignorávamos até então. (BENI, 2007, p. 19).

A música permite o deslocamento a experiências ainda não vivenciadas e tem *corpus* para manter atividades que promovam o diferencial turístico.

2.3 CULTURA E GESTÃO CULTURAL

Há muito que se falar em cultura e gestão cultural e é sob essa perspectiva que há inúmeras tentativas de tentar elucidá-las. A cultura e seu vasto campo de significados, seus códigos e seus imaginários. A gestão, por sua vez, com sua aplicabilidade para o melhor aproveitamento e gerência do posicionamento artístico e cultural conceitual, focados em suas metas e objetivos traçados. Para tanto, exercita-se o poder de observar e avaliar, sob diferentes âmbitos, os referidos assuntos para que sejam escopo da presente pesquisa.

2.3.1 Cultura e seus múltiplos sentidos

Segundo Ali-Knight e Robertson, “o significado do termo “cultura” cresceu e se desenvolveu; porém ainda faltam definições que sejam mundialmente aceitas.” (*apud* YOMAN, 2006. p. 4) Estudiosos buscam elucidar a referida temática com algumas teorias e ensinamentos

a fim de desmistificar esse termo de múltiplos e complexos significados. Chauí (2006, p. 105) abrevia o caminho e conta que:

Cultura significava o cuidado do homem com a natureza. Significava, também, cuidado do homem com os deuses. [...] A partir do século VIII, cultura, porém, ganhava um novo sentido, passando a significar o resultado daquela formação ou educação dos seres humano, de seu trabalho, de sua sociabilidade, resultados expressos em obras, feitos, ações e instituições: as artes, a ciência, a filosofia, os ofícios, a religião e o Estado.

Desde o século XIX, civilização pode ser entendida como sinônimo de cultura (CHAUI, 2006, p. 106). Considerando-se que a palavra vem do latim *civis*, que significa cidade, na sua raiz, a cultura é aquilo que é produzido na cidade e pela cidade. Cultura, muitas vezes, se relaciona com as definições de desenvolvimento, educação, bons costumes e comportamentos de elite, momento em que aparece também a distinção entre a cultura erudita e a popular. A origem do termo cultura, inicialmente, trazia o sentido do cultivo na agricultura, isto é, do cultivo da terra para a produção, cujo termo, ainda hoje, é utilizado como um de seus significados. Com o passar do tempo, “[...] cultura torna-se sinônimo de história. A natureza é o reino da repetição; a cultura, o da transformação racional; portanto, é a relação dos humanos com o tempo e no tempo.” (CHAUI, 2006, p. 107)

Portanto, em breves linhas, percebe-se que a cultura esteve presente desde os primórdios, como conquistas e avanços sobre a natureza e, depois, se desenvolvendo sobre o perfil e o comportamento humano. Percebe-se que, aos poucos, o conceito foi sendo ampliado e passou a incluir falas, costumes, crenças, ritos, dança e música. Oliveira (2013, p. 73) diz que:

Para autores como Botelho (2001; 2007), Coulangeon (2005) e Fleury (2006), a cultura em sua dimensão sociológica geralmente assume o recorte das manifestações mais legítimas, como as artes (muito devido aos objetos de pesquisa estudados pela sociologia da cultura francesa, como a bourdieusiana). Já cultura na dimensão antropológica é um conjunto que reúne qualquer tipo de atividade sem finalidade produtiva em que o indivíduo encontra possibilidade de expressão [...], o que inclui uma enorme diversidade de práticas, valores, costumes e crenças.

Uma das pioneiras definições é a de Tylor³ (1832-1917), apresentando que a partir da etnologia, cultura seria o conjunto de conhecimentos, crenças, arte, morais, leis, costumes e aptidões e hábitos adquiridos pelos humanos, como integrantes da sociedade. Ela é também associada às diversas formas de expressões artísticas existentes na humanidade.

A revisão dos conceitos de cultura como produto ou processo é útil como introdução à discussão das diversas definições de turismo cultural presentes na literatura analítica.

³ WIKIPEDIA. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Edward_Burnett_Tylor>. Acesso em: 22 de março de 2017.

De acordo com Bennett (1995), o termo cultura pode ser usado para designar um produto ou processo. No primeiro caso, cultura significa o resultado do conjunto de atividades artísticas e culturais, na forma de produtos tangíveis ou não. Nele, a cultura consiste em edifícios, músicas, danças, pinturas, festivais, entre outros produtos. No segundo caso, cultura assume amplitude antropológica, referindo-se ao modo de vida de uma determinada população. Neste sentido, pode-se dizer que existe uma cultura brasileira, pernambucana, paulistana, entre diversas outras. Pensando cultura como processo, Volkerling (1996, p. 190) coloca: ‘Cultura é o conjunto das práticas socialmente estruturadas por meio das quais significados são criados e transmitidos no interior de um grupo’ [...]. (KÖNKLER; DURAND, 2007, p. 187)

Traçando um paralelo entre as dimensões sociológicas e antropológicas da cultura, Botelho (2001, p. 74) ensina que na dimensão antropológica, “a cultura é tudo o que o ser humano elabora e produz, simbólica e materialmente falando.” E aborda a dimensão sociológica com a expressão artística em sentido estrito, referindo-se “[...] a um conjunto diversificado de demandas profissionais, institucionais, políticas e econômicas, tendo, portanto, visibilidade em si própria.” (BOTELHO, 2001, p. 74)

Para While e Dillingham (2009, p. 23), pessoas e cultura “são inseparáveis. Por definição, não há cultura sem homem e nem homem sem cultura”. E assim ela passa de ascendente para descendente, de geração em geração, perpetuando-se no tempo e transformando-se a partir dele. A história é contada com o passar dos dias e com o marco dos acontecimentos. Carrega consigo a significância e a ressignificação de lugares, sociedades, comunidades e memórias. Assim, por meio da antropologia, ciência que se estuda a analisa a origem, o desenvolvimento e a evolução humana, a partir de suas condições físicas, biológicas, anatômicas e histórico-culturais, passa-se a entender melhor a cultura. While e Dillingham questionam, para ampliar a discussão:

Em que consiste a cultura? Genericamente, ela consiste em ideia, atitudes, atos e objetos. Qual o *locus* da cultura? Onde a cultura existe? Cultura, onde estarás? Esta tem sido uma pergunta difícil para muitos antropólogos. Alguns dizem que ela existe na mente, outros dizem que ela existe na cultura material exposta nas prateleiras de museus, outros dizem que ela é comportamento, outros dizem que ela é uma abstração do comportamento e há quem diga que ela não existe. Parece ser difícil dizer onde ela existe. Se, como afirmamos, cultura consiste em coisas e eventos reais e observáveis, precisamos ser capazes de localizá-la. Nossa resposta é que a cultura existe em organismos (como ideias, sentimentos, etc.), no comportamento interpessoal e em objetos. Esses são os três *loci* da cultura. (WHILE; DILLINGHAM, 2009, p. 61)

Ainda em termos antropológicos, segundo Chaui (2006, p. 113):

Cultura é, pois, a maneira pela qual os seres humanos se humanizam e, pelo trabalho, desnaturalizam a natureza por meio de práticas que criam a existência social, econômica, política, religiosa, intelectual e artística. O trabalho, a religião, a culinária, o vestuário, o mobiliário, as formas de habitação, os hábitos à mesa, as cerimônias, o modo de relacionar-se com os mais velhos e os mais jovens, com os animais e com a terra, os utensílios, as técnicas, as instituições sociais, (como a família) e políticas (como o Estado), os costumes diante da morte, as ciências, a filosofia, as artes, os

jogos, as festas, os tribunais, as relações amorosas, as diferenças sexuais e étnicas, tudo isso constitui a cultura como invenção da relação com o Outro – a natureza, os deuses, os estrangeiros, as etnias, as classes sociais, os antepassados, os inimigos e os amigos.

São diversos os conceitos de cultura e muitas as suas formas de interpretação. É um assunto complexo que permite uma análise ampla e inacabada, que não requer a busca de um discurso imperativo, mas que traz algumas contribuições relevantes sobre o assunto, para que, no caso em tela, haja a elucidação do tema proposto: a sua importante contribuição para o turismo. White e Dillingham (2009, p. 30) defendem que “a cultura é um todo integrado. Em um sistema cultural, tudo está relacionado com tudo o mais. Nenhuma ferramenta existe fora da organização social, ou da ideia ou de crenças”. O momento, as pessoas, os lugares, os fazeres, os saberes, mudam de acordo com o que se está observando e no tempo em que estão acontecendo.

A cultura humana não é homogênea. É tremendamente variada, e essas variações têm também uma dimensão temporal, pois uma mesma cultura muda com o tempo. A cultura dos Estados Unidos não é hoje o que era há cem anos. A cultura também varia de lugar para lugar: a cultura do estado de Nova York não é a mesma da Tailândia. E a cultura varia com os povos: a cultura dos esquimós não é a mesma dos pigmeus de Luzon ou da Pensilvânia da Malásia. (WHITE; DILLINGHAM, 2009 p. 32-33)

Ela está em toda a parte e, dependendo da óptica e dos diferentes âmbitos culturais, amplia a diversidade de suas definições, complexidades, vantagens e problemas. Para tanto, Brant (2002, p. 32) ensina que “enxergar a cultura como elemento de transformação social significar maximizar seu potencial mobilizador, de transmissão de conhecimento e de formatação de espírito crítico necessário para a própria existência”. É isso estabelece uma relação direta com o *outro*, que permite perceber, aceitar e avaliar o *diferente*. E então, a importância do passado para um possível entendimento do presente. O discernimento é necessário para que não se destrua uma cultura, possibilitando transformação sem destruição, num movimento pelo progresso e constante acompanhamento da mutação do tempo e de informações. Assim:

É preciso saber identificar que fatores podem interferir em transformações culturais. E dentre esses fatores saber identificar aqueles que respeitam a identidade, quer dizer, que transformam sem destruir o significado cultural, e aqueles que transformam destruindo o significado e, portanto, destruindo a própria cultura. Isso é uma questão política, já não é mais de ciência cultural. (POZZENATO, 2003, p. 32).

Traça-se, desse modo, a necessidade de políticas públicas com ações duradouras e consistentes que busquem ações que tragam crescimento, e que firmem a identidade cultural. A arte é um processo criativo que sofre metamorfoses constantes e, portanto, não deve ser podada,

limitada, destruída e engessada. A avaliação que se faz é que os bens culturais precisam de, mais do que nunca, preservação e salvaguarda. Uma atenção deve ser dada tanto aos bens tangíveis como aos intangíveis, para que haja responsabilidade com a história, a memória e a evolução da civilização.

Os bens (materiais e imateriais) culturais, ou seja, aqueles que foram ou são valorados positivamente continuam exigindo uma análise que contribua para o nosso conhecimento de campo. Os bens culturais devem receber um tratamento que dê conta de sua historicidade, da atuação das pessoas e grupos responsáveis pela criação de instituições e políticas públicas direcionadas ao seu desenvolvimento. (OLIVEIRA, 2008, p. 189)

Isso porque o cuidado e o conhecimento de campo permitem o reconhecimento da diversidade que, a partir do século XIX, passa a ser fundamental. Mais recentemente, a Agenda 21 da Cultura, primeiro documento com vocação mundial, aprovado por cidades e governos locais de diferentes países, defende um desenvolvimento cultural comprometido com os direitos humanos, a diversidade cultural, a sustentabilidade, a democracia participativa e a criação de condições para a paz. No mesmo documento é possível ler:

A diversidade cultural é o principal patrimônio da humanidade. É o produto de milhares de anos de história, fruto da contribuição coletiva de todos os povos, através das suas línguas, imaginários, tecnologias, práticas e criações. A cultura adota formas distintas, que sempre respondem a modelos dinâmicos de relação entre sociedades e territórios. A diversidade cultural contribui para uma “existência intelectual, afetiva, moral e espiritual satisfatória” (Declaração Universal da UNESCO sobre a Diversidade Cultural, artigo 3), e constitui um dos elementos essenciais de transformação da realidade urbana e social. (AGENDA 21 DA CULTURA, 2004, p. 4)

Portanto, ao que parece, o ser humano produz uma cultura e dela escreve uma história, a qual deve cultivar as suas raízes e preservar a sua memória. A cultura dos povos, assim, evolui com o passar do tempo e, mantem-se em constante processo cultural. Segundo Laraia (2009, p. 101):

Cada sistema cultural está sempre em mudança. Entender esta dinâmica é importante para atenuar o choque entre as gerações e evitar comportamentos preconceituosos. Da mesma forma que é fundamental para a humanidade a compreensão das diferenças entre os povos de culturas diferentes, é necessário saber entender as diferenças que ocorrem dentro do mesmo sistema. Este é o único procedimento que prepara o homem para enfrentar serenamente este constante e admirável mundo do porvir.

Observar a aparição dos novos desejos e necessidades que acompanham o ritmo do tempo e aceitar as transformações da sociedade faz parte do processo cultural e antropológico da humanidade. E por isso, Brant (2002, p. 20) complementa:

A transformação da sociedade brasileira se dará, sem dúvida, pela cultura. A grande diversidade e riqueza cultural existente do país e seu potencial transformador nos impele a esta certeza. Diversidade é, portanto, um conceito absoluto das culturas que se entendem como democráticas, pois refletem a multiplicidade de expressões e pensamentos de uma comunidade e, ao mesmo tempo, as possibilidades de se multiplicarem. Ela é o passado, o presente e a projeção para o crescimento social de todo o povo.

Pode-se dizer que a diversidade cultural existente é propícia a alavancar transformações sociais e econômicas, além de projetar o futuro de um lugar. Sua multiplicidade de expressões denuncia uma estética que proporciona o desenvolvimento de uma sociedade. A arte, por sua vez, uma forte expressão cultural que agrega valor desde o homem primitivo, aparece traduzindo, de uma maneira sensível e poética, modos de vida, história, memória, percepções e trajetórias.

Teixeira Coelho, ao tratar sobre arte, ensina que:

[...] Quando uma política cultural promove determinada forma de arte como valor cultural ou ideia civilizatória, diz-se que esse procedimento é mais propriamente intelectual (ou simbólico, sujeito às lógicas, à argumentação racional, na definição de Charles S. Peirce) do que estético (ou icônico, próprio da intuição, da emoção e da sensação, ainda nos termos da semiótica peirceana), o que daria motivos para denominá-lo de secundário em relação ao procedimento artístico propriamente dito. De todo modo, é pelo desenvolvimento da capacidade crítica, entendida como faculdade de distinguir entre uma coisa e outra, e da reflexão sobre a natureza e possibilidades da arte (estética) que se estimula a apreciação artística, a apreciação da arte entendida como arte e não apenas como valor cultural. (COELHO, 1997, p. 47)

E são pelas mais variadas expressões artísticas, móveis ou imóveis, materiais ou imateriais, que se dá maior sentido à vida, aos fixos e fluxos, e à cultura de um lugar. O maestro Helder Trefzger, no blog da Gazeta, preceitua:

A arte nos provoca a interpretar o mundo de várias maneiras, nos desperta a emoção e nos leva à reflexão. Através dela, o artista expressa o seu pensamento e a sua visão de mundo. Ela nos faz questionar a realidade, nos apresenta novas ideias e nos instiga a repensar a história humana. Vivenciar uma experiência estética pode nos fazer refletir, pensar, questionar ou simplesmente nos distrair e usufruir do prazer estético. [...] Ao mergulharmos em uma experiência estética, desenvolvemos competências e habilidades comunicativas, visuais e espaciais, a percepção, a sensibilidade e a imaginação, sendo transformados pela emoção. Através da arte percebemos a genialidade do ser humano, constatamos o quanto ele é capaz de fazer coisas estupendas. E, não menos importante, ela nos oferece um meio para quebrar estereótipos raciais, barreiras e preconceitos.⁴ (TREFZGER, BLOG DO MAESTRO)

⁴ **Gazeta Online**. Disponível em: <<http://blogs.gazetaonline.com.br/blogdomaestro/604/pra-que-arte-para-que-musica-classica/>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2017.

No *locus* da cultura permite-se a vivência da arte nas suas infinitas possibilidades e experiência éticas e estéticas, transformando a percepção e os sentidos. Botelho, citado em Ferreira e Machado (2011, p. 15) ensina que

[...] A cultura refere-se a um conjunto diversificado de demandas profissionais, institucionais, políticas e econômicas, tendo, portanto, visibilidade em si própria [...]. Em outras palavras, trata-se de um circuito organizacional que estimula, por diversos meios, a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos, ou seja, aquilo que o senso comum entende por cultura. (BOTELHO, 2001, p. 74)

Ela significa um emaranhado de signos que representam valores e busca promover a evolução social por meio da produção, formação e fruição dos bens culturais.

A cultura é um elemento essencial para promover o renascimento da cidade e tem um papel na criação de comunidades mais inclusivas e sustentáveis. A cultura cria emprego atrai investimento e enriquece a vida dos indivíduos que vivem e trabalham na cidade, bem como daqueles que a visitam. A cultura traz superioridade para a imagem e o perfil da cidade; enriquece a experiência do centro da cidade e torna cada comunidade única em sua história e frente ao mundo. A cultura é uma força criativa essencial na nova economia – embasada no conhecimento – e ajuda a desenvolver habilidades e confiança nos indivíduos. As cidades estão finalmente percebendo o potencial econômico de seus produtos culturais e estão analisando, estrategicamente, a possibilidade de posicioná-los e de apoiá-los. (ALI-KNIGHT; ROBERTSON, *apud* YOMAN, 2006. p. 6)

É a partir dela e de seus desdobramentos, que se desenvolvem outros conceitos e que se elucida a vida em sociedade demonstrando a sua relação com a economia, o turismo e o seu papel no mundo. “Assim como é difícil definir o significado de cultura, por toda a carga social e histórica que o termo traduz, difícil também é definir o espaço que cabe à cultura em termos econômicos” (BRANT, 2012, p. 25), como surge, e em que momento confirma que veio para ficar.

Bauman (2012, p. 154) diz que “a agonia da cultura, portanto, está fadada a uma eterna continuidade; no mesmo sentido, o homem, uma vez dotado de capacidade de cultura, está fadado a explorar, a sentir-se insatisfeito, com seu mundo, a destruir e a criar”. A cultura, polivalente e com seus mistérios, e a gestão cultural, propícia a desbravar mundos, descobrir cidadãos criativos e prospectar uma arte democrática para a sociedade e para o turismo.

2.3.2 A cultura na economia, na vida e na sociedade

Assim como em outras esferas, a cultura desempenha um importante papel para a sociedade estando presente em diversos setores da vida, e, a partir disso, desenvolve-se como um grande vetor econômico. Muito ainda há de se construir, mas muito já se desenvolveu para

a manutenção da cultura no avanço da economia no país e no mundo. “A cultura é uma esfera econômica em que há muito potencial a ser realizado.” (DURAND, 2013, p. 130)

É uma constante experiência que deve ser percebida como um negócio que atenda os desejos, anseios e necessidades de uma sociedade e garanta o cumprimento da sua demanda. Portanto, incentivar e fomentar a economia da cultura, criar políticas culturais decisivas, continuar ações de vanguarda, dialogar com o *outro* e com o resto do mundo, articular ações inovadoras e contemporâneas, atentar para o contexto pós-moderno em que se vive, e contribuir para o processo e o progresso cultural e artístico de um lugar, são importantes funções para uma gestão pública fadada a contribuir para o cenário das trocas simbólicas.

Além da própria valorização da cultura como produto consumível, há ainda uma natural reação à globalização dos produtos e processos. Quanto mais globalizada a economia, mais os indivíduos tendem a procurar o que é único, diferente e pessoal – serviços personalizados e produtos customizados como exemplo evidente nesse processo. Neste cenário a cultura se torna um elemento de diferenciação e passa a ser um poderoso vetor econômico. (ZARDO, 2005, p. 17).

A Constituição de 1988 assegura aos cidadãos o direito à cultura e aos movimentos artístico-culturais na forma da lei, além do apoio e incentivo para a valorização e da difusão das manifestações. O seu artigo 215 reza que

O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e *apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.*

§ 1º O Estado protegerá as manifestações culturais populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional. (BRASIL, 2007, p. 152, grifo nosso)

No artigo 216, a CF/88 elenca, caracteriza, classifica, prioriza e protege o patrimônio cultural como bem da nação, a saber:

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência, à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I. as formas de expressão;

II. os modos de criar, fazer e viver;

III. as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV. as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V. os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

§ 1º O Poder Público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação.

§ 2º Cabem à administração pública, na forma da lei, a gestão da documentação governamental e as providências para franquear sua consulta a quantos dela necessitem.

§ 3º A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento de bens e valores culturais.

§ 4º Os danos e ameaças ao patrimônio cultural serão punidos, na forma da lei. (BRASIL, 2007, p. 152)

Assim, políticas públicas aparecem nos âmbitos federal, estadual e municipal com a tendência de incentivar e valorizar a produção e a difusão artístico-culturais, e com o objetivo de manter a identidade dos povos e de suas culturas, para a preservação de suas histórias e memórias. Elas vêm com o intuito de apoiar e difundir as manifestações artísticas como forma de expressão, acompanhando as transformações da sociedade.

Os governos são grandes detentores de poder na promoção por cultura e na busca por sua valorização econômica, e por isso, há de se discutir qual a direção a ser seguida e que diretrizes que devem ser traçadas.

O último alerta é para a descontinuidade político-administrativa. Eis aí um risco real, que uma melhora na gestão cultural ajuda a minorar. Acompanhamento e avaliação pública de projetos governamentais são práticas a ser fomentadas com urgência e vigor na área cultural. O espaço da cultura erudita opera através de sutis mecanismos de exclusão, por meio dos quais reafirma seu caráter “de elite”. Conhecer como eles produzem tais efeitos de “exclusividade” e atravancam o desenho de políticas mais democráticas para a cultura é uma pré-condição para a dar à produção de indicadores culturais a relevância que ela merece. Em suma: indicadores são ingredientes responsáveis, para se usar sem medo! (DURAND, 2013, p. 145)

Indicadores que sirvam de referência à compreensão da cultura, que sirvam de experiências culturais e que demonstrem a sua atuação efetiva são necessários. Para Silveira e Fernandes (ZARDO, 2005, p. 30), “a cultura gera um processo criativo com alto potencial para contribuir com o crescimento econômico e notoriamente influencia no estilo de vida dos grupos sociais”, e acrescentam ainda que “o investimento na cultura é certamente um dos caminhos seguros para desenvolvimento socioeconômico.” Há de se atentar para o poder de transformação íntima do cidadão que colabora para a sua mudança de comportamento, agindo, por consequência, em prol da humanidade.

Não nos damos conta, de fato, de que a literatura e os saberes humanísticos, a cultura e a educação constituem o líquido amniótico ideal no qual podem se desenvolver vigorosamente as ideias de democrática, liberdade, justiça, laicidade, igualdade, direito à crítica, tolerância, solidariedade e bem comum. (ORDINE, 2016, p. 35)

Talvez um pensamento romântico sobre o seu papel na vida, mas que, efetivamente, se instala para demonstrar que o investimento na cultura, compensa em todos os sentidos, sejam eles na educação, na segurança, no bem-estar, na saúde e no meio ambiente. Como afirma Durand (2013, p. 165): “Em suma, a cultura pode ser o caminho por onde rever as reestruturações de todo o sistema econômico.” Ela gera emprego, movimenta a economia, dá lucro, e atinge o senso moral e ético do cidadão.

Assim afirmou recentemente Luiz Carlos Bohn, presidente do Sistema Fecomércio do RS/SESC/SENAC, quando tratou sobre a importância da realização de eventos culturais como o Festival Internacional SESC de Música para a movimentação do cenário econômico de um lugar dizendo que “é a vida que gira, a cultura que se dissemina e a economia que se movimenta”⁵. O Festival está na sua 8ª edição e vem crescendo a cada ano. Uma pesquisa elaborada pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turístico de Pelotas, cidade anfitriã, comprovou um notável aumento no setor de alimentação, no comércio e na hotelaria durante o período do festival o que foi muito satisfatório para a cidade.

2.3.3 Gestão cultural

Um importante olhar em termos de cultura, economia da cultural, indústria cultural e bens simbólicos necessita de relevante, séria, generosa e justa ação: a gestão cultural. Para Cunha (2007, p. 125), citando Martinell (2003, p. 6):

O conceito de gestão cultural (do turismo, do meio ambiente, dentre outros) está incorporado aos mais novos setores da vida social contemporânea, portanto, “es um concepto de profesionalidad que se puede caracterizar por los siguientes capacidades genéricas: capacidade de establecer una estrategia y política de desarrollo de una organización; capacidad de definir uns objetivos y finalidades a desarrollar; capacidad de combinar los recursos disponibles: humanos, economicos, materiales, etc.; capacidad de aprovechar las oportunidades de su entorno; capacidad de desarrollar un conjunto de técnicas para el buen funcionamiento de una organización; capacidad de relación con o exterior; capacidad de adaptares a las características del contenido y sector profesional de su encargo.

É a ação de um profissional que atenda os anseios da sociedade e que conceba estratégias e políticas de desenvolvimento, otimizando os recursos disponíveis para o funcionamento do setor. É a capacidade de reunir esforços para um bem comum. Além do mais:

Políticas públicas de Turismo, a exemplo das políticas culturais – ou também como uma política cultural -, demandam o que vamos denominar de políticas de difusão turística, que sensibilizam comunidades a autoridades locais, de que o Turismo não é

⁵ BOHAN, Luiz Carlos. **A Economia que gira pela música**. Disponível em: <<https://www.sesc-rs.com.br/noticias/artigo-economia-que-gira-pela-musica/>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2018.

apenas uma atividade econômica, mas que se deslocar para fora de suas rotinas espaço-temporais é uma necessidade humana. (GASTAL; MOESCH, 2007, p. 42-43)

O gestor cultural, para Nirvana Marino, militante da cultura, é agente multiplicador de conhecimento e sensibilização; a postura do gestor cultural é estar atento para como efetivá-la. É parte do processo de propagação de elementos de uma cultura para outra, através da qual se fortalecem as políticas públicas.

Difusão exige processos de reflexão. Dito isso, afirmamos que em todo e qualquer incentivo público – à criação, produção, circulação, reflexão – é imprescindível reforçar que nosso fazer está imerso na política do sensível, em sua partilha, na responsabilidade de compreender o conjunto de aspectos que deságuam na difusão (SÃO PAULO, 2012, p. 102).

