



A NARRATIVA MIDIÁTICA IMPRESSA NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE GERMÂNICA DE SANTA CRUZ DO SUL

Luana Daniela Ciecelski¹

Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc)

Resumo: O artigo que propomos visa apresentar a participação da mídia impressa na construção da identidade germânica de Santa Cruz do Sul. Relacionado ao trabalho dissertação de mestrado que temos em andamento, faremos um resgate histórico a partir de revisão bibliográfica e observação da narrativa dos veículos de imprensa que fizeram parte deste processo. O objetivo maior é compreender o papel histórico da narrativa midiática dessa identidade e sua possível reconfiguração, principalmente a partir da década de 1980, quando surge a Oktoberfest² e a Revista Alto Falante, que foi durante os primeiros anos, veículo oficial de divulgação da festa.

Palavras-chave: identidade germânica; narrativa midiática; midiatização; Oktoberfest; Revista Alto Falante.

1. Introdução

A ideia da presente pesquisa surge de uma percepção que gerou novos questionamentos. Ao longo de 2019 e início de 2020, a partir dos levantamentos feitos para a dissertação que está em andamento³ e da análise – também em andamento – da narrativa da Revista Alto Falante⁴, percebemos que a midiatização e em especial a narrativa dentro desse processo, tem uma importância muito grande na construção da identidade de uma comunidade, no reforço às suas tradições. Continuamos tentando entender melhor como isso se dá, porém, sentimos também a necessidade de conhecer outros veículos de imprensa – para além da Alto Falante - que fizeram parte da história de Santa Cruz do Sul, e entender como foram suas participações dentro da comunidade. Assim surge esse artigo.

¹ Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo e Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). E-mail: luanaciecelski@yahoo.com.br.

² Tradicional festa alemã que ocorre em algumas cidades brasileiras que foram colonizadas por germânicos, incluindo Santa Cruz do Sul, desde 1984, e que tem por objetivo o resgate e a manutenção de tradições, além do turismo e desenvolvimento econômico.

³ Provisoriamente intitulada como *Mediatização da Identidade: a narrativa da Revista Alto Falante e a Oktoberfest de Santa Cruz do Sul*.

⁴ A Alto Falante foi uma revista que circulou em Santa Cruz do Sul na década de 1980, mais especificamente entre os anos de 1981 e 1989.



A ideia é fazer um levantamento, a partir da revisão de bibliografias, que mostre quais foram os principais veículos de jornalismo impresso que existiram na cidade, desde 1849 – quando chegam os primeiros imigrantes – até a década de 1980 – momento em que a referida Alto Falante tem sua circulação -, trazendo trechos de suas narrativas, buscando analisar suas contribuições para a construção de uma ideia de identidade. O objetivo maior é compreender o papel histórico da narrativa midiática dessa identidade e sua possível reconfiguração, principalmente a partir da década de 1980, quando surge a Oktoberfest⁵ e a Revista Alto Falante, que foi durante os primeiros anos, veículo oficial de divulgação da festa.

Para isso, traremos uma revisão do conceito de identidade e da identidade germânica, apresentando um pouco da história da cidade. Num segundo momento, falaremos sobre as narrativas e a midiaticização, trazendo os principais veículos encontrados em nossa busca e levantamento. Por fim, faremos uma análise geral do presente estudo, ressaltando os principais achados e as reflexões tecidas a partir da pesquisa.

2. A Identidade Germânica

Dentro dos Estudos Culturais há duas diferentes formas de pensar a identidade: pela perspectiva do essencialismo e pela da construção social (não essencialismo). De acordo com Necchi (2009), o primeiro grupo entende a identidade como algo inerente a alguém que pertence a determinado grupo, inerente aos membros daquela comunidade. “Algo pronto, ancestral, atávico. Uma condição pura, cristalina” (NECCHI, 2009, p. 14), fundamentando-se na história e na biologia. Já o segundo, vê a identidade como um processo de construção, um produto que nunca está acabado, mas sempre se desenvolvendo, algo que não é permanente, um produto social baseado nas interações.

