

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS – MESTRADO E DOUTORADO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM LEITURA: ESTUDOS LINGUÍSTICOS,
LITERÁRIOS E MIDIÁTICOS
LINHA DE PESQUISA EM ESTUDOS LITERÁRIOS E MIDIÁTICOS**

Luana Daniela Ciecelski

**MIDIATIZAÇÃO DA IDENTIDADE: A NARRATIVA DA REVISTA ALTO
FALANTE E A OKTOBERFEST DE SANTA CRUZ DO SUL**

Santa Cruz do Sul - RS
2021

Luana Daniela Ciecelski

**MIDIATIZAÇÃO DA IDENTIDADE: A NARRATIVA DA REVISTA ALTO
FALANTE E A OKTOBERFEST DE SANTA CRUZ DO SUL**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Letras – Mestrado e Doutorado, Área de Concentração em Leitura: Estudos linguísticos, literários e midiáticos, Linha de Pesquisa em Estudos literários e midiáticos, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientador: Demétrio de Azeredo Soster

Coorientadora: Ana Cláudia Munari Domingos

Santa Cruz do Sul - RS

2021

CIP - Catalogação na Publicação

Ciecelski, Luana Daniela

Midiatização da identidade: : a narrativa da revista Alto Falante e a Oktoberfest de Santa Cruz do Sul / Luana Daniela Ciecelski. – 2021.

171 f. ; 28 cm.

Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade de Santa Cruz do Sul, 2021.

Orientação: Prof. Dr. Demétrio de Azeredo Soster.

Coorientação: Profa. Dra. Ana Cláudia Munari Domingos.

1. Identidade Germânica. 2. Narrativa. 3. Midiatização. 4. Alto Falante. 5. Oktoberfest. I. Soster, Demétrio de Azeredo. II. Domingos, Ana Cláudia Munari . III. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UNISC com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Luana Daniela Ciecelski

**MIDIATIZAÇÃO DA IDENTIDADE: A NARRATIVA DA REVISTA ALTO
FALANTE E A OKTOBERFEST DE SANTA CRUZ DO SUL**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Letras – Mestrado e Doutorado, Área de Concentração em Leitura: Estudos linguísticos, literários e midiáticos, Linha de Pesquisa em Estudos literários e midiáticos, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Professor Orientador
Dr. Demétrio de Azeredo Soster

Professora Coorientadora
Dra. Ana Cláudia Munari Domingos

Professor Examinador
Dra. Ana Paula da Rosa (Unisinos)

Professor Examinador
Dra. Ângela Felippi

Santa Cruz do Sul
2021

*Para meu avô, Odilon Saccarello Blank
(in memoriam)*

AGRADECIMENTOS

A minha chegada até aqui se deve, em grande parte, ao suporte e apoio de algumas pessoas muito especiais às quais me sinto na obrigação de agradecer. A primeira delas é o Diego. Obrigada por me ouvir falar tantas e tantas vezes do curso e da pesquisa, por me incentivar e compreender desde a preparação para o processo seletivo do curso, por me dizer tantas e tantas vezes que eu conseguiria, por ser meu porto seguro e também meu mar aberto onde posso ancorar ou navegar ao meu gosto e com segurança.

Também não poderia deixar de agradecer aos meus dois grandes parceiros nessa jornada: o Thiago Carlotto e a Ana Luiza Martins. Ao Thiago, também preciso agradecer pela amizade de quase 10 anos e pela parceria de todas as horas, por dividir tantas angústias e alegrias comigo. A Ana, preciso agradecer pelos chimas, cafés e guloseimas oferecidos, pelas longas conversas nas manhãs e tardes de pesquisa na sala 1010 durante o primeiro ano e na Casa de Lata no segundo ano. Mas também devo agradecer pela forte amizade que se formou, pelo suporte nas horas de angústia, pelo convite para estar ao teu lado no *Leia Mulheres*, pelas “Sirigaiteadas”, e sobretudo por deixar minha vida mais leve. Que venham os próximos anos e as próximas aventuras.

Devo agradecer também à minha família, e muito especialmente à minha mãe, que sempre reconheceu a importância do estudo, me incentivou a fazer o que eu sentisse vontade, ofereceu suporte ao longo do ensino fundamental, médio e da graduação, tornando possível a realização desse mestrado agora. E por falar em suporte, não posso não agradecer à CAPES pela bolsa de estudos concedida (sem a qual não seria possível o mestrado) e à Unisc por mais uma carinhosa acolhida, em especial à Biblioteca, que é quase como uma segunda casa pra mim e um dos lugares em que eu mais adoro estar nessa cidade.

Outras pessoas importantes para a minha caminhada foram os e as colegas de mestrado e de doutorado e em especial os e as colegas do grupo de pesquisa *A circulação como instância reconfiguradora do jornalismo midiaticado* e do projeto de extensão *A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul*, que foram fundamentais para que minha pesquisa existisse e se consolidasse. Também sinto carinhosa gratidão e admiração pelo demais professores (e agora, infelizmente, alguns são ex-professores) do PPGL, como a Rosângela Gabriel, Ângela Fronkowiak, Rafael Guimarães, Rosane Cardoso, Fabiana Piccinin, Eunice Piazza Gai e Nize Maria Pellanda. Vocês foram parte do meu mestrado ao longo das disciplinas me auxiliaram nesse processo de pesquisa, cada um a seu modo, cada um com suas contribuições.

Chegando ao final desses agradecimentos também não posso deixar de lado o meu orientador Demétrio de Azeredo Soster, por todo o carinho e paciência de sempre, pelas dicas valiosas, mas sobretudo, por acreditar em mim, mais do que eu mesma acreditei em alguns momentos, por me incentivar sempre a seguir em frente e por estar me acompanhando desde a graduação. Nem tenho palavras. Não tenho mesmo. Só posso dizer: gratidão, gratidão, gratidão. Dedico também algumas palavras à profe Ana Cláudia Munari, minha coorientadora, que assumiu o trabalho com muito carinho, sendo sempre muito respeitosa com a pesquisa que já estava em andamento e ainda fazendo importantes contribuições. Profe Ana: “Malfeito, feito” (ao escrever isso, eu sorri e dei uma piscadinha “marota”).

Antes de terminar preciso agradecer também ao Pitoco, a Chuminga e a Serena, eles não vão ler isso, mas espero poder demonstrar através de afagos, brincadeiras, sachês de ração e passeios, que sou muito grata pelas longas horas de parceria, enroscados na cama ao meu lado ou nos meus pés, enquanto eu estudava, lia, escrevia. Vocês foram conforto.

E por fim, preciso agradecer profundamente a espiritualidade amiga e inspiradora e sobretudo ao meu avô, Odilon Saccarello Blank que deixou o plano material há cerca de um ano e meio, mas cuja presença carinhosa eu sinto todos os dias da minha vida, em tudo o que faço. Aqui na Terra, fostes o meu maior exemplo, meu maior incentivador, o meu maior apoiador e continuas sendo tudo isso e muito mais aí do plano espiritual. Vô, este é todo pra ti. Um dia quero ter um terço do teu conhecimento e da tua sabedoria. Eu te amo e sou muito, mas muito grata mesmo.

Que todo homem, em todo lugar da Terra, seja livre de condicionamentos.
(ADONAI, 2006, p. 18)

RESUMO

Como a processualidade da Mídiatização interferiu na constituição da identidade germânica de Santa Cruz do Sul por meio da Oktoberfest? Essa é pergunta que essa dissertação de mestrado procura responder. A investigação volta o seu olhar para a narrativa de uma revista e de uma agência de comunicação chamada *Alto Falante* que circulou em Santa Cruz do Sul - RS, na década de 1980, mesmo período em que começa a ser realizada nessa cidade a tradicional festa germânica denominada Oktoberfest. Dentro do processo de pesquisa, iniciamos com uma revisão bibliográfica a respeito do conceito de Identidade, tendo como base os Estudos Culturais e utilizando-se de autores como Stuart Hall (2011), Zygmunt Bauman (2001), Homi K. Bhabha (1998), Erik Hobsbawm (1984), entre outros, buscando compreender também a ideia de identidade germânica que se tem atualmente junto à comunidade santa-cruzense. Ainda nesse momento, fazendo uma revisão da Teoria da Narrativa, buscamos inseri-la nesse contexto de pesquisa e entender suas contribuições para o processo de construção identitária; num segundo momento, partimos para uma revisão dos conceitos de Mídiatização e Circulação - tendo como base autores tais como Eliseo Verón (2013, 2014), Demétrio Soster (2009, 2018, 2019), Pedro Gilberto Gomes (2016), José Luiz Braga (2007, 2012), Antônio Fausto Neto (2006, 2010, 2012,), Ana Paula Rosa (2014, 2016, 2019), entre outros - visando o entendimento da Teoria da Mídiatização e quais os processos envolvidos nela, para que pudéssemos, posteriormente, em nossa análise, avaliar quais dos processos estiveram envolvidos no trabalho de divulgação da Oktoberfest e de construção de sua imagem; e por fim, num terceiro momento, trazemos mais informações a respeito do Grupo Alto Falante – que compreendeu uma revista e uma agência de comunicação -, passando em seguida para o início do trabalho de análise. Como metodologia, sendo este trabalho um Estudo de Caso, além da análise crítica da narrativa proposta por Luiz Gonzaga Motta (2013), a pesquisa também fez uso de um método do campo da Mídiatização, a saber, o esquema proposto por Eliseo Verón (2013), a partir do qual ele apresenta o circuito de funcionamento das condições e gramáticas de produção, bem como das condições e gramáticas de reconhecimento em torno de um objeto. Observa-se e analisa-se as 21 edições da Revista Alto Falante, dentro das quais, previamente foram identificados conteúdos relacionados à Oktoberfest e à identidade germânica, além de oito entrevistas realizadas com ex-integrantes e fundadores do Grupo Alto Falante. As ferramentas utilizadas são a catalogação e a construção de quadros de excertos, que operacionalizam esta pesquisa, concedendo-lhe maior cientificidade. A partir disso é possível não apenas confirmar nosso hipótese de pesquisa – ou seja, a mídiatização da Oktoberfest pela Alto Falante ajuda a reconfigurar a ideia de identidade germânica existente na sociedade em relação à Santa Cruz – mas também ir adiante, constatando que ao valorizar o passado, cria-se essa nova ideia, atualiza-se ela.