A gestão cultural para o turismo se propõe a buscar estratégias de inserção no mercado de trabalho, assim como de abordagem humana para sensibilização, num papel educacional e colaborativo, não importando, nesse caso, se essa figura atuante é a de um gestor ou de um produtor cultural, nem se é público ou privado. Obviamente que o gestor público tem o papel fundamental de amparar ações que visem aos interesses coletivos, assim como a educação tem um papel indispensável no desenvolvimento de sensibilidades que permitem a fruição das artes. O processo educativo contribui consideravelmente para a transmissão de valores culturais de uma geração à outra. Para Cunha (2007, p. 118), ao tratar da figura dos gestores e dos produtores culturais, apesar de uma similaridade entre suas funções, elas possuem uma grande tarefa, cada qual com suas singularidades:

A indefinição do termo entre produtor e gestor cultural não é só uma questão de nomenclatura, mas tem se tornado um tema relevante, pois passou a ser uma discussão, como visto, de posicionamento do próprio mercado de trabalho. O que difere um produtor de um gestor cultural? Essa diferenciação é uma ação ou o reflexo da realidade vivida por esses profissionais que, diante da complexificação das relações de trabalho, deparam com esse questionamento, no qual o produtor tem sido colocado, como um profissional mais executivo e gestor no âmbito das ações mais estratégicas. No entanto, apesar de serem identificadas como duas profissões diferentes, elas se confundem em relação à ocupação de espaços de atuação no mercado cultural e, principalmente, aos saberes desenvolvidos em cada profissão, coexistindo, ao mesmo tempo, no mercado de trabalho.

Ainda, segundo a mesma pesquisadora:

Como gestor no campo da cultura, tende a desenvolver sua sensibilidade artística, articulando-a a um caráter mais prático, voltada para ações objetivas e estratégicas de atuação, tanto no setor público quanto na iniciativa privada e no terceiro setor, o que exige uma formação multidisciplinar e generalista. (CUNHA, 2007, p. 126)

Portanto, a necessidade de conexão com outras áreas de conhecimento, além de articulações são imprescindíveis. O turismo e a cultura devem demonstrar a sua atuação em

conjunto com reflexo em todos os setores, sejam eles, sociais, econômicos, jurídicos, políticos e ambientais, independente da sua amplitude geográfica, e se de atuação no âmbito regional ou internacional. Maria Helena da Cunha traz a profissão, ainda que em formação, para o contexto atual e demonstra que essa sensibilidade à politização da cultura, à ampliação do mercado de trabalho e ao consumo, é que fez surgir os novos profissionais que atuam na gestão cultural. E que é a partir deles que os bens culturais serão valorizados e garantirão o seu espaço, como bem identificado como vetor da mudança na educação, na saúde e na segurança:

O contexto contemporâneo é o cenário no qual os gestores culturais atuam e buscam o seu reconhecimento profissional. Neles se encontra o material de análise para que se possa apreender o significado e as consequências dessa diversidade e pluralidade de sujeitos. Assim, podemos afirmar que esse processo de mudanças da sociedade contemporânea, associada à globalização, à politização da cultura, à ampliação do mercado de trabalho, ao consumo, é que fez surgir os novos profissionais que atuam na gestão cultural. (CUNHA, 2007, p. 133)

Portanto, a cada momento, cresce o mercado de trabalho que envolve a cultura, a economia se desenvolve ascendentemente e o profissional da cultura passa a ter um papel cada vez mais importante na sociedade: o de criar e gerenciar meios para contribuir para o processo de sensibilização. As políticas públicas a serem feitas são para o crescimento dos cidadãos, para a educação do povo e desenvolvimento de um local. Não basta ter cultura apenas para alguns. Ela deve ser ampla, democrática e descentralizada para atingir a todos independentemente de classe social, preferências ou diferenças.

Uma verdadeira política de democratização cultural, portanto, precisa investir na diversidade, estimular o fortalecimento da identidade de cada grupo social e ampliar as possibilidades de escolha. A abertura de oportunidades para que cada cidadão possa expressar sua visão de mundo é um bom caminho para o desenvolvimento de seu espírito crítico e, conseqüentemente, para a ampliação da base de público no Brasil. (AVELAR, 2013, p. 170)

O que torna a ação uma política pública é ela ser pensada para todos, seja ela tanto uma iniciativa pública como privada. Ainda que custeada, é fundamental que se pense em políticas de acessibilidade para tanto.

A manifestação cultural torna-se um bem fundamental quando acessível a todos. Numa realidade social como a do Brasil é fundamental inserir ou identificar a produção cultural com ações comunitárias, não apenas como processo de construção da marca cultural e seus parceiros, mas também como parte do processo de sensibilização e formação de novos públicos consumidores de cultura. (BRANT, 2002, p. 33)

Isso porque o consumo só se dá a partir do acesso iniciado pela sensibilização e pela formação, sem os quais não se constrói o processo. E sim, a partir daí, pode-se falar em políticas culturais como uma rede que reproduz resíduos de natureza artístico-culturais e que,

posteriormente, possibilita, multiplicadores da formação. Durand (2013, p. 147) explica que “inclusão social, pluralidade e diversidade são hoje virtudes louvadas na política cultural brasileira.” A cultura traz valores de base para a educação e a cidadania que se desdobra em finalidade para a gestão.

3 PERCURSO INVESTIGATIVO

A pauta deste estudo surgiu a partir de algumas inquietações, dúvidas e ideias que levaram o pesquisador a investigar um caminho científico para a relação da Orquestra Sinfônica da UCS com o turismo na cidade de Caxias do Sul, e a possibilidade de servir como base de avaliação para outras pesquisas que permeiam esse mesmo ambiente empírico: o do turismo cultural.

Inicialmente, embora sem saber o que se alcançaria, ou se geraria alguma frustração quanto ao seu objeto, o estudo demonstrou-se pertinente ao momento atual por se tratar de um ente artístico-cultural musical estável como um possível meio de qualificar o turismo cultural local, envolvendo o turista e o cidadão, e indicando sua atuação como um novo lugar turístico.

A pesquisa foi desenvolvida a partir da reunião de bibliografia pertinente ao tema proposto e, posteriormente, com aplicação de questionários a determinados músicos que participaram tanto como titulares quanto como convidados nos concertos da Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul em um dado período.

3.1 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Para a coleta dos dados, no primeiro momento foi utilizada a pesquisa bibliográfica em livros, periódicos, revistas, artigos e materiais online, para que, de forma exploratória, se construísse teoricamente os termos de cultura e gestão cultural, música sinfônica, turismo cultural, formação de plateia, como apresentados no capítulo anterior, e que servisse como um roteiro de base instrutório para o estudo empírico que, por sua vez, se utilizou de entrevista como instrumento.

De setembro a novembro de 2017, foram enviados questionários, de forma virtual, com perguntas abertas e fechadas, em português e inglês, a 58 sujeitos, músicos titulares e convidados que atuaram na Orquestra Sinfônica da UCS entre 2016 e 2017, maestros e instrumentistas, sendo eles locais, regionais, brasileiros e estrangeiros, dentre homens e mulheres, de diferentes formações e idades.

A análise teve como proposta metodológica de pesquisa o Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) desenvolvido por Lefèvre e Lefèvre (1990), e propôs a sua aplicação nas falas dos referidos participantes com o intuito de gerar um discurso ideológico coletivo, a partir dos objetivos apresentados a seguir.

A natureza da pesquisa bibliográfica exploratória é qualitativa, e o resultado apresenta dados que determinam uma fala única dos respondentes a partir do material descritivo bruto

coletado por meio virtual, e que, por ora, passa a desenhar uma representação social sobre o tema.

3.1.1 Problema e Objetivos

Considerando o objeto de pesquisa *A Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul e o turismo cultural em Caxias do Sul-RS*, o principal problema que é posto neste estudo é o da possibilidade de atuação da Orquestra Sinfônica como vetor turístico na cidade. A partir dele, organizou-se uma pesquisa que se ocupou em entrevistar pessoas, analisar suas falas a respeito do tema e relacionar percepções para situar o leitor tanto geográfica como teoricamente sobre o assunto.

Assim, como objetivo geral, propôs-se compreender a potencialidade da Orquestra Sinfônica da UCS na qualificação do turismo cultural na cidade de Caxias do Sul sob opinião de alguns músicos que atuaram com o grupo dentre 2016 e 2017.

Buscou-se, para tanto, relacionar a Orquestra e a música de concerto, trazendo suas aproximações com o turismo na cidade.

Como objetivos específicos, foram elencados:

- a) Contextualizar teoricamente o turismo cultural, a cultura e a gestão cultural para elucidar o tema proposto;
- b) Descrever o cenário cultural e artístico na cidade de Caxias do Sul destacando a trajetória e a atuação da Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias neste contexto;
- c) Analisar e compreender a opinião dos músicos instrumentistas e maestros titulares e convidados da Orquestra Sinfônica da UCS entre os anos de 2016 e 2017 sobre a atuação artístico-cultural do grupo como meio de promoção de um destino turístico;
- d) Identificar as possíveis contribuições da Orquestra Sinfônica através de suas atividades musicais como atrativos do turismo em Caxias do Sul.

Portanto, observando conceitos e referências sobre cultura, turismo cultural e gestão cultural, avaliou-se a opinião de alguns músicos por um questionário *online*, para perceber qual a relação existente entre o turismo e a música erudita, se a Orquestra tem lugar nessa perspectiva de atuação, e se realmente tem efeito enquanto turismo cultural na cidade estudada.

Quadro 1: Síntese da pesquisa

A Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul e a música erudita, e a sua relação com o turismo na cidade de Caxias do Sul – RS.

Possibilidade da Orquestra Sinfônica da UCS contribuir na qualificação do turismo cultural na cidade de Caxias do Sul sob a opinião de alguns músicos que atuam ou atuaram com o grupo dentre 2016 e 2017.
--

OBJETIVO	PALAVRA-CHAVE	QUE DADOS BUSCAR POR QUÊ?	COMO BUSCAR
Contextualizar teoricamente turismo cultural, cultura e gestão cultural para elucidar o tema proposto;	- Turismo Cultural - Cultura - Gestão Cultural	Contextualizar, conceituar, relacionar e conectar a cultura e o turismo para que estabelecer suas afinidades e importância do presente estudo.	Revisão bibliográfica
Descrever o cenário cultural e artístico na cidade de Caxias do Sul destacando a trajetória e a atuação da Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias neste contexto;	- Cenário cultural e artístico - Caxias do Sul - Orquestra Sinfônica da UCS	Analisar Caxias do Sul e a Orquestra Sinfônica da UCS.	Revisão bibliográfica
Levantar e analisar a opinião dos músicos instrumentistas e maestros titulares e convidados da Orquestra Sinfônica da UCS entre os anos de 2016 e 2017 sobre a atuação artístico-cultural do grupo como meio de promoção de um destino turístico;	- Opinião - Músicos titulares e convidados	Analisar a opinião dos músicos convidados.	Pesquisa empírica e revisão bibliográfica
Considerar uma possível contribuição da Orquestra Sinfônica e de sua atividade musical para qualificar o turismo em Caxias do Sul;	- Contribuição artística da Orquestra - Qualificação do turismo na cidade	Buscar dados e informações que afirmem ou não a Orquestra Sinfônica da UCS como um importante atrativo turístico.	Pesquisa empírica e entrevista com aplicação de questionário

3.1.2 Discurso do Sujeito Coletivo (DSC)

O Discurso do Sujeito Coletivo surgiu como proposta metodológica em meados dos anos 1990, por Lefrève e Lefrève, para ser aplicado em estudos na área da saúde como alternativa para as pesquisas de opinião⁶. A proposta é de ouvir, transcrever e aceitar a expressão do pensamento individual sobre determinado objeto, para, a seguir, destacar as expressões-chave e ideias centrais do tema, e consolidar um pensamento único, em um discurso que indique uma opinião coletiva.

Trata-se de um método que transita entre o quantitativo e o qualitativo. Portanto, considera-se o colocado por Godoy (1995, p. 20): “a abordagem qualitativa, enquanto exercício

⁶ (...) O discurso do sujeito coletivo, como técnica de processamento de depoimentos, consiste em reunir, em pesquisas sociais empíricas, sob a forma de discursos únicos redigidos na primeira pessoa do singular, conteúdos de depoimentos com sentidos semelhantes. Disponível em: <https://bdpi.usp.br/bitstream/handle/BDPI/12904/art_LEFEVRE_Discurso_do_sujeito_coletivo_complexidade_e_auto-organizacao_2009.pdf?sequence=1>. Acesso em: 12 de janeiro de 2017.

de pesquisa, não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada, ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques”. Já a abordagem quantitativa, invoca a concentração dentro dos limites que foram estabelecidos, resultando em uma abordagem mais numérica, gráfica e, portanto, em princípio, considerada como mais objetiva.

O “DSC é, assim, uma estratégia metodológica que, utilizando uma estratégia discursiva, visa tornar mais clara uma dada representação social, bem como o conjunto das representações que conforma um dado imaginário”. (LEFRÈVE; LEFRÈVE, 2003, p. 19)

É um modelo utilizado para perceber e analisar a opinião das pessoas sobre determinado assunto, inclusive no posicionamento ideológico dos envolvidos.

O DSC se propõe a ser uma ponte entre o conhecimento científico e o senso comum, visando reconstruir o pensamento coletivo. Nas perspectivas da sociologia do conhecimento e da psicologia do senso comum, o pensamento coletivo dá acesso ao saber produzido no dia a dia, habilitando todos a lidarem com os problemas rotineiros. (GONDIM; FISCHER, 2009, p. 15)

Portanto, o Discurso do Sujeito Coletivo utiliza a fala dos músicos participantes para a produção do conhecimento científico viabilizando a opinião dada a partir da opinião de certas pessoas para a construção do estudo. Os idealizadores da metodologia destacam que,

[...] É importante frisar que muitas pesquisas qualitativas, apoiadas em pressupostos sociológicos, trabalham num espaço denominado “campo”, são identificáveis como uma categoria na medida em que, segundo Bourdieu, detém *habitus* e representações semelhantes, que se traduzem em determinadas práticas sociais e modalidades de discursos que as expressam.” (LEFRÈVE; LEFRÈVE, 2000, p. 15)

Feita a abordagem, nesse caso pelo questionário online, é preciso organizar as falas individuais para que expressem o pensamento coletivo, a partir de trechos, das expressões-chave e das ideias centrais, buscando-se depois a ancoragem e o discurso do sujeito coletivo propriamente dito, para a construção da fala comum que deverá validar, ou não, o problema de pesquisa e os objetivos traçados.

As expressões-chave demonstram as descrições literais de partes dos depoimentos, representativas das ideias centrais e da ancoragem. As ideias centrais podem ser entendidas como as afirmações dos sujeitos que traduzam o essencial do conteúdo da proposta de pesquisa. É um nome ou uma expressão que revela da forma mais aproximada possível, o sentido dos discursos analisados. A ancoragem, por sua vez, é o alicerce que o discurso tem em pressupostos, teorias, conceitos, hipóteses, ideologias, encontrando-se nele, traços linguísticos identificadores. O discurso do sujeito coletivo é o discurso síntese redigido na primeira pessoa do singular composto pelas expressões-chave dos relatos e que têm a mesma ancoragem ou ideias centrais.

A presença, nesse caso, de algumas questões abertas, apresenta uma maior possibilidade de revelar pensamentos de um senso comum. A partir das palavras e expressões utilizadas é possível identificar as categorias que são determinantes para darem conta da cientificidade do problema. Segundo Lefrève e Lefrève (2003, p. 20), “em síntese, é como se o discurso de todos, fosse o discurso de um”. Portanto, a ideia é identificar se há uma opinião majoritária sobre a relação da música erudita com o turismo além da possibilidade da Orquestra Sinfônica da UCS ser um atrativo interessante ao *trade* turístico local.

No campo da saúde (e, é claro, também fora dele), resultados inesperados deste diálogo ou “triálogo” de explicações entre discurso e metadiscurso propiciado pelo DSC podem surgir, opondo, dialeticamente, sujeitos portadores de metadiscursos e sujeitos portadores de discursos, ou seja, ciência (metadiscurso científico) e senso comum (discurso do senso comum), perspectiva técnica e perspectiva leiga, médico e paciente, usuário de serviço e profissional, consumidor e sujeito de direito e tantas outras oposições ou contradições, propiciando a emergência da complexidade sob a forma de sínteses inéditas desta tensão epistemológica e sociológica que apontem para o diferente e, conseqüentemente, para a transformação social. (LEFRÈVE; LEFRÈVE; MARQUES, 2009, p. 1203)

A ideia é que o resultado dessa pesquisa, a partir do trabalho de um notável e talentoso corpo artístico, sirva de norte para possibilidades futuras nos campos da cultura e do turismo, para que assim, se tenha mais possibilidades de lazer, entretenimento, arte, cultura e, principalmente, de desenvolvimento social e econômico na cidade de Caxias do Sul a partir da valorização do turismo cultural local.

3.1.3 Formação do Corpus – O Instrumento de Pesquisa

Lefrève e Lefrève (2003, p. 34) ensinam que “uma vez processadas pela técnica do DSC e transferidas em ideias centrais, expressões chave, ancoragens e, finalmente, o Discurso do Sujeito Coletivo, essas qualidades passam a permitir e até requerer tratamento quantitativo”, identificando quantos tem a mesma opinião (ou não) sobre determinado assunto.

Para resgatar as representações sociais almeçadas, o pesquisador deve atentar para a escolha dos sujeitos, a elaboração do roteiro das perguntas, o ambiente eleito para a realização e a forma de abordagem dos sujeitos.

As perguntas, de acordo com Lefrève e Lefrève (2003, p. 43), devem ser elaboradas pensando em levar o entrevistado à produção de um discurso; a responder com exatidão àquilo que o pesquisador está investigando; em levar o entrevistado a responder aquilo que pensa e não o que o entrevistador tem em mente; em ser apropriada e compreendida pelo sujeito entrevistado; e finalmente, em serem testadas previamente em sujeitos equivalentes aos da pesquisa proposta, o que não é uma tarefa tão simples assim.

Considerando o objeto, a investigação da presente pesquisa teve ênfase em um número relativamente reduzido de amostras, mas com aptidão a identificar falas coletivas sobre o assunto. Preliminarmente, pensou-se em entrevistar o público turista presente nos concertos da Orquestra eleita, o que foi feito em duas ocasiões com ajuda de outros pesquisadores no final de 2016. Porém, durante o processo, percebeu-se que, para identificar os turistas – cidadãos ou viajantes – presentes, todos, ou a sua maioria, tinham que ser abordados, o que tornou o meio inviável para a pesquisa.

Posteriormente, então, decidiu-se direcionar a entrevista àqueles que estão ou estiveram envolvidos diretamente ao fazer artístico da Orquestra Sinfônica da UCS, e que, portanto, teriam capacidade de enriquecer o estudo através de suas experiências e opiniões, para se formular o discurso coletivo, até então, visto como suposição ou hipótese.

O instrumento de pesquisa (Apêndice I) foi previamente testado com três músicos titulares da Orquestra o que levou a pesquisadora a duas alterações substanciais: uma, a de tomar a decisão de entrevistar também músicos titulares (já que se tinha a ideia de realizar somente com convidados), e outra, a de alargar o campo de análise incluindo questões emergentes que envolvem a globalização e a internet, percebidas como agentes na atual carreira de músico, como se verá nas páginas subsequentes.

A partir disso, o questionário foi enviado a todos os 58 músicos titulares e convidados que trabalharam com a Orquestra Sinfônica da UCS entre 2016 e 2017. O instrumento compunha-se de perguntas abertas e fechadas encaminhadas por correspondência eletrônica (e-mail), e que fora estruturado com base: na atual conjuntura da Orquestra e da cidade de Caxias do Sul; em sujeitos que detinham propriedade para falar sobre o assunto, músicos titulares e convidados; em ferramentas compatíveis com a natureza da pesquisa – opiniões, contextos e teorias; nos objetivos propostos (supracitados); e na revisão bibliográfica adotada, que envolveu livros, periódicos, artigos, dissertações, revistas, sites e blogs.

A proposta visou atender principalmente ao proposto no objetivo maior em relação ao que tange à percepção dos músicos que atuaram na Orquestra Sinfônica da UCS sobre a possibilidade do grupo contribuir na oferta turístico-cultural da cidade de Caxias do Sul, analisando, ainda, como os respondentes veem a Orquestra Sinfônica da UCS, como vislumbram a relação da música sinfônica com o turismo na atualidade, como foram suas vivências envolvendo o turismo cultural, e como foram as suas experiências na cidade de Caxias do Sul.

A interpretação dos dados coletados foi realizada com base na análise proveniente do discurso dos 35 músicos que responderam dentro do prazo estipulado de setembro a novembro

de 2017, independente do seu ofício na Orquestra, hierarquia, gênero, ou idade sob a perspectiva da relevância da atuação da Orquestra Sinfônica para a cidade e da possibilidade de ser integrada a propostas turísticas, foco central do estudo.

Para a reunião das expressões-chave elegeu-se o critério da relação do turismo com a música na cidade escolhida, em que foram selecionados fragmentos de respostas, ou quando muito sucintas, respostas inteiras, que traziam alguma aproximação das perguntas propostas com os objetos: Orquestra Sinfônica da UCS e Turismo Cultural.

As ideias centrais foram trazidas para análise com base no critério de palavras repetidas e que representassem alguma contribuição para o estudo, desconsiderando opiniões irrelevantes para o tema. Elegeu-se como ideias centrais: música, turismo, experiência, atração/atrativo, vivência e público/plateia/turista, globalização, importância e internet.

Para a ancoragem, o critério foi a relação das falas com o referencial teórico do capítulo 2 no que tange ao turismo cultural, viagens, cultura, música, formação de público/plateia, Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul, e a própria cidade escolhida.

Por fim, no Discurso do Sujeito Coletivo elaborado pelas falas dos músicos respondentes, o agrupamento das ideias foi realizado tendo como base uma fala lógica e que apresentasse, realmente, uma representação social. Os dados obtidos como expressões-chave e ideias centrais foram tabulados, conforme orientação do procedimento metodológico escolhido, e encontram-se no apêndice II desta dissertação. A ancoragem e o DSC em si, são apresentados na sequência do procedimento metodológico para seguir numa linha lógica ao cumprimento dos objetivos almejados.

4 POTENCIAL TURÍSTICO DE CAXIAS DO SUL E A ORQUESTRA SINFÔNICA DA UCS

Caxias do Sul localiza-se no sul do Brasil, integrando a região turística da Serra gaúcha⁷. Tem aproximadamente 470 mil habitantes⁸, uma área de 1645,82 km², Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de 0,782⁹, em 2010, e uma renda per capita de R\$ 1.253,93 (2010), atingindo um crescimento de 69,26% nas últimas duas décadas, uma vez que, em 1991, a renda era de R\$ 740,85¹⁰. A cidade destaca-se pela sua produção artística, o que muito se deve a presença, há quase 20 anos, da Secretaria Municipal da Cultura com gestão independente e uma rubrica própria de cerca de 3% do orçamento do poder executivo. Importante, também, pela existência (a) da Lei Municipal de Incentivo à Cultura por renúncia fiscal do Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza (ISSQN) e Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU), em que 1,5% deles são destinados para os projetos culturais via captação de recursos; e (b) do Financiamento à Arte e à Cultura Caxiense (Financiarte), em que 1% de ISSQN e IPTU são destinados para projetos contemplados, como prêmio, de forma direta, sem necessidade de captação em empresas.

Possui corpos artísticos estáveis como a Orquestra Municipal de Sopros, o Coro Municipal, a Cia. Municipal de Dança (contemporânea), mantidos pela municipalidade, além da Orquestra Sinfônica, no âmbito da Universidade de Caxias do Sul. Acrescente-se outras

⁷ A região do Corede Serra é composta por 32 municípios de Rio Grande do Sul: Antônio Prado, Bento Gonçalves, Boa Vista do Sul, Carlos Barbosa, Caxias do Sul, Coronel Pilar, Cotiporã, Fagundes Varela, Farroupilha, Flores da Cunha, Garibaldi, Gabiju, Guaporé, Montauri, Monte Belo do Sul, Nova Araçá, Nova Bassano, Nova Pádua, Nova Prata, Nova Roma do Sul, Paraí, Protásio Alves, Santa Tereza, São Jorge, São Marcos, São Valentim do Sul, Serafina Corrêa, União da Serra, Veranópolis, Vila Flores, Vista Alegre do Prata e Pinto Bandeira. (BRASIL, Governo do Estado do Rio Grande do Sul, **Plano estratégico de Desenvolvimento da Região do Conselho Regional de Desenvolvimento da Serra**. 2010, p. 27-28). O Corede Serra está localizado na região nordeste do estado do Rio Grande do Sul, possui uma área de 6.947,5 km² e uma população de 926.374 habitantes em 2014, que corresponde a 8,2% da população do Estado, sendo que 88,8% vivem na zona urbana e 11,2% vivem na zona rural. Caxias do Sul representa 49,37% do Corede Serra. Sua densidade demográfica é de 244,6 (habitantes/m²), sendo que 92,1% desses habitantes residem no perímetro urbano. Caxias do Sul também se destaca por ser um importante polo metal-mecânico do Brasil e um dos maiores da América Latina. O município possui um variado parque industrial e um comércio rico e dinâmico. (BRASIL, Governo do Estado do Rio Grande do Sul. **Conselho Regional de Desenvolvimento do COREDE Serra: 2015-2030**, 2017, p. 20).

⁸ WIKIPÉDIA. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Caxias_do_Sul>. Acesso em: 25 de setembro de 2016.

⁹ IBGE. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=430510&idtema=118&search=rio-grande-do-sul|caxias-do-sul%C3%8Dndice-de-desenvolvimento-humano-municipal-idhm->>>. Acesso em: 22 de março de 2017.

¹⁰ ATLAS BRASIL. Disponível em: <http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/caxias-do-sul_rs>. Acesso em: 28 de março de 2017.

pequenas orquestras, alguns coros e grupos de dança e teatro, além da presença de Curso de Artes, de Design e de Moda, e de Dança junto a mesma Universidade.

Com base em dados do IBGE, de todos os municípios brasileiros, em 2006, Caxias do Sul ficou em primeiro lugar no Índice de Gestão Municipal em Cultura, apurado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA/IBGE. (CAXIAS DO SUL, 2012, p. 9). Em 2008, Caxias recebeu o título de Capital Brasileira da Cultura (CBC), projeto implantado em 2004, com sede em São Paulo, a partir do já existente Capital Americana da Cultura (CAC), que previa eleger, anualmente, a partir de 2006, uma cidade do interior do território brasileiro como referência cultural do país. A primeira eleita foi Olinda (PE), em 2006; a segunda, São João Del Rei (MG), em 2007; e a terceira, Caxias do Sul.¹¹ O processo se deu a partir de uma mobilização da Prefeitura Municipal, sociedade civil, entidades e instituições locais públicas e privadas empenhadas em demonstrar a realidade cultural da cidade na época.

O estado do Rio Grande do Sul, por sua vez, além de outros *corpus* artísticos, possui duas Orquestra Sinfônicas profissionais, a Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (OSPA) e a da UCS, esta última, objeto do estudo em tela.