Tendo em vista a pesquisa que temos diante de nós, e as leituras feitas previamente sobre a identidade germânica, bem como sobre a história de Santa Cruz do Sul – sobre as quais falaremos mais adiante – observamos que, em Santa Cruz do Sul, por exemplo, percebe-se um discurso essencialista, que traz o germanismo como algo do biológico e do histórico em função dos ascendentes germânicos nas árvores genealógicas. No entanto, filiamo-nos à corrente que vê a construção da identidade como algo social e inacabado, sempre em transformação. Acreditamos que as transformações que acontecem em uma sociedade, sejam elas intencionais

⁵ Tradicional festa alemã que ocorre em algumas cidades brasileiras que foram colonizadas por germânicos, incluindo Santa Cruz do Sul, desde 1984, e que tem por objetivo o resgate e a manutenção de tradições, além do turismo e desenvolvimento econômico.



ou não, interferem na ideia que se tem de uma identidade, e que, se isso for midiaticizado a transformação pode ser diferente.

Nos alinhamos, portanto, com o pensamento de Sehn (2009), segundo a qual a identidade tem como ponto de partida vivências e representações do passado no presente. “É uma construção histórica que ocorre entre pessoas ou grupos de um determinado espaço geográfico, que organizam sua vida com base em um conjunto de valores compartilhados” (SEHN, 2009, p. 26), valores esses que, acrescentamos, vão se transformando, de forma que a própria identidade acaba transformada também. E inserimos, nesta relação, o papel desempenhado pelos dispositivos midiáticos.

Hall (2011), que também segue a linha do não essencialismo, aponta para a existência de três grandes concepções de identidade, formadas ao longo da história e conforme a evolução e desenvolvimento do mundo: a primeira delas é a formulada pelo Iluminismo; a segunda é a do sujeito sociológico e a terceira, a do pós-moderno. Durante o Iluminismo a concepção de identidade era individualista, ou seja, o indivíduo era centrado, unificado, a identidade era algo da essência e que não se alteraria muito ao longo da vida. Essa concepção foi importante para fortalecer o homem como indivíduo logo após um longo período de teocentrismo e religiosidade. Foi o período do antropocentrismo.

Com o surgimento de uma sociedade mais industrializada, e com a ascensão da psicanálise⁶, percebe-se, aos poucos, que algumas dessas ideias são questionáveis. Surge, então o conceito de sujeito sociológico, uma concepção mais interacionista, que vê o outro como importante para o indivíduo, esse sem autonomia e autossuficiência. Nesse lugar e tempo há uma relação entre o que é pessoal e o que é público, coletivo, e a identidade de cada um é projetada a partir dessa relação.

Mas então o mundo passa por novas transformações, principalmente desde o pós-guerra do século XX, e aos poucos, dentro dessa pós-modernidade, nasce a concepção de identidade pós-moderna. Ela é fragmentada, composta por várias identidades, muitas delas opostas e contraditórias, sem que se encaixem exatamente em um grupo ou em outro. Ainda se constrói uma “narrativa do eu” e ela busca unificar a nossa identidade, mas essa unificação é ilusória, segundo Hall (2011). A já citada globalização é um dos fatores que contribui para isso.

⁶ Falamos aqui dos estudos de Sigmund Freud e de Carl Gustav Jung, para citar apenas dois exemplos, que vêm à tona no início do século 20. Eles buscaram compreender melhor o homem a partir de sua psique.



Em relação às mudanças em torno da identidade que acontecem na modernidade e principalmente no pós-moderno, Bauman (2001) tece comentários, relacionando o individual com o coletivo a partir do conceito de comunidade. Segundo ele, “todas as comunidades são *postuladas*: mais projetos que realidades, alguma coisa que vem *depois* e não *antes* da escolha individual” (BAUMAN, 2001, p. 194, grifos do autor) e, segundo ele, diante do retorno do individualismo, diante da ampliação dos direitos e garantias individuais, o “comunitarismo” é uma reação esperada, uma tentativa de manter as velhas garantias, diminuindo a fragilidade dos laços e valores humanos e a ansiedade em torno dos novos tempos, dos novos regimes de trabalho, das novas formas de lidar com a infância e com a velhice e principalmente com a falta de segurança que o dia de amanhã traz.

Bauman (2001) aponta ainda que uma das características fundamentais desse comunitarismo como identidade coletiva é o “nós”, apontando que há uma separação do “nós” e do “eles” em função de uma estranheza. Criam-se unidades pela semelhança e pela diferença e, como veremos mais adiante, as mídias têm um papel importante nisso, estão presentes nesse cenário. Porque a relação entre as pessoas, conforme Verón (2013), simplesmente não existe sem um dispositivo de comunicação, uma vez que a própria voz é uma mediadora. E a criação dessas unidades pela semelhança e diferença, é o que acontece, aparentemente, em relação ao germanismo que encontramos em Santa Cruz do Sul hoje. Mas como foi, afinal, que Santa Cruz do Sul adquiriu essa identidade? E quais são as características dessa identidade germânica?

