



SENADO FEDERAL
SECRETARIA-GERAL DA MESA
SECRETARIA DE REGISTRO E REDAÇÃO PARLAMENTAR
REUNIÃO
28/03/2022 - 1ª - Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL. Fala da Presidência.) - Senhoras e senhores, boa noite.

Declaro aberta a 1ª Reunião, em 2022, do ciclo de audiências públicas sobre turismo na Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo do Senado da República.

Nós estamos dando, assim, continuidade aos debates iniciados em 2021 e vamos seguir discutindo a plena retomada do setor turístico após os duros impactos da pandemia.

Informo, como sempre, que a participação dos cidadãos será recebida nos seguintes canais: Portal e-Cidadania, que pode ser acessado a partir do *site* da própria Comissão, ou pela Ouvidoria do Senado, pelo nº 0800-0612211.

Exmas. Sras. Senadoras, Exmos. Srs. Senadores, senhoras e senhores participantes desta audiência pública, estimados telespectadores que nos acompanham pela TV Senado e demais canais via internet, nesta noite retomamos os debates sobre o setor de turismo iniciados, como disse há pouco, em 2021. O tema de nossa audiência pública de hoje é "Turismo Cultural: a música como vetor de ampliação da atividade turística".

O turismo e a música são duas indústrias de enorme importância no Brasil. A combinação dessas duas atividades resulta em um imenso potencial de dinamização da nossa economia e de valorização da nossa cultura.

Embora o turismo musical ainda seja pouco discutido em nosso país, temos uma larga experiência nesse segmento do mercado de viagens. Há décadas uma diversidade de ritmos motiva o deslocamento de contingentes expressivos de brasileiros e estrangeiros a diferentes regiões do Brasil. O samba, o *rock*, o frevo, o forró, o axé, o sertanejo, o carimbó e tantas outras manifestações musicais mobilizam anualmente milhões de pessoas e bilhões de reais em experiências de lazer que tem na música o seu principal foco de atração.

Mais recentemente, novos ritmos tão variados quanto *hip-hop*, o *rap*, o *funk*, a música clássica erudita e o *jazz* tem atraído um número crescente de viajantes para as cidades localizadas fora do roteiro turístico tradicional.

Somos uma pátria amante das viagens e da música. Assim, não nos surpreende a relevância cada vez maior do turismo musical no Brasil. Para potencializar os seus impactos virtuosos, precisamos aprofundar a discussão e o entendimento dessas atividades e como elas podem interagir e trazer resultados cada vez mais determinantes para o desenvolvimento do país.

É fundamental intensificar o diálogo entre os dois setores e, em especial, ampliar a integração entre as políticas de promoção turística e as de promoção cultural.

A cultura tem se consolidado no Brasil como eixo estruturante de um turismo economicamente dinâmico, socialmente inclusivo e ambientalmente sustentável. Nesse sentido, fortalecer as políticas de apoio ao setor cultural é essencial para estimular o turismo no país.

A esse respeito, permito-me recordar que a nossa Lei Rouanet, mecanismo mais duradouro e de importância incomparável para proteção, difusão e valorização da cultura brasileira, acaba de completar três décadas de existência. Em 23 de dezembro de 1991, tive a honra, na qualidade de Presidente da República, de sancionar a Lei 8.313, oficialmente denominada Lei Federal de Incentivo à Cultura.

Em seus 30 anos de vigência, a Lei Rouanet tem dado contribuição relevante não apenas para estruturação e consolidação do nosso patrimônio cultural brasileiro como também para desenvolvimento da nossa economia. Segundo um estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas, a Lei Rouanet movimentou quase R\$50 bilhões entre 1993 e 2018, R\$31 bilhões de impacto direto, R\$18,5 bilhões indiretamente. Em média, para R\$1 investido por projetos que captaram recursos com base na Lei de Incentivo à Cultura, houve um retorno de R\$1,59. Projetos nas áreas de humanidades, por exemplo, tiveram retorno ainda maiores: R\$1,69. Em relação aos projetos de música, o retorno foi de R\$1,64 para cada R\$1 investido.

Até 2018, mais de 50 mil projetos culturais dos mais variados tipos foram realizados com recursos captados com base na Lei Rouanet. Foram quase 2 mil projetos em média por ano.

Por meio da Lei Rouanet, a cultura tem realizado seu potencial de geração de riqueza e, principalmente, de inclusão social. Sabemos que o setor cultural é um dos grandes geradores de emprego de qualidade no Brasil. De acordo com o Sistema de Informações e Indicadores Culturais do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o setor cultural empregava 2 milhões de pessoas antes da pandemia, sendo 50% mulheres, 44% pretos e pardos e 31% empregados com ensino superior completo.