4.1 A ORQUESTRA SINFÔNICA DA UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

Como é sabido, a Orquestra Sinfônica da UCS (OSUCS) propõe-se a um trabalho vigoroso de música erudita e, como o próprio nome da já diz, com uma formação sinfônica¹². O seu trabalho também perpassa pela música popular, como ampliação de suas atividades na incansável busca pela formação de público.

Possui um nível técnico e artístico equiparado a grandes orquestras internacionais e é reconhecida pela cidade e pelo estado do Rio Grande do Sul como um bem imaterial cultural local. Em novembro de 2018, a Orquestra completa dezoito anos de existência com uma significativa trajetória, tanto para a Universidade, como para Caxias e região, tendo recebido

¹¹ Wikipedia. **Capital Brasileira da Cultura**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Capital_Brasileira_da_Cultura>. Acesso em: 25 de setembro de 2016.

¹² Uma orquestra é um agrupamento instrumental utilizado geralmente (mas nem sempre) para a execução de música de concerto. [...] As orquestras completas, dá-se o nome de *orquestras sinfônicas* ou *orquestras filarmônicas*; embora esses adjetivos não especifiquem nenhuma diferença no que toca à constituição instrumental ou ao papel da mesma, podem revelar-se úteis para distinguir orquestras de uma mesma localidade. Na verdade, esses adjetivos denotam a maneira que é sustentada a orquestra. Não há nenhuma diferença, nos dias de hoje, entre sinfônica e filarmônica. Antigamente a orquestra sinfônica levava este nome por ser mantida por uma instituição pública, e a orquestra filarmônica era sustentada ou apoiada por uma instituição privada, mas hoje este conceito tem mudado e não há diferença. (WIKIPEDIA. **Orquestra Sinfônica**. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Orquestra>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2018).

em 2014, o prêmio Referência Educacional da 20ª edição do Prêmio Líderes & Vencedores, conferido pela Assembleia Legislativa do Estado do RS e Federasul.

A OSUCS lançou em 2014 o seu primeiro CD independente com a participação da pianista, primeira aluna laureada da Universidade, Olinda Allessandrini; em 2015, seu primeiro DVD, com a participação da Cia. Municipal de Dança, da Secretaria da Cultura – Prefeitura de Caxias do Sul; e, em dezembro de 2017, o seu segundo CD, também com a participação da renomada musicista Olinda Allessandrini. Programa para novembro de 2018, a apresentação de sua primeira Ópera, *Cavalleria Rusticana*, de Pietro Macagni.

Seria interessante lembrar que a orquestra sinfônica não nasceu pronta. Como organização, comportou uma evolução histórica até assumir o tamanho, formato e características que hoje possui. A orquestra sinfônica atual é um produto do romantismo e do romantismo tardio. Seu início deu-se com pequenos conjuntos que vieram do barroco e, ao longo dos séculos XVIII e XIX, foram aumentando pelo acréscimo de instrumentos, o que levou também ao aumento da complexidade. (BERTERO, 2001, p. 84)

O mesmo autor afirma ainda que:

Hoje as orquestras também sofrem o impacto de uma sociedade em rápida mudança, o que traz confusão, desgoverno e contradições. Se empresas podem perecer porque se apegam a produtos, mercados, tecnologias, formatos organizacionais e modos de gestão que não mais funcionam, orquestras igualmente padecem exatamente dos mesmos riscos. Orquestras podem apegar-se a repertórios que, por mais consagrados que sejam, acabam gerando um certo efeito de monotonia e repetição. (BERTERO, 2001, p. 85)

A Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias imprime em seu currículo uma longa trajetória, sempre preocupada com o crescimento cultural institucional e regional. Iniciou suas atividades em outubro de 2001, com um Concerto no dia 22 de novembro, e desde então, busca fomentar a música erudita para contribuir no desenvolvimento cultural dos indivíduos, com vistas no resultado coletivo, agindo em prol da construção de uma sociedade culta.

[...] Nasceu da incorporação, pela UCS, da Orquestra de Concertos de Caxias do Sul, mantida pela, então, Sociedade de Cultura Musical. Passa a integrar os vários programas que a Universidade possui em prol da formação artístico-cultural da cidade e da região, mas em especial, atuar num ambiente sensível, ético e estético no intuito da formação completa dos cidadãos, como seres capazes, enlevados e contemporâneos. Teve sua estreia, de fato, no dia 22 de novembro de 2001, no UCS Teatro, sob a batuta do maestro convidado Claudio Ribeiro, com a Sinfonia nº 40, do compositor Wolfgang Amadeus Mozart na primeira parte do concerto; e com o som do acordeão de Renato Borghetti entrando no palco para mesclar a cultura da música gaúcha ao eruditismo do som da Orquestra, na segunda parte. (REVISTA DA ORQUESTRASINFÔNICA DA UCS, 2017, p. 7)

Inicialmente, a ideia é que a Orquestra Sinfônica não tivesse um maestro residente, e os regentes seriam convidados de acordo com o repertório de cada concerto. Porém, com o maestro Manfredo Schmiedt foi diferente.

Em março de 2002, o Maestro Manfredo Schmiedt é convidado para reger um concerto, e a partir daí, passa a integrar permanentemente o quadro de funcionários da OSUCS. Desde então, a Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul – OSUCS – tem coordenação geral de Moacir Lazzari, direção artística de Manfredo Schmiedt e conta com 40 instrumentistas. Tem programas fixos significativos de concertos na cidade e no estado, fazendo turnês com repertórios eruditos e populares. (REVISTA DA ORQUESTRA SINFÔNICA DA UCS, 2017, p. 7)

Sua estrutura é formada pela coordenação artística, por uma equipe produção e apoio, e pelos músicos, distribuídos entre cordas, madeiras, metais, percussão e piano, e suas atividades são planejadas com a finalidade de estabelecer um papel educativo e social, afinadas com as diretrizes da instituição Universidade de Caxias do Sul. Atua sempre fomentando a cultura, a difusão artística com ações de acesso à música de concerto, e o intercâmbio com maestros, solistas e grupos convidados, nacionais e estrangeiros.¹³ (UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL, 2017)

Possui atualmente, quarenta e oito funcionários ligados à Universidade, um coordenador que também atua como coordenador do Setor de Desenvolvimento Cultural da Universidade, um diretor artístico e maestro, um regente assistente, um *spalla*, uma regente do Coro da UCS, cinco coordenadores de naipes (cordas agudas, cordas graves, madeiras, metais e percussão) – também músicos instrumentistas da Orquestra –, trinta e oito músicos (seis primeiros violinistas, cinco segundos violinistas, quatro violistas, quatro violoncelistas, dois contrabaixistas, um pianista, dois flautistas, dois oboístas, dois clarinetistas, dois fagotistas, dois trompistas, dois trompetistas, dois trombonistas, um percussionista), um analista de relações com o mercado, um auxiliar administrativo, um inspetor, um arquivista, dois montadores e uma secretária.

Vale salientar que o maestro e diretor artístico, o já referido Maestro Manfredo Schmiedt, possui vasto conhecimento na área sendo reconhecido em todo o país. Com Mestrado em Regência pela Universidade da Geórgia (EUA) e Graduação em Regência pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Manfredo participou de cursos de regência na Alemanha, na Holanda, na Argentina, nos Estados Unidos e no Brasil onde estudou com renomados maestros. Rege também, atualmente, o Coro Sinfônico da OSPA.

¹³ UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL. **ORQUESTRA SINFÔNICA DA UCS**. Disponível em: <<http://www.ucs.br/site/orquestra-sinfonica-da-ucs/apresentacao/>>, acesso em: 25 de setembro de 2016.

Vale salientar que a Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias, transita por diversos ambientes, desde o erudito até o popular:

Já recebeu solistas convidados como Toquinho, Osvaldo Montenegro, Nei Lisboa, Renato Borghetti, Quinteto Villa-Lobos e a banda HardRockers; além do solista russo radicado na França, Guigla Katsarava, do oboísta da Filarmônica de Berlim, Christoph Hartmann; do violinista e *spalla* da OSESP, Emmanuele Baldini; e de muitos outros grandes maestros e solistas de diversos lugares do Rio Grande do Sul, do Brasil e do mundo. (REVISTA DA ORQUESTRA SINFÔNICA DA UCS, 2017, p. 8)

Ampliou sua atuação ainda, com a participação de solistas e maestros estrangeiros e brasileiros eruditos como: Mark Cedel, Rebecca Burkhardt, Jorge Salgueiro, Ernani Aguiar, Carlos Moreno, Laurent Albrecht Breuninger, Michel Bellavance, François Rabbath, Brett Shuster, Olinda Alessandrini, Susie Georgiadis, Carmelo de Los Santos, Flavio Gabriel, além de ícones da música popular brasileira como Zizi Possi, Hique Gomes e Simone Rasslan.

Possui um grande número de atividades, séries e programas permanentes como segue: Programa Quinta Sinfônica; Série Circulação: Concertos de Integração ou de Música de Câmara; Programa Concertos ao Entardecer: Música de Câmara ou Convidados; Série Aprender: Escola de Música UCS; Série Concertos Especiais: Natal em Família na UCS, Concerto da Primavera, entre outros; Série Concertos da Solidariedade; Programa Intervalo para a Música Clássica.

Para melhor entender, apresenta-se a seguir, de maneira sintética, cada um deles:

- a) **Programa Quinta Sinfônica** – Série de Concertos oficiais da OSUCS com periodicidade mensal, normalmente no UCS Teatro ou em igrejas, com público aproximado de 600 pessoas. São previstos 10 concertos por temporadas, sempre com solistas ou maestro convidados, nacionais e internacionais.
- b) **Série Circulação – Integração:** É um dos programas da Orquestra Sinfônica da UCS que ocorre em diversos municípios do Rio Grande do Sul, principalmente nos de abrangência da UCS. Visa à formação de público, democratizar e descentralizar a música erudita e circular com as produções da Orquestra. Os locais possíveis para apresentações são: salas de concertos, igrejas e clubes. Com repertório diversificado conforme a ocasião, são previstas edições anuais e gratuitas, envolvendo, normalmente, um grande e diversificado público.
- c) **Série Música de Câmara** – Concertos e recitais realizados com grupos menores que são extraídos da Orquestra como o Grupo de Cordas (violinos, violas, cellos e contrabaixo); o Quinteto de Metais (trompete, trompa, trombone e tuba); ou formações com piano. Além deles, também com solistas, duos ou grupos convidados locais, regionais, nacionais ou estrangeiros. Esses artistas ou grupos são recomendados para espaços menores como o próprio nome sugere (câmara=sala pequena). O repertório é diversificado compondo um programa que vai desde o barroco até o contemporâneo, com gêneros que vão do popular ao erudito.
- d) **Programa Concertos ao Entardecer** – Concertos ao Entardecer teve seu primeiro concerto em agosto de 1993 e é uma parceria entre a Universidade de Caxias do Sul, por meio da Orquestra Sinfônica da UCS, e a Prefeitura Municipal, por meio do Museu Municipal da Secretaria da Cultura, com o apoio do Recreio da Juventude

e o Lions EduC. Por muito tempo foi realizado nas dependências do Museu Municipal e depois, na Igreja Santo Sepulcro. Realiza, desde então, concertos e recitais com grupos de câmara, solistas, duos ou grupos convidados locais, regionais, nacionais e internacionais. O repertório é diversificado, e desde meados de 2015, acontecem na sede social do Recreio da Juventude, gratuitamente, no último domingo de cada mês, às 18h.

- e) **Série Grandes Concertos** – Programa desenvolvido com solistas ou maestro convidados de altíssimo nível, alusivo a algumas datas ou motivos comemorativos, com a finalidade de formação de plateia pagante e que consuma cultura, independente do montante de desembolso. Concertos com requinte, pompa, ambientação e regalias oferecidas (estacionamento, guarda-chuva, brinde de honra, trufas, recepcionistas contratadas, atrações diferenciadas e decoração).
- f) **Série Concertos Populares** – Série de concertos com repertório mais popular como por exemplo Rock in Concert, Vídeo Games, Música Regionalista, etc.
- g) **Série Concertos Especiais** – Concertos específicos para datas comemorativas como o Natal em Família na UCS, Concerto da Primavera, Concertos Universitários, etc. Podem ser concertos alusivos a aniversários de empresa patrocinadora, eventos especiais para públicos externos ou internos, além de outros formatos conforme sugestão. Os repertórios escolhidos de acordo com a ocasião e poderão ser indicados ou sugeridos pelo investidor ou pela própria Orquestra.
- h) **Série Aprender** – O projeto da Escola de Música da UCS oferece oficinas de música semanais a jovens estudantes e propõe a realização de concertos oficiais de sua, então, Orquestra Jovem. A instituição desenvolve um trabalho de sensibilização e formação em música, no intuito de tornar crianças e jovens, músicos capacitados para as Orquestras do RS, mas, principalmente, para a Orquestra Sinfônica da UCS.
- i) **Série Concertos da Solidariedade** – Concertos em parcerias com entidades assistenciais onde a renda arrecada é destinada a projetos sociais.
- j) **Programa Intervalo para a Música Clássica** – O programa consiste em uma breve sensibilização com os alunos da UCS para a música erudita. A proposta é do Gabinete do Reitor da Universidade e atinge uma média de 150 alunos por mês, em que participam de uma palestra sobre a Orquestra, a sua formação, os programas e o repertório do mês, e na semana seguinte, assistem ao respectivo Concerto. A ideia é que nenhum aluno se forme na instituição sem ter assistido a, pelo menos, um concerto.
- k) **Revista da Programação da OSUCS** – Criada em 2016, é uma revista com a programação anual da Orquestra Sinfônica. Compreende textos sobre os compositores, obras, solistas e maestro convidados, além de curiosidades, ficha técnica e patrocinadores. Um material colecionável e que pode ser fonte e instrumento de pesquisa.

Salienta-se que, até final de 2017, existia o programa *Substância Sonora* desenvolvido em parceria e pela equipe da UCS TV com entrevistas mensais, envolvendo os músicos convidados e maestro de cada concerto do Programa Quinta Sinfônica a fim de divulgar os espetáculos e informar o telespectador sobre a música de concerto. O *Substância Sonora* era veiculado tanto na UCS TV, durante a semana que antecedia ao concerto, como na abertura dos

mesmos, no UCS Teatro. O programa deixou de existir em função do fechamento do canal anunciado em 14 de novembro de 2017, por ocasião da previsão do desligamento do sinal analógico em Porto Alegre e cidades próximas a partir de março de 2018. Neste momento, houve a demissão de treze funcionários, restando somente 5 para tocar a emissora.¹⁴

A maior parte dos programas e atividades da Orquestra Sinfônica da UCS são mantidos pela Universidade de Caxias do Sul, com o patrocínio e apoio de algumas empresas locais e de alguns doadores individuais pessoas físicas.

A Orquestra tem como empreendedor cultural a entidade sem fins lucrativos Lions Educação e Cultura Caxias do Sul – Lions EduC, e candidata-se a editais e prêmios de incentivo à cultura, nos âmbitos municipal, estadual e federal. Participa de projetos via leis de incentivo que permitem a captação de recursos por meio de renúncia fiscal, de Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza (ISSQN) ou Imposto Predial e Território Urbano (IPTU), na esfera municipal; Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), na esfera estadual; e Imposto de Renda (IR), na esfera federal, cada qual com sua legislação e regulamentos específicos. Ainda assim, o grupo cumpre uma vasta demanda provinda do Gabinete do Reitor, principalmente no que diz respeito aos grupos de câmara. Recebe convites de Prefeituras ou organizações de diversos locais do Rio Grande do Sul para apresentações, em que recebe cachê ou firma parcerias a qualquer título.

A Lei Municipal de Incentivo à Cultura de Caxias, lei 4.592/96, possibilita a renúncia fiscal de 20% de ISSQN e IPTU de empresas e pessoas físicas para serem destinados a projetos culturais previamente aprovados pela Comissão de Lei Municipal de Incentivo à Cultura. A Orquestra da UCS recebe, aproximadamente, R\$ 120.000,00 anuais provindos de ISSQN de empresas caxienses.

A lei 13.490 de 2010, Pró-Cultura, Lei de Incentivo à Cultura do Estado (RS), permite o aporte de ICMS a projetos, desde que haja um percentual desembolsado ao Fundo de Apoio à Cultura – FAC. Nos últimos anos, a Orquestra não realizou projetos por esse mecanismo de incentivo em função da dificuldade de captação por esse meio.

Já a Lei Rouanet (8.313/1991), possibilita a renúncia fiscal de imposto de renda tanto de pessoas físicas como jurídicas em prol de projetos culturais. Assim, empresas tributadas com base no lucro real podem destinar até 4% de seu imposto de renda devido, à projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura, bem como pessoas físicas que fazem a sua declaração

¹⁴ Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/UCS_TV>. Acesso em: 2 de junho de 2018.

pelo modelo completo, até o montante de 6%. Atualmente, cerca de nove empresas e quarenta pessoas físicas destinam parte de seu imposto de renda aos projetos culturais da Orquestra da UCS.

Há ainda, empresas que destinam a sua verba de marketing direto a Orquestra, como é o caso da Unimed Nordeste-RS e do Sindicato dos Metalúrgicos de Caxias do Sul (SIMECS). Há também quatro pessoas (físicas) que destinam verba direta para o grupo, por entenderem sua real função e importância no mundo.

O Concerto da Primavera, em específico, é uma parceria que se estabeleceu há onze anos entre a UCS e a cooperativa Unimed Nordeste-RS, sendo a empresa, inclusive, patrocinadora da Orquestra por meio de verba de marketing da empresa há doze anos, e também por meio de aporte autorizado pela LIC Municipal, via ISSQN, que muito contribui para a ampliação dos programas.

Até o presente momento, são 920 apresentações realizadas pela Orquestra Sinfônica da UCS para um público superior a 500 mil pessoas, sempre com significativos programas e um desempenho de alta qualidade.

4.2 A CIDADE, O TURISMO CULTURAL E A ORQUESTRA NO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO

Como já colocado anteriormente, a pesquisa foi realizada por meio virtual com perguntas abertas e fechadas, em português e inglês. Foram questionados, de setembro a novembro de 2017, 58 sujeitos, músicos titulares e convidados, maestro e instrumentistas, participantes da Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul nos anos de 2016 e 2017, dentre homens e mulheres, de diferentes idades e atuações.

Aproximadamente 45% tem de 30 a 39 anos de idade (Gráfico 1) e desses todos, 80% são homens (Gráfico 2). 90% são músicos instrumentistas e 10% são maestros (Gráfico 3), sendo 40% dos respondentes, convidados (Gráfico 5). A maioria deles, nasceu e/ou mora em Porto Alegre e em Caxias do Sul, tendo ainda, alguns convidados de outros estados brasileiros e de outros países como Argentina, Uruguai, Alemanha, Cazaquistão e Itália (Gráficos 7 e 8).

Sabe-se, informalmente, que grande parte desses músicos são graduados em Música, e que alguns deles têm especialização, mestrado e doutorado no campo de atuação. Poucos deles são graduados em outras áreas, ou não o são.

Os instrumentos que os músicos instrumentistas respondentes tocam são: piano, trompete, viola, flauta, flautim, contrabaixo, trombone, clarinete, oboé, violino, trompa, tuba, violoncelo, fagote, tímpano e percussão (Gráfico 4). Já os maestros, por sua vez, têm a batuta

como seu principal companheiro. Dentre o período recortado previamente para o estudo, não tiveram maestrinas que atuaram com a Orquestra, o que já aconteceu em outros momentos.

O questionário (Apêndice I) foi pautado por 22 perguntas que trataram, além da identificação, caracterização e qualificação dos sujeitos escolhidos como nome, idade, gênero, atividade que exercem, instrumento que tocam, cidade de nascimento e de residência, sobre a experiência/vivência que esses músicos tem ou tiveram com a Orquestra Sinfônica; a suas opiniões sobre a possibilidade da associação da música sinfônica ao turismo; o relato de suas experiências, como músico e plateia, em que o turismo e a música erudita estiveram associadas; como veem e apresentariam a cidade de Caxias do Sul; sobre o que lhes agrada ou não na cidade; sobre as suas opiniões em relação a Orquestra Sinfônica da UCS desenvolver ações musicais voltadas ao turismo; a possibilidade de fazerem ou não turismo na cidade de Caxias do Sul e/ou na Serra Gaúcha; suas considerações em relação a influência da globalização na música de concerto; e ainda, sobre a presença e possível influência da internet nas suas profissões, para que se traçasse um panorama dentro de um determinado contexto, e se tivesse uma maior percepção da vocação turística da cidade em tela a partir de uma possível atuação da Orquestra da UCS nesse sentido.

Ao questioná-los sobre as suas experiências junto a Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul, três músicos responderam a esta questão muito brevemente, informando a sua atuação quer como músico titular, solista ou maestro convidado, quer, como músico de complemento, que é aquele convidado para integrar ao grupo esporadicamente quando há necessidade de uma orquestra maior (com maior número de músicos do que a Orquestra mantém regularmente) em determinados naipes. Quatro sujeitos relataram a experiência como excelente, dois como fantástica e quatro como muito boa.

91% dos respondentes relataram suas experiências adjetivando-as como enriquecedora, gratificante, positiva, satisfatória, motivadora e intensa. Dois deles transcreveram suas emoções ao participar da Orquestra demonstrando alegria e satisfação, afirmando que foi uma honra ou um privilégio atuar com o grupo. O Quadro 1 (Apêndice II) registra as expressões-chave e, nelas, as ideias centrais em relação a primeira questão aberta do instrumento de pesquisa.

A partir dessa pergunta, é possível perceber a importância da atuação junto a Orquestra Sinfônica da UCS, pelo estímulo dado aos músicos. Entretanto, o discurso coletivo mostra que eles, tanto titulares como convidados, orgulham-se em fazer parte da Orquestra pela receptividade que aqui encontraram (ou encontram) e, também, pela imagem positiva do grupo no cenário musical, e reconhecimento regional e nacional que são notórios.

O discurso coletivo sobre essa experiência demonstra, em uma fala única, que:

Minha experiência na Orquestra Sinfônica da UCS, tanto como músico de complemento ou como músico solista, foi excelente. Foi uma experiência satisfatória, intensa e muito motivadora. A Orquestra é um excelente projeto artístico, que possibilita formação e aprendizagem, além de crescimento profissional e pessoal, pois nós músicos somos desafiados para darmos o seu melhor. Conta com um elevado nível musical, com músicos competentes e clima de trabalho positivo, o que possibilita novas experiências para a minha carreira de músico. Tem propósitos bem definidos, novas ideias, concepções, repertório eclético e de primeira qualidade. É uma orquestra fantástica, que faz música com emoção, e que conquistou referência nacional e internacional, sendo, inclusive, a melhor orquestra privada do Rio Grande do Sul. É uma honra para mim ter participado dessa Orquestra.

Diego Schuck Biasibetti, atualmente violoncelo solista na Orquestra Sinfônica de Porto Alegre e Unisinos-Anchieta, e violoncelista e regente assistente do M^{to}. Manfredo Schmiedt na Orquestra Sinfônica da UCS, formado pela *Hochschule für Künste* (Escola Superior de Artes – Bremen – Alemanha) em Violoncelo Barroco com a Prof. Viola de Hoog, em Viola da Gamba com a Prof. Hille Perl e pela UFRGS em Regência Coral com o Prof. Dr. Jockey Bohrer, dita que a “O OSUCS é uma orquestra muito aberta à novas ideias e concepções musicais. Sempre muito disposta. Todas as experiências têm sido muito gratificantes e cada vez a um nível sempre mais elevado a cada concerto”. Qualidade essa que, a cada ano, é mais pertencida por sua comunidade.

Quando foi tratada da possibilidade de associar a música erudita ao turismo, de acordo com o Quadro 2 (Apêndice II), com a solicitação de alguns exemplos, os respondentes demonstraram-se muito entusiasmados nas suas opiniões.

A música tem uma linguagem universal e, portanto, passível de conectar as pessoas de qualquer lugar do mundo e trocar experiências culturais, independentemente do idioma. Por ela ter esse poder de unir os povos, ela não só pode, como deve estar inserida em uma programação turística, com a inserção de concertos de música erudita em roteiros turísticos. Imagine um turista visitando a nossa cidade e uma orquestra ou grupo estar executando uma obra musical que, para eles, é familiar. Seria maravilhoso! Uma ótima forma de receber alguém. Portanto, claro que é possível associar a Orquestra a eventos relacionados ao turismo, desde que, haja espaço e abertura para isso. O turismo cultural alimenta a economia de muitas cidades, principalmente na Europa, e a música clássica tem potencial para ajudar a movimentar essa economia.

Os eventos ajudam a alavancar o mercado hoteleiro, de serviços, etc., trazendo dividendos para os municípios. Uma orquestra é um atrativo cultural muito importante, e no momento em que se desenvolvem programas com continuidade, e/ou com a presença de um solista de destaque, alinhando-se a um repertório diferenciado, e com ampla divulgação, é possível atrair público de outras cidades e regiões interessado nesse nicho. Inclusive pode atrair pessoas que, a princípio, não teriam a orquestra como seu objetivo principal de viagem, mas que buscam “in loco”, atividades de lazer e entretenimento.

No mercado musical mundial, existem inúmeras cidades pequenas da América do Norte e da Europa, que promovem festivais de música erudita, seja de música de câmara ou de programação pedagógica e artística. Há festivais também no Brasil como em Jaraguá do Sul, no estado de Santa Catarina, e em Pelotas e Gramado, no Rio Grande do Sul, demonstrando que o turismo aumenta na cidade durante suas realizações.

A cidade de Caxias do Sul teria um potencial para fomentar o turismo em sua plenitude, principalmente por ter o privilégio de ter uma das melhores (alguns dizem A MELHOR) orquestra do estado. Ela não é propriamente um destino turístico por estar em uma região muito industrializada, mas apresenta um potencial de exploração para o turismo muito forte.

Portanto, pela voz dos trinta e cinco respondentes, uma coisa é certa: a música erudita e o turismo podem estar associados. Para um deles, pode e deve, tanto pelo que a música representa na vida das pessoas, quanto pelo seu poder de ressignificar um lugar.

O Maestro Dr. Linus Lerner, doutor em regência de orquestra pela Universidade do Arizona (UA) e regente assistente da Orquestra Sinfônica da mesma Universidade, e diretor artístico e regente: da Southern Arizona Symphony Orchestra (SASO) nos Estados Unidos, da Orquestra Sinfônica do Rio Grande do Norte (OSRN), do Festival de Opera de San Luis Potosi e Concurso de Canto Linus Lerner no México, além do Festival Internacional de Música *Gramado In Concert*, um dos respondentes, reforça em sua fala: “Certamente, já estamos fazendo isso em Gramado com o festival de música ‘*Gramado In Concert*’ e o mesmo tem trazido turistas.”