2.1 Breve história de Santa Cruz

Tudo isso tem relação com a história desse município que foi colonizado por famílias germânicas a partir de 1849. A vinda dessas famílias se deu durante uma segunda fase de migrações ao Estado, e elas vieram do norte da Alemanha, das províncias do Reno, Prússia, Pomerânia, Turingia, Saxônia, Westfália, Hannover e Oldenburg (NEUMANN, 2006). Ainda de acordo com Neumann (2006), essas pessoas tinham variadas religiões e profissões, porém, conforme foram se instalando na cidade, sua principal atividade econômica passara a ser a agricultura. Entre os itens cultivados estava principalmente o fumo (SEHN, 2009), que ainda hoje é um símbolo da cidade e da região, considerada um dos polos mundiais na produção do tabaco.

Já na época, a localidade se destacava por seu desenvolvimento e crescimento. De acordo com a história, porém, isso se deu muito por mérito dos imigrantes, já que eles ficaram bastante



desatendidos após sua chegada ao Brasil, segundo pesquisas de Vogt (1997), Kipper (1979) e Azambuja (2002). Uma grande mudança ocorre quando em 1878 é instalada a Câmara Municipal de Vereadores o que confere maior independência administrativa ao novo município. Logo instala-se um ramal ferroviário, a cidade passa a contar com eletricidade, rede de abastecimento, telefonia, um grande hospital, escolas, um pequeno comércio, etc. Em 1917 a British American Tobacco vem para a cidade que já contava com pequenas indústrias fumageiras e fábricas de cigarro. Logo chegam o Banco da Província (1917) e o Banco Pelotense (1922)⁷ (WINK, 2002).

Assim Santa Cruz passa a ser um polo reconhecido para a região, inclusive como um centro cultural. Até a década de 1930, registros históricos dão conta de diversas atividades – a maioria delas relacionada com a cultura germânica - como grupos de teatros e exposições cinematográficas variadas⁸, apresentações de orquestras como a “Wiener Operettengesellschaft Margarete Slezak”, além de atividades esportivas, quermesses concursos de dança e música. Tanto é que pouco depois, quando ocorre em todo o país a nacionalização do ensino e da língua portuguesa (a partir de 1937) e a proibição de outras línguas, entre elas o alemão, por medo da possibilidade de uma “conspiração nazista internacional”⁹ (KIPPER, 1979, p. 9), Santa Cruz do Sul chama a atenção das autoridades, o que acabou “(...) desencadeando uma série de acontecimentos repressivos que modificaram, drasticamente, os hábitos e costumes já quase centenários dos habitantes de Santa Cruz” (WINK, 2002b, p. 104).

Nos anos que se seguem o jornal da cidade, denominado Kolonie, que existia desde o fim do século XIX, e que era publicado em alemão é um encerrado. Outras atividades como as educacionais, sociais e religiosas, que também faziam uso da língua alemã, precisam se adaptar (SEHN, 2009). Desestrutura-se assim, a cultura, tradição e identidade da comunidade, principalmente na parte mais urbana. Mas a industrialização segue seu caminho, o comércio da cidade cresce mais um pouco. Na década de 1960 passa a ser ofertado o ensino superior a partir da criação da Associação Pró-Ensino em Santa Cruz do Sul (Apesc), mantenedora ainda hoje da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) e a população também cresce consideravelmente. Em termos culturais as atividades relacionadas às tradições germânicas permanecem em um estado latente, sendo mais fortes nas localidades interioranas onde conseguiram sobreviver.

⁷ O banco Caixa Santacruzense já existia em Santa Cruz desde 1904.

⁸ Havia dois espaços de exibição na cidade: o Cine Teatro União – junto ao Clube União -, inaugurado em 1919, e o Cine Teatro Ginástica – junto ao Clube Ginástica -, de 1925 (MARTIN, 1999)

⁹ O mundo vivia o período da Segunda Guerra Mundial.