Palavras-chave: Identidade Germânica; Narrativa; Mídiatização; Alto Falante; Oktoberfest.

ABSTRACT

How did the process of mediatization interfere in the constitution of the Germanic identity of Santa Cruz do Sul through Oktoberfest? This is the question that this master's thesis seeks to answer. The investigation turns its gaze to the narrative of a magazine and a communication agency called Alto Falante that circulated in Santa Cruz do Sul - RS, in the 1980s, the same period in which the traditional Germanic festival begins to be held in that city called Oktoberfest. Within the research process, we start with a bibliographic review about the concept of Identity, based on Cultural Studies and using authors such as Stuart Hall (2011), Zygmunt Bauman (2001), Homi K. Bhabha (1998), Erik Hobsbawm (1984), among others, seeking to understand also the idea of Germanic identity that currently exists with the Santa Cruz community. Still at this moment, making a revision of the Theory of Narrative, we seek to insert it in this research context and understand its contributions to the process of identity construction; in a second step, we started to review the concepts of Mediatization and Circulation - based on authors such as Eliseo Verón (2013, 2014), Demétrio Soster (2009, 2018, 2019), Pedro Gilberto Gomes (2016), José Luiz Braga (2007, 2012), Antônio Fausto Neto (2006, 2010, 2012,), Ana Paula Rosa (2014, 2016, 2019), among others - aiming at understanding the Theory of Mediatization and what are the processes involved in it, so that we could, later on , in our analysis, to assess which of the processes were involved in the work of publicizing Oktoberfest and building its image; and finally, in a third moment, we bring more information about the Alto Falante Group - which comprised a magazine and a communication agency -, then moving on to the beginning of the analysis work. As a methodology, this work being a Case Study, in addition to the critical analysis of the narrative proposed by Luiz Gonzaga Motta (2013), the research also made use of a method from the field of Mediatization, namely, the scheme proposed by Eliseo Verón (2013), from which he presents the working circuit of the conditions and grammars of production, as well as the conditions and grammars of recognition around an object. It is observed and analyzed the 21 editions of Alto Falante Magazine, within which contents related to Oktoberfest and German identity were previously identified, in addition to eight interviews with former members and founders of the Alto Falante Group. The tools used are cataloging and the construction of excerpt tables, which operationalize this research, granting it greater scientificity. From this, it is possible not only to confirm our research hypothesis - that is, the mediatization of Oktoberfest by the Speaker helps to reconfigure the idea of Germanic identity existing in society in relation to Santa Cruz - but also to go ahead, realizing that by valuing the past, this new idea is created, it is updated.

Keywords: Germanic Identity; Narrative; Mediatization; Alto Falante; Oktoberfest.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1 -	A Estação Ferroviária e o movimento registrado com a chegada do trem .	25
Imagem 2 -	Registro de colaboradores da Cervejaria Polar em carro alegórico da empresa	29
Imagem 3 -	Primeira página de uma edição do jornal <i>Kolonie</i>	31
Imagem 4 -	Capa da primeira edição da Gazeta de Santa Cruz de janeiro de 1945	34
Esquema 1 -	Esquema proposto por Verón (2013) para compreender a circulação	55
Imagem 5 -	Mosaico de fotos da Oktoberfest Santa Cruz do Sul encontradas em busca no Google Imagens	63
Imagem 6 -	capa da primeira edição da Alto Falante	66
Imagem 7 -	Capa da última edição da Alto Falante	68
Imagem 8 -	Registros de duas das entrevistas realizadas ao longo do projeto	69
Imagem 9 -	Capa da primeira edição especial da Oktoberfest publicada pela Alto Falante	71
Imagem 10 -	Capa em que aparecem os primeiros bonecos Fritz e Frida da Oktoberfest de Santa Cruz	72
Imagem 11 -	Exemplo de reportagem publicada pela Alto Falante sobre a Oktoberfest	78
Imagem 12 -	Mosaico com exemplo de fotos sobre a Oktoberfest publicadas na revista Alto Falante	91
Esquema 2 -	O convencioamento da identidade através da circulação	95

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Evolução da população urbana e rural de Santa Cruz do Sul	36
Quadro 1 -	Modelo de quadro para análise das edições da revista Alto Falante	76
Quadro 2 -	Modelo de quadro para análise das entrevistas	76
Quadro 3 -	Modelo de quadro para levantamento e análise da narrativa	83
Quadro 4 -	Modelo de quadro para levantamento e análise de imagens	84

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 NARRATIVA IDENTITÁRIA	17
2.1 O que é identidade	17
2.2 Uma breve história de Santa Cruz do Sul	21
2.3 Um imigrante heroico	37
3 TEORIA DA MUDIATIZAÇÃO	46
3.1 A midiatização	46
3.2 A circulação do sentido	52
3.3 Midiatização e narrativa	59
4 A ALTO FALANTE	65
4.1 A narrativa da Alto Falante sobre a Oktoberfest	69
4.2 A análise da Alto Falante	72
4.2.1 Primeiro levantamento: as formas de divulgação da Oktoberfest	75
4.2.2 Segundo levantamento: a narrativa da Alto Falante	80
4.2.3 A processualidade da midiatização	93
5 CONSIDERAÇÕES	96
REFERÊNCIAS	104
APÊNDICES	111
Apêndice 1 - Modelo de entrevista semiestruturada utilizada nas conversas com a equipe da Alto Falante	111
Apêndice 2 – Quadros de descrição e análise da divulgação da Oktoberfest pela Alto Falante	112
Apêndice 3 - Modelo de quadro de análise das entrevistas	125
Apêndice 4 - Quadro de descrição e análise do texto narrativo	132
Apêndice 5 - Quadros de descrição e análise da narrativa fotográfica da revista Alto Falante sobre a Oktoberfest	154

1 INTRODUÇÃO

O trabalho de pesquisa que você tem dia dos olhos foi desenvolvido principalmente ao longo de 2020 e início de 2021, mas seu início, de fato, se deu ainda em 2018, com a criação de um projeto de extensão na Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), denominado *A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul* e que foi coordenado pelo professor Dr. Demétrio de Azeredo Soster. Dentro desse projeto, do qual fizeram parte um grupo de alunos, bolsistas e ex-alunos da universidade, passamos a ter contato com a Revista Alto Falante, um veículo que circulou em Santa Cruz do Sul e região ao longo da década de 1980. Entre outras atividades, buscamos reunir as 63 edições dela que foram publicadas.

Logo nos demos conta de que tínhamos em mãos um material riquíssimo de pesquisa. Começamos a procurar por aqueles que tinham feito parte da história da revista, a fim de entrevistá-los, conhecer um pouco mais do trabalho feito por eles. Também iniciamos um trabalho de catalogação de cada uma das edições. O objetivo era construir uma base de dados e oferecer todas essas informações para a comunidade posteriormente, com direito a digitalização e disponibilização das edições físicas na biblioteca da universidade. Foi no meio desse trabalho de catalogação, do qual eu, Luana, fiz parte, que me deparei com os conteúdos relacionados à Oktoberfest - festa tradicional germânica que acontece em Santa Cruz do Sul desde a década de 1980 - e percebi que havia algo de interessante ali.

O primeiro passo foi a construção de um artigo que foi apresentado ainda no fim de 2018 no encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Nele, sob orientação do professor Demétrio, buscamos fazer o levantamento de todas as edições da Alto Falante em que a Oktoberfest era mencionada de alguma maneira. A partir de então, não houve um único dia em que não tenhamos foleado essas revistas, buscando analisar essas citações, compreender esse conteúdo. E foi a partir disso que essa pesquisa de dissertação surgiu. Em 2019, ao me inscrever no processo seletivo do Programa de Pós-Graduação em Letras da Unisc, a pesquisa em torno da Alto Falante e da Oktoberfest já era nossa proposta e ela apenas foi moldada ou lapidada com o passar do tempo até chegar nesse trabalho que aqui está.

Mas antes de apresentar essa pesquisa com mais detalhes, é preciso esclarecer ainda que, aliado aos trabalhos do projeto de extensão da Alto Falante, ao longo dos últimos anos também integramos o grupo de pesquisa denominado *Jornalismo Midiatizado e Circulação* vinculado ao *Grupo de estudos sobre narrativas literárias e midiáticas* (Genalim/CNPQ). Foi a partir dos estudos realizados junto desse grupo que foi possível perceber um movimento de midiatização

nessa relação entre a Alto Falante e a Oktoberfest, e mais do que isso, desconfiamos que esse movimento causou uma interferência na ideia que se tinha de identidade germânica. Isso também contribuiu para formatar essa pesquisa de mestrado.