Uma das pianistas mais reconhecidas brasileiras na atualidade, Olinda Allessandrini, graduada em piano pela Escola de Belas Artes da UCS, com láurea acadêmica, também traz a sua contribuição: “Sim, o exemplo disto são os Festivais de Música no mundo todo, que atraem turistas por sua programação, e que fazem com que todos os setores das cidades sejam beneficiados”.

Indiscutivelmente, percebe-se que os festivais são a forma mais comum de associar o turismo e música, por existir isso no mundo todo, ainda que mais recorrente no continente europeu. A música de concerto, tocada por orquestra ou grupo de câmara, pode estar presente no roteiro de turistas, sejam eles locais, ou não, sendo uma boa opção para o turismo cultural, programado ou não. Teatros, concertos e outras programações afins podem atrair muitas pessoas interessadas nesse tipo de experiência, o que impacta e contribui, muito positivamente, para a economia local.

Pela fala coletiva, há uma crítica ao turismo na cidade de Caxias do Sul, por ter potencial em turismo rural, de negócios, cultural, médico, de aventura, etc. e que pouco é explorado, além de possuir uma grande carta de opções culturais e artísticas, e uma Orquestra Sinfônica. Assim, percebe-se, pela fala comum, que a relação música erudita-turismo deve ser explorada para atrair turistas e, conseqüentemente, atuar como mais uma possibilidade de alavancar e ampliar o desenvolvimento econômico local, a partir do binômio cultura-turismo.

Sobre a vivência, por parte dos respondentes, de experiências em que música e turismo estiveram associados, quer como músico ou como plateia, um deles disse que como músico não, e outro relatou que nem como músico e nem como plateia, enquanto os outros trouxeram grandes exemplos do país e do exterior (Quadro 3, Apêndice II).

Venho participando de festivais de música em diversos lugares do mundo, e percebo a presença de turistas. No Brasil, vivenciei isso evidentemente, quando participei de festivais de música, como por exemplo, o *Gramado in Concert*, na cidade de Gramado-RS, e o Festival Internacional SESC de Música, em Pelotas-RS. No exterior, vivi essa experiência no Uruguai, Itália, Alemanha, Áustria, Bélgica. Recentemente, quando estive em Nova York e Chicago, fiquei encantado com a possibilidade de assistir a grandes concertos tanto no Carnegie Hall, como em teatros dedicados a musicais como o Fantasma da Ópera.

Sempre há turismo em um espetáculo musical. Ao viajar para a Europa, percebi que passeios e visitas às salas de concertos eram comuns, assim como assistir a concertos, recitais e óperas. O que me marcou muito foi quando fui fazer turismo em outros estados e fui recepcionado com música, e, em outro país, em que um grupo estava tocando música brasileira. Eu, inclusive, já toquei música brasileira para uma comitiva de estrangeiros. A união do turismo e da música de alto nível é muito comum em grandes centros, como, por exemplo, o caso do Festival de Lucerna, na Suíça, a *Arena Di Verona*, o *Festival Saanen*, o *Festival Vielsaitg*, em Füssen, o *Amiata Piano Festival*, no Monte Amiata, na Itália.

Como público, eu destaco especialmente uma experiência que vivi quando fui assistir a um concerto da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo, em que adquiri passagem aérea, me hospedei em hotel, fui em alguns restaurantes, fiz compras em lojas e utilizei o sistema de transporte local. As maiores orquestras do mundo atraem público de outras cidades e países como a Filarmônica de Berlim, onde grande parte dos turistas vão à cidade simplesmente para assistir aos concertos. O *Trip Advisor* de Berlim, inclusive, tem a ida ao concerto da Filarmônica como a principal atração turística. Se eu for para a Alemanha, por exemplo, não posso sair de lá sem conhecer a Orquestra e seu ambiente de trabalho, o teatro, a sala de ensaio, etc.

Assim, sob esse viés, trinta e três músicos responderam de forma positiva, portanto, de acordo com as respostas obtidas, a maioria dos músicos instrumentistas e maestros já vivenciaram experiências turísticas relacionando a música erudita, seja na condição de músico, seja na condição de plateia. Os dois que disseram que não vivenciaram, provavelmente não se deram conta de que inúmeros concertos que participam, recebem a visita, como plateia, de muitos turistas. Além do mais, seguidamente participam de festivais de música que atraem muitas pessoas de diferentes lugares. Ou, talvez, não entendam como acontecimentos que envolvam, de fato, o turismo e a música de concerto.

Os respondentes descreveram experiências vividas, tanto no país como no exterior, onde se percebe mais frequentemente. Exemplos como a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo – OSESP, a Orquestra Sinfônica do Espírito Santo e a Filarmônica de Berlim são *cases* de turismo cultural trazidos como exemplos para o viés estudado e que foram destacados como

importantes pelos sujeitos participantes. A Filarmônica de Berlim, ainda assim, foi citada como atrativo âncora do turismo naquele local.

Cabe destacar, na voz dos participantes da pesquisa, que a relação entre o turismo e a música erudita é percebida mais facilmente nos festivais de música clássica, a exemplo do *Gramado in Concert*, na Região das Hortênsias-RS, ou do Festival Internacional de Música Clássica do SESC, em Pelotas-RS, que reúnem milhares de participantes, dentre alunos, professores, músicos convidados e público em geral. Esses festivais movimentam as cidades, promovem o turismo cultural e contribuem significativamente para o desenvolvimento local, o que também ficou evidente na fala do presidente do Sistema Fecomércio do RS/SESC/SENAC, Luiz Carlos Bohn, um dos organizadores do Festival Internacional SESC de Música, quando do referencial teórico.

Para dar sequência ao estudo, fora questionada a maneira de como os músicos, maestros e instrumentistas, apresentariam a cidade de Caxias do Sul, e então, um preferiu não responder e dois deles disseram não ter conhecimento suficiente para apresentar a cidade. A partir dos que responderam, percebeu-se diferentes pontos de vista que restou em um rico discurso coletivo.

Indo direto às origens, Caxias demonstra ser algo que representa os povos italianos e alemães. É alegre, bonita, organizada, atraente, e uma cidade com pessoas gentis fantásticas. Cidade do bom vinho e da boa música, Caxias do Sul é incrível, com povo culto, comidas deliciosas, lugares lindos para lazer e que está sempre produzindo.

É cidade que respira cultura, unindo o progresso e o crescimento ao cultivo das tradições e raízes da cidade. O povo caxiense respeita, aprecia e valoriza a música erudita, o que não se vê na região metropolitana do Estado. É, na verdade, uma cidade grande, próspera, hospitaleira, dinâmica, moderna e com uma economia muito forte. É uma cidade que evoluiu muito nos últimos anos e que, com aspectos de uma vida interiorana, ainda oferece uma boa qualidade de vida.

É uma cidade industrial, trabalhadora, empreendedora, com setor de serviços também avançado, com ênfase em vinícolas e culinária italiana, que possui uma das mais importantes universidades comunitárias do país e que valoriza a cultura através de sua Orquestra Sinfônica. É lugar com excelentes pontos turísticos, comércio muito atraente, clima ótimo e que talvez mereça uma programação cultural mais atraente, assim como o turismo. O turismo é, em sua maioria, o de negócios, porém se faz necessária a criação de políticas de incentivo ao turismo que funcionem. É uma cidade carente de espaços culturais, porém, com belas igrejas, teatro agradável, aquário, zoológico, e jardim botânico.

Assim, percebe-se que, ao apresentar a cidade, grande parte dos respondentes a citou como basicamente industrial, com uma economia forte, mas, de forma preocupada com a cultura. Uma cidade em constante crescimento, com características de cidade do interior e com um apelo turístico, principalmente, na área da vitivinicultura e culinária italiana. Para alguns, uma cidade de muito progresso, comércio atraente, clima agradável e boa culinária italiana, mas

que merece uma programação cultural mais interessante. Para quatro dos respondentes, uma cidade focada no trabalho.

Três deles citam a presença da Orquestra Sinfônica da UCS para caracterizar e valorizar a cidade, um deles, a boa música, e outro, a possibilidade de crescimento da música instrumental no Rio Grande do Sul. Isso porque a OSUCS é motivo de orgulho, de um olhar de vanguarda, de civilização avançada e de um desenvolvimento cultural importante de um lugar, que fomenta a arte e pensa na formação de uma população culturalmente enriquecida. Parafraçando o escritor gaúcho Erico Verissimo que respondeu, há alguns anos quando esteve no exterior e foi questionado sobre o lugar aonde vivia, a máxima que até hoje é lembrada: “Eu venho de uma cidade que tem uma orquestra sinfônica”.

Caxias do Sul foi caracterizada, por cinco pessoas, como uma cidade receptiva e hospitaleira. Por duas, como cidade que oferece uma boa qualidade de vida, por três que é uma cidade com muitas atrações turísticas, e por duas, que em relação ao turismo deixa muito a desejar. A voz coletiva dita que o turismo aqui é, em sua maioria, o de negócios, e que deve ser explorado nas suas diversas vertentes, sendo necessárias a criação de políticas de incentivo ao turismo no sentido de fomento, reestruturação e expansão de potenciais, e divulgação para que venha integrar grandes roteiros turísticos.

A solista alemã, violinista que esteve em Caxias do Sul em novembro de 2017, encantou-se com a cidade e com as pessoas que conheceu, e afirmou, com a garantia de que foi uma ótima estada e um atraente turismo, que Caxias é uma cidade com pessoas gentis fantásticas.

Na sequência, perguntou-se o que agrada e o que não agrada aos respondentes na cidade de Caxias do Sul (Quadros 5 e 6). Em relação ao que agrada, quatro dos sujeitos falou o clima, três a presença da Orquestra, nove a gastronomia, três a presença da UCS, nove a receptividade/hospitalidade/pessoas, e seis a organização e limpeza de Caxias do Sul. Um preferiu não responder e outro afirmou que não tem conhecimento. Assim, o sujeito coletivo relatou que:

Tem muitas coisas que me agradam como é o caso da gastronomia, do clima, das paisagens, dos vinhos, e da receptividade e hospitalidade da população. A beleza da arquitetura histórica, em especial das igrejas católicas, a paisagem natural, as lojas de vestuário, o UCS Teatro, o aquário, o Jardim Botânico, o zoológico, a Orquestra de Sopros e a Orquestra Sinfônica da UCS, a feira do livro e o festival de blues me agradam, porque todos eles são grandes opções de visita e lazer. A identidade cultural italiana que se reflete na arquitetura e nas atividades culturais são também pontos altos da cidade.

Caxias do Sul é uma cidade grande, em desenvolvimento, próspera e com muito potencial. Tem o dom do empreendedorismo, facilidades na realização de atividades

em qualquer área, e apoio na área da cultura com variadas ofertas de atividades artísticas, inclusive musical. A qualidade de vida do povo de Caxias, o tamanho da cidade, as avenidas, a sensação de amplitude através de ruas largas, o progresso visível e a limpeza dos espaços urbanos são pontos que também me agradam. A população é culta, o que também se deve à UCS. Mas eu gosto mesmo é das pessoas daqui, dos amigos, das relações e dos laços que estabeleci, além dos locais que frequento.

Dentre as respostas sobre o que agrada as pessoas na cidade de Caxias do Sul, a gastronomia foi realmente unânime, mas também foi citado o clima – com quatro estações bem definidas, e o inverno bem rigoroso -, e a receptividade/hospitalidade da população. A existência da Orquestra de Sopros e da Orquestra Sinfônica da UCS, o apoio à cultura, o empreendedorismo e a arquitetura foram lembradas, assim como os eventos culturais, a Feira do Livro, o Mississippi Delta Blues Festival.

A voz coletiva argumentou Caxias do Sul como uma cidade organizada e limpa – e que de fato é, sendo inclusive *case* para outros lugares no Brasil por ser pioneiro na sistemática de containers separadores de lixo -, uma cidade em crescimento e com um povo receptivo e gentil.

Percebe-se na fala, que Caxias é, aparentemente, uma cidade agradável para se morar, por ainda ter características de cidade pequena, mas que tem todo um potencial de cidade grande. Salienta-se que, por ora, pode ser uma fala coletiva de uma maioria que, de fato, não mora nesse lugar (Gráfico 8), o que muda a perspectiva do observador, o ponto de partida e sua percepção, e que faz divergir dos que tem Caxias como sua residência.

Para o que não agrada, os respondentes sinalizaram situações como o trânsito, frio/inverno, violência e a falta de uma preocupação com a cultura tanto no que tange a aparelhos culturais quanto a um maior número de opções de atividades, e por isso a fala foi um tanto quanto preocupante:

Um dos problemas que Caxias enfrenta é a desorganização urbana, principalmente no trânsito, do transporte público, dos horários de funcionamento do comércio e, como fator geográfico, a distância da capital. Porém, o que mais desagrada é a falta de segurança pública e o descaso em relação a isso. As pessoas, inclusive, têm medo de sair de casa à noite.

Além disso, Caxias do Sul é uma cidade que, por ser muito voltada ao trabalho, as pessoas são muito materialistas e se prendem a um conservadorismo artístico que impede o enriquecimento cultural. É cidade que despreza o seu potencial cultural e turístico e que não tem espaços adequados para música de concerto. A cidade carece de charme, de iniciativas para torná-la agradável e atraente ao turista, de conexões de ônibus mais amigáveis e de informações em inglês.

Para três respondentes, nada desagrada, enquanto um preferiu não responder e outro disse não ter conhecimento sobre o assunto. Três falaram do frio e um do inverno, quatro do trânsito/mobilidade urbana, seis deles trouxeram à tona a questão na violência, e também seis,

a questão da falta de preocupação com a cultura local. A falta de segurança e o trânsito de Caxias são duas questões emergenciais que atormentam os grandes centros, ou os centros em desenvolvimento como é o caso de Caxias do Sul, e que está muito em voga nas discussões atuais locais.

No caso das respostas relacionadas com a cultura, foi trazida a questão da falta de opções culturais e de espaços adequados para música de concerto, além do conservadorismo artístico como problemas, o que pode se dar por ser uma cidade muito voltado ao trabalho e à indústria. Isso, obviamente, dificulta o reconhecimento da cultura como algo essencial e o da atividade profissional como algo com relevante importância social.

Sobre os que disseram que nada desagrada, talvez seja uma resposta precipitada, pois é difícil não ter alguma coisa que não está à contento em uma cidade de, aproximadamente, 500.000 habitantes. Um dos sujeitos falou da disseminação de um modo de pensamento em que a população se superestima. Outro respondente – o que não demonstra um discurso coletivo – relatou, surpreendentemente, como algo que não lhe agradou em sua passagem pela cidade, foi a falta de opções de bons restaurantes, que certamente foi uma consequência dos lugares que frequentou, pois Caxias do Sul é tida com um polo gastronômico na região e no Estado, com destaques para suas galeterias, churrascarias e hamburguerias.

E ainda que também individual, mas um dos pontos mais preocupantes das respostas, foi o da solista alemã que não encontrou informações em inglês na cidade, bem como explicações e conexões lógicas do transporte coletivo urbano. Igualmente, Emmanuele Baldini, nascido em Trieste, na Itália, “*spalla*” titular da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (OESP), e membro do Quarteto de Cordas OESP desde 2005, disse que, na sua opinião: “Falta charme na cidade, ao contrário de outros lugares próximos”.

Assim, percebe-se que falta o “colorido” de que foi tratado na parte teórica deste estudo para que a cidade seja mais bonita, agradável, charmosa, convidativa, amigável, e preocupada com o seu patrimônio material e imaterial. Falta também, divulgação e publicidade de tudo aquilo que se produz nela e por ela para que seja mais evidente e conhecida.

Nota-se que a fala coletiva do que não agrada na cidade, quase que em sua totalidade, se contrapõe ao que os respondentes dizem em relação ao que agrada, o que demonstra uma certa divergência no pensamento deles em função das vivências individuais experimentadas. É cidade organizada? É rica culturalmente ou não? Há incentivo para a cultura? É um lugar que possibilita boas experiências gastronômicas? Casos a se refletir. Uma coisa é certa: o descaso com a segurança é o que mais desagrada – juntamente com a falta de opções culturais.

Visto isso, pontos positivos e negativos da cidade, onde a cultura fora trazida de forma prioritariamente positiva, perguntou-se ainda se, na opinião dos sujeitos participantes, se a Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul poderia desenvolver ações musicais em associação ao turismo, o que consta do Quadro 7 (Apêndice II).

E em relação às ideias centrais e expressões-chave, o DSC foi uníssono:

Claro que poderiam se desenvolver ações musicais associadas ao turismo. Não sei se esse papel caberia à Orquestra, mas penso que, integrando o poder público ao privado, certamente é possível envolver a Orquestra em iniciativas turísticas, por ter uma boa programação e um planejamento bem estruturado. É uma importante ferramenta de união entre os diferentes povos.

A reestruturação que a Orquestra da UCS vem passando nos últimos anos já rendeu resultados muito positivos quanto à sonoridade e à qualidade, o que, certamente, é um recurso para atrair pessoas para a região e alavancar o turismo local. A Orquestra pode, também, desenvolver ações conjuntas com entidades associativas ao turismo, inclusive disponibilizando ingressos cortesias – ou com algum incentivo –, em hotéis e/ou estruturas turísticas da região. Toda a cidade que tem uma orquestra sinfônica se diferencia, e Caxias, por possuir a segunda maior orquestra do estado, pode, através dela, ser conhecida no mundo todo.

Percebe-se que 100% dos respondentes entendem que a Orquestra Sinfônica da UCS pode estar associada ao turismo com um planejamento bem estruturado e com ampla divulgação, pois a presença de uma Orquestra é um diferencial existente.

O maestro Helder Trefzger, atual diretor artístico e maestro titular da Orquestra Sinfônica do Estado do Espírito Santo, mestre em Música (Regência – Práticas Interpretativas) e bacharel em Música (Regência), tendo já dirigido, como maestro convidado, algumas das principais orquestras brasileiras e no exterior, contribuiu dizendo que: “Sem dúvidas. Acho até que ela já faz” (ações musicais relacionadas ao turismo). Porque talvez o seu próprio ofício já se predispõe a isso, sendo perceptível, frequentemente, a presença de turistas na plateia.

O maestro titular da Orquestra Sinfônica da UCS e do Coro Sinfônico da OSPA, Manfredo Schmiedt, também comunga com o espírito afirmativo:

Com certeza. Desde 2016 a orquestra vem consolidando uma programação anual consistente e principalmente organizado em dias específicos que podem fazer parte de pacotes turísticos em que a pessoa visita, museus, parques, vinícolas durante o dia e a noite poderia se deliciar com os concertos da orquestra. Existem várias séries como o Quinta Sinfônica, Grandes Concertos, Concertos Populares e desta forma a Orquestra pode atender aos mais variados gostos musicais.

Caxias do Sul possui a segunda maior orquestra do Estado, o que é um grande recurso disponível para atrair pessoas para a região, podendo, inclusive, levar a cidade a ser (re)conhecida no mundo todo. Cinco dos respondentes justifica a posição afirmativa da atuação da Orquestra Sinfônica da UCS no desenvolvimento do turismo de Caxias, a partir de ações

conjuntas com o poder público, com entidades associadas ao turismo, ou, ainda, em parceria com outras cidades da região, a exemplo de Bento Gonçalves.

O planejamento foi citado por três sujeitos, no sentido de a cidade ter que desenvolver ações e planejar rotas e atrações turísticas que envolvam a música de concerto e a Orquestra Sinfônica propriamente dita, buscando incentivos, apoios e parcerias, e promovendo um forte trabalho de difusão para essa arte viva. Como já foi visto, a música pode surpreender e tornar uma viagem única e inesquecível.

O maestro assistente da OSUCS, Diego Schuck Biasibetti diz que “poderia ser inserida divulgação da Orquestra em veículos mais turísticos, em hotéis, sendo apresentada como opção turística.” O que seria um interesse começo. É certo que, só se saberá, desenvolvendo efetivamente ações concretas entre a atuação da Orquestra e o turismo local, fomentando e proporcionando o acesso aos espetáculos, e a inclusão social por meio da arte, com a divulgação apropriada e muito trabalho.

54,3% dos respondentes, de acordo com o Gráfico 9, faria turismo em Caxias do Sul com certeza, 17,1% talvez fizesse, e 2,9% não faria com certeza. Esses dados talvez demonstrem que é uma cidade interessante para o turismo, mas que ainda carece de incentivos. Já na região da Serra Gaúcha, 71,4% faria, com certeza, e ninguém disse que não faria de jeito algum (Gráfico 10). Isso porque, a Serra Gaúcha, enquanto região, possui mais atrativos conhecidos que despertam um maior grau de interesse em conhecer o lugar.

Quando questionados sobre a influência da globalização na música de concerto, 80% respondeu afirmativamente e de acordo com o Quadro 8, que suscitava uma justificativa para isso, a opinião coletiva foi marcada por pontos positivos e negativos. O verbo utilizado na pergunta foi *afetar*, mas no sentido de gerar influência, o que pode ser tanto no sentido positivo, como negativo. Dois respondentes entenderam como se fosse no sentido de prejudicar e responderam que “muito pelo contrário”. Porém, 69% deles se manifestou dizendo que a globalização afeta positivamente, três, opinaram com uma posição positiva e outra negativa, e quatro negativamente. Positivamente, suscitaram a disseminação e rapidez da informação, da divulgação e do acesso. E negativamente trouxeram a questão da publicização da música de má qualidade e da exclusão de culturas locais e tradicionais por impor uma cultura única, além do distanciamento do público das salas de concerto.

A música, por si só, se conecta com o mundo todo, porém a globalização tem afetado a música de concerto tanto positiva como negativamente. E não só a música de concerto, mas toda a cultura. Ela tem impactos políticos, econômicos e sociais, e nesse sentido, de maneira indireta, ela afeta também a música de concerto.

Hoje é muito mais fácil trocar informações, conhecer artistas de outros lugares, fazer intercâmbio de solistas e maestros. O acesso aos instrumentos e à informação é mais fácil e o intercâmbio de bens culturais se realiza de uma nova forma, permitindo um alargamento substancial muito mais amplo, no entendimento da arte como um todo. A globalização enriqueceu o panorama, aumentou a variedade musical e estimulou a competição. Aumentou também, a concorrência e a exigência.

Há um maior mercado de trabalho aos professores e, também, um maior estímulo aos jovens. Ela também facilitou o acesso, a comunicação e a divulgação, quer por meio de fotos, vídeos, redes sociais, etc., quer por meio da compra e venda de ingressos online. A Internet, sem dúvida, tem acelerado esse contato com o resto do mundo, por meio do *Facebook*, *Youtube*, *Spotify*, *Vimeo*, etc., em que você pode assistir aos concertos, aprender um instrumento, obtenha lições, baixar músicas.

Por outro lado, as pessoas têm muitas opções sem precisarem sair de casa, fazendo inclusive visitas virtuais a locais de concertos. A qualquer momento, assistimos às maiores orquestras do mundo pela internet, e por causa disso, as pessoas têm se distanciado das salas de concertos. Outro problema é que a globalização tenta impor uma cultura única no mundo inteiro, excluindo as culturais locais e tradicionais, como é o caso da música de concerto. Têm-se também a produção em massa de muito lixo cultural, mas a música clássica, quando bem-feita, sempre terá espaço.

Assim, os sujeitos participantes concordam que a globalização afeta a música de concerto e a vida dos cidadãos de várias maneiras. Ela tem impactos políticos, econômicos e sociais. Como bem colocaram, a globalização amplia a concorrência e a exigência e faz com que as pessoas se capacitem cada vez mais. Hoje, comumente encontramos músicos mestres, doutores, ou em estágio pós-doutoral.

Afeta positivamente, pois estão mais fáceis a comunicação e a divulgação, além do acesso a partituras, instrumentos e culturas. A globalização nos dá oportunidade de conhecer artistas de vários lugares do mundo, dá maior visibilidade às orquestras, e torna mais fácil a troca de informações e o intercâmbio de solistas e maestros.

Negativamente, a globalização contribui para a perda de identidades nacionais, regionais e locais, pela não valorização da música orgânica e produzida pelas comunidades étnicas e tradicionais. De forma muito negativa também, com o distanciamento das pessoas das salas de concertos, uma vez que têm acesso facilitado via internet ao que desejam assistir. Porém, nada se compara a vivenciar uma experiência *in loco*, e sentir o que dela pode vir.

Como afirmaram, os efeitos da globalização enriqueceram o panorama, aumentaram a variedade e estimularam a competição, porém, geraram também, um aumento na produção de música de baixa qualidade. Contudo, percebe-se que a globalização contribui para a música de concerto, com algumas ressalvas, principalmente, pela facilidade de seu alcance a qualquer tempo, e de qualquer lugar. E, portanto, quando questionado se a atividade profissional dos músicos passa pela internet, 91,4% respondeu afirmativamente, o que fica perceptível no

discurso em função da facilidade que é encontrada na disseminação das informações na atualidade.

No Quadro 9 do apêndice II, fica demonstrado que a internet tem um papel importante na profissão. O DSC relata que:

Tudo hoje passa pela Internet, e por isso, não consigo me imaginar trabalhando sem essa importante ferramenta. Ela é fundamental para pesquisa, informação, comunicação e planejamento de minhas ações. A Internet é uma excelente vitrine para um músico que busca reconhecimento e sucesso, servindo, inclusive, para publicações de currículo, o que dá um grande auxílio na carreira. Eu sou ativo nas redes sociais pois acredito nelas como veículo de difusão de arte e cultura. É, em geral, onde me comunico. A mídia digital tem sido o carro chefe da divulgação do meu trabalho, e da agilidade da socialização de informações e de amostras dos trabalhos. Desde a comunicação por e-mail facilitada, serve para ministrar e assistir aulas e *máster classes* por *Skype*, para compra de materiais de orquestra, para inserções de performances musicais, para a busca de dicas para estudo de instrumentos, para o acesso a partituras em PDF, para pesquisa sobre obras, para entrevistas, documentários, para publicações de vídeos e concertos, e para acesso às músicas online. A Internet é uma ferramenta muito útil para assistir outros artistas e orquestras, cuja contribuição é importante para a formação e para o desempenho da carreira de músico. Para o público, tem sua importância no acesso às informações necessárias de apresentações, turnês e grupos, de forma rápida, ampla e fácil.

Visto isso, a maior parte dos sujeitos respondeu que o seus trabalhos passam pela Internet seja para divulgação de suas atividades, para assistir ou ministrar aulas ou *máster classes*, para dicas de estudo de instrumentos, para aquisição de partituras, para entrevistas, para documentários, para pesquisas sobre obras, para vídeos no *YouTube*, para compra de materiais e instrumentos, para ouvir músicas online, para promoção e registro de eventos, e para contatos profissionais, oportunidade de trabalho, currículo e ampliação da carreira.