Isso começa a mudar, entretanto, quando surge a ideia de uma Festa Nacional do Fumo, que acontece pela primeira vez em 1966. A festa tinha como objetivo dar evidência para a cidade e região, destacando a relação com o tabaco desde a época da colonização. Em 1984, porém, a FENAF é substituída pela Oktoberfest. E então temos um importante marco na história da cidade porque a partir da Oktoberfest e da divulgação dessa festa a identidade germânica associada à cidade ganha uma nova força. A festa foi pensada, justamente, com o objetivo de reavivar as tradições conforme explicou o idealizador da festa, o então Secretário de Turismo de Santa Cruz, Ademir Muller, em entrevista concedida a Revista Alto Falante em 1984. Nessa entrevista Muller chega a citar que muito da cultura trazida pelos colonizadores no século 19, havia sido deixada de lado por algumas gerações em função das proibições impostas pelo período do Estado Novo no Brasil. Por isso, a festa também foi criada nos moldes da tradicional Oktoberfest de Munique.

Um dos principais meios de divulgação da Oktoberfest foi justamente a Revista Alto Falante, objeto de nossa pesquisa de mestrado. Porque a mesma equipe que montava e publicava as edições da revista, trabalhava na agência de mesmo nome (Agência Alto Falante), dirigida pelas mesmas pessoas, os sócios Voltaire Trindade e Luís Antonio Barreto. Essa agência foi a responsável pela criação da identidade visual da festa, bem como pelo trabalho de divulgação e assessoria de comunicação do evento. A revista, conseqüentemente, foi o veículo oficial da Oktoberfest em seus primeiros anos de realização, com suas edições especiais.

3. A narrativa midiática impressa na história de Santa Cruz

A narrativa é uma das formas de expressão mais utilizadas pelo homem, seja no formato oral, seja no textual. Encontrada em todos os grupos sociais, ela está intimamente relacionada com a capacidade do homem de se compreender e compreender o mundo a sua volta (BARTHES, 2008). De acordo com Motta (2013) “narrar é relatar eventos de interesse humano enunciados em um suceder temporal encaminhado a um desfecho. Implica, portanto, narratividade, uma sucessão de estados de transformação responsável pelo sentido” (MOTTA, 2013, p 71), e as narrativas possuem um papel fundamental na construção de uma identidade porque narrar é inerente ao ser humano, é um código universal através do qual, independentemente da língua, compreendemos a vida e a realidade à nossa volta.

Em suas teorizações Motta (2013) apresenta seis grandes motivos para que estudemos as narrativas. Uma delas, a segunda de sua lista, aponta que esses estudos são importantes para



“compreender como os homens criam representações e apresentações do mundo” (MOTTA, 2013, p 32). Por isso a narrativa também está intimamente ligada à capacidade do homem compreender os signos e símbolos que lhe são apresentados, e a partir disso construir significados. Hinerasky (2009), num pensamento muito próximo do de Motta, aponta que

as identidades são configuradas no âmbito da representação – possuem um caráter simbólico e social -, dependem das relações e interações entre grupos (produtores e audiência [ou editores e leitores de uma revista]), e de traços culturais compartilhados pelos membros desses grupos, vistos que estão inseridos em um contexto social (HINERASKY, 2009, p. 152).

Por isso, segundo a autora, os meios de comunicação têm uma função referencial muito importante, a partir do momento em que ajudam as pessoas a reconhecerem processos socioculturais em curso. Dessa forma, a partir de suas narrativas, eles ajudam a formar uma identidade cultural que para a autora, pode ser definida como uma “consciência coletiva de pertencimento a uma cultura” (HINERASKY, 2009, p. 152).

Assim como a narrativa, a midiaticização também é um processo inerente ao ser humano, que pode ser visto sob uma perspectiva semioantropológica, inclusive, porque o surgimento de novas e modernas tecnologias como a Internet, é apenas a mais recente das formas de midiaticização, ainda que ela seja muito potencializada pela velocidade de mundo em que vivemos hoje (VERÓN, 2014). Ela faz parte de nossa evolução como seres humanos, porque tudo está ligado a um processo de evolução anatômica, fisiológica e neurológica do homem (VERÓN, 2013). A linguagem oral, por exemplo, é fruto de milênios de desenvolvimento do aparelho vocal. Em relação a escrita, também foram séculos de aprimoramento cognitivo (VERÓN, 2013).

Ou seja, quando narramos nós compreendemos o mundo à nossa volta. Se essa narrativa for transformada em um fenômeno midiático – dermos autonomia e persistência¹⁰ a essa narrativa – estaremos potencializando esse entendimento de mundo. Unindo os diversos fenômenos midiáticos registrados ao longo da história, temos um processo fortíssimo de midiaticização, que une técnicas corporais (desenvolvimento cognitivo) com técnicas de fabricação do suporte e do instrumento de escrita.