Porque o que buscamos compreender aqui, é justamente o papel da mediação nessa reconfiguração do sentido de identidade germânica em Santa Cruz do Sul, a partir da narrativa da revista Alto Falante a respeito da Oktoberfest. A pergunta que nos norteia é a seguinte: **como a processualidade da mediação interferiu na constituição da identidade germânica de Santa Cruz do Sul por meio da Oktoberfest?**

É preciso dizer ainda que a vontade de buscar por uma resposta para essa pergunta só aumentou no decorrer da pesquisa. Isso porque ao longo do trabalho dentro do projeto de extensão e do mestrado, principalmente das entrevistas feitas com os antigos colaboradores da revista, percebemos que aquele movimento de mediação que havíamos percebido, aparentemente teria acontecido por meio de dois vieses: o da própria Revista Alto Falante que fica com o trabalho de narrar esse evento, mas também o da Agência Alto Falante, uma empresa de comunicação, que foi criada pouco antes da Oktoberfest pela mesma equipe que comandava a revista e que ficou responsável pela criação de cartazes, selos e até mesmo de bonecos símbolo para a divulgação da festa, transformando a revista no veículo oficial de divulgação da Oktoberfest em seus primeiros anos de realização.

Então, para que possamos alcançar as respostas que almejamos temos entre nossos objetivos específicos a revisão dos conceitos de identidade, mediação e narrativa; a descrição da ideia que se tem da identidade de Santa Cruz do Sul a partir da colonização germânica e como os períodos históricos vividos até então influenciaram essa identidade; a identificação de como se deu a mediação da Oktoberfest a partir da Revista Alto Falante, apontando o papel da narrativa na construção da imagem e identidade, descrevendo também a narrativa da revista sobre a Oktoberfest e analisando, por fim, como a mediação dessa narrativa contribuiu para a reconfiguração do sentido de identidade germânica a partir da década de 1980 em Santa Cruz do Sul.

Entre as justificativas, está a questão da identidade germânica é essencial para a região, pois tem relação com sua história – a chegada dos colonizadores germânicos na região em 1849 e o desenvolvimento da localidade a partir do trabalho deles – e com a compreensão de quem é essa sociedade, já que a coletividade é fundamental para a construção de quem nós somos enquanto indivíduos. Pode-se dizer, portanto, que essa pesquisa é do interesse de um grupo grande de pessoas que fazem parte deste grupo, mas que ela parte também de uma curiosidade pessoal de alguém que nasceu e cresceu nessa localidade. Mas não apenas isso. Ainda que

intimamente relacionada com o local, sabemos que todas as pesquisas fazem contribuições para com o global porque estão envoltas em um trabalho de reflexão que pode ser perfeitamente útil e aplicado em outras pesquisas.

Aliás, acreditamos que essa pesquisa conterà suas contribuições no que se refere à midiatização e principalmente a midiatização da identidade. Acreditamos estar, até mesmo, abrindo portas para outras pesquisas nesse sentido, outros estudos que visem compreender a midiatização de identidades, de outras localidades, de outras culturas, e até mesmo como a midiatização de uma identidade pode interferir na ideia que uma comunidade tem dessa identidade. E claro, não podemos nos esquecer das contribuições relacionadas às narrativas. Apesar de muito estudadas ao longo das últimas décadas, muito pode ser investigado ainda já que as narrativas são uma parte tão importante dos homens e da forma como eles se constituem.

Sabemos que é preciso compreender esse passado para que possamos compreender o hoje. É preciso que voltemos nossos olhos para as primeiras edições da Oktoberfest e para a forma como ela foi divulgada e midiatizada, para que possamos compreender como ela é vista hoje pelos moradores da cidade e pelos turistas, e mais do que isso, para que compreendamos seu papel na sociedade. Também acredito que essa compreensão terá contribuições para a comunicação e o jornalismo que fazem a cobertura deste evento anualmente. Essa pesquisa poderá dizer muito sobre como essa festa é divulgada nos dias de hoje, sobre o fazer jornalístico vigente em torno dela, e poderá ainda trazer indícios e contribuições sobre a divulgação e a cobertura de outros eventos nesse mesmo estilo.

Mas antes ainda de iniciar o trabalho de pesquisa é preciso esclarecer que nós não acreditamos que a midiatização da Oktoberfest de Santa Cruz, com da Revista Alto Falante, tenha construído a ideia de identidade germânica a partir do zero. Sabemos que a cultura germânica não era uma novidade para sociedade santa-cruzense na década de 1980 quando teve início a festa. A origem dessa identidade local, de fato, se deu a partir de uma colonização germânica, que, como já dissemos, ocorreu no século 19 e da história que se seguiu a ela.

Por isso, nossa hipótese de pesquisa gira em torno do que se reconfigura, de uma mudança na ideia de identidade germânica existente nessa sociedade a partir da midiatização da Oktoberfest pelas páginas da Alto Falante. Ou seja, trabalhamos com a ideia de que a midiatização desse evento interferiu na imagem que a própria comunidade tinha do germanismo. A partir da midiatização, essa identidade teria sido reconfigurada, talvez a partir dos textos, talvez a partir das fotografias, não sabemos ao certo, afinal, o nosso objetivo é descobrir justamente como isso se deu. Sabemos também que a revista e agência Alto Falante não foram as únicas a divulgar a festa, mas, por outro lado, os fatos que já são do nosso

conhecimento mostram que elas fizeram parte de um movimento de midiaticização importante, estiveram dentro de um cenário que envolveu, entre outras tantas atividades, o seu trabalho.

Então, partimos do pressuposto de que a ideia de identidade germânica que se tem hoje é uma construção consequente dessa processualidade da midiaticização. Porque aparentemente, assim como acontece em relação ao tradicionalismo gaúcho, as tradições germânicas em Santa Cruz do Sul passaram a ser um fenômeno ligado à mídia, que as disseminou e potencializou ao longo dos anos. Temos como uma das maiores provas disso a existência de elementos da midiaticização, fenômenos midiáticos, como os bonecos Fritz e Frida, para citar um exemplo. Sabe-se que partir de eventos como a Oktoberfest e sua midiaticização, criou-se um culto a tradições muitas vezes imaginadas, ou construídas para preencher uma grade de programação ou para atrair turistas. O que queremos verificar agora é que tipo de identidade que emerge dessa relação.

Por isso, nas páginas seguintes o leitor vai encontrar, primeiro, um trabalho de revisão bibliográfica e em seguida um trabalho de análise, tudo isso dividido em 5 capítulos. O segundo deles, logo após esta introdução, buscará trazer ao leitor o conceito de identidade, tendo como base de sustentação os Estudos Culturais, e logo na sequência, a ideia de identidade germânica a partir da história de Santa Cruz do Sul e de sua colonização. Entre os autores utilizados para embasar a nossa pesquisa estão Stuart Hall, Zygmunt Bauman, Homi K. Bhabha e Eric Hobsbawm, além de diversos autores locais, que já pesquisaram anteriormente a identidade germânica, como Jorge Luiz da Cunha, Marinês Teresinha Neumann, Danúbia Cremonese Sehn e Ronaldo Wink. Também falaremos sobre a importância da narrativa nesse processo histórico, utilizando-nos de estudos da Teoria da Narrativa como os realizados por Luiz Gonzaga Motta, Roland Barthes, Cândida V. Gancho, Ana Cristina M. Lopes e Carlos Reis e Paul Ricoeur.

No terceiro capítulo, abordaremos a midiaticização e a circulação, buscando revisar os escritos dos principais autores dentro do campo de estudos da Teoria da Midiaticização – tais como Eliséo Veron, José Luiz Braga, Fausto Neto, Jairo Ferreira, Pedro Gilberto Gomes, Ana Paula da Rosa, Luís Mauro Sá Martino, entre outros -, a fim de que possamos entendê-la e, a partir desse entendimento, tecer reflexões sobre ela. Ainda nesse capítulo, também vamos falar sobre a relação entre a narrativa e a midiaticização, abordando a conexão entre elas e as contribuições de uma para com a outra, bem como as formas pelas quais é possível analisar a narrativa dentro do contexto da comunicação do jornalismo.

Já o quarto capítulo será dividido em dois diferentes momentos. No primeiro deles, pretendemos falar sobre nosso objeto de pesquisa, a Alto Falante, apresentando um pouco mais de sua história e características, tanto da revista quanto da agência. No segundo momento

iniciaremos o trabalho de análise, baseado nas técnicas dos Estudos de Caso. Para isso, vamos nos utilizar das revistas Alto Falante, mas especificamente das 21 edições em que pesquisas realizadas previamente identificaram referências à Oktoberfest e à Identidade Germânica. Essas edições foram publicadas a partir do ano de 1984 (quando é realizada a primeira edição do evento germânico) até 1989 (quando é encerrada a Alto Falante). Também fará parte do *corpus* da pesquisa as entrevistas realizadas no âmbito do projeto de extensão, com ex-integrantes, fundadores, diretores e editores da revista e da agência Alto Falante.

Essa análise também será dividida em quatro passos. O primeiro, será fazer o levantamento das formas pelas quais a revista Alto Falante divulgou a Oktoberfest em suas páginas, ou seja, se o conteúdo relacionado a festa está em reportagens, fotografias, anúncios, entre outros tipos de conteúdo. O segundo passo da análise será fazer o levantamento das entrevistas realizadas com os antigos colaboradores da revista e da agência a fim de tentar identificar as formas pelas quais a agência Alto Falante divulgou a Oktoberfest. Para esses dois momentos, utilizaremos como ferramenta a catalogação das edições e a decupagem das entrevistas, seguido de construção de quadros de excertos onde pretendemos colocar aqueles trechos que tenham maior destaque dentro do que buscamos, ou seja, que falem sobre a Oktoberfest e/ou a identidade germânica.

O terceiro passo será fazer a catalogação da narrativa da revista Alto Falante, a fim de elaborar alguns quadros contendo excertos em que a Oktoberfest é abordada, e, em especial, a questão identitária. Essa etapa deverá olhar tanto para o texto quanto para as fotografias a partir do método de análise crítica da narrativa, como proposto por Motta (2013). Aqui também teremos por ferramenta a catalogação e os quadros de excertos a fim de operacionalizar a pesquisa dando a ela a maior cientificidade possível.