Em 2019, a atividade no setor gerou R\$608 bilhões em receitas líquidas.

Importante destacar que todos esses benefícios transformadores são alcançados com um custo relativamente baixo em termos de renúncia fiscal. Vejamos: durante o ano de 2017, o percentual do incentivo à cultura representou apenas 0,66% da renúncia fiscal total da União. A título de comparação, no mesmo período, 28,5% do total de renúncia fiscal foram destinados ao setor de comércio e de serviços e quase 12% ao setor industrial, bem como 5% à educação.

Naquele ano, 2017, por exemplo, a Flip (Festa Literária Internacional de Paraty) arrecadou R\$1,7 milhão a mais de impostos do que teve de recursos captados pela Lei Rouanet. Foram R\$3 milhões captados com a geração de R\$4,7 milhões só de impostos. No geral, o impacto econômico total da realização do evento foi de quase R\$47 milhões.

Sem os incentivos tornados possíveis por nossa lei, instituições como o Masp, a Pinacoteca e a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo, a Filarmônica de Minas Gerais, entre muitas outras, teriam dificuldade de subsistir. Também não teriam saído do papel inúmeros eventos musicais emergentes que hoje mobilizam a economia do turismo em cidades de pequeno e médio porte por todo o Brasil.

Passadas três décadas desde a sua criação, é perfeitamente compreensível que caibam melhorias e atualizações à nossa Lei de Incentivo à Cultura. Precisamos aperfeiçoá-la com base num debate democrático, abrangente e corajoso, para conferir ao setor cultural o lugar de destaque que lhe cabe no desenvolvimento do país, em especial para a redução das desigualdades regionais e a dinamização da atividade turística.

Ainda assim, não nos faltam razões para reconhecer o valor imensurável de sua contribuição para o Brasil: a sua longevidade confirma a sua força, pertinência e utilidade. A Lei Rouanet tem sido capaz de transcender orientações ideológicas, servindo à política cultural de distintos governos; tem sido, assim, mecanismo de Estado a serviço permanente da sociedade brasileira.

Para finalizar, recorro a um expoente da nossa literatura que soube, como poucos, descortinar em palavras a singularidade e a riqueza da cultura brasileira. Em sua obra icônica *Grande Sertão: Veredas*, Guimarães Rosa nos recorda que, aspas: "O correr da vida embrulha tudo. A vida é assim: esquenta e esfria, aperta e daí afrouxa, sossega e depois desinquieta. O que ela quer da gente é coragem", fecho aspas.

Para discutir o tema da noite de hoje, convido para compor a mesa de debates: a Sra. Bárbara Blaudt Rangel, Coordenadora de Destinos Inteligentes e Criativos, do Ministério do Turismo; o Sr. Bernardo Duarte, Diretor do Centro da Música, da Fundação Nacional de Artes (Funarte); a Sra. Sigrid Ramos Cetraro, Diretora do Teatro Amazonas, representante da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado do Amazonas; e o Sr. Luiz Martins, Diretor-Geral da Orquestra Filarmônica de Alagoas.

Antes de passar a palavra ao nosso primeiro palestrante, eu gostaria de passar a eles um resumo das perguntas que nos chegaram pelos canais da internet, pelos nossos internautas, que sempre participam e aos quais agradeço, mais uma vez, essa participação assídua.

A essas perguntas, naturalmente, a esses comentários, os senhores participantes, na medida do possível, durante as suas exposições, poderiam oferecer respostas a esses questionamentos.

De Thiago Rafael, do Mato Grosso: "Quais gêneros musicais do Brasil mais chamam a atenção do turismo?"

De Daniela Esteves, de Minas Gerais: "Quais ações o poder público tem realizado para fomentar a música como meio de turismo cultural?"

De Marcos Vinicius, do Rio de Janeiro: "Como aproveitar melhor a música brasileira na atração turística, e de forma a reconhecer [...] [o trabalho do músico]?"

De Rayane Reis, do Rio de Janeiro: "[...] [Há] investimento adequado para o crescimento da música no turismo cultural?"

E, a título de comentários, temos Flavio Peruzzo, de São Paulo, que diz: "Música, gastronomia e nossas culturas regionais [brasileiras] são atrativos inigualáveis [...] [se comparadas] com qualquer destino global. Parabéns pelo evento!". Agradeço em nome de todos as Sras. e Srs. Senadores e também em nome dos participantes.