¹⁰ A persistência de se manter para além do instante em que a mensagem foi materializada, que dá a ela autonomia para ser reassistida, reouvida, reutilizada. Estamos falando, por exemplo, de uma mensagem materializada num suporte, um texto escrito publicado em um jornal, uma mensagem de voz gravada, etc (VERON, 2013).



Essa midiaticização começa quando o candidato a colonizador recebeu, ainda em sua terra natal, um folder ou viu um cartaz ou um jornal, ou mesmo quando assinou algum documento garantindo sua vinda para o Brasil. Passa pelos registros da produção agrícola da comunidade, pelo desenvolvimento urbano, pelas atividades culturais e educacionais, chegando na imprensa que surge não muito tempo depois da chegada dos colonos ao Sul do Brasil.

3.1 Os impressos e suas narrativas

E é exatamente aqui que pretendíamos chegar. O primeiro registro significativo de imprensa em Santa Cruz é de 1891 quando surge o jornal *Kolonie*. De acordo com Filter (2003), sua fundação começa a ser pensada em 1890 e entre seus fundadores estão Carlos Trein Filho, Adão Jost, Henrique Schütz, Henrique Kessler, Abraão Tatsch, Felipe Heuser, Arthur Hemsdorf e Bernardo Kirsche. A principal motivação do grupo é o fato de que os acontecimentos da cidade eram noticiados apenas por veículos de Porto Alegre e São Leopoldo e sempre com bastante atraso (as informações era enviadas por cartas e transformadas em notícias). Entre seus objetivos estavam o de dar agilidade à circulação de informações, priorizando assuntos ligados a região, buscando também notícias da Alemanha e fazer essas informações chegarem mais rápido aos colonos. A primeira edição foi veiculada em 1º de janeiro de 1891 e inicialmente com periodicidade semanal, mas posteriormente, ela foi elevada para duas e três vezes por semana (FILTER, 2003).

Como aponta ainda Filter (2003) o uso dos dialetos, inclusive na escrita, acaba sendo uma das principais formas preservação da cultura germânica durante o período da colonização

(...) seja por meio de pensamentos, poemas, artigos, editoriais, crônicas, avisos, anúncios ou reportagens, poucas vezes a imprensa tem papel tão decisivo num processo sociológico quanto na sobrevivência da cultura germânica trazida ao Sul do Brasil pelos imigrantes. A leitura implacável de tudo o que existe no próprio idioma e a ânsia de escrever cada vez mais faz com que a imprensa acabe por ser uma das mais importantes realizações e colaborações dos imigrantes alemães para a então Província de São Pedro do Grande do Sul (FILTER, 2003, p. 37).

A importância também pode ser comprovada pelo número de assinaturas. Por volta de 1928, o *Kolonie* chegou a casa dos 3 mil assinantes. Isso pode não parecer muito, já que compreendia cerca de 7 por cento do número de habitantes da localidade na época, porém, numa comparação com os dias atuais, o principal veículo de Santa Cruz do Sul, por exemplo, tem uma tiragem diária média de cerca de 18 mil exemplares, o que corresponde a cerca de 13% da



população da cidade. E não estamos falando de assinantes, mas de tiragem total e, além disso, é preciso levar em consideração que o veículo circula também em outras cidades da região. Portanto, 3 mil assinantes na década de 1920 não é tão pouco assim.

Além disso, só o fato de o jornal existir e circular mostra que naquele período a cultura já estava em processo de midiatização, ainda que em moldes diferentes da qual estamos acostumados atualmente. A midiatização, então, já estava presente e interferia – em conjunto com outros fatores -, no processo de constituição da cultura que caracterizava a identidade em questão.

Apontamos isso tendo como base Lisboa Filho (2009) para o qual “(...) as identidades se fazem existentes a partir dos atributos oferecidos na linguagem e no sistema simbólico em que são representadas, sendo assinaladas principalmente pela diferença” (LISBOA FILHO, 2009, p. 172), ou seja, existem na comparação entre umas e outras e se caracterizam pelo que são e não são a partir dessas comparações. “A identidade depende da diferença. Nas relações sociais são estabelecidas, ao menos em parte, por meio de sistemas classificatórios” (LISBOA FILHO, 2009, p. 172). E o jornal tinha, acreditamos, um papel fundamental nisso, principalmente em função da língua utilizada, que era o alemão, mostrando sua diferença em relação ao restante do estado e do país, que utilizavam o português. Tanto que seu fim – aliado a outras questões educacionais e sociais já citadas – coincide com aquilo que Wink (2002) chama de “uma verdadeira perda de identidade cultural”, mesmo anos depois de a vida na comunidade adquirir um novo ritmo.