Por fim, feitos todos esses levantamentos, faremos uma análise final, buscando cruzar as informações obtidas, utilizando-se de método apresentado pelo semiótico, sociólogo e filósofo argentino, Eliseo Verón (2013), buscando trazer, a partir disso, a resposta ou as respostas para o questionamento que norteia essa pesquisa. É importante destacar ainda que este estudo tem um caráter sobretudo qualitativo. Ao longo de toda a pesquisa serão analisadas as 21 edições da Revista Alto Falante onde, previamente, foram encontradas referências à Oktoberfest além das cinco entrevistas realizadas com os ex-integrantes e fundadores da Alto Falante.

Boa leitura!

2 NARRATIVA IDENTITÁRIA

Nossa proposta é iniciara dissertação pela compreensão do conceito de identidade a partir dos Estudos Culturais. Faremos isso por meio de uma revisão bibliográfica. Num segundo momento, ainda dentro deste capítulo, queremos iniciar nosso estudo a respeito da ideia de identidade presente na sociedade de Santa Cruz do Sul, para isso, consideramos importante resgatar um pouco da história dessa cidade, em especial de sua colonização. Ainda na sequência, vamos falar sobre as narrativas e a importância delas no processo dessas construções identitárias.

2.1 O que é identidade

A tarefa de trazer à luz o conceito de identidade exige esforços significativos. Existem diversas correntes de pensamento e, dentro dessas correntes, diferentes vertentes que buscam explicar, de acordo com cada situação pesquisada, o que é a identidade, como ela se constrói, qual seu papel e importância. Há, por exemplo, a perspectiva do essencialismo, e dentro dos Estudos Culturais a perspectiva da construção social, ou do não essencialismo, que justamente se contrapõe à primeira. De acordo com Vitor 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 (NECCHI, 2009).

Stuart Hall (2011), que segue a linha do não essencialismo, aponta para a existência de três grandes concepções de identidade, formadas ao longo da história nos últimos 200 anos: 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, também, com a ascensão da psicanálise¹, passa-se a perceber 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 globalização é um dos fatores que contribui para isso.

Dentro daquilo que pesquisamos, é interessante que nos aprofundemos um pouco na compreensão do sujeito sociológico e, principalmente, em sua relação com o pós-moderno. Hall (2011) aponta que esse sujeito sociológico não era tido como tão autônomo ou autossuficiente por ser formado “na relação com outras pessoas importantes para ele, que mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos – a cultura – dos mundos que ele/ela habitava” (HALL, 2011, p. 11). Nessa concepção, “a identidade é formada na interação entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem” (HALL, 2011, p. 11-12). Construímos-nos como indivíduos, projetando-nos dentro de uma identidade cultural, adaptando-nos aos seus valores e organizações, mas, ao mesmo tempo, internalizando esses valores e organizações, de forma que nos tornamos uma costura do interior com o exterior. Isso parece bastante com o que acontece em Santa Cruz, na relação com a cultura germânica, e por isso a necessidade de resgate e manutenção dessas tradições.

Já o sujeito pós-moderno, também segundo Hall (2011), apesar de se dizer “brasileiro” ou “inglês”, tem mais dificuldade de se enquadrar dentro de um padrão de identidade cultural nacional no sentido de uma comunidade imaginada como homogênea, visto que ela já não é homogênea e o é cada vez menos. No entanto, durante muito tempo, segundo o autor, essa identidade cultural nacional foi vista como parte da natureza dos indivíduos. Isso acontece porque, dentro dessa ideia, o homem se sente como parte de algo maior, membro de uma

¹ 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.

sociedade, de um grupo (HALL, 2011), sentimento esse sem o qual o homem poderia experimentar “um sentimento de perda subjetiva” (HALL, 2011, p 48). É semelhante ao que acontece em relação ao germanismo já que é comum que os santa-cruzeses descendentes mais diretos de famílias germânicas tradicionais, ou mesmo colonizadoras, considerem-se mais germânicos ou alemães do que brasileiros, diferenciando-se de outras famílias, e mesmo de características raciais, por essas nacionalidades (por exemplo, alguém de pele mais morena é dito como “brasileiro”, enquanto alguém de pele branca é “alemão”).

Em relação às mudanças em torno da identidade que acontecem na modernidade e principalmente no pós-moderno, como já citado por Hall (2011), Zygmunt Bauman (2001) também 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.

São esses os deslocamentos identitários dos quais fala Angela Felippi (2009). Segundo a autora, há o avanço de uma cultura global, de um lado, e o fortalecimento de identidades regionais, de outro, como uma “defesa do direito de se representar” (FELIPPI, 2009, p. 35). Isso tudo nos faz pensar, desde agora, que a criação da Oktoberfest pode ser uma reação “comunitarista” diante do individualismo pós-moderno, principalmente considerando-se que isso se deu em plena década de 1980, momento em que esse sujeito pós-moderno está ganhando força. Essa, talvez, seja uma hipótese. Vamos procurar entender melhor isso ao longo do trabalho também.

Bauman (2001) também nos diz algo interessante sobre o nacionalismo. Segundo ele, esse sentimento nacionalista “foi o único ‘caso de sucesso’ da comunidade nos tempos modernos” (BAUMAN, 2001, p. 198). Mas nesse caso também é natural que ocorram conflitos e mesmo a tentativa de supressão de comunidades menores em prol de uma comunidade nacional, abolindo dialetos, costumes e a cultura dessas pequenas comunidades, em prol de uma língua, costumes e cultura nacional unificada (BAUMAN, 2001), e, de fato, como veremos mais adiante ainda nesse capítulo, isso se deu em determinado período da história de Santa Cruz. No entanto, é quase impossível implantar esse tipo de nacionalismo dentro de um país com as dimensões do

Brasil. Em verdade, Homi K. Bhabha (1998) afirma que há, de fato, uma pluralidade de culturas que vivem em tensão.

Ele defende, aliás, a ideia de diferença cultural em vez de multiculturalismo, justamente com o objetivo de ressaltar essa tensão que há muitas vezes dentro de uma mesma nação. Segundo o autor, algo da cultura do oprimido sempre irá escapar, porque há sempre a ideia, dentro da comunidade menor, de que ela também é forte, porque ela também tem uma história e um passado por trás.

Bhabha (1998) faz uma comparação entre a historicidade e a temporalidade na construção desses discursos sobre a nação. Para ele, a historicidade tem a ver com o discurso oficial e é marcado, portanto, por uma homogeneização, uma padronização. E a escrita da história de uma nação precisa ser homogênea, não tem espaço para a pluralidade, e normalmente é contada pelo lado vencedor, opressor, nunca pelo oprimido. O Outro é sempre silenciado. Já a temporalidade é disjuntiva, é pensar o tempo da nação como algo irregular, com tensões, problematizações, divergências, rupturas. É apresentar as diversas narrativas da nação com suas diferenças, sua pluralidade.

E é interessante observar que, mesmo dentro das sociedades e culturas menores, que poderiam (ou deveriam) defender mais a temporalidade por serem parte de uma narrativa diferente da oficial, há uma historicidade. É, mais uma vez, o caso da comunidade germânica de Santa Cruz, porque, ao construir sua própria história oficial, deixou de lado outros povos e culturas que já viviam na região antes da chegada dos colonizadores, como é o caso dos descendentes de portugueses que construíram Rio Pardo (município ao qual Santa Cruz pertencia até 31 de março de 1877, quando ocorreu a emancipação), e é o caso dos negros que também já viviam na região, alguns como escravizados em fazendas, outros em quilombos que foram construídos por esses escravizados que fugiam dessas fazendas (principalmente de Rio Pardo), como aponta Skolaude (2008), além dos índios, os primeiros habitantes da região.

Além de Bauman e Bhabha, Eric Hobsbawm (1984) também tece interessantes reflexões a respeito das reações humanas diante do diferente, e principalmente do novo, apontando para a existência daquilo que chama de “Invenção das Tradições” como uma “tentativa de estruturar de maneira imutável e invariável ao menos alguns aspectos da vida social” (HOBSSBAWM, 1984, p. 10). Para o autor uma

tradição inventada” é “um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado (HOBSSBAWM, 1984, p. 9).

Ou seja, a invenção de uma tradição é “essencialmente um processo de formalização e ritualização, caracterizado por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição” (HOBSSBAWM, 1984, p. 12). Ainda segundo Hobsbawm, há uma tendência cada vez maior de que essas invenções ocorram, porque elas estão presentes sempre que “ocorrem transformações suficientemente amplas e rápidas tanto do lado da demanda quando da oferta” (HOBSSBAWM, 1984, p. 12), e os últimos 200 anos foram cheios delas, assim como as próximas décadas também deverão ser, numa velocidade ainda mais rápida, por vivermos em uma era de tecnologia e um tempo de mundo acelerado.

Mas voltando a Bauman (2001), ele aponta ainda que uma das características fundamentais do comunitarismo como uma identidade coletiva é o “nós”.

Não que “nós” sejamos idênticos em tudo; há diferenças entre “nós”, ao lado das características comuns, mas as semelhanças diminuem, tornam difuso e neutralizam seu impacto. O aspecto em que somos semelhantes é decididamente mais significativo que o que nos separa; significativo bastante para superar o impacto das diferenças quando se trata de tomar posição (BAUMAN, 2001, p. 202).