De Vinicius Silva, do Estado de Goiás: "[...] o Brasil é um grande país com uma vasta identidade [...] [cultural. A música pode ser mais explorada] no turismo".

Tenho a satisfação, ao dar início à nossa reunião, de passar a palavra à Sra. Bárbara Blaudt Rangel, Coordenadora de Destinos Inteligentes e Criativos do Ministério do Turismo.

A SRA. BÁRBARA BLAUDT RANGEL (Para expor. *Por videoconferência.*) - Boa noite a todos.

Eu quero agradecer a possibilidade de estar mais uma vez presente aqui neste ciclo de debates, nesta audiência do Senado Federal. Agradeço na pessoa do Presidente, Senador Fernando Collor de Mello, a participação dos meus colegas, todos do meio do turismo ou da cultura.

Eu vou falar rapidamente do que a gente, dentro do Ministério do Turismo, está desenvolvendo para essa ampliação do produto dentro da atividade turística e tentar responder um pouquinho às perguntas dos telespectadores.

É importante dizer, antes de qualquer coisa, que o turismo é feito por experiências. São as experiências que vão de fato agradar os turistas, chamar os visitantes para os nossos destinos, no caso os destinos brasileiros.

O Ministério do Turismo tem contribuído não só para efetivação, consolidação de destinos turísticos, como também com a oferta de novos produtos turísticos. Quando a gente fala de produtos turísticos, a gente está falando de turismo de sol e praia, de turismo cultural, de turismo religioso, de turismo de negócios e eventos. Tudo isso são produtos turísticos. E atualmente o Ministério tem trabalhado muito também junto com a Secretaria Especial de Cultura no desenvolvimento do turismo criativo, por meio da economia criativa de incentivo aos profissionais que trabalham a economia criativa.

No turismo criativo, a experiência ofertada ao turista é o principal produto a ser oferecido. Então, se a gente pensa em produtos da economia criativa, a literatura, o cinema, o artesanato, a gastronomia e, claro, a música a gente sabe que têm muito a contribuir para que os turistas que visitam os destinos brasileiros queiram estar aqui por mais tempo, consumindo mais, gastando mais - o que é ótimo para a balança comercial brasileira -, mas, principalmente, fazendo uma propaganda positiva do que veem por aqui.

A gente sabe que existem muitos festivais de música que atraem turistas por si sós. A gente tem aí, como exemplo, o Lollapalooza. Temos o Rock in Rio, que inclusive se firmou como um nome, não apenas como um festival. Não é à toa que a gente tem a realização do Rock in Rio em Lisboa, que não é o "Rock in Lisboa", é o Rock in Rio Lisboa.

Então isso daí é a prova de que a música pode, de fato, atrair pessoas para um destino, certo?

E aí a gente entra na parte da economia criativa. A gente tem, por exemplo, hoje no Brasil, duas cidades criativas na rede mundial da Unesco, a Unesco Creative Cities Network. Temos Salvador e Recife, ambas na Região Nordeste. Não significa que somente a Região Nordeste tenha uma qualidade musical imensa; a gente tem vários estilos musicais no Brasil, a gente tem realmente uma cultura musical muito rica.

Eu posso citar, por exemplo, uma cidade que está trabalhando muito a economia criativa. Não está ainda na rede mundial, na rede Unesco, mas que faz um ótimo trabalho relacionado à música, que é Diamantina, em Minas Gerais. Diamantina está se preparando para uma próxima candidatura a essa rede mundial e traz eventos, não só como no carnaval, com bandas de batucadas. Eles trabalham muito as vespertais. São eventos muito mais ligados à música clássica, mas que atraem também enormes multidões, vários turistas de várias regiões do Brasil. Então a gente verifica que a qualidade musical brasileira é enorme, e as possibilidades de se trabalhar a música dentro do turismo igualmente o são.

Perguntaram que estilos musicais agradariam mais os turistas. Eu acho que essa é uma pergunta um pouco difícil de responder, porque o estilo musical, a preferência musical vem de cada um. Isso, não há como a gente dizer que todo mundo vai preferir o *rock* ou todo mundo vai preferir o *funk* ou o axé; mas uma coisa é certa: o turista estrangeiro vai preferir aquilo que ele não conhece em seu local de nascimento e de moradia. Então, se os ritmos diferentes, como os de Recife, que conseguiu aí se consolidar, no ano passado, como uma cidade criativa da música, com o seu frevo, com ritmos que vão desde o baião até toda uma influência, e passando pelo *rock* inclusive, o de Recife é muito forte também.