66% suscitaram a divulgação como o principal argumento, num total de 23 respondentes. Oito lembraram dela como pesquisa, e dois deles disseram que não utilizam a internet para o trabalho. Uma das respondentes, a violinista alemã Anna Markova de 32 anos, Mestre em Música Antiga, tendo se apresentado na Alemanha, Rússia, Bielorrússia, Itália, Bélgica, França, Lituânia, Espanha, Brasil e Holanda, afirmou que “Uma parte sim, conversa, reserva, solicitação, pesquisa, etc. Mas a parte mais importante da minha atividade não precisa da internet: é meu violino”. Alguns disseram que não utilizam a Internet para trabalhar, embora reconheçam a sua importância. A sua utilização atualmente, porém, é inerente a profissão, o que demonstra seu trânsito pelo mecanismo sem, talvez, uma percepção aparente.

A fala coletiva impõe, praticamente, uma coexistência entre a carreira de músico e a atuação da Orquestra ou de grupos, com a utilização da internet, uma vez que a informação digital impactou todas as atividades profissionais. Indiscutivelmente, tudo seria mais difícil sem

ela, e certamente, necessitaria a aplicação de um maior esforço para existir, se manter e se fazer visível.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o recrutamento da opinião dos músicos titulares e convidados, da Orquestra Sinfônica da UCS (OSUCS) com diferentes pontos de vistas e vivências próprias, foi analisado o objeto em tela sob a orientação do Discurso do Sujeito Coletivo de Lefrève e Lefrève, avaliando-se suas falas no que tange à aproximação da música erudita com o turismo.

Nesses olhares-falas transparecem conflitos que são inerentes ao estudo e que trazem relações com tensões do cotidiano, provocados propositalmente pelo questionário.

Portanto, em relação ao mérito principal do estudo, em que se pretendeu verificar se, em Caxias do Sul, a Orquestra Sinfônica da UCS poderia figurar como um *locus* de turismo cultural com um potencial recurso econômico para a cidade, o resultado foi satisfatório e animador. Porém, algumas ressalvas quanto ao município foram destacadas que dão motivos para a necessidade de se repensar o papel do governo e a atuação da sociedade civil como um todo.

Verificou-se a possibilidade de ação da Orquestra como produto turístico em uma cidade que o Poder Público pouco preocupa-se no desenvolvimento cultural e turístico, e que não demonstra planejamento e investimento significativos na área.

De acordo com a fala dos participantes, pôde-se cruzar as respostas e verificar que quando se fala de cidade, de arte, de turismo, e de globalização, o ambiente se conecta. A reunião das falas trouxe uma percepção de uma cidade organizada, com pessoas receptivas e trabalhadoras, mas que não apresenta ideais turísticos. Uma cidade que não possui o entendimento de que o turismo atua conjuntamente em todos os outros setores da vida em sociedade e que é uma promissora fonte de empregos e de renda, se bem trabalhada.

No que tange ao turismo cultural envolvendo a música de concerto como possibilidade de ampliação da cidade como destino cultural, percebeu-se, a partir do material reunido, que os festivais são a forma mais comum de associar o turismo e a música em todo o mundo, ainda que, mais recorrentemente, no continente europeu. A música erudita, executada por orquestra ou grupo de câmara, pode estar presente nos roteiros turísticos, como uma boa opção de turismo cultural, programado ou não. Os músicos convidados responderam mais enfaticamente do que os outros, sobre a aproximação da música erudita com o turismo utilizando os grandes festivais como exemplo.

Os respondentes, principalmente os moradores de Caxias, criticaram o turismo na cidade de Caxias do Sul, que pouco é explorado, sendo um lugar com um grande potencial para

o turismo rural, de negócios, cultural, médico, de aventura, etc., com diversificadas opções culturais e artísticas, e que possui uma Orquestra Sinfônica!

De acordo com as respostas obtidas, a maioria dos músicos instrumentistas e maestros já vivenciaram experiências turísticas relacionadas com a música erudita, seja na condição de músico, seja na de plateia, demonstrando que é bem possível, desde com planejamento, engajamento e divulgação. Para tanto, demonstrou-se em suas falas e no referencial teórico trazido que é necessário que a sociedade desenvolva um sentimento de pertencimento em relação ao valor dos bens culturais materiais e imateriais locais para seu efetivo reconhecimento.

Caxias do Sul é uma cidade de quase meio milhão de habitantes e que se preocupa com a cultura. É uma cidade com uma economia latente, indústria e comércio atraentes, clima agradável, e boa culinária italiana, mas que, para alguns, carece de uma boa programação cultural. Uma cidade que possui lei de incentivo própria e financiamento público, mas que ainda assim, precisa tornar a cultura e o turismo como essenciais para a sua vida em sociedade e o seu desenvolvimento sustentável.

Assim, embora o atual contexto desfavorável que avassala o país em todos os sentidos, quiçá o cultural, conforme as opiniões obtidas, a Orquestra Sinfônica da UCS pode se inserir no planejamento de Caxias do Sul para caracterizar e valorizar o turismo na cidade por sua atuação de vanguarda com importantes resultados no desenvolvimento cultural da cidade e da região, que fomenta a arte e que preocupa-se na formação de uma população culturalmente enriquecida. A gastronomia, muito conhecida na região, o clima típico – com quatro estações bem definidas, e o inverno bem rigoroso -, e a receptividade/hospitalidade da população são os pontos altos da cidade na fala dos participantes e, portanto, que exteriorizam o desejo de associar a cultura ao turismo, já que Caxias se reconhece, ainda que por alguns, como uma cidade pujante e auspiciosa, também na área da cultura.

Já como problemas municipais, e porque não desvantagens, a voz coletiva suscitou a falta de segurança e o trânsito, duas questões emergenciais que atormentam os grandes centros em desenvolvimento, como é o caso de Caxias do Sul. Alguns respondentes denunciaram inclusive a falta de opções culturais, de espaços adequados para música de concerto e o conservadorismo artístico, que pode se dar em função de ser um local muito voltado ao trabalho e à indústria, dificultando a percepção da sociedade em reconhecer a cultura e a gestão cultural como atividades profissionais com real importância social e econômica.

No que tange ao potencial turístico da Orquestra, todos os respondentes pensam que, com um planejamento bem estruturado e com ampla divulgação, a Orquestra pode também ser um recurso para atrair pessoas para a cidade e a região, e disseminar a cultura, por meio da

música, e o turismo local. O principal argumento é de que toda a cidade que possui uma Orquestra Sinfônica possui um diferencial, e que tem o poder de alavancar outras ações, em diversos âmbitos, e que permite mais uma opção de geração de renda, pela sua própria demanda e esforços já instalados. Ao que se percebe atualmente, turistas de diversas localidades são identificados na plateia dos espetáculos do grupo, agindo efetivamente como um local que atrai pessoas pelo seu próprio objeto artístico.

Mas para tanto, a cidade tem que perceber a sua atuação efetiva e desenvolver ações planejadas de roteiros e atrações turísticas associadas ao desejo local, valendo-se de incentivos ao trade turístico e da associação de um trabalho compartilhado, público e privado, de fomento e difusão dentro deste contexto. O turismo, assim como a cultura, gera empregos e renda e movimenta a economia.

Foram trinta e cinco músicos que, com suas vozes e variadas vivências, exteriorizam diferentes pontos de vistas que envolveram os seus saberes e fazeres, e que demonstraram a função de suas atividades na sociedade e no mundo. São diferentes perspectivas de um olhar interno sobre o externo que podem traduzir a importância de uma orquestra sinfônica para além de sua produção musical.

A priori, pode-se dizer que a Orquestra, segundo eles, pode ser um produto de turismo, mas que a sua inserção turística não necessariamente tem que se dar pelo poder privado e por iniciativa da Universidade. O reconhecimento de sua função artística, cultural e turística, pela comunidade e pelo poder público locais é tão importante quando a validação de sua atuação na vida das pessoas.

Além do mais, suscitam que, com a globalização e o advento da internet, como consequência, há uma padronização de certas atuações e performances musicais com a mesma rapidez que se disseminam o acesso a aulas, partituras, compra de instrumentos, etc., o que, de fato, veio para facilitar certas atividades, mas prejudicar tantas outras.

Segundo os músicos, a internet difundiu muita música sem qualidade, mas atuou prática e teoricamente no aperfeiçoamento de diversos músicos instrumentistas e maestros que hoje ganharam o mundo. A internet quebrou fronteiras musicais e facilitou o contato e o intercâmbio cultural entre artistas e interessados, mas, por outro lado, proporcionou a perda das identidades nacionais, regionais e locais, e o distanciamento de algumas pessoas das salas de concertos.

Salientam os respondentes que os efeitos da globalização enriqueceram o panorama musical, aumentaram a variedade de obras e estilos, e estimularam a competição, mas também

promoveram a música de baixa qualidade, e geraram o aumento de sua produção que invade hoje as redes sociais e midiáticas, o que demonstra mais uma das tensões presentes.

Por isso, não menos relevante, se faz lembrar e ratificar que a música possui uma linguagem universal e age nos sentidos das pessoas e, por esse motivo, a atuação de uma orquestra sinfônica num determinado lugar pode influenciar na percepção e na recepção de sua plateia. E como é sabido, o processo de formação de público não demonstra resultados imediatos. É preciso um esforço sobrenatural e que necessita dedicação, persistência e insistência. É um processo educativo no qual a sensibilização e a persistência são a base.

A Orquestra Sinfônica, grupo sucessor da antiga Orquestra de Concertos de Caxias do Sul (OSCA), mantém suas atividades ininterruptas há, praticamente, dezessete anos na sensibilização artística e na formação de cidadão plenos, e continua a preocupar-se com o seu papel na sociedade e no mundo. É, inclusive, também por meio dela, que a instituição educacional Universidade de Caxias do Sul demonstra sua responsabilidade artística, cultural e social de forma comunitária em Caxias e na região. Percebe-se, a partir disso, que existe um trabalho que pode alavancar ainda mais o turismo local e que se torna uma forte iniciativa para atividades futuras. Sua contribuição no turismo pode ser o cumprimento de mais uma função social inerente às atividades em que o grupo se envolve e desenvolve.

Sob esse viés, e utilizando-se como instrumento a internet e suas facilidades encontradas de divulgação, informação e conveniência, o turismo pode se utilizar da música erudita como um lugar de convivência, de entretenimento, de lazer, de arte, de cultura e de cidadania, que implica na educação, formação e humanização dos cidadãos, e que, de fato, traz um colorido especial para a vida.

Caxias do Sul, por meio de parcerias público-privadas, pode valer-se da OSUCS para promover o destino como cultural alavancando o turismo local, bem como desenvolver novos e inusitados *locus* de turismo cultural a partir da arte nela produzida.

Por meio do procedimento metodológico do Discurso do Sujeito Coletivo utilizado para analisar e agrupar a opinião comum das pessoas sobre o assunto, encontrou-se tais posicionamentos ideológicos, que demonstraram representações sociais e confirmaram dados imaginários que, até certo momento, eram hipóteses.

Concertos, recitais, encontros musicais, intercâmbios, festivais, oficinas e *workshops*, são alguns exemplos de como a Orquestra Sinfônica da UCS pode atrair turistas para a cidade de Caxias do Sul, numa expectativa de que impacte positivamente na economia local e institucional, gerando empregos e possibilitando novas perspectivas de sustentabilidade para o

turismo (e para a cultura), inovação em sua atuação, e criando importantes relações com o mercado.

A Orquestra pode ser trabalhada como um produto turístico, e, portanto, estar inserida no planejamento local. Isso pode se dar através de parcerias e ações colaborativas entre o poder público e o privado, desde que se tenha interesse nos resultados. As consequências poderão ser positivas tanto para o grupo musical quanto para a municipalidade. De um lado, por poder democratizar ainda mais o trabalho artístico da Orquestra, e por outro, por fazer despertar na cidade a sua autoestima, a sua valorização, a sua importância, e principalmente, a sua finalidade turística.

E ainda assim, a Orquestra como *case* pode servir como modelo para outros projetos culturais nesta cidade que é sede grandes eventos com respeitada visibilidade local e nacional como é o caso da Festa Nacional da Uva, do Mississippi Delta Blues Festival, do Festival Brasileiro de Música de Rua, e de espetáculos da Cia. Municipal de Dança, do Coro Municipal e da Orquestra Municipal de Sopros, mas que necessitam de estratégias e aprimoramento para sua atuação para além do campo da cultura.

Muito associada às questões de gastronomia e de baixas temperaturas, além de ser atuar como região vitivinícola e de belas paisagens rurais, Caxias do Sul, com 127 anos de sua fundação e 107 de sua emancipação e que já mantém os benefícios e o malefícios instalados de grandes cidades, precisa se reinventar. Não é mais com o imigrante italiano ou alemão que a cidade se faz, mas sim com uma grande diversidade étnica que não permite mais taxá-las como únicas. Hoje, é uma cidade multicultural, com cidadãos cosmopolitas e que cultiva as artes em suas diversas manifestações. Cidade do galetto a *primo canto*, da polenta, do tortei e do melhor xis. Do vinho, da cachaça e do chimarrão. Capital dos Centro de Tradições Gaúchas (CTGs). Cidade do Esporte Clube Juventude e do SER Caxias. Do Caxias Basquete. Da Marcopolo, da Randon e da Agrale. Cidade da primeira transmissão de televisão a cores, em 1972, pela TV Difusora de Porto Alegre. Cidade do Quatrilho, de José Clemente Pozenato. Caxias da Orquestra Sinfônica da UCS.

A sensibilização da população local e de seus governantes, o planejamento das ações pretendidas e a prospecção de iniciativas de vanguarda são de suma importância para demonstrar possibilidades turístico-culturais na cidade como vetor de outras atividades relacionadas ao setor, ainda que seja semear no cimento urbano que cada vez mais encontra lugar no polo industrial da referida cidade da Serra Gaúcha. Nunca é tarde para começar... ou recomeçar.

A pesquisa não se esgota aqui, mas pode resultar em um importante passo para a construção coletiva de novos caminhos para alavancar o turismo cultural ou para desenvolver a economia de um lugar. É um estudo que pode ser continuado para, inclusive, desencadear formas práticas de que ações possam se estabelecer.

Se mais músicos tivessem respondido ao questionário, se houvesse mais tempo para novos desdobramentos e se a pesquisadora pudesse ter dedicação integral à pesquisa, certamente novas percepções surgiriam e, conseqüentemente, novos ambientes poderiam ter sido visitados, mais conceitos poderiam ter sido contemplados, assim como outras propostas poderiam ter surgido do problema encontrado. As proposições e iniciativas estão aí, como essa. O poder público tem que saber a que veio para aproveitá-las na prática. A sociedade civil tem que descobrir o seu papel. A reflexão está posta e o trabalho pode estar apenas começando.

6 REFERÊNCIAS

- AGENDA 21 DA CULTURA. Disponível em: <<http://www.agenda21culture.net/index.php/pt/docman/agenda21/9-ag21cptpdf/file>>. Acesso em: 18 out. 2016.
- ATLAS BRASIL. Disponível em: <http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/caxias-do-sul_rs>. Acesso em: 28 mar. 2017.
- AVELAR, Romulo. **O Averso da Cena: notas sobre produção e gestão cultural**. 3. ed. Belo Horizonte: Ed. do Autor, 2013.
- BAHL, Miguel (org.). **Eventos: a importância para o turismo do terceiro milênio**. São Paulo: Roca, 2003.
- BARRETO, Margarida. **Turismo e Legado Cultural: as possibilidades do planejamento**. Coleção Turismo. Campinas: Papyrus, 2000.
- BAUMANN, Zygmunt. **Ensaio sobre o Conceito de Cultura**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- BENI, Mário Carlos. **Globalização do Turismo: Megatendências do Setor e a Realidade Brasileira**. Série Turismo. 3. ed. ampl. e atual. São Paulo: Aleph, 2011.
- BENI, Mário Carlos (org.). **Turismo: Planejamento Estratégico e Capacidade de Gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri: Manole, 2012.
- BERTERO, Carlos Osmar. Orquestras Sinfônicas: uma metáfora revisitada. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**. V. 41, n. 3, Jul./Set. 2001. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/37743>>. Acesso em: 1 ago. 2016.
- BOHAN, Luiz Carlos. **A Economia que gira pela música**. Disponível em: <<https://www.sesc-rs.com.br/noticias/artigo-economia-que-gira-pela-musica/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.
- BOTELHO, Isaura. **Dimensões da Cultura e Políticas Públicas**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392001000200011>. Acesso em: 29 maio 2018.
- BOURDIEU, Pierre. Introdução, organização e seleção: Sérgio Miceli. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BOURDIEU, Pierre e DARBEL, Alain. Com a colaboração de Dominique Schnapper. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. 2ª ed., São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BRANT, Leonardo. **Mercado Cultural. Panorama crítico com dados e pesquisas e guia prático para gestão e venda de projetos**. 3. ed., São Paulo: Escrituras Editora, 2002.

BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988: promulgada em 5 de Outubro de 1988**. Obra coletiva de autoria da Editora Saraiva com a colaboração de Antonio Luiz de Toledo Pinto, Márcia Cristina Vaz dos Santos Windt e Livia Céspedes. 40. ed. atual. e ampl., São Paulo: Saraiva, 2007.

BRASIL, Governo do Estado do Rio Grande do Sul. **Plano estratégico de Desenvolvimento da Região do Conselho Regional de Desenvolvimento da Serra**. 2ª edição. Caxias do Sul-RS: CORDEDE Serra: 2010.

BRASIL, Governo do Estado do Rio Grande do Sul. **Conselho Regional de Desenvolvimento do COREDE Serra: 2015-2030**. Caxias do Sul-RS: CORDEDE Serra: 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil**. 2013-2016. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: mais emprego e renda para o Brasil**. 2018-2022. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/images/mtur-pnt-web2.pdf>>. Acesso em: 09 maio 2018.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 3. ed., Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRITTO, Janaina e FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: uma ótica de marketing e turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

BOYER, Marc. Tradução: Viviane Ribeiro. **História do Turismo de Massa**. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

CAMARGO, Patrícia de e CRUZ, Gustavo da (orgs.). **Turismo Cultural: Estratégias, Sustentabilidade e Tendências**. Ilhéus: Editus, 2009.

CHAUI, Marilena dos Santos. **Cidadania cultural: o direito à cultura**. 1. ed., São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

CHAUI, Marilena dos Santos. **Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas**. 7. ed., São Paulo: Cortez, 1997.

COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural: Cultura e Imaginário**. São Paulo: Editora Iluminuras, 1997.

CRAVIDÃO, Fernanda Maria da Silva Dias Delgado. **Turismo e Cultura: o lugar dos lugares**. Turismo – Visão e Ação. V. 6. nº 3 – set./dez. 2004, p 309-316. Disponível em: <<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1065>>. Acesso em 07 set. 2016.

CUNHA, Maria Helena Melo da. **Gestão Cultural: profissão em formação**. Belo Horizonte: Duo Editorial, 2007.

CUNHA, Newton. **Cultura e ação cultural: uma contribuição a sua história e conceitos**. São Paulo: Edições SESC SP, 2010.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. **Teoria e Prática da Gestão Cultural**. Fortaleza: Universidade de Fortaleza, 2002.

DURAND, José Carlos. **Política Cultural e Economia da Cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial; São Paulo: Edições SESC SP, 2013.

ELIOT, T. S. **Notas para a Definição de Cultura**. Tradução de Eduardo Wolf. São Paulo: Realizações Editora, 2011.

FERREIRA, Lusia Angelete e MACHADO NETO, Manoel Marcondes. **Economia da Cultura. Contribuições para a construção do campo e histórico da gestão de organizações culturais no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2011.

GASTAL, Susana. **Alegorias urbanas: o passado como subterfúgio**. Coleção Turismo. Campinas, SP: Papirus, 2006.

GASTAL, Susana. **Turismo, Imagens e Imaginários**. Coleção ABC do Turismo. São Paulo: Aleph, 2005.

GASTAL, Susana e MOESCH, Maruschka Martins. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. Coleção ABC do Turismo. São Paulo: Aleph, 2007.

GAZETA ONLINE. **Blog do Maestro**. Disponível em: <<http://blogs.gazetaonline.com.br/blogdomaestro/>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa Qualitativa: tipos fundamentais**. Revista da Administração de Empresas. V. 35, n.3. São Paulo: Maio/Junho 1995. Disponível em: Acesso em: 15 jan. 2017.

GONDIM, Sônia Maria Guedes e FISCHER, Tânia. **O Discurso, a Análise de Discurso e a Metodologia do Discurso do Sujeito Coletivo na Gestão Intercultural**. In: Revista do Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social. Vol. 2, nº 1, 2009. Disponível em: <http://www.periodicos.adm.ufba.br/index.php/cgs/article/view/75/pdf_1>. Acesso em: 10 de janeiro de 2017>. Acesso em: 10 jan. 2017.

IBGE. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=430510&idtema=118&search=rio-grande-do-sul|caxias-do-sul%C3%8Dndice-de-desenvolvimento-humano-municipal-idhm->>. Acesso em: 22 mar. 2017.

JOURDAIN, Robert. Tradução Sonia Coutinho. **Música, Cérebro e Êxtase. Como a música captura a nossa imaginação**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica. Teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. 33. ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

KÖHLER, André Fontan e DURAND, José Carlos Garcia. **Turismo Cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências.** Turismo: Visão e Ação. Vol. 9, n. 2, p. 185-198, maio/ago. 2007. Disponível em: <<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/204>> Acesso em: 20 jun. 2016.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico.** 24. ed. [reimpr.], Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2009.

LEFRÈVE, Fernando e LEFRÈVE, Ana Maria Cavalcanti. **O Discurso do Sujeito Coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos).** Ed. rev. e ampl. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

LEFRÈVE, Fernando, LEFRÈVE, Ana Maria e TEIXEIRA, Jorge Juarez Vieira Teixeira (orgs.). **O Discurso do Sujeito Coletivo: uma nova abordagem metodológica em pesquisa qualitativa.** Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

LEFRÈVE, Fernando, LEFRÈVE, Ana Maria e MARQUES, Maria Cristina da Costa. **Discurso do sujeito coletivo, complexidade e auto-organização.** Ciência & Saúde Coletiva, v.14, n.4, 2009. Disponível em: <https://bdpi.usp.br/bitstream/handle/BDPI/12904/art_LEFEVRE_Discurso_do_sujeito_coletivo_complexidade_e_auto-organizacao_2009.pdf?sequence=1>. Acesso em: 12 jan. 2017.

MARTINS, Clerton (org.). **Patrimônio cultural: da memória ao sentido do lugar.** São Paulo: Roca, 2006.

MOESCH, Marutschka Martini. **A Produção do Saber Turístico.** São Paulo: Contexto, 2000.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. **Cultura é patrimônio: um guia.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

ORQUESTRA SINFÔNICA DE PORTO ALEGRE. Disponível em: <<http://www.ospa.org.br/?p=2179>>. Acesso em: 25 set. 2016.

ORDINE, Nuccio. **A Utilidade do inútil: um manifesto.** Seguido de um ensaio de Abraham Flexner. Tradução de Luiz Carlos Bombassaro. 1. ed., Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

POZENATO, José Clemente. **Processos culturais: reflexões sobre a dinâmica cultural.** Caxias do Sul: Educs, 2003.

REVISTA DA ORQUESTRA SINFÔNICA DA UCS. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2017. Anual.

REVISTA OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL: OIC. N. 15 (dez. 2013/maio 2014). São Paulo: Itaú Cultural, 2013.

SECRETARIA MUNICIPAL DA CULTURA DE CAXIAS DO SUL. **Plano Municipal de Cultura de Caxias do Sul. Lei nº 7.376 de 7 de dezembro de 2011.** Caxias do Sul: Secretaria Municipal da Cultura, 2012.

SECRETARIA MUNICIPAL DA CULTURA DE SÃO PAULO. **Fomento à Dança 5 anos.** São Paulo: Secretaria Municipal Cultura, 2012.

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL. **Orquestra Sinfônica da UCS**. Disponível em: <<http://www.ucs.br/site/orquestra-sinfonica-da-ucs/apresentacao/>>. Acesso em: 25 set. 2016.

WIKIPEDIA. **Capital Brasileira da Cultura**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Capital_Brasileira_da_Cultura>. Acesso em: 25 set. 2016.

WIKIPEDIA. **Caxias do Sul**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Caxias_do_Sul>. Acesso em: 25 set. 2016.

WIKIPEDIA. **Orquestra Sinfônica**. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Orquestra>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

WIKIPEDIA. **UCS TV**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/UCS_TV>. Acesso em: 1 jun. 2018.

WHITE, Leslie A. e DILLINGHAM, Beth. **O conceito de cultura**. Tradução de Teresa Dias Carneiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.

YEOMAN, Ian, et al. Tradução: Gabriela Scuta Fagliari. **Gestão de Festivais e Eventos: uma perspectiva internacional de Artes e Cultura**. São Paulo: Roca, 2006.

ZARDO, Julia (org.). **Incubadoras Culturais: do negócio da cultura à cultura dos negócios: um guia para planejamento e gestão**. Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores, Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas. Brasília: ANPROATEC & SEBRAE, 2005.

7 APÊNDICE I: INSTRUMENTO DE PESQUISA

NÚCLEO 1: DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

1. Faixa etária: 20 – 29, 30 – 39, 40 – 49, 50 – 60, + de 60 anos
2. Gênero: feminino masculino
3. Você é músico titular?
 Sim Não
4. Você foi maestro ou solista convidado da Orquestra da UCS:
 pela primeira vez mais de uma vez – Se sim, quantas.....

NÚCLEO 2: A VIAGEM

5. Procedência: Cidade:
- Estado:.....
- País:
6. Primeira vez na cidade?
 Sim Não

NÚCLEO 3: ASPECTOS MUSICAIS:

7. Como você vê a Orquestra Sinfônica da Caxias do Sul?

.....

.....

.....

.....

8. Na sua opinião, quais são as possibilidades da música sinfônica na relação com o turismo?

.....

.....

.....

.....

9. Poderia transcrever alguma experiência que você tenha vivenciado neste sentido?

.....

.....

.....
.....

10. Se você é de fora da cidade, como foi a sua relação com a cidade na sua estada em Caxias do Sul?

.....
.....
.....

Pontos Positivos:.....

.....
.....