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, tanto as narrativas quanto as mídias têm um papel importante nisso, estão presentes nesse cenário. Isso se dá porque a relação entre as pessoas, conforme Eliseo Verón (2013), simplesmente não existe sem um dispositivo de comunicação, uma vez que a própria voz é uma mediadora, como também veremos mais adiante. 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? Vamos falar sobre isso no subcapítulo a seguir. É importante conhecê-la e compreendê-la para que mais tarde possamos entender o papel que teve a midiatização na reconfiguração do sentido dessa identidade germânica a partir da forma como a Revista Alto Falante narrou a Oktoberfest.

2.2 Uma breve história de Santa Cruz do Sul

Para compreender a identidade de Santa Cruz do Sul hoje, ainda fortemente ligada à cultura germânica, é preciso voltar um pouco no passado e resgatar alguns momentos importantes da história do município, pois pesquisas desenvolvidas anteriormente, como a de

Ronaldo Wink (2002), apontam que essa identidade está intimamente ligada ao passado de colonização alemã. Ressaltamos, porém, que não pretendemos recontar toda a história em seus mínimos detalhes, pois esse não é nosso objetivo e há outros pesquisadores e historiadores que já se dedicaram a fazê-lo. Vamos narrar apenas alguns fatos que possuem uma ligação maior com a questão identitária que aqui estamos abordando.

Resgatando o processo de desenvolvimento e urbanização do município, Wink (2002) dividiu a história da cidade em cinco fases: 1ª fase: origem (1849 - 1859); 2ª fase: freguesia e vila (1859 – 1878); 3ª fase: Tabaco (1878 – 1917); 4ª fase: Industrialização (1917 – 1965); 5ª fase: Polo Regional (1965 até a atualidade). Segundo o autor, cada uma delas contou com transformações culturais que contribuíram para a construção da identidade local. Por isso, é necessário que voltemos ao ano de 1849, quando chegam a Santa Cruz do Sul os primeiros colonizadores.

Sua vinda para o Brasil tem como contexto uma Alemanha não unificada, dividida em pequenos reinos e principados, com problemas econômicos e sociais, incluindo a revolução agrícola e industrial característica desse período. Elas levaram milhares de pessoas do interior para as cidades, causando uma acelerada urbanização e uma generalizada falta de emprego e renda. Como consequência muitas famílias em situações precárias buscaram os mais variados meios de sobreviver. Nesse cenário, uma proposta de vida nova na América do Sul, com o ganho de terras férteis onde produzir seu alimento e sustento, pareceu a muitos promissora (SEHN, 2009).

Essas propostas partiram do próprio Estado brasileiro, que tinha interesse em povoar terras até então desabitadas e inexploradas. Por trás desse movimento havia vários interesses. Um deles era a necessidade de proteger as terras, espaços que poderiam ser tomados facilmente, se não ocupados. A medida também serviria para ligar a região leste - mais urbanizada - à região oeste do estado – onde estava a maior parte dos pecuaristas – com uma infraestrutura maior e melhor para o transporte de seus produtos (SKOLAUDE, 2008). Além disso, tendo em vista a progressiva extinção do trabalho escravo e as pressões para a extinção da escravidão, esses colonos também serviriam como mão de obra para a produção agropecuária brasileira, auxiliando no processo de abastecimento interno do país e possibilitando o aumento das exportações (SEHN, 2009; FULGÊNCIO, 2014). E por falar em escravidão, há diversos estudos que apontam para um interesse pelo embranquecimento na nação a partir de meados do século XIX. Vale nos alongarmos um pouco mais sobre esse assunto.

De acordo com Luis Fernando Beneduzi (2011), esse interesse vai se mostrar mais forte na segunda metade dos anos 1800, com a radicalização do darwinismo social, porém, antes

disso, a partir da separação política de Portugal, que se dá em 1822, já começa a surgir uma preocupação do Estado de se construir como uma nação. Assim, tem início uma tentativa de construir uma identidade nacional e uma das primeiras questões que surge é “qual imagem se constituirá enquanto representação do Brasil e do povo brasileiro” (BENEDUZI, 2011, p. 16).

Nesse contexto de formação de um certo povo brasileiro, a questão da escravidão africana – e a figura do negro – colocava-se como grande elemento de conflito, na busca de uma homogeneização do Brasil. Soma-se a isso, a vontade brasileira de aproximar-se das grandes nações européias (sic), marca importante de uma nação que nasce e se desenvolve de costas para a América Latina e voltada para a Europa (BENEDUZI, 2011, p. 16).

A solução encontrada foi a de excluir a negritude, deixando com que apenas os indígenas participassem dessa construção, porque “representava uma miscigenação mais suave, na medida em que seus traços diluíam-se em sucessivas gerações” (BENEDUZI, 2011, p. 17), dessa forma a representação do povo brasileiro se fundou “no cruzamento entre o “bom português” e o “bom selvagem” nacional” (BENEDUZI, 2011, p. 17). Logo mais adiante, surgem as teorias raciais que vão apontar para a existência de raças superiores e inferiores (o mestiço, nesse caso, é visto como inferior, é claro) e a partir disso, como aponta Beneduzi, (2001, p. 18), “elaborou-se um plano de regeneração nacional, a partir da vinda de imigrantes selecionados”. Entre eles os alemães e os italianos, muitos dos quais vieram ao Rio Grande do Sul. Assim, segundo Pesavento (1980), foram oferecidos aos colonizadores passagens pagas, cidadania brasileira, lotes de terra, isenção de impostos por alguns anos e liberdade de culto.

A primeira fase de colonização alemã no Rio Grande do Sul acontece em 1824, na região de São Leopoldo e do litoral norte gaúcho - Osório e Torres (CUNHA, 1991). Os colonos que chegaram em Santa Cruz do Sul fizeram parte já de uma segunda fase migratória, ocorrida em 1849, pós-Revolução Farroupilha². A eles foram destinados lotes de terra com 16.000 braças quadradas, divididas e demarcadas pelo engenheiro civil Augusto de Vasconcellos Almeida Pereira Cabral (SEHN, 2009), na região hoje conhecida como Linha Santa Cruz (então chamada de *Alte Pikade*). As primeiras famílias imigrantes vieram do norte da Alemanha, das províncias do Reno, Prússia, Pomerânia, Turingia, Saxônia, Westfália, Hannover e Oldenburg (NEUMANN, 2006). Segundo Marinês Teresinha Neumann (2006), entre eles havia pessoas de diversas profissões e religiões, sobretudo católicos e luteranos e, conforme Jorge Luiz da

² Guerra Civil que ocorreu entre 1835 e 1842 entre a então Província de São Pedro do Rio Grande do Sul e o governo imperial do Brasil, que chegou a culminar na declaração de independência da província, dando origem à República Rio-Grandense, depois novamente integrada ao Brasil.

Cunha (1991), os principais dialetos falados por eles eram o pomerano e o franco (da região a oeste do Reno, chamada Renânia).

A colonização foi intensificada em 1852 e, no ano seguinte, já eram registrados na região 196 lotes distribuídos e 692 habitantes, no total. Sua produção, de acordo com Sehn (2009), incluía feijão, milho, batata, cevada, linho e também o fumo, que se tornaria a principal fonte econômica da região a partir de 1860, quando começa a ser exportado, sendo-o até hoje. Mas esses primeiros anos não foram fáceis. Pesquisas realizadas por historiadores tais quais Vogt (1997), Kipper (1979) e Azambuja (2002) apontam que as autoridades alemãs não se preocuparam em assistir seus emigrados e estes ficaram à mercê da desorganização da administração pública brasileira, que não ofereceu a eles praticamente nenhuma estrutura. Faltavam estradas, escolas, igrejas e auxílio no processo de adaptação à língua e cultura locais, bem como ao clima e às técnicas de produção agrícola disponíveis. Tudo isso só foi disponibilizado aos poucos e muito mais tarde, fazendo com que os colonos tivessem que improvisar seu sustento e suas práticas de cultura e lazer, fazendo uso da cultura de seus locais de origem, aquela que eles já conheciam. Já em 1870, por exemplo, eles próprios criaram a Sociedade Escolar Schulgemeinde e a Deutsche Schule (Escola Alemã), que deu origem ao hoje denominado Colégio Mauá.

Esse cenário começa a mudar em 1878 quando é instalada a Câmara Municipal na localidade que já então estava na condição de freguesia e não mais de povoação³, e que já possuía um pequeno centro comercial – onde hoje é o Centro da cidade –, que estava em pleno desenvolvimento. Isso contribui para uma maior autonomia político-administrativa. Como consequência, também são aceleradas a urbanização e o desenvolvimento econômico da cidade, principalmente a partir da fumicultura, como aponta Wink (2002). Essa autonomia possibilita “a implantação de equipamentos e serviços em seu núcleo urbano, gerando condições necessárias à futuras instalações do parque industrial” (WINK, 2002, p. 70). Isso inclui um ramal ferroviário (Imagem 1), instalado em 1905, que ligava Santa Cruz a Rio Pardo, acelerando o transporte de produtos destinados à exportação. Logo após, em 1906, é inaugurada a rede elétrica, em 1907, a rede telefônica urbana, e em 1908 a Hidráulica Municipal da Gruta e o Hospital Santa Cruz (SEHN, 2009).

³ Uma povoação é um assentamento humano constituído por poucas casas, geralmente rural, interiorano. Está ligada a ideia de um lugar que está sendo povoado, que começa a ser habitado ou o é por um número muito pequeno de pessoas (WIKIPÉDIA). Já uma freguesia é um agrupamento ligado a uma paróquia, ou seja, nesse momento da história, Santa Cruz já era uma divisão paroquial dentro de Rio Pardo, quase como um bairro ou um distrito (WIKIPÉDIA).