Então são essas características musicais diferentes que vão atrair o turista de fora, porque o turista estrangeiro quer o que é mais exótico para si. A gente fala "exótico" achando que é uma coisa muito diferente; talvez não seja para nós, mas para eles que não estão acostumados com esses ritmos, sim, vão entender como um exotismo. Então é claro que os ritmos

que eles não conhecem tão bem, ou conhecem, mas não convivem diariamente com o ritmo, como foi e continua sendo o próprio samba, são os ritmos que vão atrair mais os turistas internacionais. No caso de turistas nacionais, a gente não pode falar de um ritmo específico, mais uma vez, porque cada um tem o seu próprio gosto.

É importante, também, dizer que existe, sim, bastante investimento do Governo Federal. Não só investimentos como a Lei Rouanet ou leis de incentivos à cultura, existem outros tipos de investimento que o próprio Ministério do Turismo está fazendo agora. A gente pode citar, por exemplo, a criação da Rede Brasileira de Cidades Criativas, que é justamente uma rede para abarcar todas as cidades que trabalham a economia criativa no Brasil e que trabalham, junto a isso, o desenvolvimento do turismo. Dentro da rede que vai ser lançada este ano, a gente tem o apoio do BNDES, que já se colocou à disposição para fazer um *crowdfunding* para profissionais criativos. A gente tem, também, incentivos do terceiro setor. Mas eu não vou dar o gostinho de falar tudo agora, senão eu já falo do lançamento antes mesmo de ele acontecer. Vou deixar todos curiosos por mais alguns meses, mas essa rede está sendo muito bem trabalhada, carinhosamente trabalhada, para a gente conseguir fortalecer o turismo criativo e todo o setor cultural dentro do Brasil.

A gente pode falar também que a música é uma grande forma de ampliação dos produtos turísticos. Mais uma vez lembrando que produtos turísticos são produtos que os turistas consomem quando vão a determinado destino, seja cultura, sejam negócios e eventos, sejam sol e praia, sejam religiosos, de natureza, cicloturismo e também o turismo musical.

A música tem uma grande importância nisso, não somente na forma de eventos. A gente não vê só turistas querendo conhecer destinos pelos eventos, a gente tem músicas que falam de destinos e que trazem essa vontade ao turista de conhecer esse local. Quantas músicas não falam de Brasília, do Rio, de São Paulo, do interior de Minas, do interior do Rio de Janeiro, de Lumiar. Quando a gente fala de Lumiar a gente pensa já em "Canta, Lumiar..." E por aí vai. Existem muitas músicas que nos trazem esse bom sentimento que vai fortalecer essa divulgação de um destino. O mesmo ocorre também com filmes e, juntando os dois, a gente tem esse cenário entre filme e música, porque a música desperta o sentimento de qualquer pessoa. Então, a gente começa a perceber a importância que a música tem na nossa vida, a importância que a música vai ter na vida de qualquer pessoa, independentemente do seu estilo, e a importância que a música tem para os destinos turísticos.

Quando a gente fala em investimentos, é óbvio dizer que nenhum investimento vai ser bom o suficiente. É uma pena, mas é verdade. Temos um país de tamanho continental e sempre vai ser necessário mais. Pensando no que ocorreu nesses dois últimos anos, em decorrência da pandemia do novo coronavírus, o covid-19, a gente sabe que os investimentos são ainda mais necessários porque o turismo e a cultura foram dois setores extremamente prejudicados pela pandemia.

Então, todo investimento que o Governo está fazendo deveria ter sido visto como investimento de maneira brilhante. Mas é claro que isso não vai ser o suficiente, porque os estragos que a pandemia causou foram muito grandes.

Então, por isso eu digo: "Há investimentos?". Sim, há muitos investimentos, mas, claro, eles nunca vão parecer suficientes, certo? Se isso responde à pergunta do nosso telespectador... Eu espero que sim.

Eu gostaria de dizer também que, dentro dessa Rede Brasileira de Cidades Criativas, o Ministério do Turismo pretende investir nos profissionais criativos não só por meio de investimentos - claro, isso é algo muito necessário -, mas também com qualificação, capacitação, e isso é muito necessário. É muito necessário a gente formar uma rede porque é a rede que vai trazer força. Esse fortalecimento por meio de redes é fundamental para qualquer desenvolvimento de um setor quando ele está gerando a competitividade, e a gente precisa fortalecer a competitividade do turismo.