Isso fica muito claro na publicação do último editorial em alemão, que foi traduzido por Roberto Steinhaus para a pesquisa de Cássio Filter, realizada em 2003, e que aqui reproduzimos alguns trechos:

Ao terminar esta primeira fase da nossa existência, podemos dizer sem falsa vaidade que temos bem cumprido a nossa missão. Fomos intermediários entre o Brasil e não somente os países de língua alemã, mas ainda aquela parte da Europa não germânica, onde, a língua de Goethe é largamente compreendida e lida. [...] A nossa folha continuará a ser a sua, embora dela desapareça a língua alemã. Só nós estamos em condições de cuidar de seus interesses e necessidades, por que só nós os conhecemos. Só nós podemos informá-lo acerca do movimento de suas associações recreativas e esportivas, por que só nós o acompanhamos, como membro das mesmas. Só nós dispomos de correspondentes no seu distrito, que nos põem ao corrente de tudo o que se passa nos seus círculos: nascimentos, noivados, casamentos, aniversários, bodas de prata, falecimentos, etc. E quem poderá dar notícias tão completas e tão exatas a cerca dos acontecimentos na Europa, quanto nós, que sempre nos temos especializado neste serviço e que sabemos discernir a verdade e as



mentiras duma propaganda vil odiosa? Quem, finalmente, cultivará a transmissão de grandes valores de ciências e artes e de técnica produzidos na Europa central e que são tão importantes e indispensáveis para o nosso progresso brasileiro, sinão nós que levamos sôbre quasi todas as demais folhas a vantagem não semente de conhecermos o idioma, mas também de termos a boa vontade de informar a respeito, que como se sabe, nem sempre é encontrada? [...] Clemente Brandenburger. (sic) (KOLONIE, 1941 apud FILTER, 2003).

O fim do uso da língua alemã no jornais foi um momento de pesar. Mas para uma comunidade cuja estrutura cultural era baseada na europeia, onde os jornais já eram lidos muito antes da colonização, ter um veículo de comunicação era tão importante que já em 1945, passa a circular na cidade a *Gazeta de Santa Cruz*, origem da atual *Gazeta do Sul*, que ganha esse nome a partir de 1956, quando suas fronteiras de circulação se tornam mais abrangentes. Fundada por Francisco José Frantz, ainda hoje a *Gazeta do Sul* permanece em circulação diária de segunda a sexta-feira, exceto em fins de semana, com apenas uma edição para o sábado e o domingo, e ela é, de acordo com o histórico informado pela empresa, o maior jornal em circulação na cidade atualmente e quinta no ranking dos jornais gaúchos.

Ainda de acordo com Filter (2003) paralelamente ao Kolonie e, portanto, antes da *Gazeta de Santa Cruz*, a cidade chegou a contar com outras duas publicações em alemão que, entretanto, não duraram muito tempo, sendo elas o *Santa Cruz Anzeiger* (1905-1908) e o *Fortschritt* (1902-1904). Houve também algumas publicações em português que duraram ainda menos, como *A Reforma* (11 edições), *O Estudante* (4 edições, informativo estudantil), *A Tesoura* (4 edições, informativo estudantil), *O Santa Cruz* (1907), e *A União* (1910-1911) (FILTER, 2003). Essa informação nos mostra, mais uma vez, que a língua tinha um papel importante no sucesso dessas mídias, facilitando a identificação da comunidade com o veículo e conseqüentemente sua busca.

Algumas décadas depois, em 1976, surge o *Riovale Jornal*, que passa a ter uma importância considerável durante a década de 1980 e que ainda hoje está em circulação na cidade, mas com edições bissemanais. E além desses, há a *Revista Alto Falante*. Como já dito anteriormente em nota de rodapé a *Alto Falante* circulou em Santa Cruz do Sul na década de 1980. A primeira edição foi publicada em dezembro de 1981, sendo seguida por outras 62 edições ao longo de oito anos de veiculação até 1989. Era conhecida por sua abordagem cultural, mas também tratava fortemente de política. Também teve forte relação com a *Oktoberfest*, como já foi citado.