Imagem 1: a Estação Ferroviária e o movimento registrado com a chegada do trem



Fonte: Arquivo/PMSCS

Aqui abrimos um breve parêntese para destacar que a processualidade da mediatização já estava presente então no processo de construção dessa sociedade. Isso pode ter tido início quando o candidato a colonizador recebeu, ainda em sua terra natal, um folder ou viu um cartaz ou um jornal anunciando a colonização das terras brasileiras, ou mesmo quando assinou algum documento garantindo sua vinda para o Brasil, mas depois, já aqui, há registros reais da produção agrícola e dos acontecimentos mais importantes envolvendo a sociedade, como da chegada de mais colonizadores, a instalação da Câmara Municipal e o desenvolvimento urbano, que compreende entre outras coisas, o recém citado ramal ferroviário, instalação de redes elétrica e de telefone, que por si só compreendem também processos de comunicação (entre cidades por meio do trem e entre pessoas por meio do telégrafo e da voz).

Também é necessário citar as atividades culturais e educacionais muito presentes na sociedade desde o início e que tinham como base a língua alemã – que é também um dispositivo de comunicação. Segundo Azambuja (1999), as escolas eram erguidas antes mesmo das igrejas e serviam como local de culto aos domingos, mas tinham como prioridade o ensino. Azambuja (1999) aponta ainda que isso se deu porque os colonizadores vieram de uma região muito rica em tradições culturais e estavam "decididos a não abrir mão de seu passado cultural e religioso" (AZAMBUJA, 1999, p. 111). Todas essas atividades, naturalmente envolviam mídias, como cadernos e livros, bem como a própria Bíblia em alemão - que transformavam, aos poucos, o

conhecimento (a identidade) em fenômeno midiático, servindo de lastro à midiatização. Não muito tempo depois da chegada dos colonos ao Sul do Brasil, também surge a imprensa local.

Desde 1891 ela se fez presente em Santa Cruz, por meio do *Jornal Kolonie* e, segundo Cássio Filter (2003), 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 desses veículos, facilitando a identificação da sociedade com eles e conseqüentemente sua busca.

Aliás, a respeito do idioma, é importante lembrar que as línguas são vivas e passam por transformações. Dessa forma, existe uma diferença entre o alemão falado na Alemanha hoje e o dialeto praticado em Santa Cruz do Sul, como mostra o relato da alemã Angelika Gärtner (1999, p. 72-73) em sua vinda ao Brasil para fazer um doutorado:

Os colegas me falaram sobre a imigração alemã no sul do país e sobre a existência da língua alemã em algumas regiões no interior do Rio Grande do Sul. O primeiro contato com esta - como pensei nessa época: minha língua - fiz em uma cidade pequena, em Harmonia. Fiquei bem contente, feliz e ansiosa de finalmente poder falar outra vez minha língua materna, o alemão, mas que surpresa: as pessoas de Harmonia falavam tão estranhamente que tive problemas para entender algo. À primeira vista a língua falada, como ouvi, era uma mistura de tudo: de palavras alemãs em um dialeto estranho, com palavras portuguesas de uma pronúncia estranha; no fim - não entendi mais o mundo brasileiro, nem a língua alemã daqui.

Credita-se essa diferença ao desenvolvimento natural das línguas e, também, ao convívio entre diferentes dialetos germânicos (já que os colonizadores vieram de diferentes regiões) além do contato com outros idiomas ao longo das décadas desde a colonização. Em seus estudos Gärtner (1999) observou que há uma prática de bilinguismo nas comunidades teuto-brasileiras e que por isso, ocorrem misturas das duas línguas (português e alemão), principalmente em conversas informais. "Isso significa que as conversas ocorrem em alemão, mas de vez em quando surge a língua portuguesa e, em conseqüência [sic], certas misturas. Estas misturas bem interessantes entre as duas línguas manifestam um resultado importante da imigração alemã aqui [no Sul do Brasil]" (GÄRTNER, 1999, p. 75).

Ainda segundo a autora, a maioria dos teuto-brasileiros falam um dialeto alemão intitulado "Hunsrückisch", denominação que só existe aqui, não tendo essa palavra o mesmo sentido no Brasil e na Alemanha. Uma das características mais marcantes desse dialeto, além

da mistura de palavras em português e em alemão na mesma frase – por exemplo "Isch hab da xerox gemacht"⁴ (GÄRTNER, 1999, p. 77) -, é também a criação de substantivos e verbos a partir dessa mistura. Como exemplo de substantivos criados, ela traz, entre outros, os seguintes: "Premje (prêmio), Milje (milho), Policje (polícia)" (GÄRTNER, 1999, p. 78). E entre os exemplos de verbos, estão: "Alugiere (alugar), incomodiere (incomodar), enganiere (enganar)" (GÄRTNER, 1999, p. 79).

Azambuja (2002), também atribui as mudanças a uma perda do contato com a língua original. Segundo ela

O uso do idioma vem sofrendo gradativas perdas, visto que a preservação está relegada ao meio familiar, e somente em sua forma oral, sem que os representantes desta comunidade e mesmo os próprios descendentes, consigam mais se aperceber da importância do domínio de dois idiomas para o conjunto da comunidade (AZAMBUJA, 2002, p.13).

Porém, ainda que essas mudanças tenham acontecido com o passar dos anos, estudiosos da colonização e da língua em Santa Cruz do Sul apontam que ela era importante para manter o vínculo e a relação com o país de origem e que por isso ela era preservada, mantida como uma memória, além, é claro, dos já citados hábitos culturais, da própria educação e religiosidade que seguiam sendo passadas de uma geração para outra por meio da língua alemã.

Voltando aos registros históricos, eles apontam que os anos seguintes a esses acontecimentos são marcados pelo início do pensamento industrial local. De um lado, segundo Wink (2002), está a agricultura, que, voltada para a exportação (principalmente do tabaco), estimulou o desenvolvimento de indústrias que atuavam com o trato de matérias primas. Isso trouxe dinheiro à sociedade local, além de algumas dessas indústrias, como a British American Tobacco, que se instalou na cidade em 1917⁵. Esse, aliás, foi um importante marco, não apenas pela importância da empresa em si, mas também pelo efeito que sua chegada teve na sociedade e nos negócios familiares que já existiam aqui – incluindo pequenas fumageiras e fábricas de cigarro. Temendo a forte concorrência, os pequenos empresários e alguns produtores fundaram

⁴ Tradução: "Eu fiz xerox lá".

⁵ Segundo Etges (1991), a Primeira Guerra Mundial (que ocorreu entre 1914 e 1918) foi benéfica para a economia da cidade, pois ela restringiu as importações e abriu novas possibilidades à exportação, tornando-se "um fator importante os rumos tomados pelas indústrias santa-cruzenses nesse período e no subsequente" (ETGES, 1991, p. 75). Esse período subsequente foi, principalmente, a década de 1920, quando muitos produtos que costumavam ser importados da Europa, deixaram de encontrados no Brasil e tiveram que ser substituídos por produtos brasileiros.

a Companhia de Fumos Santa Cruz⁶. Com duas empresas⁷ concorrentes na cidade, a qualidade do fumo também precisou ser cada vez maior, tornando-o mais competitivo no mercado nacional e internacional (WINK, 2002).

Com todo esse desenvolvimento industrial, a sociedade se beneficiou economicamente e, assim, chegamos ao outro lado desse processo de desenvolvimento, aquele onde estavam, ainda de acordo com Wink (2002), os mais jovens, que movidos por uma vontade de progredir vão em busca das novas tecnologias disponíveis e desenvolvem seus negócios de família, tornando-se chefes da indústria. Assim, o comércio e outros ramos de empreendimentos tiveram sua chance de crescer. Entre os negócios que surgiram, ou se instalaram aqui nesse período, e nos anos que se seguiram, está a Cervejaria Polar (1921 – imagem 2), a fábrica de caramelos e chocolates Sulina (1923), a fábrica de artefatos de borracha Mercur (1924), o Frigorífico Excelsior (1940), etc. Logo surge a Praça de Comércio de Santa Cruz (equivalente a uma Associação Comercial e Industrial), em 1918, e também se instalam os bancos, como o Banco da Província (1917) e o Banco Pelotense (1922)⁸ (WINK, 2002). Com isso, desenvolve-se a cidade.

Porém, ainda dentro dessa fase da economia - a 4ª de acordo com a divisão de Wink (2002) – que compreendeu os anos de 1917 até 1965, e que foi chamada pelo autor de Fase de Industrialização, a economia da cidade também sofreu alguns baques. O primeiro deles se deu em razão de um saturamento do mercado nacional do tabaco no final da década de 1940, já no pós-guerra. O que ocorreu foi que o país estava produzindo e exportando os mais variados produtos principalmente para a Europa, que estava ocupada guerreando. Mas já ao longo do confronto as exportações diminuem, situação que só se agrava ao fim da guerra, e acumula-se um excedente de produtos (WINK, 2002). O segundo ocorre por fatores socioculturais e políticos-institucionais decorrentes das grandes guerras e de suas consequências, como por exemplo, a nacionalização do ensino e da língua portuguesa, a partir de 1937, e a consequente proibição de outras línguas, entre elas o alemão, por medo da possibilidade de uma “conspiração nazista internacional” (KIPPER, 1979, p. 9), 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, 2002, p. 104).

⁶ Uma união das empresas Irmãos Shütz (fábrica de cigarros), Lindolfo Grawunder, Shilling e Cia, João Nicolau Kliemann, Adolfo Iserhard e José Etges Filho e Cia (empresas que trabalhavam com fumo em folha e desfiado).