Então, isso é muito importante se a gente está pensando em termos de Governo Federal e, em toda parceria que o Governo Federal tem tentado e conseguido trabalhar, porque - mais uma coisa importante - o Governo Federal não vai funcionar sozinho assim como nenhum outro governo. Somos um país, somos um Brasil e todos temos que trabalhar em conjunto. Não é um para um lado e um para o outro, e é isso que é muito importante.

Então, essa união de governos com a iniciativa privada, com o terceiro setor é isso que vai fortalecer ainda mais e vai conseguir aumentar a atividade turística, a geração de emprego e renda e, mais do que isso, essa ampliação de produtos turísticos, certo?

A gente está tratando aqui da música como um produto turístico, mas a gente pode parar e pensar que a música, por si só, mesmo que seja um produto turístico, é capaz de gerar outros subprodutos, sim!

Então, se a gente está falando de festivais, se a gente está falando de concertos, se a gente está falando de eventos como uma *vesperata* - como eu citei anteriormente, em Diamantina, Minas Gerais -, a gente tem aí subprodutos do produto musical ou do produto cultural música que podem tornar a experiência turística ou a atividade turística ainda mais dinâmica ou fornecer uma experiência ainda mais específica e única para cada turista.

E é muito importante a gente pensar isto: que toda vez que um turista vai visitar um destino ele está procurando essa vivência ativa. Passou-se o tempo da contemplação. Hoje, o turista é dinâmico, ele é ativo e ele procura o instagramável, sim! Então, a gente tem que pensar em produtos que sejam dinâmicos, ativos e - por que não? - instagramáveis também.

A gente está passando por uma transformação digital que foi antecipada pela pandemia também. Então, a gente tem que conseguir se adequar a isso. A gente tem que buscar trabalhar a tecnologia ao nosso favor, em nosso favorecimento.

E aí, é dessa forma que eu acredito que o turismo pode crescer, pode se ampliar e pode se desenvolver por meio da música, assim como a própria música pode se desenvolver mais por meio do turismo.

Bom, eu agradeço mais uma vez pelo convite. É sempre um prazer estar aqui com todos.

Vou querer assistir um pouquinho aos meus colegas, não vou poder ficar até o final, mas eu espero ter conseguido fazê-los compreender um pouco sobre a importância da atividade musical dentro do turismo e ter respondido algumas das perguntas.

Obrigada.

Boa noite.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Muito obrigado à Sra. Bárbara Blaudt Rangel, que é a Coordenadora de Destinos Inteligentes e Criativos do Ministério do Turismo.

Passo agora a palavra ao Sr. Bernardo Guerra Duarte, Diretor do Centro da Música da Fundação Nacional de Artes, a Funarte.

O SR. BERNARDO GUERRA DUARTE (Para expor. *Por videoconferência.*) - Boa noite. É um prazer estar aqui, com esse assunto tão importante para o Brasil. O turismo e a música sempre caminham juntos mesmo e o exemplo disso é o próprio Carnaval, que traz o maior número de estrangeiros para o Brasil, o turismo em todos os cantos do país quando se fala em Carnaval, em Recife, com o frevo, em Salvador, com a música baiana, o axé, aqui, no Rio, o carnaval, os eventos da Marquês de Sapucaí, os desfiles, o mundo inteiro acompanhando.

Então, essa aí é a maior prova, como foram citados aí também os festivais do Rock in Rio, o Lollapalooza. A gente tem festivais, tem cidades que cresceram muito turisticamente. Por exemplo, vou dar o exemplo - tem um representante de lá aqui - de Manaus. Manaus é uma cidade que já tem um turismo grande, mas, no período do festival de ópera de Manaus, quase que quintuplica o número de turistas que vão à cidade. Eles têm bem esse lado da economia criativa, de levar a pessoa para assistir a uma ópera e para comer uma comida típica. É um exemplo perfeito de economia criativa que dá certo também, e, como Campos do Jordão foi, durante muitos anos, ainda é um festival superantigo em que cresce muito o número de turistas na cidade.

Então, acho que incentivar a música junto com o turismo é muito importante. No Centro da Música da Funarte aqui, a gente tem lançado, há muitos anos, um edital para justamente fomentar os festivais de música, não os grandes festivais, mas os festivais que mudam mesmo a cidade, festivais de cidades pequenas, que já estão aí há 20 anos, 25 anos, que já têm aquele mês certo - que é de setembro a novembro -, todo mundo já sabe que tem um festival lá em São Cristóvão, tem a Flip, todos esses festivais que atraem mesmo e viram um calendário turístico da cidade. São eventos musicais, mas que estão no calendário turístico, porque estão juntos sempre.