Segundo pesquisa realizada anteriormente por Ciecelski e Soster (2018), foram encontradas citações sobre a Oktoberfest em 21 edições da revista – as de número 20, 21, 22, 26, 27, 28, 29, 30, 37, 39, 40, 45, 46, 47, 49, 51, 52, 56, 57, 61 e 62 -, ou seja, em um terço de todos os volumes veiculados ao longo dos anos. Além disso, a partir dos editoriais, percebe-se também o trabalho da Agência Alto Falante, ligada à revista, na divulgação do evento germânico, na edição de número 20, quando é explicado ao leitor que a agência assumiu a assessoria de comunicação da festa, através da Editora Alto Falante e as ações de marketing por meio do setor de publicidade e propaganda da Alto Falante Comunicação e Publicidade (ALTO FALANTE, 1984, ed. 20). O mesmo se dá na edição de número 29, publicada em 1985.

No que se refere à narrativa, são inúmeros os exemplos que poderiam ser aqui citados. Alguns dos trechos de maior destaque podem ser encontrados nas chamadas Edições Especiais, que era veiculadas nos meses de setembro e outubro, durante a Oktoberfest, com textos voltados para a comunidade e para os turistas, a fim de contar a história da cidade, falar sobre suas tradições. Na edição de número 21, por exemplo, publicada em setembro/outubro de 1984, em razão da 1ª Oktoberfest, na página quatro, após o título “Santa Cruz vai reviver costumes dos imigrantes com a Oktoberfest” encontramos o seguinte trecho, correspondente aos dois primeiros parágrafos:

Santa Cruz do Sul não é somente a capital brasileira do fumo ou o município que mais cresce no Estado. Entre 28 de setembro e 7 de outubro também será a capital da alegria, quando haverá de reviver os costumes dos imigrantes alemães com a realização da Oktoberfest. A promoção é inspirada na grande festa germânica que se realiza tradicionalmente em Munique, na Alemanha, atraindo visitantes do mundo inteiro.

A Oktoberfest será essencialmente, um brinde à alegria, com muita comida típica alemã, chope e bandinhas, ao melhor estilo da velha Alemanha. Paralelamente, haverá comercialização de produtos coloniais e acontecerá, também a Feira da Indústria e Comércio no Parque da Festa Nacional do Fumo. (ALTO FALANTE, ed. 21, set/ou 1984).

Esse excerto, assim como outros tantos, procura mostrar a relação da cidade com a Alemanha a partir dos colonizadores vindos de lá ainda. Fica visível também a tentativa de mudar a imagem da cidade, transformando-a de capital do fumo, para capital da alegria por meio da Oktoberfest, já que a cultura do fumo já começava a receber críticas à época, o que poderia ser prejudicial para a economia do município. Além disso, percebe-se as referências à cultura e tradições como a música, a alimentação, a vestimenta, etc.

A revista foi adquirida no fim da década de 1980 pelo Grupo Gazeta de Comunicações e nesse período sofreu uma grande mudança editorial. Acredita-se que essas modificações



acabaram contribuindo para o declínio da publicação, que, cerca de dois anos depois da mudança de direção, foi encerrada.

4. Considerações

Entre os principais achados da presente pesquisa estão os vários veículos de jornalismo impresso que circularam em Santa Cruz do Sul ao longo dos anos. Alguns deles tiveram mais destaque, outros menos. Percebe-se que os jornais escolares e em língua portuguesa tiveram pouca duração num primeiro momento da história. Acreditamos que isso se dá porque naquele período a língua alemã ainda era muito forte e valorizada na comunidade, como mostram as pesquisas a respeito da história e da cultura da cidade. Dessa forma, o veículo impresso que mais se destacou foi, de fato, o Kolonie, publicado em língua alemã e encerrado em função de um conjunto políticas nacionais do período do Estado Novo citadas ao longo do trabalho.

A partir do levantamento feito podemos dizer que uma ideia de identidade germânica já vinha se construído há várias décadas no seio da comunidade santa-cruzense, a partir do fato de que a história dos colonizadores que chegaram à região ainda no século 19, foi contada e recontada inúmeras vezes, de uma geração para a outra. Teve um papel importante nisso o jornal Kolonie, que ajuda a fixar essa ideia, principalmente por suas publicações em alemão. Porém, ao abordar a realização das primeiras edições da Oktoberfest de Santa Cruz do Sul, ainda na década de 1980, a Alto Falante ajudou a reconstruir significados para essa festa e a criar uma nova forma de representação social dela.