⁷ Duas empresas inicialmente, pois não demoraram a surgir outras, como a Henning e Cia (em 1918), Kliemann e Cia (1921), além da Tabacos Tatsch (de 1937) e a Companhia Sudan de Tabacos (de 1940), entre outras (WINK, 2002).

⁸ O banco Caixa Santacruzense já existia em Santa Cruz desde 1904.

Imagem 2: registro de colaboradores da Cervejaria Polar em carro alegórico da empresa



Fonte: Arquivo/PMSCS

Entre os hábitos e costumes alterados, além do uso da língua alemã e como consequência dessa proibição, estavam principalmente os relacionados às já citadas atividades culturais que eram muito fortes desde o início e que também se desenvolveram com o passar dos anos. Para se ter uma ideia, até a década de 1930, registros históricos dão conta de diversas atividades como grupos de teatros e exibições cinematográficas variadas⁹, apresentações de orquestras como a “Wiener Operettengesellschaft Margarete Slezak”, além de

(...) campeonatos esportivos, concursos fotográficos e artísticos, concursos de poesia, de músicas e de danças, disputas em jogos germânicos, tais como: bolão, damas, tiro ao alvo, arremesso, [...] corridas de cavalos, rinhas de galo, corridas de automóvel e festas no campo de aviação, com apresentações no ar, quermesses, e apreciavam muito concursos de beleza (FONTOURA, 1999, p. 198).

Tudo isso fazia com que a cidade fosse considerada uma espécie de centro cultural e foi justamente em razão dessa fama que as atenções do governo recaíram sobre a região com especial força quando as novas diretrizes foram impostas, a fim de garantir que fossem cumpridas, primeiro justificando o processo como uma tentativa de integração harmoniosa e gradual dos descendentes de alemães à cultura nacional; depois, de forma mais radical e repressiva (WINK, 2002). Desestruturou-se assim a cultura germânica, e o principal impacto foi em relação à educação, já que a língua alemã passa a ser proibida nas escolas, mas também no meio social, porque a língua também era utilizada em público, em festas e em cerimônias religiosas (SEHN, 2009). Esse é um exemplo muito claro da supressão de comunidades

⁹ 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)

menores em prol de uma comunidade nacional, como disse Bauman (2001), e como trouxemos anteriormente nessa pesquisa.

Outra consequência dessa opressão foi o fechamento do jornal Kolonie (Imagem 3). Editado em alemão, ele veiculou sua última edição nessa língua no dia 29 de agosto de 1941 - dois dias antes de entrar em vigor a proibição definitiva do uso de línguas estrangeiras em publicações no Brasil -, e mais 14 edições em português, mas não resistiu e fechou as portas definitivamente em outubro de 1941. A causa, acredita-se, foi principalmente a grande barreira que se interpôs entre o veículo e a cultura, bem como entre veículo e seus leitores, já que muitos só sabiam ler em alemão. Como já foi mostrado anteriormente, a língua utilizada nas publicações era um fator importante e a não utilização do alemão era praticamente predeterminante do encerramento da publicação.

Aqui cabe abrir um novo parêntese para falar um pouco sobre esse veículo e ressaltar sua importância para a sociedade. 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 à 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 do dialeto, inclusive na escrita, acaba sendo uma das principais formas de 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 aos 3 mil assinantes. Isso pode não parecer muito, já que compreendia cerca de 7% 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. 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.

Imagem 3: primeira página de uma edição do jornal Kolonie



Fonte: Arquivo/Riovale Jornal

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 dos quais 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 para esse dado com base em 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 sociedade adquirir um novo ritmo.

Isso fica muito claro no último editorial publicado, escrito por Clemente Brandenburger, e resgatado por Cássio Filter em sua pesquisa realizada em 2003, e que aqui reproduzimos:

É este o último número de nossa folha, em que se aplica a língua alemã. Sabem os nossos leitores que, por ordem do Governo federal, não podem ser publicados no Brasil jornais ou revistas em línguas estrangeiras, de 31 de Agosto em diante. Com essa medida – de resto única no mundo inteiro – finda-se a existência secular da imprensa teuto-brasileira a mais antiga e também a mais numerosa imprensa em língua estrangeira que se publicou no Brasil, embora a emigração alemã não prevalecesse pelo número. Prevaleceu, porém, pelo grau de cultura dos seus componentes, fato este que explica a preponderância das folhas teuto-brasileiras entre os periódicos em línguas estrangeiras. 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. Da mesma maneira de guias e conselheiros a tantos imigrantes de outra língua, mais ou menos, familiarizados com o alemão, holandeses e flamengos, noruegueses, dinamarqueses e suecos, finlandeses e estonianos, letões e lituanos, russos e ucranianos, polacos, tchecos e slovacos, húngaros e rumanos, sérvios, croatas e búlgaros. Si a adaptação ao novo ambiente, - político, econômico, social, cultural e físico – se lhes tornava mais fácil; si comerciantes e industriais do lado de cá e do lado de lá poderiam iniciar e manter relações vantajosas; si ps representantes diplomáticos e consulares estrangeiros tinham a possibilidade de prestarem aos respectivos governos informações valiosas acerca do Brasil mesmo sem conhecerem a língua do país; si na Europa se difundiam noções exatas sobre o nosso povo, a nossa vida, a nossa cultura e a nossa economia: o mérito de tudo isso cabe, em grande parte, ao dedicado e secular esforço das folhas teuto-brasileiras. Com o findar da primeira fase da nossa existência finda – sem dúvida – também aquela parte de nossa missão que diz respeito à nossa ação de intermediários entre o Brasil e a Europa Central, Setentrional e Oriental. Pois embora a língua portuguesa, hoje em dia, não seja mais o “tombo do pensamento humano”, do que falou o grande historiador lusitano Alexandre Herculano, ela continua ainda longe de ser tão conhecida que possa substituir como meio de propaganda a língua alemã. Portanto, o que futuramente publicaremos, só excepcionalmente será lido fora do país. Restam-nos no futuro somente duas das nossas antigas tarefas: em primeiro lugar, continuar a servir de guias e conselheiros aos imigrantes; em segundo lugar, contribuir para a melhor conhecimento dos assuntos europeus no Brasil. Sobre o segundo ponto não precisamos falar, pois esta tarefa não carece de explicações: ela explica-se por si mesma. Não assim o primeiro ponto. Nestes últimos tempos temos ouvido dizer – com certa freqüência – que com a supressão da língua a imprensa teuto-brasileira perderia a sua razão de ser, e, que neste caso seria mais vantajoso substituir-se a leitura da folha tradicional pela de um dos jornais que sempre publicaram em vernáculo. Nada mais errôneo! 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 sobre 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? Por todos estes motivos, temos o direito de confiar na lealdade dos nossos leitores, que não cometerão a felonias de desprezar e abandonar a folha que durante tantos anos se dedicou ao serviço deles! Clemente Brandenburger. (sic) (KOLONIE, 1941 *apud* FILTER, 2003).

Não acreditamos que a identidade germânica tenha se perdido de fato a partir desse momento da história, até porque a língua, as tradições, a cultura de uma forma geral, continuaram vivas, ainda que em estado latente durante certo período. Além disso, não se trata de perder algo, porque a identidade está em permanente reconfiguração, porque a cultura, que lhe dá base também está. Então, esse acontecimento pode ser visto como uma primeira grande reconfiguração da ideia de identidade germânica. A sensação de que estavam perdendo algo importante é compreensível. Falar alemão significava estar ligado a seus antepassados, à cultura deles, e ser proibido disso era algo penoso.

Mas a sociedade tinha uma estrutura cultural baseada na europeia onde os jornais já eram lidos muito antes da colonização. Conforme Azambuja, "os imigrantes que para cá vieram trouxeram consigo sua herança cultural esculpida num profundo sentido de religiosidade e educação" (1999, p.111). Eles eram procedentes de regiões com tradições culturais muito ricas e era importante para eles que isso não se perdesse. Tanto que as escolas eram as primeiras a serem erguidas¹⁰ (antes mesmo das igrejas), porque eram vistas como espaços estratégicos, que serviam para muito além da alfabetização, eram "o suporte de que necessitavam para preservarem sua cultura, sua integridade social e religiosa" (AZAMBUJA, 1999, p. 112), eram uma forma de lutarem contra a possibilidade de uma perda cultural, e por tudo isso, esses espaços escolares eram pensados como lugares de "formação integral do homem" (AZABUJA, 1999, p. 112) onde suas personalidades seriam estruturadas "sobre bases e princípios éticos, morais e religiosos fortes o suficiente para evitarem a desintegração cultural, política, social, artística, moral e religiosa" (AZABUJA, 1999, p. 112).

Dessa forma, os jornais também tinham sua importância na sociedade – podemos imaginá-los quase como um suporte à escola, uma forma de continuar a formação humana da sociedade após o término da fase escolar - e a cidade precisava logo de outro jornal que fizesse

¹⁰ Esse era e ainda é considerado como um motivo de muito orgulho para a comunidade, algo que diferenciava os colonizadores germânicos de outros colonizadores que vinham para o Estado, conforme aponta Azambuja (1999). Em seu artigo, a autora cita o trecho de um documento de 1912, intitulado *Das Auswanderungsproblem*, que diz o seguinte: "É nesse particular que o elemento germânico do nosso Estado se distingue em primeiro lugar do de outras nacionalidades. O português deixava a instrução inteiramente para o governo e só mandava os filhos esporadicamente às escolas públicas existentes. Para cada quinze ou vinte famílias de italianos já se existia uma capelinha, porém, nada faziam para as escolas. Entre os alemães, a primeira providência era a instalação de uma escola". (DAS AUSWANDERUNGSPROBLEM, 1912 *apud* AZAMBUJA, 1999, p. 113)

esse trabalho, já que o Kolonie não poderia mais. E é assim que, já em 1945, passa a circular na cidade a Gazeta de Santa Cruz (Imagem 4), origem da atual Gazeta do Sul, que ganha esse nome a partir de 1956, quando suas fronteiras de circulação se tornam mais abrangentes e, portanto, não compreendiam mais apenas Santa Cruz, mas também os vales dos Rios Pardo, Jacuí e Taquari, na região central do Rio Grande do Sul.