É o investimento que eu vejo que o governo tem feito, realmente, e tem sido muito bom, na música. Na pandemia, a gente teve a Lei Aldir Blanc. Vários municípios nunca tinham recebido tanto dinheiro para socorrê-los. Foi muito importante a Lei Aldir Blanc, ajudou ao Brasil inteiro. E um dos pontos que a gente sentiu, justamente, também, sobre que já foi falado anteriormente aqui, foi essa capacitação de os municípios entregarem projetos para receber os recursos. A gente sentiu uma grande dificuldade.

Então, acho que é um dos pontos a ser levado em conta é que é muito importante você capacitar todos a fazerem projetos de música, para fomentar o turismo, projetos que estejam ligados justamente com a música, com a comida da região, com a característica daquela região para poder obter recurso e continuar fazendo isso tudo.

Falando sobre algumas das perguntas, eu concordo também que não há como a gente ver qual é o ritmo mais seguido no turismo, qual o ritmo que eles seguem mais. Eu dou um pouco esse destaque para o Carnaval, mas também está havendo muito investimento em música clássica. A gente tem festivais lá em Santa Catarina, o Femusc, que atrai muita gente também.

Então, eu acho que é isso que a gente tem que pensar mesmo, ou seja, que a música impulsiona o turismo e que o turismo impulsiona a música. E a gente tem que, sempre, procurar alternativas de unir os dois e seguirmos.

É isso que eu tenho a dizer.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Grato ao Sr. Bernardo Guerra Duarte, Diretor do Centro da Música da Fundação Nacional de Artes (Funarte).

Logo em seguida, passo a palavra à Sra. Sigrid Ramos Cetraro, Diretora do Teatro Amazonas, representante da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado do Amazonas.

A SRA. SIGRID RAMOS CETRARO (Para expor. *Por videoconferência.*) - Boa noite a todos. É um prazer estar aqui com vocês.

Nós, do Amazonas, temos uma vocação natural em relação ao turismo, porque o Amazonas tem esse poder de a sua palavra, o seu nome ser um atrativo natural e provocar um encantamento quando se fala do Amazonas.

Nós, como Teatro Amazonas e governo do estado, por intermédio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, realizamos anualmente festivais relacionados à música. Como bem falou o Bernardo, nós temos o Festival Amazonas de Ópera, que, neste ano, já vai estar na sua 24ª edição e será realizado já agora, no fim de abril.

No ano passado, nós o realizamos por meio virtual, com *lives*, e, neste ano, nós o realizaremos presencialmente, com as pessoas que vêm, compram os seus ingressos e participam. Nesse festival, já não se faz mais necessária a formação de plateia, pois já temos uma enorme plateia que prestigia o nosso festival.

Além desse festival de ópera, nós temos o festival de *jazz*, que já vai acontecer na sua 10ª edição; e temos também o Festival Folclórico do Estado do Amazonas, festival que é realizado no Parintins, com a disputa entre os dois bois.

Senhores, só um instante, por gentileza. Só um minutinho. (*Pausa.*)

Perdão, senhores.

Então, realizamos três festivais, com número de turistas bastante significativo e em número de espectadores também. E o Brasil, por ter esse tamanho enorme e ser tão diversificado, a gente, enquanto Amazonas, o que é mais particular para nós é essa toada, esse ritmo de boi, que é totalmente diferente do que existe no nosso país.

Nós, nesse período de pandemia, realizamos inúmeras *lives* nos nossos espaços, não deixando de assistir aos nossos artistas, que passaram por um momento muito difícil por conta dessa pandemia, e assim eles puderam se apresentar e realizar o seu trabalho de cultura.

Eu acredito que a diversificação de ritmos no nosso país é enorme. A gente tem uma diversidade imensa tanto cultural, como de regionalidade e, por conta disso, a gente não tem como assegurar que um ritmo se faz mais importante que o outro ou que um ritmo atrai mais turista que o outro.

Eu acredito que o Brasil e o turismo só têm a ganhar cada vez que a gente realiza um debate como esse, uma conversa aberta como essa, buscando juntos diversificar o que temos de mais bonito, que é a nossa cultura e a nossa gente.

Eu acho que é isso.