Isso acontece porque a narrativa, está intimamente relacionada com a forma que temos de perceber o mundo e compreender a realidade, porque a narrativa, assim como nos diz Motta (2013), “põe naturalmente os acontecimentos em perspectiva, une pontos, ordena antecedentes e consequentes, relaciona coisas, cria o passado, o presente e o futuro, encaixa significados parciais em sucessões temporais, explicações e significações estáveis” (MOTTA, 2013, p 71). Ou seja, essa construção vai sendo feita com o passar dos anos, a partir dos discursos que marcam cada uma das gerações, com o auxílio do poder público, da imprensa e das próprias pessoas que reproduzem esses discursos construídos, muitas vezes mediatizando-os.

E por falar em mediatização, ela tem por sua vez, através dos fenômenos midiáticos relacionados ao jornalismo impresso da cidade, um papel importante na representação, reprodução e fixação dessa ideia de identidade trazida pelas narrativas. Assim, podemos dizer que a narrativa e a mediatização trabalharam e ainda trabalham juntas na construção identitária.



A língua, como já dito anteriormente, teve um papel importante nesse processo, principalmente até a década de 1930. Após um período de hiato em seu uso, principalmente no espaço urbano, já não seria possível a publicação de uma revista inteiramente em alemão, mas a Alto Falante surge então com uma proposta de resgate, trazendo a história dos colonizadores, a marca deixada por eles, tanto na genética dos moradores da cidade quanto em seus hábitos culturais.

REFERÊNCIAS

ALTO FALANTE. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 20. Jul/Ago. 1984.

ALTO FALANTE. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 21, set/out. 1984.

AZAMBUJA, Lissi Bender. *Língua alemã: um legado dos imigrantes alemães para Santa Cruz do Sul - RS*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002. 104 p.

BARTHES, Roland et al. *Análise estrutural da narrativa*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, c2001. 258 p.

CIECELSKI, Luana; SOSTER, Demétrio de Azeredo. *Alto Falante: a narrativa da Oktoberfest de Santa Cruz do Sul em revista*. VIII Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor). São Paulo, 2018. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/jpjour/JPJor2018/paper/view/1514>>. Acesso em: 6 nov 2019.

FILTER, Cássio. *Jornal Kolonie: Influência do Estado Novo na linha editorial e conteúdo*. (Monografia de Graduação). Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, 2003.

FONTOURA, Sandra Regina Haas da. *A cultura no desenvolvimento do turismo em Santa Cruz do Sul*. (Dissertação, Mestrado em Desenvolvimento Regional). Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, 1999.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11 ed. 1 reimp. Rio de Janeiro: DP&A, 2011

HINERASKY, Daniela Aline. O pampa virou cidade na TV: identidades na série Histórias Curtas. IN: FELIPPI, Ângela; NECCHI, Vitor. *Mídia e Identidade gaúcha*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

KIPPER, Maria Hoppe. *A campanha de nacionalização do Estado Novo em Santa Cruz do Sul: (1937-1945)*. Santa Cruz do Sul: ASPEC, c1979. 60 p.

LISBOA FILHO, Flavi Ferreira. A gauchidade midiática televisual: enunciações de sentidos no Galpão Criolo. IN: FELIPPI, Ângela; NECCHI, Vitor. *Mídia e Identidade gaúcha*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

MOTTA, Luiz Gonzaga. *Análise crítica da narrativa*. Brasília: Ed. da UnB, 2013.

NECCHI, Vitor. Dissonância no pampa - a construção identitária do gaúcho no filme Anahy de las Misiones. IN: FELIPPI, Ângela; NECCHI, Vitor. *Mídia e Identidade gaúcha*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

NEUMANN, Marinês Teresinha. *Narrativas identitárias e associativismo de tradição germânica na região de Santa Cruz do Sul: o discurso da identidade regional (1850-1950)*. 1. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006.

SEHN, Danúbia Cremonese. *A contribuição da Oktoberfest para o discurso identitário germânico de Santa Cruz do Sul*. 2009. 149 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Santa Cruz do Sul, 2009.

VERÓN, Eliseo. *La Semiosis Social, 2: Ideas, Momentos, Interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.

VERÓN, Eliseo. *Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências*. Revista MATRIZES. v. 8. n. 1. São Paulo: jan./jun. 2014.

VOGT, Olgário Paulo. *A produção de fumo em Santa Cruz do Sul, RS: (1849-1993)*. 1. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 1997. 283 p.

WINK, Ronaldo. *Santa Cruz do Sul: urbanização e desenvolvimento*. 1. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002b.