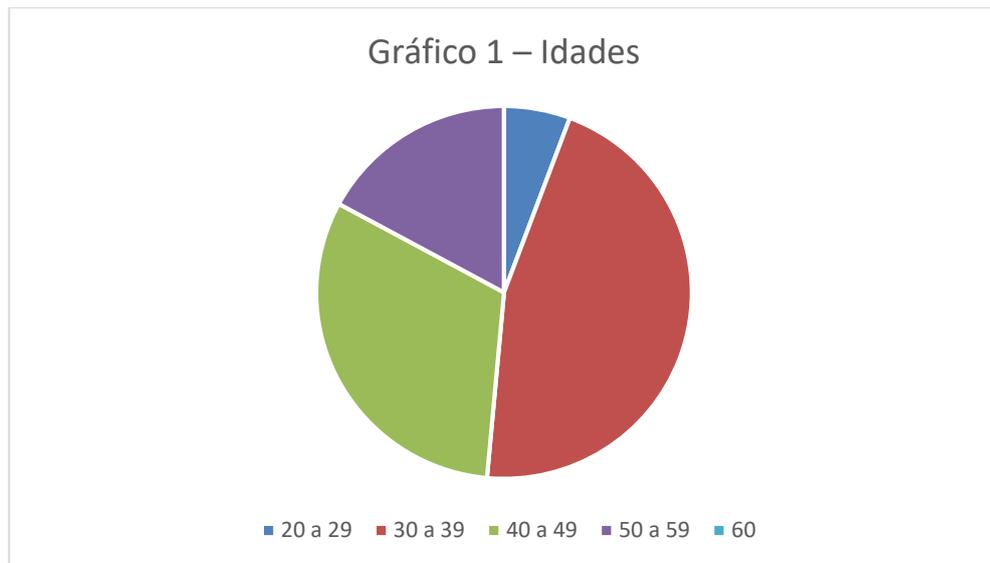
Pontos Negativos:

.....
.....

8 APÊNDICE II: APLICAÇÃO DO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO

Faixa etária:

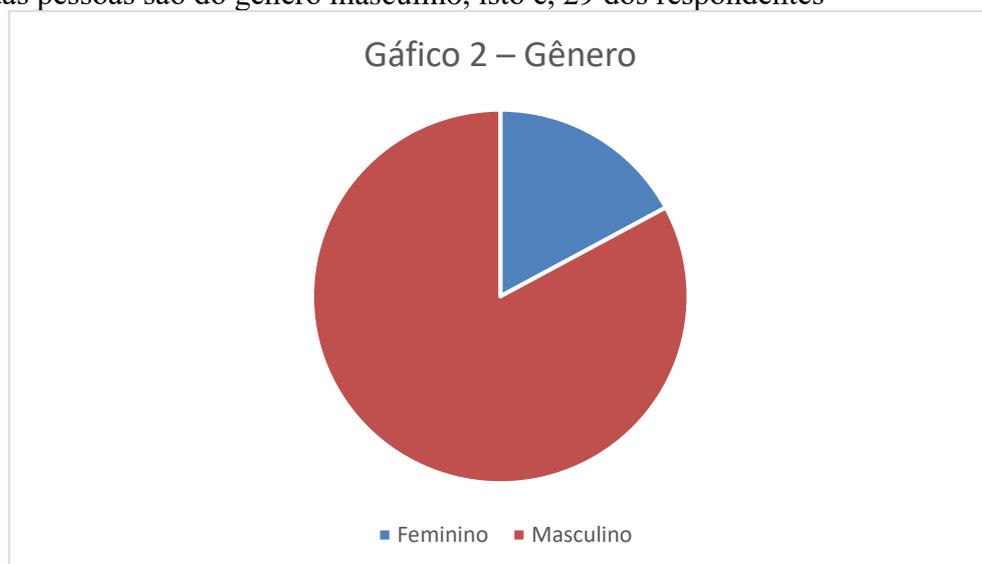
5,7% das pessoas tem de 20 a 29 anos, isto é, 2 dos respondentes
45,7% das pessoas tem de 30 a 39 anos, isto é, 16 dos respondentes
31,4% das pessoas tem de 40 a 49 anos, isto é, 11 dos respondentes
17,1% das pessoas tem de 50 a 60 anos, isto é, 6 dos respondentes
0% das pessoas tem mais de 60 anos, isto é, tantos dos respondentes



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Gênero:

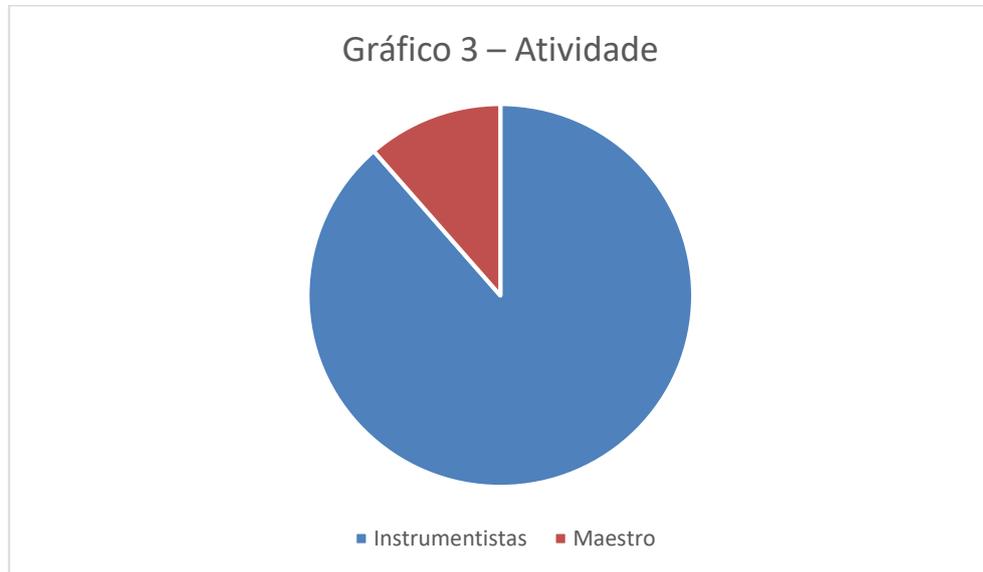
17,1% das pessoas são do gênero feminino, isto é, 6 dos respondentes
82,9% das pessoas são do gênero masculino, isto é, 29 dos respondentes



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Atividade:

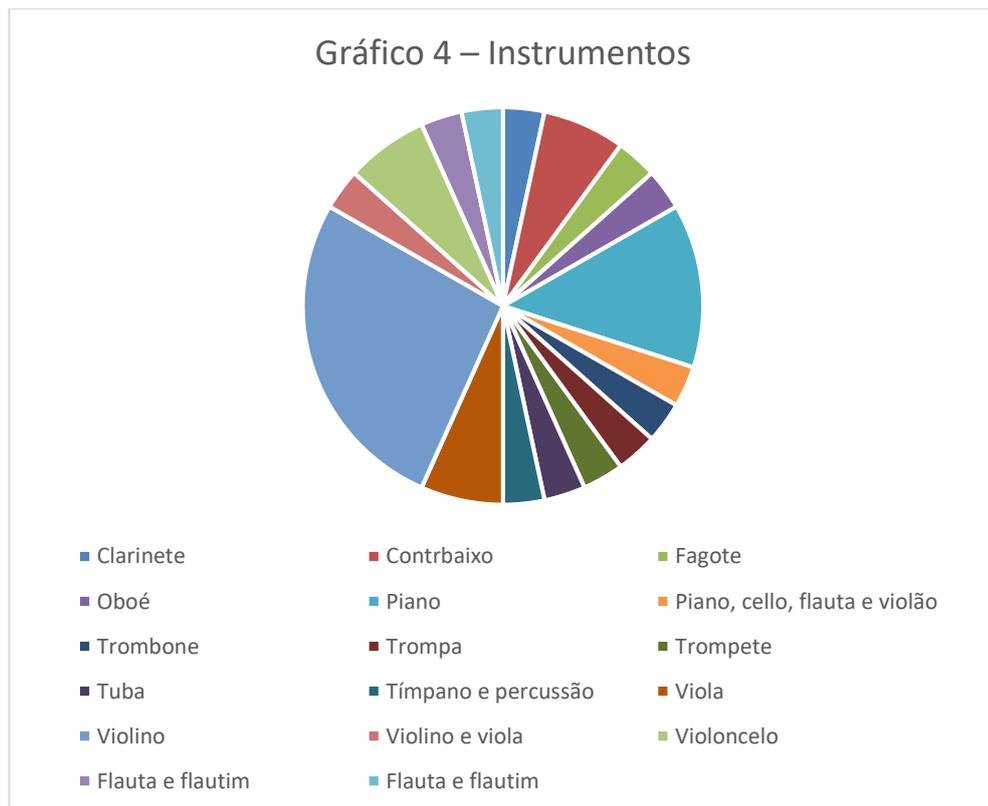
88,6% dos músicos são Instrumentistas, isto é, 31 dos respondentes
11,4% dos músicos são Maestros, isto é, 4 dos respondentes



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Se músico instrumentista, qual o instrumento que toca?

Dois tocam clarinete
 Dois tocam contrabaixo
 Um toca fagote
 Um toca oboé
 Quatro tocam piano
 Um toca piano, cello, flauta e violão
 Um toca trombone
 Um toca trompa
 Um toca trompete
 Um toca tuba
 Um toca tímpano e percussão
 Dois tocam viola
 Oito tocam violino
 Um toca violino e viola
 Dois tocam violoncelo
 Um toca flauta e flautim
 Um toca flauta



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Instrumentista ou Maestro:

62,9% é músico titular, isto é, 22 músicos respondentes

37,1% é músico convidado, isto é, 13 dos respondentes

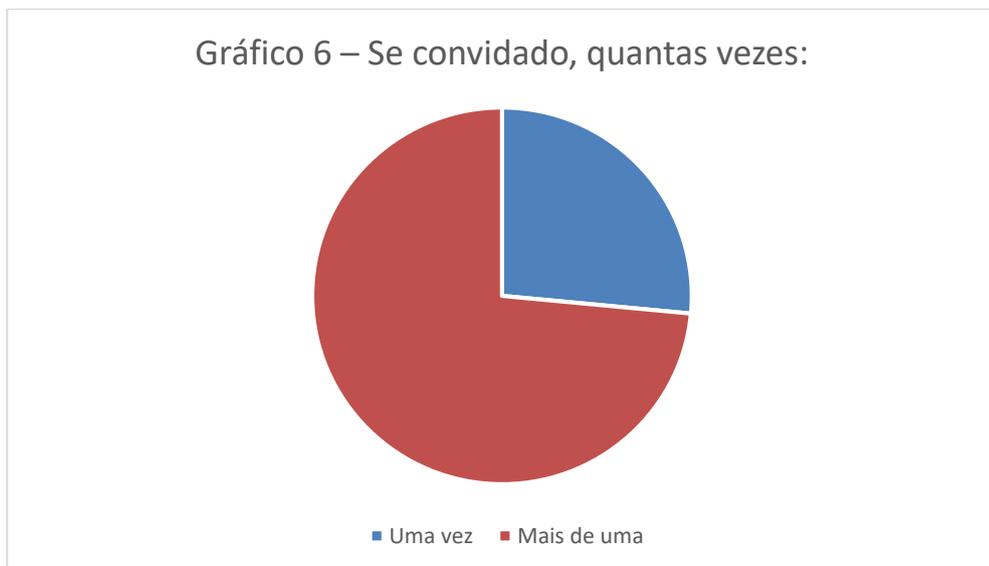


Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Se convidado, esteve na OSUCS:

26,5% uma única vez, isto é, 3 dos convidados respondentes

73,5% mais de uma vez, isto é, 10 dos convidados respondentes



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Local de nascimento:

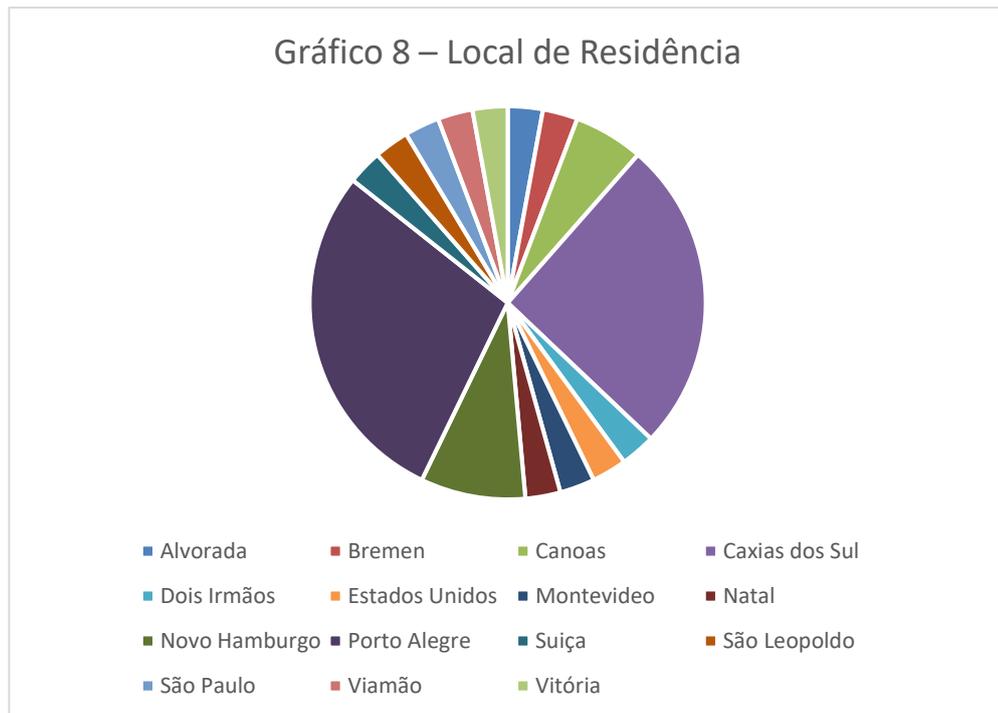
Um(a) dos(as) respondentes é da Argentina
 Um(a) dos(as) respondentes é de Artigas, no Uruguai
 Um(a) dos(as) respondentes é de Belém do Pará – PA
 Nove dos(as) respondentes são de Caxias do Sul – RS
 Um(a) dos(as) respondentes é de Cruz Alta
 Um(a) dos(as) respondentes é de Horizontina – RS
 Um(a) dos(as) respondentes é de Jaguará do Sul – SC
 Um(a) dos(as) respondentes é de Karaganda, no Cazaquistão
 Um(a) dos(as) respondentes é de Mato Grosso do Sul
 Um(a) dos(as) respondentes é de Mauá – SP
 Três dos(as) respondentes são de Novo Hamburgo – RS
 Oito dos(as) respondentes são de Porto Alegre – RS
 Um(a) dos(as) respondentes é de Rio Pardo – RS
 Um(a) dos(as) respondentes é de São Leopoldo – RS
 Um(a) dos(as) respondentes é de Triste – Itália
 Um(a) dos(as) respondentes é de Tuparendi – RS
 Um(a) dos(as) respondentes é de Veranópolis – RS
 Um(a) dos(as) respondentes é de Viamão – RS



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Local de residência:

Um(a) dos(as) respondentes mora em Alvorada – RS
 Um(a) dos(as) respondentes mora em Bremen, na Alemanha
 Dois dos(as) respondentes mora em Canoas – RS
 Nove dos(as) respondentes moram em Caxias do Sul – RS
 Um(a) dos(as) respondentes mora Dois Irmãos – RS
 Um(a) dos(as) respondentes mora nos Estados Unidos – EUA
 Um(a) dos(as) respondentes mora em Montevideo – Uy
 Um(a) dos(as) respondentes mora em Natal – RN
 Três dos(as) respondentes Novo Hamburgo – RS
 Dez dos(as) respondentes moram em Porto Alegre – RS
 Um(a) dos(as) respondentes mora na Suíça
 Um(a) dos(as) respondentes mora em São Leopoldo – RS
 Um(a) dos(as) respondentes mora em São Paulo – SP
 Um(a) dos(as) respondentes mora em Viamão – RS
 Um(a) dos(as) respondentes mora em Vitória – ES



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

QUADRO 1 – Como é/foi sua experiência junto a Orquestra Sinfônica da Universidade de Caxias do Sul?

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
1.	Enriquecedora. É uma Orquestra com um projeto artístico que se destaca no estado.	Enriquecedora. Projeto artístico.
2.	A OSUCS é uma Orquestra muito aberta à novas ideias e concepções musicais. Sempre muito disposta. Todas experiências têm sido muito gratificantes e cada vez a um nível mais elevado a cada concerto.	Orquestra aberta. Novas ideias e concepções.
3.	Algumas vezes atuei como músico convidado e recentemente como solista.	Músico de complemento e solista.
4.	Sempre muito gratificante. O nível da orquestra é excelente, os músicos são competentes e colaborativos, o clima de trabalho é amigável e positivo. É sempre um prazer ser convidada pela Orquestra!	Orquestra excelente. Músicos competentes. Clima de trabalho positivo.
5.	Uma boa prática de orquestra possibilitando experiências para a carreira de músico de orquestra.	Experiências.
6.	Desde 2002, quando iniciei meu trabalho com a OSUCS logo pude sentir a boa atmosfera e competência das pessoas que lideram essa importante orquestra nosso Estado. A Orquestra ao longo de seus 16 anos de existência tem evoluído barabaramente e sem dúvidas é uma das melhores orquestras do Sul do País. Apesar de ter um orçamento reduzido, a orquestra vem proporcionando um repertório diversificado tanto no âmbito erudito quanto popular, solistas e maestros nacionais e internacionais, além de integrar diversos programas junto à comunidade acadêmica onde se pode destacar as parcerias com o curso de Administração no projeto Orquestrando as Organizações, os concertos do programa do Centro de Línguas Estrangeiras, curso de Moda e Estilo, nos concertos dedicados às crianças e ao Ballet Quadressências. Sem dúvida é uma experiência muito gratificante trabalhar nessa instituição.	Uma das melhores orquestras do sul do País.
7.	Venho tocando na UCS há quatro anos, a cada temporada que se passa, a orquestra vêm ganhando corpo em todos os sentidos. Como músico, me sinto desafiado a tocar obras que nunca havia tocado anteriormente, sendo um repertório bem eclético, tanto de compositores brasileiros quanto de estrangeiros. Sempre me sinto motivado, fazendo com que a cada concerto, a experiência sempre seja de alto nível.	Orquestra que vem ganhando corpo. Repertório eclético.
8.	Toco na orquestra há 15 anos, o ambiente de trabalho é excelente, estamos sempre sendo desafiados a dar o nosso melhor.	Músicos desafiados.
9.	Relação profissional e cultural.	Profissional.
10.	Considero positiva a medida em que estamos em crescente evolução musical e artística.	Evolução musical e artística.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
11.	Iniciei como músico de convidado e agora sou músico efetivo.	Músico convidado e efetivo.
12.	Foi importante, por ser uma Orquestra relativamente jovem, mas já com propósitos bem definidos.	Propósitos bem definidos.
13.	Fantástica.	Fantástica.
14.	Muito boa. Desenvolvi minhas habilidade e conhecimento musical. Fazemos repertório de primeira qualidade. É um grupo de profissionais e amigos.	Repertório de qualidade.
15.	Excelente.	Excelente.
16.	Minha experiência com a OSUCS sempre foi uma realização pessoa para mim. Tanto no que se refere aos programas, repertórios apresentados, como também, a organização e a estrutura da UCS, a qualidade na performance, o espírito de equipe e união que sempre fizeram parte da orquestra como uma de suas características fundamentais. Um dos pontos, mais importantes em relação à Orquestra é a valorização e o apoio da universidade aos seus trabalhos e projetos, fazendo assim a OSUCS uma referência nacional e internacional e, em consequência, uma aliada cada vez maior na projeção do nome da UCS quase que universalmente.	Referência nacional e internacional.
17.	Muito boa. Pude acompanhar o grande crescimento da orquestra nesses últimos anos.	Grande crescimento.
18.	Absolutamente satisfatória.	Satisfatória.
19.	Minha formação. Meu primeiro contato com orquestra foi com a OSUCS.	Formação.
20.	Experiência de aprendizagem.	Aprendizagem.
21.	Muito boa.	Muito boa.
22.	Tocar na OSUCS é a oportunidade profissional mais importante da minha vida. Sinto tanto orgulho em poder fazer parte da melhor orquestra privada do estado. Me dedico muito para conseguir alcançar o nível que essa orquestra merece. Na minha humilde opinião, é a única orquestra que realmente faz música com emoção e energia no Rio Grande do Sul.	Melhor orquestra privada do estado. Música com emoção.
23.	Muito boa a recepção dos músicos e da direção da Orquestra.	Receptiva por parte dos músicos e direção.
24.	Adoro participar da OSUCS.	Adoro participar.
25.	Me sinto honrado em participar de um grupo com profissionais de alto nível.	Honra em participar.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
26.	Experiência positiva e de satisfação de tocar em uma orquestra profissional de abrangência regional.	Abrangência regional.
27.	Excelente.	Excelente.
28.	Excelente.	Excelente.
29.	A OSUCS é uma ótima orquestra e poder fazer parte dela é um privilégio. Ótima programação e excelentes músicos.	Ótima
30.	Enriquecedora.	Enriquecedora.
31.	Experiência como violista e violinista; crescimento profissional e pessoal.	Crescimento profissional e pessoal.
32.	Foi uma experiência intensa e muito motivadora.	Intensa e motivadora.
33.	Foi muito boa. Tive uma ótima resposta dos músicos e da plateia.	Ótima resposta dos músicos e da plateia.
34.	Excelente.	Excelente.
35.	Good experience. Fantastic conductor, professional orchetra, kind people aroud me.	Maestro fantástico. Orquestra profissional.

Fonte: Dados de pesquisa da autora.

QUADRO 2 – É possível associar a música erudita ao turismo? Poderia exemplificar a sua opinião?

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
1.	Sim, é possível de diversas formas. O mais comum é por meio de cursos e festivais realizados tradicionalmente em localidades turísticas (por exemplo: Campos do Jordão, Gramado/Canela, Jericoacoara, Outro Preto) quando se unem estruturas turísticas/hospedagem/natureza para agregar valor às atividades musicais.	Cursos e festivais.
2.	Uma Orquestra é um atrativo cultural muito importante para uma cidade uma vez que tem o poder de atrair grande quantidade de público interessado nesse nicho. O próprio público turístico que a princípio não estaria à vista pela orquestra pode muito bem usufruir de possíveis concertos durante sua estada, uma vez que a população turística também busca “in loco” atividades de entretenimento. Se a orquestra for de alto nível, maior o número de visitantes que têm prioridade na orquestra. Assim acontece em outros grandes centros culturais no mundo.	Atrativo cultural. Atração de grande público.
3.	Acredito que sim. Temos algumas experiências que deram certo como o festival de inverno de Campos do Jordão a partir da década de 70 senão me engano. Hoje vários festivais como Jaraguá do Sul, Pelotas e Gramado demonstram que o	Festivais como Jaraguá do Sul, Pelotas e Gramado.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
	turismo aumenta durante suas realizações e isso não se deve apenas aos estudantes e professores que se deslocam até lá, e sim a um público sedento por esse tipo de música.	
4.	Sim, o exemplo disto são os Festivais de Música do mundo todo, que atraem turistas por sua programação, e que fazem com que todos os setores das cidades sejam beneficiados.	Festivais de Música no mundo atraem turistas.
5.	A orquestra por ser ligada a uma universidade comunitária com campus em diversas cidades primeiro promoveu o turismo dos músicos por conhecemos superficialmente diversas cidades. E por ser itinerante beneficia o turismo nestas cidades. Sendo que elas não precisam ter uma orquestra para ter apresentações em suas cidades, contribuindo com as atividades culturais.	Promove o turismo dos músicos. Beneficia o turismo.
6.	Com certeza. Em outros países como Alemanha, França, Estados Unidos, etc., o turista tem acesso a diversos espetáculos artísticos através de revistas e anúncios que estão disponibilizados em quiosques contendo toda a programação do mês.	Alemanha, França, Estados Unidos. Turista tem acesso a espetáculos.
7.	Turismo e música erudita podem ser associadas, na minha opinião. No mercado musical mundial, existem inúmeras cidades pequenas da América do Norte e da Europa, que promovem festivais de música erudita, seja de música de câmara ou festivais de programação pedagógica e artística. Estes tipos de eventos ajudam a alavancar o mercado hoteleiro, de serviços, etc., trazendo dividendos para o município. Por exemplo, Aspen, Verbier Festival, etc.	Mercado musical mundial. Cidades pequenas da América do Norte e da Europa. Festivais. Alavanca o mercado hoteleiro e de serviços.
8.	Com certeza, o turista também busca experiências culturais nas viagens. Assistir a um concerto pode ser uma dessas experiências.	Experiências culturais. Assistir a um concerto.
9.	Acredito que sim, inserindo os concertos de música erudita em roteiros turísticos. Oferecendo a agentes de viagem e hotéis como evento cultural. Pacotes incluindo Concerto e gastronomia antes ou após evento.	Concertos de música erudita em roteiros turísticos.
10.	A música de concerto e/ou de câmara, seja erudita ou popular, não só pode como deve estar inserida dentro de uma programação turística. A cidade de Caxias do Sul teria um potencial para fomentar o turismo na sua plenitude, porém, o que se vê, é que o turismo não está sendo divulgado como deveria. Os eventos e suas divulgações são pontuais e não anual, por exemplo.	Inserida dentro de uma programação turística. Potencial para fomentar o turismo.
11.	Sim, cada localidade (país ou estado) possui sua música característica e isto pode ser utilizado como atração histórica e cultural.	Música característica.
12.	Sim. No momento que se desenvolvem programas com continuidade, e/ou a presença de um solista de destaque, alinhando ainda com um programa diferenciado, com uma divulgação ampla, é possível atrair público de outras cidades e regiões para assistir ao concerto.	Programas com continuidade. Solista de destaque. Atrativo.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
13.	Com seguridade (sic, certeza). Um exemplo disso é o Festival de Lucema, na Suíça, e outros.	Festival de Lucema, na Suíça.
14.	Sim. Se eu fosse visitar uma grande cidade como Viena, Nova Iorque ou Paris, sem dúvida, faria o possível para apreciar as grandes orquestras presentes nessas cidades. Caxias tem o privilégio de ter uma das melhores (alguns dizem A MELHOR) orquestra do estado e esse potencial pode ser explorado para a atração turística.	Uma das melhores orquestras do estado. Potencial pode ser explorado.
15.	Sim. Podemos ter uma ideia do desenvolvimento cultural da cidade pelo número de Orquestras profissionais existentes.	Ideia do desenvolvimento cultural.
16.	É sempre possível associar a Orquestra em eventos relacionados ao turismo, desde que, haja espaço e abertura para tanto. Essa relação depende de planejamento e organização. Tudo é uma questão do objeto que se busca ao vincular a música ao turismo: um momento em que tenha um papel de destaque, como um concerto, ou um papel secundário, mas não menos importante como na participação de solenidades, etc.	Eventos relacionados ao turismo.
17.	Sim, já visitei várias cidades afim de assistir concertos e teatros.	Visitei várias cidades para assistir concertos.
18.	Absolutamente, alguns exemplos: os festivais de música na Napa Valley, California; e na Toscana, na Itália, onde o ano passado foi inaugurado um auditório completamente novo no meio de uma vinícola.	Festivais de música na Napa Valley, California; e na Toscana, na Itália.
19.	Sim, em muitos aspectos. Ex: a natureza quando respiramos aquele ar puro, a música erudita me faz tão bem quanto a esse ar que me refiro.	Muitos aspectos.
20.	Sim.	Sim.
21.	Sim. Música erudita pode ser própria um conteúdo turístico, bem como pode ser ilustradora de outras atividades ou pontos turísticos.	Pode ser própria um conteúdo turístico. Ilustradora de outras atividades ou pontos turísticos.
22.	Com certeza, o exemplo que dou são as experiências que tive em minhas viagens ao exterior. Em todos os lugares turísticos que fui pela Europa sempre tinha algum cartaz com anúncios de concertos e nunca puder ir porque estavam lotados de turistas, não sobrava ingresso. Em Praga, alguns homens anunciavam e ofereciam ingressos para um concerto e todos os turistas compravam na hora. A música tem uma linguagem universal, não importa o idioma, através dela é possível se conectar com pessoas de qualquer lugar do mundo e trocar experiências culturais.	Lugares turísticos na Europa com cartazes com anúncios de concertos. A música tem linguagem universal. Conectar com pessoas de qualquer lugar do mundo e trocar experiências culturais.
23.	Sim. Pois a orquestra é uma ferramenta de atração para conhecer a cidades. E saber como a cidade reconhece a música sinfônica.	É ferramenta de atração.
24.	Com certeza, por exemplo um dos maiores espetáculos do Gramado Luz, o Show do Lago, que utilizam música clássica, principalmente óperas, para atrair turistas.	Gramado Luz e o Show do Lago utilizam música clássica para atrair turistas.