Muito obrigada.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Grato à Sra. Sigrid Ramos Cetraro, que é Diretora do Teatro Amazonas, representante da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado do Amazonas e que nos deu um panorama assim tão amplo e tão detalhado da enorme capacidade que o Estado do Amazonas e o povo amazonense têm de criar a música, de dar feição à música, como um grande instrumento de incentivo ao turismo e ao desenvolvimento regional.

Passo agora a palavra ao Sr. Luiz Martins, que é Diretor-Geral da Orquestra Filarmônica de Alagoas.

O SR. LUIZ MARTINS (Para expor. *Por videoconferência.*) - Olá, meus amigos! Eu queria primeiramente agradecer ao Senador Fernando Collor, Presidente da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo, e aos demais artistas e gestores participantes desse debate.

Recebi esse convite com muita gratidão mesmo. Muito obrigado pelo convite, porque eu sou um ator desse processo. Na verdade, todos nós, enquanto Orquestra Filarmônica de Alagoas, toda a nossa gestão é também feita pelos próprios músicos. Isso é uma coisa muito interessante, porque, em se falando de Orquestra Filarmônica de Alagoas, é uma orquestra que nasceu em 2017 e nasceu fruto de um investimento que foi cortado. Então, era uma orquestra que fazia parte... Na verdade, a orquestra fazia parte da Universidade Federal de Alagoas e o investimento em bolsas foi cortado em uma determinada época e a gente resolveu fundar uma orquestra.

E a Orquestra Filarmônica de Alagoas vem há quatro anos traçando uma trajetória muito bonita, já com mais de 60 concertos. Mas, independentemente da Orquestra Filarmônica de Alagoas, eu sou um ator desse processo. Eu sinto muito, às vezes, na pele os efeitos da pandemia, como a pandemia afetou o nosso setor cultural, pois tivemos de paralisar todos

os concertos. Nós tivemos de recorrer, por exemplo, a atividades como *lives*, como tudo o que vocês possam imaginar. Mas a orquestra sobreviveu, e o artista sobreviveu.

Só que, na arte, a gente sempre diz que, quando acabam os sonhos, sobram os boletos. Isso é uma grande verdade.

E o artista precisa, sim, sobreviver. A arte precisa ser vista sempre como um verdadeiro mecanismo de transformação social, um verdadeiro mecanismo de incentivo às regionalidades, aos regionalismos.

Quem conhece Alagoas, quem conhece Maceió com certeza sabe o que é isto: "Ai, ai que saudade, ai que dó viver longe de Maceió". Essa é uma música que, com certeza, o Senador Fernando Collor conhece.

Mas, aí, a gente volta para esta realidade que nós temos. O Brasil ainda é um país que possui um número restrito de orquestras. Existem polos regionais de orquestra. Por exemplo: Amazonas, Pará, o eixo Rio-São Paulo, Sul, mas, em se tratando do Nordeste, nós temos reais carências de mais orquestras, de mais investimentos, para que nós consigamos formar novos artistas, formar novos núcleos de música.

E, aí, uma das perguntas que chegou foi: quais gêneros musicais brasileiros agradariam mais aos turistas?

É difícil pensar nisso. E eu corroboro com todas as respostas que foram dadas. Na verdade, a música forma um verdadeiro caleidoscópio na nossa mente.

Quando gente visita um lugar, a música está atrelada, está dentro daquela experiência cultural.

Assim como foi citado anteriormente, é muito bonito quando a gente tem uma experiência cultural que não é aquela experiência somente das belezas, das maravilhas, nesse sentido, mas em que a gente consegue vivenciar essas oportunidades e essas ideias que existem em todos os lugares.

E aqui eu cito um dos projetos bem interessantes, que é um projeto da Orquestra Mozart, em Salzburg. O turista tem a oportunidade de ir a Salzburg e conseguir assistir a uma orquestra com os mesmos formatos, com os mesmos moldes e com algumas adaptações do que era feito no período de Mozart.

Mas a gente precisa pensar no Brasil. A gente precisa realmente cativar também esses regionalismos.

A cadeia da música é enorme. Quando se investe na música com esse vetor, com esse parâmetro cultural e turístico, nós estamos cativando um verdadeiro ciclo, uma verdadeira cadeia de atores desse processo. Por exemplo, se nós formos pensar no âmbito do forró, no Nordeste, nós vamos trabalhar desde os músicos, que são os atores do processo, aos produtores. Nós vamos trabalhar com comunicadores, vamos trabalhar com diversos atores envolvidos nesse processo.

É por isso que a música é, realmente, um ponto ímpar no turismo brasileiro.

E esses gêneros musicais, realmente, é bem difícil... Quais gêneros agradariam mais aos turistas? Eu acredito que, na verdade, essa pergunta deveria pegar por outro ponto: como descobrir quais gêneros musicais fazem parte dos regionalismos pertencentes aos lugares? Como nós podemos instigar para que esse turista chegue e entenda, por exemplo, que o Brasil não é somente samba? O Brasil possui uma diversidade cultural enorme. Em se tratando de Alagoas, Alagoas possui 29 folgedos. Não gosto muito desse termo "folgedos", mas 29 manifestações da arte e da cultura popular. São três danças, são diversas, diversas manifestações. A gente pode citar o guerreiro, o pastório, a chegança, o caboclinho, o extinto caboclinho, a gente cita o maracatu...

Então, isso precisa ser explorado, mas não somente isso. Assim como foi citado, os festivais de ópera são, verdadeiramente, eu já pude participar, são verdadeiramente catalizadores de público e de experiências, porque um turista, quando vai assistir a um concerto, ou um público, quando vai assistir a um concerto, na verdade, ele não está comprando um ingresso, ele está comprando uma experiência. E isso é muito importante que a gente possa sempre lembrar.

Mas a pergunta que eu faço é como nós podemos instigar os regionalismos, as regionalidades e as múltiplas possibilidades? Como é que a gente pode pensar que o turista pode conhecer, não somente um tipo de gênero musical, ou o que seja, mas que ele possa conhecer distintas possibilidades de um local? A principal resposta para isso é que nós precisamos investir nos artistas locais. Quando nós pensarmos que o artista local precisa de investimento, para que ele possa transformar esse investimento em arte, e ele possa transformar em um produto que ele possa oferecer para o turista, ninguém conhece mais forró do que uma própria pessoa, um próprio artista local. Ninguém conhece mais... Isso é uma grande verdade. Ele tem, ele vive isso na veia.

A outra pergunta foi se há investimento adequado. Dependendo do ponto de vista, sim. A Lei Rouanet é talvez o maior, assim como foi citado, a Lei Rouanet é o maior mecanismo realmente de investimento. Sem dúvida, é uma lei maravilhosa, uma coisa que trouxe muitos e muitos e muitos recursos. Mas a lei não precisa de corte de investimento. Se o investimento está sendo direcionado para determinados locais que não são interessantes, eles precisam ser melhor adequados, e aí a gente consegue realmente ter o artista que está lá na ponta... Concorro, o artista da ponta precisa realmente sobreviver, e

isso é muito importante. E quais ações que a gente poderia pensar para que esse turismo musical pudesse ser realmente melhor absorvido? Então, essa é uma pergunta que eu deixo para todos que estão aqui.

Desde já o meu agradecimento sincero.

Obrigado, Senador Fernando Collor, obrigado a todos que fizeram parte, que estão fazendo parte deste momento. Sem dúvida, é um momento ímpar, um momento muito marcante para que possamos discutir verdadeiramente como que a música pode ser ampliada para outros segmentos.

Muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - ... Luiz Martins, Diretor-Geral da Orquestra Filarmônica de Alagoas pelo brilho que ele trouxe, pelo colorido que ele trouxe com as suas palavras, com a sua participação nesta nossa reunião da noite de hoje, desejando a ele continuado êxito na sua profícua carreira.

Gostaria de trazer como comunicado que, na próxima segunda-feira, dia 4 de abril, às 18 horas, dando continuidade ao ciclo de debates sobre turismo, que nós iremos abordar o tema O Impulso do Setor de Cruzeiros à Atividade Turística, Perspectivas e Desafios no Pós-Ômicron.

Receberemos como convidados a Sra. Débora Gonçalves, Secretária Nacional de Atração de Investimentos do Ministério do Turismo; o Sr. Wilken Souto, Chefe da Assessoria Especial de Assuntos Técnicos e Normativos, também do Ministério do Turismo; o Sr. Marco Ferraz, Presidente da Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos; o representante da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), e o representante da Secretaria de Turismo de Maceió, Alagoas.

Agradeço penhoradamente aos senhores palestrantes pelos esclarecimentos que foram prestados, agradeço a participação de todas, de todos, muito especialmente aos nossos internautas, às Exmas. Sras. Senadoras e aos Exmos. Sr. Senadores.

E, nada mais havendo a tratar, declaro encerrada a presente reunião, desejando a todos uma boa-noite.

(Iniciada às 18 horas, a reunião é encerrada às 18 horas e 48 minutos.)