S.	EXPRESSIONES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
25.	A Música tem o poder de unir os povos. Imagine um turista visitando uma de nossas cidades e uma orquestra ou grupo estiver executando uma obra musical que para eles é familiar, isto é algo maravilhosos! Uma ótima forma de recepcionar alguém.	Unir os povos. Turista visitando e uma orquestra executando uma obra musical. Recepção.
26.	Sim. Caxias do Sul não é propriamente um destino turístico, é uma região muito industrializada. Entretanto apresenta um potencial de exploração do setor de turismo muito forte. Neste sentido poderia ser associada a cultura italiana, o setor vinícola, e os explorar as várias pequenas igrejas da região. Também poderíamos inserir as apresentações eruditas no contexto nacional de produção artística, sendo uma referência cultural na música. A cultura musical poderia ser mais valorizada com a existência de um teatro que fosse específico para a produção de espetáculos musicais.	Caxias não é destino turístico. Industrializada. Potencial para o turismo.
27.	Sin, es una maneira de llegar a todo ser humano donde se encuentre en el mundo.	Ser humano.
28.	Sim. Muitas cidades são visitadas pelos mais variados motivos, entre os quais, assistir não apenas a orquestra existente no local, mas também para conhecer o teatro da localidade.	Assistir orquestra.
29.	Com certeza. Acredito que uma cidade que possui uma orquestra sinfônica pode (e deve) atrelar em seus pacotes de passeios a visita a ensaios e orquestra. Todas as grandes cidades do mundo realizam esse serviço.	Pacotes de passeios. Visitas aos ensaios e concertos.
30.	Sim, é possível.	Sim.
31.	Sim. Seria interessante vincular os concertos a uma rota turística, algum city tour.	Concertos. Rota turística.
32.	Sim. O turismo cultural alimenta a economia de muitas cidades, principalmente na Europa. A música clássica tem potencial para ajudar a movimentar essa economia.	Alimenta a economia. Potencial para ajudar a movimentar a economia.
33.	Certamente, já estamos fazendo isso em Gramado com o festival de música “Gramado in Concert” e o mesmo tem trazido turistas.	Gramado in Concert.
34.	Sim! Acredito que muitas instituições artísticas ligadas a música como salas de concerto e orquestras podem atrair e promover o turismo para determinada região pela sua agenda de concertos e por outros motivos.	Atrair e promover o turismo.
35.	Every time I travel to give the concerts, I try to take time too see the city/contry I’m going is. This is not Always possible due to the time. So I would like to see in Brazil not only Caxias and Porto Alegre, but also Rio and São Paulo and other cities, but unfortunatelu there was no time for it. Maybe next time.	Participar de concertos. Conhecer a cidade.

Fonte: Dados de pesquisa da autora.

QUADRO 3 – Você vivenciou alguma experiência em que música e turismo estiveram associados, quer como músico, quer como plateia?

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
1.	Sim, tanto como músico, participando de festivais e cursos no país e no exterior e como plateia, em festivais e encontros.	Festivais e cursos. País e no exterior.
2.	As maiores orquestras do mundo atraem público de outras cidades e países. A Filarmônica de Berlim é uma delas. Grande parte dos turistas vão a Berlim simplesmente para assistir à concertos.	Maiores orquestras. Atraem público. Filarmônica de Berlim.
3.	O <i>trip advisor</i> de Berlim tem a ida ao concerto da Filarmônica de Berlim como a atração turística nº 1. Vivi essa experiência como turista.	O <i>trip advisor</i> de Berlim.
4.	Sim, em diferentes festivais – Uruguai, Itália, Alemanha, Áustria, Bélgica. E também uma programação específica de fim de semana musical, com música erudita – palestras e concertos – que levou 300 turistas para um hotel fantástico em uma praia na França, fora de temporada.	Uruguai, Itália, Alemanha, Áustria, Bélgica. Programação específica.
5.	Para nós músicos, o turismo sempre é acompanhado do nosso trabalho, então se formos para a Alemanha, não podemos sair de lá para ver a Orquestra Filarmônica de Berlim e seu ambiente de trabalho, o teatro, a sala de ensaio, etc. Assim acredito que se uma orquestra tomo como referência em uma região não só ela e suas apresentações, como os locais de ensaios, o próprio ensaio, o teatro e o concerto tornam-se turísticos.	O turismo acompanha o trabalho. Orquestra Filarmônica de Berlim e seu ambiente de trabalho.
6.	Recentemente quando estive em Nova York e Chicago fiquei encantado com a possibilidade de assistir grandes concertos tanto no Carnegie Hall, bem como em teatros dedicados aos Musicais como o Fantasma da Ópera. Além dessas pequenas revistas que contém todas as programações tanto de óperas, companhias de dança, teatro, musicais, etc. cartazes dispostos em diversos pontos estratégicos da cidade chamam a atenção do turista para assistir a essas orquestras que são atrativos turísticos comparáveis ao Central Park, a Estátua da Liberdade, aos Aquários, Museus, etc.	Nova York e Chicago.
7.	Sim, venho participando de festivais de música em diversos lugares, e percebo a presença de turistas. Nestes municípios, a municipalidade promove ou apoia eventos que incentivem turistas, e concertos são oportunidades interessantes para pessoas que não costumam assistir tais eventos com regularidade. Aliando assim, o turismo e música de alto nível, mais comumente presente em grandes cidades.	Festivais.
8.	Como músico não, mas ao viajar para a Europa, uma parte do roteiro inclui assistir a concertos, recitais e óperas.	Roteiro. Assistir a concertos, recitais e óperas.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
9.	Sim. Como estudante de festivais de música em diversas cidades e como plateia enquanto turista, no Brasil e no exterior.	Festivais de música. Brasil e no exterior.
10.	Não.	Não.
11.	Sim. Toquei música brasileira para uma comitiva de professores estrangeiros.	Música brasileira. Comitiva de estrangeiros.
12.	Sim, vivenciei algumas. Destaco especialmente uma experiência, que foi assistir a um concerto da OSESP na Sala São Paulo, em que adquiri passagem aérea, me hospedei em hotel naquela cidade, fui em alguns restaurantes, fiz compras em algumas lojas e utilizei o sistema de transporte local e, pagando por esses serviços/produtos, considero que ajudei a movimentar a economia daquele município.	Concerto da OSESP na Sala São Paulo. Economia.
13.	Sim. No Festival de Lucema, na Suíça, Arena Di Verona, Festival Saanen, Festival Vielsaitg, em Füssen.	Festival de Lucema, na Suíça, Arena Di Verona, Festival Saanen, Festival Vielsaitg, em Füssen.
14.	Sim. Em Dois Irmãos, cidade onde moro, acontecem todo o ano as comemorações do Natal dos Anjos, onde são oferecidas atrações musicais.	Dois Irmãos. Comemorações de Natal.
15.	Sim. Quando estudei na Argentina violino, aproveitei para conhecer o país e a cultura local.	Conhecer o país e a cultura local.
16.	Sim, algumas vezes realizamos trabalhos com quarteto de cordas, outras com o duo de violinos, na recepção de grupos visitantes em vinícolas aqui da região (Bento Gonçalves) bem como em jantares de grupos visitantes.	Recepção. Vinícolas em Bento Gonçalves. Jantares de grupos.
17.	Sim, nas duas formas.	Sim.
18.	Amiata Piano Festival, Monte Amiata, Toscana, Itália.	Amiata Piano Festival, Monte Amiata, Toscana, Itália.
19.	Sim, já vivenciei. Quando fui fazer turismo em outros estados, fui recepcionado com música. Isso me marcou muito.	Recepção com música.
20.	Sim, em Festivais de Música.	Festivais de Música.
21.	Sim, como músico e como plateia.	Músico. Plateia.
22.	Vivenciei algumas vezes em viagens, mas no Brasil isso fica bem evidente quando participo de algum festival de música por aqui. Dou o exemplo dos festivais Gramado in Concert e Festival Internacional SESC de Música (Pelotas). Nesses períodos as cidades onde ocorrem os festivais ficam lotadas de turistas porque tem concertos e recitais por toda a cidade. É comum ver grupos tocando nas praças, igrejas, centro da cidade, nos teatros, escolas, asilos, hospitais; é difícil até conseguir hotel disponível durante o período desses festivais.	Gramado in Concert e Festival Internacional SESC de Música (Pelotas).

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
23.	Sim. Principalmente quando executamos músicas de compositores locais.	Músicas de compositores locais.
24.	Sim, nesse espetáculo em Gramado e em outros que também eram óperas.	Gramado.
25.	Ser recepcionado em outro país e um grupo tocando música brasileira.	Recepção em outro país com grupo tocando música.
26.	Sempre há turismo em um espetáculo musical, pessoas de outras cidades vem a região para apreciar, e também para participar como músicos, indiretamente há muito turismo onde há produção artística em minha opinião.	Turismo. Espetáculo musical. Pessoas de outras cidades. Apreciação. Participação.
27.	Si.	Sim.
28.	Sim. Fui a cidade de São Paulo, apenas com o intento de assistir a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo.	OSESP.
29.	Sim. Estive duas vezes em cidades da Europa e passeios e visitas às salas de concertos eram comuns. Os ingressos podem ser adquiridos com antecedência e tornam os passeios culturalmente muito ricos.	Passeios e visitas às salas de concertos. Ingressos com antecedência.
30.	Sim.	Sim.
31.	Não. Nunca participei.	Não.
32.	Sim, aqui mesmo, em ES, caravana são organizadas, vindas de outros municípios especialmente para que as pessoas assistam aos concertos da Sinfônica do ES.	Caravana organizadas para os concertos da Sinfônica do ES.
33.	O que descrevi acima, a grande parte da audiência foi composta de turistas.	Grande parte da audiência. Turistas.
34.	Sim. Frequentemente toco em concertos com orquestras em outras cidades que estavam recebendo pessoas de outras regiões por conta do concerto que eu tocava.	Concertos recebem pessoas de outras regiões.
35.	To connect the performance and tourism as a musician: several times. As na audience: also a few times. For example: I had some concerts in Venice. Every time booked more or 3 days before the concert to rehearse and also 2 days after the concert to see the city. After the concert at night we made a night walk in Venice, the next day we even made promotion, videos, on the Giudecca Canal, saw the city, went to the, San Marco church, went to the museum Accademia, etc. I and my partner make many fotos of the city we are going in: the people see them on my page on facebook. As an audience: for example in Regensburg, Germany. I come to see the wonderful city during the festival, and booked a ticket to hear the concert, also went to the exhibition of instruments. It was wonderful. In my home-town Bremen there is Festival: Musikfest Bremen. There are concerts not only	Como músico, concertos em Veneza. Como público, em Regensburg, na Alemanha.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
	in Bremen during this Festival, but also in other cities around. This Festival, organize shuttlebus every time when the concert is outside, during the travel time the audience get a shot story about the city they are going in and hear. And then there is a little time to see the place around.	

Fonte: Dados de pesquisa da autora.

QUADRO 4 – Como você apresentaria a cidade de Caxias do Sul?

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
1.	Uma cidade em constante crescimento.	Constante crescimento.
2.	É uma cidade de grande apelo turístico principalmente na área da vitivinicultura e culinária italiana.	Vitivinicultura e culinária italiana.
3.	Não tenho conhecimento suficiente sobre o turismo.	Não tenho conhecimento.
4.	Cidade de muito progresso, indústria, comércio muito atraente, clima ótimo culinária italiana – e que merece uma programação cultural mais atraente.	Progresso, indústria, comércio, clima, culinária italiana. Merece programação cultural atraente.
5.	Cidade industrial, com ênfase em vinícolas e culinária italiana, que possui uma grande universidade comunitária que valoriza cultura através de uma grande orquestra sinfônica.	Industrial. Vinícolas e culinária italiana. Grande universidade comunitária.
6.	Uma cidade trabalhadora, que tem uma das mais importantes universidades do País, que tem uma Orquestra Sinfônica e que zela pela cultura dos imigrantes italianos.	Trabalhadora. UCS. Orquestra Sinfônica.
7.	Prefiro não responder.	Prefiro não responder.
8.	É uma cidade industrial, bastante voltada para o trabalho, mas que por gerar riqueza e atrair pessoas de vários lugares que para lá vão em busca de oportunidades de emprego, também está desenvolvendo uma diversidade cultural bem interessante.	Industrial e voltada ao trabalho. Diversidade cultural.
9.	Cidade que ressalta o interesse pelo trabalho e de estrutura cultural razoável e potencial gastronômico.	Interesse pelo trabalho. Estrutura cultural razoável. Potencial gastronômico.
10.	Uma cidade que cresceu muito nos últimos anos, que ainda oferece uma boa qualidade de vida. Em relação ao turismo, deixa muito a desejar.	Cidade que cresceu. Oferece uma boa qualidade de vida. Deixa a desejar no turismo.
11.	Hospitaleira.	Hospitaleira.
12.	Reconheço a cidade de Caxias do Sul, como uma cidade de que se destaca pelo trabalho, mas que vem num crescendo muito bom para as questões culturais e de lazer.	Trabalho. Questões culturais e de lazer.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
13.	Não sei.	Não sei.
14.	Uma cidade grande e próspera, que oferece tudo o que eu buscaria numa grande cidade, mas que mantém aspectos de uma vida interiorana.	Grande e próspera. Vida interiorana.
15.	Apresentaria como uma cidade que sabe empreender e que tem uma excelente Orquestra Sinfônica.	Empreendedora. Excelente Orquestra Sinfônica.
16.	Caxias é uma cidade de característica industrial, basicamente. O turismo aqui é o de negócios, em sua maioria. Acredito que cidades em nossa região estão relativamente mais avançadas em relação ao turismo. Só em relação à arte, vide Bento Gonçalves (Bento em Dança), Gramado (Festival de Música de Gramado), Pelotas (Festival de Música do SESC). Quanto tempo o turista necessita ficar em Caxias para visitar os pontos turísticos e quanto tempo ele ficaria em Bento Gonçalves, por exemplo? Acredito que Caxias tem um potencial enorme e pouco explorado em relação ao turismo que não seja o de negócios. Nesse sentido, acredito ser necessária a criação de políticas de incentivo ao turismo que funcionem, de um lado, internamente na cidade no sentido de fomentar a reestruturação e expansão de potenciais pontos de vista, e de outro, uma divulgação a nível nacional e internacional de Caxias para que essa venha a fazer parte das grandes rotas turísticas.	Industrial, basicamente. Turismo de negócios. Políticas de incentivo ao turismo.
17.	Uma cidade com uma economia muito forte, que cresceu muito.	Economia muito forte.
18.	Uma cidade dinâmica e moderna no meio de um mar verde de natureza e de produtos únicos no Brasil pela qualidade.	Dinâmica e moderna no meio de natureza.
19.	Com música italiana.	Música italiana.
20.	Uma cidade próspera, pessoas trabalhadoras, boa comida.	Próspera. Pessoas trabalhadoras. Boa comida.
21.	Bonita.	Bonita.
22.	Caxias do Sul é incrível, povo culto e organizado, comidas deliciosas, lugares lindos pra lazer, é uma cidade que está sempre produzindo e prosperando. Pelas experiências que tive, é uma cidade que respira cultura. Em todas as vezes que toquei em Caxias, a plateia estava lotada, sem exceção. Significa que o povo caxiense respeita, aprecia e valoriza a música erudita, o que é raro. Na verdade, acho um típico comportamento europeu. Não vemos isso na região metropolitana.	Incrível. Povo culto e organizado. Comidas deliciosas. Lugares lindos para lazer. Respira cultura. Valoriza a música erudita.
23.	Como a cidade de maior possibilidade de crescimento na música instrumental do Rio Grande do Sul.	Possibilidade de crescimento na música.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
24.	Como uma cidade que pode te proporcionar muito.	Pode proporcionar muito.
25.	Indo direto às origens de Caxias, demonstrando algo que representa os povos italianos e alemães.	Povos italianos e alemães.
26.	Polo industrial, com setor de serviços também avançada. Carente de espaços culturais.	Polo industrial. Espaços culturais.
27.	Hermosa, alegre.	Bonita, alegre.
28.	Uma cidade de uma cultura pulsante.	Cultura pulsante.
29.	Uma cidade próspera, com excelentes pontos turísticos, e uma gastronomia riquíssima.	Próspera. Excelentes pontos turísticos. Gastronomia riquíssima.
30.	Uma cidade que valoriza a cultura.	Valoriza a cultura.
31.	Como uma cidade acolhedora e com muitas atrações turísticas.	Acolhedora. Muitas atrações turísticas.
32.	Uma belíssima cidade, acolhedora, organizada e atraente, e rodeada de atrações turísticas.	Belíssima, acolhedora, organizada e atraente, e com atrações turísticas.
33.	Como cidade do bom vinho e da boa música.	Bom vinho. Boa música.
34.	Como uma cidade riquíssima culturalmente, que une o progresso e o crescimento com o cultivo das tradições e raízes da cidade. Com um povo acolhedor e hospitaleiro.	Riquíssima culturalmente. Progresso e crescimento com o cultivo das tradições. Povo acolhedor e hospitaleiro.
35.	Modern city with beautiful churches, big nice theater, very nice aquarium where you can get for free, Zoological Garden where you can see charming puma and other animals and big botanical Garden, where you can calm down after working day and see the blue water of the lake. And most important: Caxias is a city with fantastic kind people.	Moderna. Belas igrejas, grande teatro agradável, aquário, jardim zoológico, e o jardim botânico Pessoas gentis fantásticas.

Fonte: Dados de pesquisa da autora.

QUADRO 5 – O que lhe agrada em Caxias do Sul?

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
1.	Gastronomia, clima, interior de Caxias do Sul.	Gastronomia, clima, interior.
2.	A comida, o clima, a receptividade da população.	A comida, o clima, a receptividade.
3.	Não tenho conhecimento suficiente sobre o turismo.	Não tenho conhecimento.
4.	A gastronomia, o clima, a sensação de amplidão através de ruas largas, o progresso visível na cidade.	A gastronomia, o clima. Ruas largas. Progresso visível.
5.	A Universidade, a natureza da região, a culinária e lojas de vestuário.	Universidade, a natureza, a culinária e lojas de vestuário.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
6.	A Orquestra Sinfônica da UCS, a própria UCS e seus campus extremamente agradáveis bem como a excelente comida que é servida nos restaurantes como o Andrea, Cantina Lunelli, etc.	Orquestra Sinfônica da UCS. UCS. Comida.
7.	Prefiro não responder.	Prefiro não responder.
8.	Sua identidade cultural italiana, que se reflete na arquitetura, na gastronomia e nas atividades culturais.	Identidade cultural italiana.
9.	Facilidades na realização de atividades em qualquer área.	Realização de atividades.
10.	Ainda a boa qualidade de vida.	Boa qualidade de vida.
11.	A população e a gastronomia.	A população e a gastronomia.
12.	Uma boa oferta de atividades culturais dos mais variados estilos e a gastronomia regional farta.	Atividades culturais e a gastronomia farta.
13.	Paisagens, vinhos.	Paisagens, vinhos.
14.	A beleza da arquitetura histórica, em especial Igrejas católicas, a Orquestra de Sopros e Orquestra Sinfônica da UCS, o apoio à cultura, o empreendedorismo, a gastronomia.	Arquitetura histórica, Igrejas católicas. Orquestra de Sopros e Orquestra Sinfônica da UCS. Apoio à cultura, o empreendedorismo, a gastronomia.
15.	O empreendedorismo dos caxienses.	Empreendedorismo.
16.	Caxias é a cidade onde nasci e tenho uma relação muito forte em relação a ela. Gosto das pessoas daqui, dos amigos, das relações e laços que estabeleço, os locais que frequento, a energia da minha vida e empregada aqui.	Pessoas, amigos, relações e laços. Locais.
17.	O tamanho, as avenidas e a gastronomia.	O tamanho, as avenidas e a gastronomia.
18.	Pessoas, comidas, vinhos.	Pessoas, comidas, vinhos.
19.	Gastronomia.	Gastronomia.
20.	Limpeza, cidade grande com características de cidade pequena.	Limpeza. Características de cidade pequena.
21.	Atividades culturais e as pessoas.	Atividades culturais e as pessoas.
22.	Me agrada o fato de ser uma cidade muito culta. Vejo que a maior parte dessa responsabilidade se deve à Universidade de Caxias do Sul, que alimenta a população com ensino e informações de qualidade, além de	Muito culta. UCS.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
	manter em movimento a cultura na região. Possui um gigantesco espaço pra estudos científicos, tecnologia avançada e uma incrível área de lazer.	
23.	O clima e as pessoas.	O clima e as pessoas.
24.	As duas orquestras, a universidade, a feira do livro, o festival de blues.	Duas orquestras, a universidade, a feira do livro, o festival de blues.
25.	A sua valorização pela cultura, especialmente a música.	Valorização da cultura e da música.
26.	Cidade próspera com muito potencial.	Próspera.
27.	Las personas.	Pessoas.
28.	As diversas programações ofertadas à população.	Programações.
29.	A organização da cidade e a gastronomia.	Organização da cidade. Gastronomia.
30.	Os vinhos.	Vinhos.
31.	A organização da cidade, meios de transporte coletivos, variadas opções gastronômicas, musicais, parques; receptividade das pessoas.	Organização. Meios de transporte coletivos. Opções gastronômicas, musicais, parque. Receptividade das pessoas.
32.	O clima e a organização da cidade.	Clima. Organização.
33.	Organizada, limpa e culturalmente crescendo.	Organizada, limpa e culturalmente crescendo.
34.	A organização da cidade e o povo hospitaleiro.	Organização. Hospitalidade.
35.	The same I wrote in the answer above. (Modern city wutch beautiful churches, big nice theater, very nice aquarium where you can get for free, Zoological Garden where you can see charming puma and other animals and big botanical Garden, where you can calm down after working day and see the blue water of the lake. And most important: Caxias is a city with fantastic kind people.)	Igrejas, grande teatro agradável, aquário, Jardim zoológico. Pessoas fantásticas.

Fonte: Dados de pesquisa da autora.

QUADRO 6 – O que não lhe agrada em Caxias do Sul?

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
1.	Organização urbana. Falta de mais espaços adequados para música de concerto e conservadorismo artístico.	Organização. Espaços para música de concerto. Conservadorismo artístico.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
2.	A população tem um pouco de restrição em sair para atividades culturais à noite.	Restrição.
3.	Não tenho conhecimento suficiente sobre o turismo.	Não tenho conhecimento.
4.	A falta de opções culturais, considerando o número de habitantes da cidade. E também a insegurança, um problema atual das cidades brasileiras.	Opções culturais. Insegurança.
5.	A disseminação de um modo de pensamento em que se autosuperestimam.	Modo de pensamento em que se autosuperestimam.
6.	O trânsito e principalmente algumas ruas de acesso são um problema para quem quer chegar com qualidade em algum dos pontos da cidade. Também a falta de segurança principalmente no horário da noite.	Trânsito. Insegurança.
7.	Prefiro não responder.	Prefiro não responder.
8.	A cidade é muito voltada ao trabalho, e acaba não valorizando tanto as expressões culturais. Também não vejo muitas iniciativas no sentido de tornar a cidade amigável e atraente ao turista.	Valor às expressões culturais. Iniciativas. Cidade amigável e atraente ao turista.
9.	Uma certa dificuldade da sociedade reconhecer a cultura como atividade profissional com importância social.	Reconhecimento da cultura como atividade profissional.
10.	Atualmente o descaso com a segurança pública.	Segurança pública.
11.	Não existe nada que me desagrade.	Não existe.
12.	A falta das pessoas acreditarem e valorizarem mais o potencial cultural e turístico do nosso município.	Valor à cultura e ao turismo.
13.	Nada.	Nada.
14.	O frio do inverno.	Frio.
15.	A mentalidade muito materialista.	Mentalidade materialista.
16.	A segurança pública acho que ser um problema crucial em Caxias do Sul.	Segurança pública.
17.	A vida cultural pode ser mais rica.	Vida cultural.
18.	Falta charme na cidade, ao contrário de outros lugares próximos.	Falta charme.
19.	Horários de funcionamento do comércio.	Horários do comércio.
20.	Trânsito, inverno.	Trânsito. Inverno.
21.	Frio.	Frio.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
22.	Nunca tive experiências que me desagradaram. Todas cidades têm problemas.	Nunca tive.
23.	A distância da capital.	Distância da capital.
24.	O trânsito.	Trânsito.
25.	Como em todos os grandes centros, a mobilidade urbana é um pouco complicada.	Mobilidade urbana.
26.	Violência.	Violência.
27.	Las calles.	As ruas.
28.	A princípio, ao que concerne ao aspecto cultural, nada a criticar.	Nada a criticar.
29.	Como não sou morador, desconheço algo que não me agrade.	Desconheço.
30.	O inverno.	Inverno.
31.	Por enquanto, nada.	Nada.
32.	Nada.	Nada.
33.	Opções de restaurantes melhores.	Restaurantes melhores.
34.	O transporte público.	Transporte público.
35.	It would be great to have some museum of brasilian art, and Art of Serra Gaucha? if you don't have it. I didn't found. And maybe more friendly bus connection for the people, who dont speak portuguese. I had no problem with it because I went with an insider, but if I would go to the city alone with the bus, I would not know, where I have to change, which bus, which direction, etc., it would be difficult – didn't saw the information at all, and information in english. But maybe I didn't found? I was really short time there. Please, check! :)	Museu de arte brasileira e Arte de Serra Gaúcha. Conexão de ônibus mais amigável. Informações em inglês.

Fonte: Dados de pesquisa da autora.

QUADRO 7 – A Orquestra Sinfônica, em Caxias do Sul, poderia desenvolver ações musicais em associação ao turismo?

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
1.	Não sei se esse papel caberia à Orquestra, mas penso que o Poder Público e outras entidades poderiam certamente envolver a Orquestra em iniciativas turísticas, como fazem de certa forma.	Iniciativas turísticas.
2.	Sim, poderia ser inserida divulgação da Orquestra em veículos mais turísticos, em hotéis, sendo apresentada como opção turística.	Divulgação da Orquestra.
3.	Acredito que sim. A reestruturação que a orquestra vem passando nos últimos anos já deu resultado muito positivos quanto a sonoridade e qualidade geral da orquestra. A constante melhora na programação deve atrair cada vez mais público.	Reestruturação. Resultados positivos.
4.	Sim, com certeza, com um planejamento bem estruturado e com ampla divulgação.	Planejamento e divulgação.
5.	Com certeza, pois a orquestra é também um recurso para atrair pessoas para a região com as atrações certas e disseminar a cultura e o turismo local.	Recurso para atrair pessoas.
6.	Com certeza. Desde 2016, a orquestra vem consolidando uma programação anual consistente e principalmente organizado em dias específicos que podem fazer parte de pacotes turísticos em que a pessoa visita museus, parques, vinícolas durante o dia, e a noite, poderia se deliciar com os concertos da orquestra. Existem várias séries como o Quinta Sinfônica, Grande Concertos, Concertos Populares, e desta forma, a orquestra pode atender aos mais variados gostos musicais.	Quinta Sinfônica, Grande Concertos, Concertos Populares.
7.	Penso que sim, desenvolver ações conjuntas com entidades associativas do turismo de Caxias do Sul. Atendendo a demandas dos eventos tradicionais, como a Festa da Uva.	Ações conjuntas.
8.	Acredito que sim, especialmente em parceria com outras cidades da região, como Bento Gonçalves que tem uma indústria turística bem desenvolvida. Considerando que estamos no meio do caminho, entre dois grandes polos turísticos do estado, Gramado e Bento, poderíamos ser uma parada cultural para os turistas que se deslocam entre estas cidades.	Parceria.
9.	Acredito que sim.	Sim.
10.	Sem dúvida, desde que esteja associada ao setor público e privado de fomento do turismo.	Fomento ao turismo.
11.	Sim poderia.	Sim.
12.	Com certeza ela pode e deve ser uma ferramenta de atração turística para o município.	Ferramenta de atração turística.
13.	Com seguridade (sic, certeza).	Com certeza.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
14.	Sim. A programação da Orquestra é muito boa e planejada com antecedência. Esse material, se bem divulgado, atrairia turistas à cidade.	Programação da Orquestra. Planejamento e divulgação.
15.	Sim.	Sim.
16.	Com certeza sim, desde que dentro de um planejamento em que as atividades da orquestra/grupo de câmara possam ser inseridos no programa de visitas, por exemplo, concertos ou recitais oferecidos aos visitantes nos locais das visitas, por exemplo, Igreja de São Pelegrino, pequenos recitais (ou recepções) de quarteto de cordas, quinteto de metais, dentre outras formações, em locais tombados pelo patrimônio histórico, em vinícolas, museus.	Planejamento. Programa de visitas.
17.	Poderia sim. Toda a cidade que tem uma orquestra sinfônica se diferencia da maioria das cidades.	Diferença.
18.	Absolutamente sim.	Sim.
19.	Sim, muito.	Sim.
20.	Sim, já se apresenta em festas tradicionais com a Festa da Uva.	Festa da Uva.
21.	Sim.	Sim.
22.	Deve! A cidade possui a segunda maior orquestra do estado. Através da Orquestra, Caxias do Sul pode ser conhecida no mundo todo.	Mundo todo.
23.	Sim. Por exemplo fazer uma série de concertos com obras de compositores locais. Assim podem divulgar as composições feitas e executadas em Caxias do Sul.	Compositores locais.
24.	Sim, mas acredito que a cidade ainda não tem rotas e atrações turísticas consolidadas para tanto. Historicamente somos uma cidade industrial e não turística e atingir esse patamar turístico como demorar.	Rotas e atrações turísticas.
25.	Sim, com certeza. A música, como falei inicialmente, é uma importante ferramenta de união entre os diferentes povos.	Ferramenta de união.
26.	Sim.	Sim.
27.	Si.	Sim.
28.	Sim.	Sim.
29.	Com certeza.	Com certeza.
30.	Sim e já desenvolvemos. Por exemplo, o concerto anual da Primavera.	Concerto da Primavera.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
31.	Sim. Poderia ser disponibilizado em hotéis alguns ingressos cortesia ou com algum incentivo.	Ingressos cortesia ou incentivo.
32.	Sem dúvida. Acho até que ela já faz.	Sem dúvida.
33.	Absolutamente.	Absolutamente.
34.	Sim!	Sim!
35.	I think so. But to get exact ideas I have to see more of the region.	Conhecimento. Região.

Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Você faria turismo em Caxias do Sul?

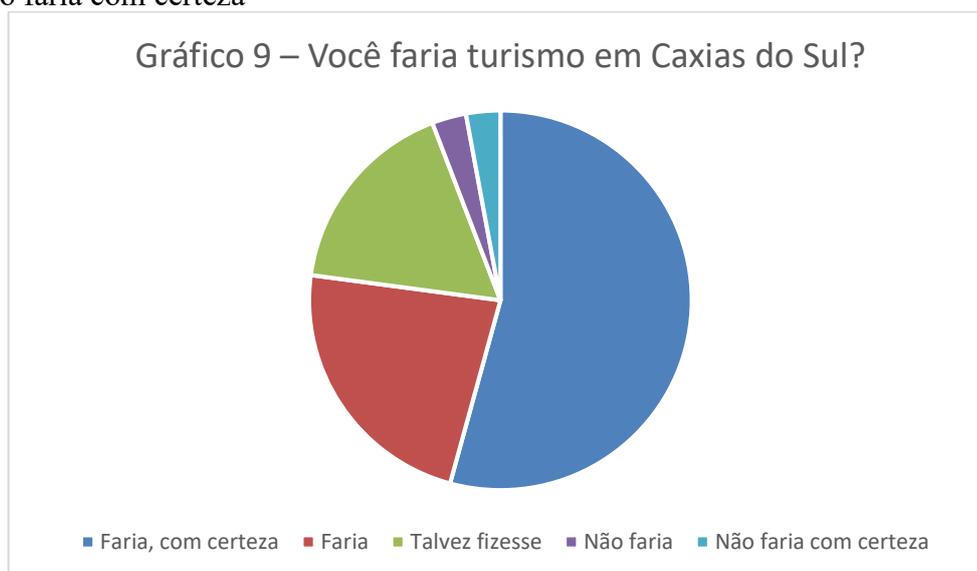
54,3% Faria, com certeza

22,9% Faria

17,1% Talvez fizesse

2,9% Não faria

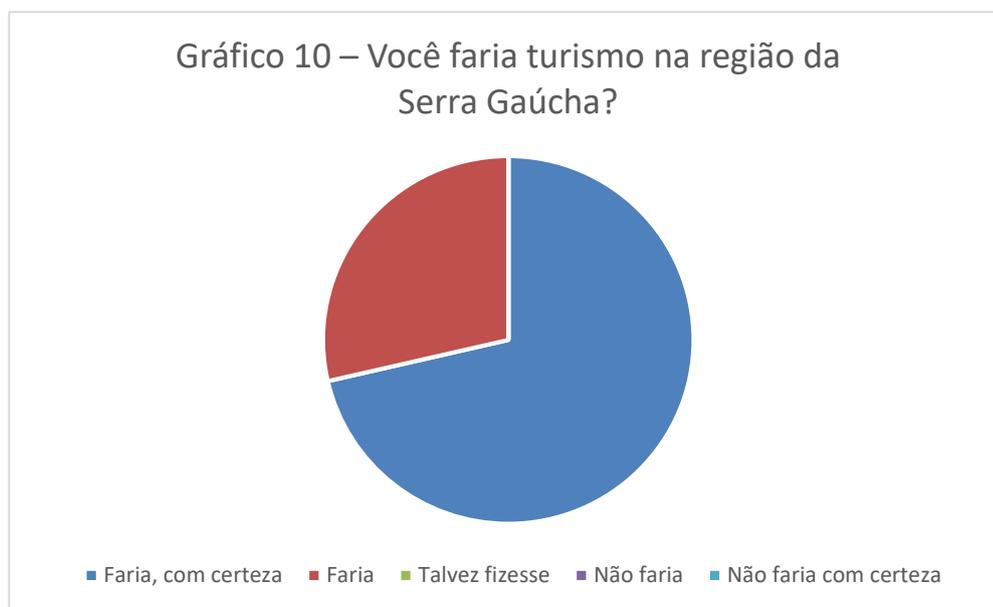
2,9% Não faria com certeza



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Você faria turismo na região da Serra Gaúcha, em que Caxias do Sul está inserida?

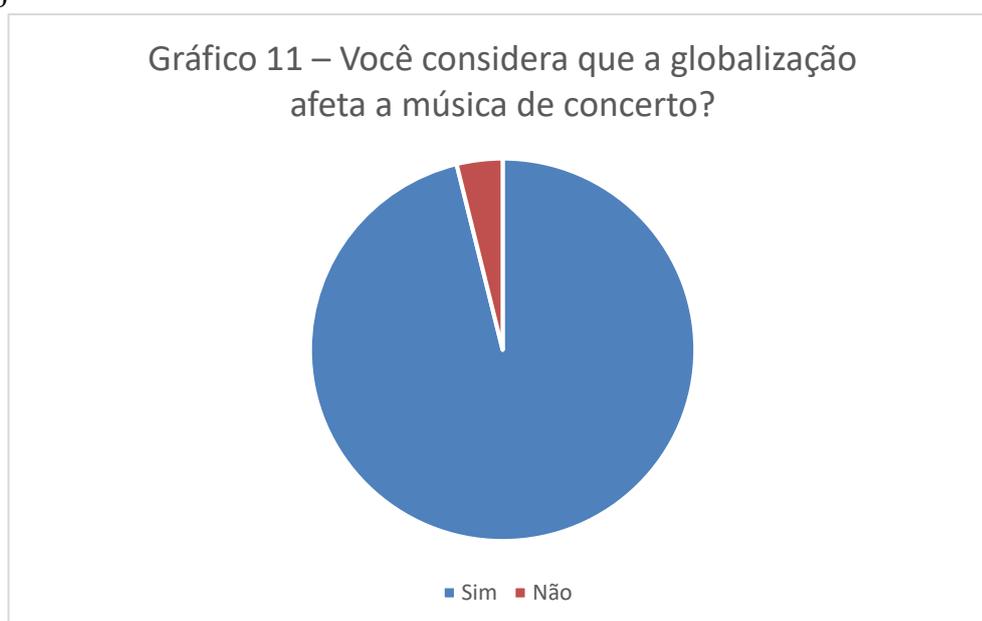
71,4% Faria, com certeza
 28,6% Faria
 0% Talvez fizesse
 0% Não faria
 0% Não faria com certeza



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Você considera que a globalização tem afetado a música de concerto?

80% Sim
 20% Não



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

QUADRO 8 – Justifique sua resposta.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
1.	Sim. Maior concorrência e exigência.	Concorrência e exigência.
2.	Sim. Onde mais notamos é na facilidade em se tornar conhecido o trabalho das orquestras através de serviços de vídeo online. Hoje qualquer grupo pode gravar e divulgar seu trabalho no YouTube, Vimeo, entre outros. Isso faz com que tudo se torne conhecido mais rapidamente.	Vídeo online. YouTube, Vimeo, entre outros. Rapidez.
3.	Sim. Maestros e solistas viajam o mundo todo e tendem a levar suas ideias por todos os cantos. Músicos da Orquestra também possuem formação internacional. Dessa forma é natural que cada vez mais as orquestras soem “parecidas”. Entretanto, isso é assunto para outra “dissertação”.	Maestros e solistas. Orquestras “parecidas”.
4.	Não. Cada vez mais surgem movimentos de orquestras jovens, o que cria muito mercado de trabalho para professores de instrumentos. Também proliferam os coros, gerando emprego para os regentes. A globalização traz consigo o acesso maior à informação, estimulando os jovens a buscar novos caminhos. E a música erudita mostra-se mais uma opção nas escolhas musicais.	Mercado de trabalho. Informação.
5.	Não. Pelo contrário, pois ampliou a gama de estilos musicais que agora tocamos o que nos aproximou e aumentou o nosso “público”, eu também passei a prestigiar a chamada “música de concerto”.	Estilos musicais.
6.	Sim. Creio que sim pois cada grupo artístico tem hoje em dia fontes de comparação não só com os seus grupos próximos a nível de Município, Estado e País, mas sim a todo mundo através de programas que são vinculados pelas prestadoras de TV paga, site de grandes orquestras como a Filarmônica de Berlim e tudo isso faz com que a análise qualitativa da orquestra entre num espectro muito maior e extremamente desafiador.	Fontes de comparação.
7.	Sim. A globalização vem afetando a música de concerto. Em muitos compositores contemporâneos percebe-se que as obras não existem uma identidade de um país, por exemplo. Entretanto, a música de concerto em toda a história da música teve “polos influenciadores”, como Viena por muito tempo, e a Itália, foram para Mozart, mesmo ele sendo austríaco. Penso que a globalização é um grande desafio, que a música é facilmente disseminada hoje, e manter-se com uma identidade.	Identidade.
8.	Não. A globalização certamente afeta nossas vidas de várias maneiras. Ela tem impactos políticos, econômicos e sociais. Neste sentido, de maneira indireta ela afeta também a música	Impactos políticos, econômicos e sociais. Indiretamente.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
	de concerto. Mas de uma forma direta não vejo um impacto importante.	
9.	Sim. Pela possibilidade de divulgação de eventos e facilidade na compra de ingressos. Oportunidade de visitas virtuais a locais de concertos. Estímulo através de vídeos e fotos das orquestras.	Divulgação e facilidade. Visitas virtuais. Estímulo.
10.	A globalização tem afetado positivamente, na minha opinião. Hoje está mais fácil ao acesso e a comunicação, assim como na divulgação de eventos.	Acesso, a comunicação e a divulgação.
11.	Sim, tem afetado positivamente, tornando mais acessível partituras, instrumentos e culturas.	Partituras, instrumentos e culturas.
12.	Sim, porque cada vez mais as pessoas têm muitas opções sem ter que sair de casa, acessando as informações por meio da tecnologia.	Acessando. Informações. Tecnologia.
13.	Não. A música é muito mais fácil difundir.	Difusão.
14.	Sim. A globalização tenta impor uma cultura única no mundo inteiro, excluindo as culturais locais e tradicionais. A Orquestra e a música de concerto são exemplos de cultura tradicional que a revolução globalista tenta excluir.	Cultura única. Exclusão das culturais locais e tradicionais, e da música de concerto.
15.	Sim. Aspecto positivo: o acesso a instrumentos e à informação de uma maneira mais fácil. Aspectos negativo: a perda de identidade nacionais, regionais e locais.	Acesso a instrumentos e à informação. Perda de identidade.
16.	Sim. O conceito de globalização caracteriza-se por ser um modelo, de compreensão do mundo, de cunho econômico. Dessa forma, o intercâmbio de bens culturais se realiza de uma nova forma, permitindo um alargamento substancial muito mais amplo, no entendimento da arte como um todo.	Intercâmbio. Arte.
17.	Sim. Hoje o intercâmbio cultural é muito grande. Pessoas do mundo inteiro assistem os mesmos filmes, por exemplo.	Intercâmbio cultural.
18.	Sim. Muito pelo contrário. Enriqueceu o panorama, aumentou a variedade, estimulou a competição.	Enriqueceu o panorama, aumentou a variedade. Estímulo à competição.
19.	Sim. Se perdeu a identidade de ouvir boa música com tanta coisa que a tecnologia nos proporciona.	Identidade. Boa música.
20.	Sim. Pela internet, hoje os concertos são transmitidos pelo facebook.	Transmissão. Facebook.
21.	Sim. Afeta a cultura em geral, portanto afeta a música de concerto.	Cultura. Música de concerto.
22.	Sim, pode afetar de forma positiva e negativa. Temos a internet como exemplo, basta colocar um vídeo da orquestra numa mídia social e qualquer pessoa pode ver em qualquer do mundo. Isso é ótimo, a música se conecta com o mundo todo. Ao mesmo tempo, temos a produção em massa de muito lixo cultural.	Conexão. Lixo cultural.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
23.	Sim. Por exemplo: se uma instituição orquestral não inova junto ao público recebendo o retorno sobre a programação dos concertos não saberá efetivamente o que acontece com o resultado do repertório exercitado. Quero lembrar que a música comercial é totalmente baseada na transformação global.	Transformação global.
24.	Sim. Hoje assistimos as maiores orquestras do mundo pela internet, mas para mim pessoalmente não existe comparação com assistir a uma orquestra ao vivo.	Maiores orquestras.
25.	Sim. Com a facilidade de acesso à música através da internet, as pessoas têm se distanciado das salas de concertos. Temos que usar a internet para uma boa divulgação de nosso trabalho, trazer as pessoas e mostrar que é muito diferente a sonoridade de uma orquestra ao vivo do que uma gravação e um aparelho eletrônico onde perde-se muito a “essência” do som.	Distância. Salas de concertos.
26.	Sim. Afeta positiva e negativamente. A grande divulgação em massa de músicas e culturas podem divulgar facilmente a música clássica, infelizmente este meio é utilizado para promover mais musicais de baixa qualidade.	Divulgação. Promoção músicas de baixa qualidade.
27.	No. Cada cosa tiene su lugar.	Lugar.
28.	Sim. A música por si só já transcende qualquer fronteira, porquanto é uma linguagem universal. Por seu turno, a globalização nos dá oportunidade de conhecer diversos artistas, de vários lugares do mundo.	Oportunidade.
29.	Não. A música de concerto, quando bem feita, sempre terá espaço.	Música de concerto. Espaço.
30.	Sim, tem cidades famosas pela programação artística e cultural, que atraem muitos turistas.	Programação artística e cultural. Atrativo.
31.	Sim. Pode ser uma boa aliada, contribuindo com uma maior visibilidade das orquestras.	Visibilidade.
32.	Sim. Tem afetado positivamente. Hoje é muito mais fácil trocar informações, fazer intercâmbio de solistas, maestros, etc.	Troca informações. Intercâmbio.
33.	Sim. Está mais acessível a todos.	Acessibilidade.
34.	Não. É tão recente que muitos compositores são influenciados não apenas por sua cultura de origem para compor suas obras, usando suas experiências de conhecimento pelo mundo, temas até então desconhecidos para compor. A internet tem acelerado esse contato com o resto do mundo.	Aceleração. Contato.
35.	Yes. I think, the internet have done very much. Today we have youtube, spotfy, etc. ande the people in every point of the Earth, who have connection to the internet can join the musical world; hear the concerts, learn the instrument, get lessons, download the music etc. Orchestras	Internet. Youtube, spotfy, etc. Concertos, instrumentos, lições, música, etc. Internacionalização.

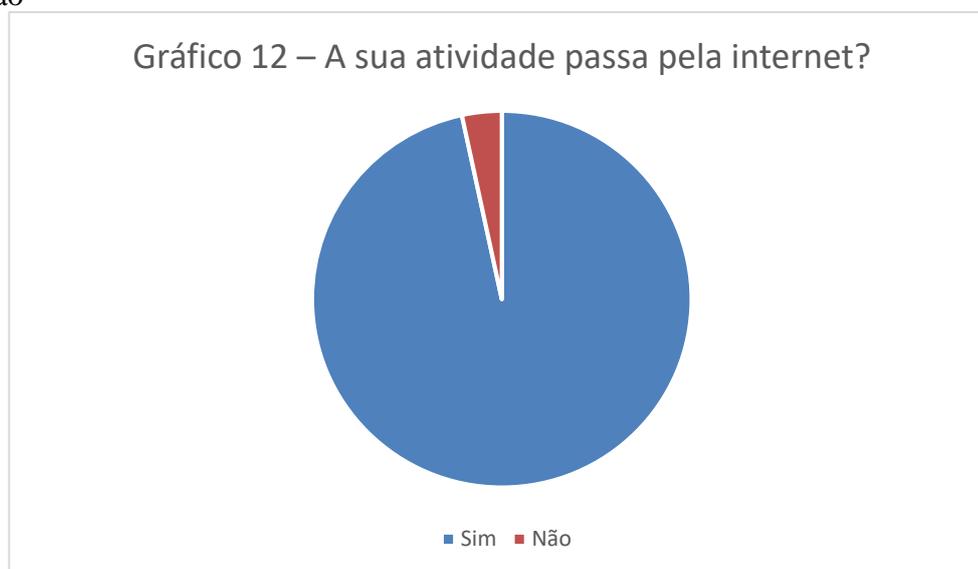
S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
	are very international. In Hamburg you can hear the old music from Bogota performed by musicians from Columbia live, and in Caxias do Sul in can hear Tschaikovski, performed by musicians from all over the world. Its great.	

Fonte: Dados de pesquisa da autora.

Hoje, a sua atividade profissional passa pela internet?

91,4% Sim

8,6% Não



Fonte: Dados de pesquisa da autora.

QUADRO 9 – Justifique sua resposta.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
1.	Sim. Mídias sociais para divulgação, principalmente.	Mídias sociais.
2.	Sim. Procuo divulgar boas atuações de grupos com os quais trabalho, sendo esse um meio muito importante de divulgação do meu trabalho.	Divulgação.
3.	Sim. Aulas através do site www. Playwithapro e www. Trompeteonline.com.	Aulas.
4.	Sim. São inúmeras as inserções de performances musicais, máster classes, dicas para estudo de instrumentos, partituras em pdf prontas para imprimir, entrevistas, documentários, etc. E com os websites podemos mostrar nosso trabalho a um público enorme, nunca antes imaginado.	Performances musicais. Máster classes. Estudo de instrumentos. Partituras em PDF. Entrevistas. Documentários. Público enorme.
5.	Sim. Faz parte dos recursos de divulgação e amostra do nosso trabalho como também de registro audiovisual.	Divulgação. Amostras.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
6.	Sim. Desde a comunicação por e-mail, pesquisas sobre obras, vídeos no YouTube, compra de materiais de orquestra, músicas online como Spotify, Deezer, Facebook, WhatsApp, divulgação por lista de e-mail, etc. Não consigo me imaginar hoje trabalhando sem essa importante ferramenta.	Comunicação por e-mail. Pesquisas. Vídeos no YouTube. Compra de materiais. Músicas online. Divulgação. Ferramenta.
7.	Sim. A internet ajuda a promover e registrar eventos. Seja gravação ou em tempo real.	Promoção e registro.
8.	Não. Não utilizo a internet para trabalhar, embora reconheça que em outros campos da música ela seja uma ferramenta importante.	Não utilizo.
9.	Sim. Através de site de divulgação e contatos profissionais.	Divulgação. Contatos.
10.	Sim. A mídia digital tem sido o “carro chefe” das divulgações. Mais pessoas podem entrar em contato com os eventos. Além disso, a internet é uma ferramenta importante na agilidade da coleta de informações.	Mídia digital. Agilidade.
11.	Sim. Publico vídeos, acesso partituras, aula e concertos.	Publicação.
12.	Sim. Ela é ferramenta fundamental para pesquisa, informação, comunicação e planejamento de minhas ações.	Pesquisa, informação, comunicação e planejamento.
13.	Sim. Todos os contatos e a informação funcionam pela internet.	Contatos e informação.
14.	Sim. Sou procurado pela internet para a realização de serviços.	Realização de serviços.
15.	Sim. Troca de informações, conhecimento, oportunidade de trabalho.	Troca de informações. Conhecimento. Oportunidade de trabalho.
16.	Sim. Os contatos para eventos, agenda de ensaios/concertos, tudo o que se refere à organização de atividades passa pela internet.	Contatos para eventos. Agenda de ensaios/concertos.
17.	Sim. Para pesquisar e divulgar o nosso trabalho.	Pesquisa. Divulgação.
18.	Em parte. Eu sou ativo nas redes sociais pois acredito nelas como veículo de difusão de arte e cultura, num país tão grande como o Brasil.	Redes sociais. Difusão de arte e cultura.
19.	Sim, é onde me comunico.	Comunicação.
20.	Sim, posto meus trabalhos no facebook.	Postagens.
21.	Sim. Minha atividade profissional usa recursos da internet como pesquisa e divulgação.	Pesquisa e divulgação.
22.	Sim. Fazemos questão disso. Internet é uma excelente vitrine para um músico que busca reconhecimento e sucesso. Pessoas que nunca viram você pessoalmente, podem conhecer o seu trabalho e compartilhar com outros colegas. Sendo assim, se você produzir um conteúdo digital de qualidade, pode ter um enorme alcance	Vitrine.

S.	EXPRESSÕES-CHAVE	IDEIAS CENTRAIS
	e ser muito apreciado por pessoas de várias partes do mundo.	
23.	Sim. O Público tem o máximo de informações e o auxílio de trazer ao público para os concertos são através das redes sociais.	Informações. Redes sociais.
24.	Nossos concertos são gravados e aulas podem ser dadas por Skype.	Gravações e aulas. Skype.
25.	Sim. Uso a internet para divulgação.	Divulgação.
26.	Não. Não utilizo como divulgação a internet, muito pouco.	Não utilizo.
27.	Si, Curriculum, vídeo, carreira.	Currículo, vídeo, carreira.
28.	Não. É uma atividade genuinamente intelectual, a qual envolve prática. A internet é uma ferramenta, muito útil para assistir outros artistas e orquestras, cuja contribuição também é um importante para a formação, todavia, é prescindível.	Ferramenta útil.
29.	Sim, a internet é uma grande aliada na divulgação dos trabalhos que realizo e é uma grande aliada nos estudos.	Divulgação. Estudos.
30.	Sim. Vídeos no Youtube.	Vídeos. Youtube.
31.	Sim. É transmitido pela internet alguns concertos da orquestra.	Transmissão.
32.	Sites, redes sociais... Tudo hoje passa pela internet.	Sites, redes sociais.
33.	Sim. Tudo o que o artista faz está sujeito a ser gravado na internet.	Tudo o que o artista faz.
34.	Sim. Minha atividade na internet ligada a minha profissão é principalmente a divulgação dos concertos e eventos dos quais vou participar e divulgação das aulas de violino e teoria musical.	Divulgação.
35.	Yes. The part of yes: conversation, booking, request, research, etc. but the most important part of my activity don't need the internet: its my violin.	Conversas, reservas, solicitação, pesquisa.

Fonte: Dados de pesquisa da autora.