Imagem 4: capa da primeira edição da Gazeta de Santa Cruz de janeiro de 1945



Fonte: Arquivo/Gazeta do Sul

Ainda assim, a sensação de perda de identidade, a reconfiguração desse sentido de identidade sentida a partir do fechamento do jornal em alemão, só é agravada com a chegada da década de 1950 e a exportação da cultura americana para todos os cantos do mundo, embasada no consumo e com todas as mudanças de mundo consequentes. O período, porém, não é ruim para a economia da cidade, que agora desenvolve-se, urbaniza-se, recebe cada vez mais moradores vindos do interior e mesmo de cidades vizinhas, em função de trabalho e, a partir da década de 1960, também atrás de estudos em razão da fundação da Associação Pró-Ensino em Santa Cruz do Sul (Apesc) e das Faculdades Integradas de Santa Cruz (FISC), atual Unisc, que passa a oferecer ensino superior.

Antes de passarmos para a próxima fase da história da cidade, vale destacar ainda que foi já no início da década de 1940 que surgem as primeiras ideias de construção do parque que viria a ser o Parque da Oktoberfest. Então chamado de Logradouro Público, deveria o espaço ser ocupado, segundo a ideia inicial, pelo Parque do Centenário, a fim de que fossem comemorados

os 100 anos da imigração alemã em 1949. Mas não houve recursos financeiros suficientes para esse empreendimento. Então, foi só na década de 1950, mais especificamente a partir de 1954, que a ocupação do espaço começa a tomar forma, a partir do momento em que é formada a primeira comissão organizadora da Festa Nacional do Fumo (FENAF). Já no primeiro projeto foram pensadas a construção de “pavilhões de exposição, pórtico de entrada, quadras esportivas, sistema viário e projeto paisagístico” (WINK, 2002, p. 128).

O início da 5ª fase de desenvolvimento da cidade, que compreende o ano de 1965 até a atualidade, tem como contexto uma internacionalização cada vez maior das indústrias do setor do tabaco, o que resultou na vinda de dinheiro estrangeiro para a cidade e seu consequente desenvolvimento - não é à toa que atualmente Santa Cruz do Sul é 72ª cidade brasileira com maior número de pessoas ricas, segundo informações divulgadas pela Fundação Getúlio Vargas em agosto de 2020, e divulgadas no Portal Gaz¹¹, importante portal de notícias da região. As vantagens oferecidas pelo governo brasileiro, incluindo crédito facilitado e regulamentações, foi outro fator que incentivou a vinda de grandes empresas para o país. Muitas delas escolheram a região Sul, e principalmente Santa Cruz do Sul, em razão do clima local e do baixo custo de produção.

Anos mais tarde, já nas décadas de 1980 e 1990, o grande número de empresas que surgiram na década de 1960 diminuiria, porque muitas delas se fundiriam, tornando-se grandes grupos, como, por exemplo, a Souza Cruz S. A. e a Universal Leaf Tabacos Ltda. Ao longo dos anos, essas empresas também foram se tornando cada vez mais tecnológicas e, enquanto cada uma das etapas de tratamento do tabaco e de produção de cigarros, ficou cada vez mais técnica, profissional, competitiva e a indústria fumageira estava cada vez mais imersa no ritmo global de industrialização. Mas no meio disso tudo, Santa Cruz também contava com empresas de outros setores, como a já citada Mercur (borrachas), que se mantinha presente, além da Xalingo S/A (de brinquedos), do Füeller S/A (de massas e biscoitos – que posteriormente se transformaria na Germani Alimentos) e a Metalúrgica Mor S/A, para citar alguns exemplos, além de um comércio e do setor de vestuário, que no final da década de 1970 e durante toda a década de 1980 foi muito forte na cidade contando com fábricas e lojas tais como a Pitt Jeans (em funcionamento ainda hoje), Lowasa, Arcal, entre outras.

Em termos de urbanização, Santa Cruz do Sul passa a ter um grande crescimento, principalmente a partir de 1977, quando é aprovado o primeiro Plano Diretor de

¹¹ <http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2020/08/18/169521-santa-cruz-do-sul-e-a-72-cidade-com-mais-ricos-no-brasil.html.php#:~:text=Ao%20analisar%20as%20informa%C3%A7%C3%B5es%20de,das%20cidades%20com%20mais%20ricos.>

Desenvolvimento Urbano. Nesse momento da história de Santa Cruz, a população também começa, aos poucos, a aumentar na cidade e diminuir no interior, gradativamente. Verificando os Censos Demográficos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é possível verificar a seguinte evolução da população:

Tabela 1: Evolução da população urbana e rural de Santa Cruz

Ano	Urbana	Rural	Total
1970	33.076	53.730	86.806
1980	55.095	44.541	99.636
1990	78.955	38.818	117.773
2000	93.786	13.846	107.632
2010	105.190	13.184	118.374
2019¹²			130.416
2020¹³			131.365

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

Enquanto na década de 1970 a maior parte da população ainda era rural, a partir dos anos 1980 isso se inverte de forma irreversível e a partir de então a população rural não apenas continua a cair nas décadas seguintes, como a população urbana cresce de forma muito acelerada. Observa-se que entre os anos 2000 e 2010 até mantém-se uma média no número de moradores de regiões interioranas, porém, o número de moradores da cidade aumenta consideravelmente.

E atentamos, então, para a seguinte questão: levando em consideração que as tradições culturais germânicas possuem características bastante rurais - pois os colonizadores que aqui chegaram tinham uma vida muito pouco urbana, eram principalmente produtores rurais, e suas atividades envolviam, em muitos casos, o trabalho agrícola, incluindo nisso uma culinária baseada naquilo que eles podiam produzir e colher - poderíamos compreender que, a partir dos anos de 1980, com todo o processo de industrialização já citado e, de migração da população para as cidades, como aponta a tabela acima, e redução dela no interior, tivesse ocorrido uma diminuição ainda maior da prática dos costumes e das tradições germânicas, e conseqüentemente da noção de identidade. Isso, no entanto, não aconteceu. Ao contrário.

¹² Nesse ano não foi realizado censo, por isso o IBGE oferece apenas a estimativa de população total.

¹³ Idem.

A cultura germânica foi muito forte até determinado ponto da história, sofre uma reconfiguração considerável a partir de meados dos anos 1930 até meados dos anos 1960 - consequência, como já falamos, de leis implantadas em favor de uma nacionalização e padronização cultural e da língua, mas também do processo de industrialização e dos primeiros efeitos de uma globalização, de uma importação de culturas, principalmente a norte-americana – mas volta a se fortalecer. Acreditamos que o primeiro passo para isso tenha sido a realização da primeira edição da FENAF, em 1966, após quase 10 anos de preparação, pois é aí, junto com o culto à tradição agrícola mantida desde a colonização (a do tabaco), que começa a voltar a preocupação com a língua e a cultura herdada dos antepassados.

A FENAF volta a acontecer em 1972 e em 1978, ano em que também é comemorado o centenário de emancipação política da cidade. Em 1984, porém, quando poderia ser realizada a 4ª edição da FENAF, ela é substituída pela Oktoberfest, que ajuda a aumentar a visibilidade da cidade. Nessa altura da história, conforme aponta Wink (2002) Santa Cruz já é considerada um polo econômico, já é a principal cidade do Vale do Rio Pardo¹⁴ e, em função de sua localização, considerada privilegiada¹⁵, passa a ser sede de órgãos de comunicação importantes, entre eles jornais impressos, rádios, revistas (como a Alto Falante), canais de televisão e mais recentemente de portais online.

A partir desse momento histórico, portanto, a cidade continuou se desenvolvendo, se industrializando e crescendo. Seu Distrito Industrial foi preenchido por cada vez mais empresas, seu comércio se expandiu a ponto de se tornar referência na região e seus bairros residenciais se espalharam em todas as direções. A diferença é que esse crescimento passou a contar com uma noção de identidade que volta a ser midiaticizada principalmente por causa da Oktoberfest, que volta a ser forte, e que começa a ser explorada em termos turísticos, inclusive, tendo como base um discurso bem específico sobre o qual falaremos um pouco na subseção seguinte.

2.3 Um imigrante heroico

¹⁴ Região formada por 25 municípios, cuja maioria se encontra em torno do Rio Pardo e seus afluentes, sendo eles: Arroio do Tigre, Barros Cassal, Boqueirão do Leão, Candelária, Encruzilhada do Sul, Estrela Velha, General Câmara, Herveiras, Ibarama, Mato Leitão, Pantano Grande, Passa Sete, Passo do Sobrado, Rio Pardo, Santa Cruz do Sul, Segredo, Sinimbu, Sobradinho, Tunas, Vale do Sol, Vale Verde, Venâncio Aires e Vera Cruz.

¹⁵ Além de estar localizada em uma região praticamente central do estado, conforme aponta Wink (2002b), nessa altura Santa Cruz já é circundada por uma RST 287 asfaltada, que liga a cidade até Montenegro, no sentido leste, e até Santa Maria no sentido oeste. Ela também já havia sido ligada à rodovia Tabai-Canoas (BR-386), de forma que o trajeto entre a cidade e a região metropolitana estava facilitado. Além disso, Santa Cruz passa a ser, cada vez mais, um ponto de passagem daqueles que circulam entre os extremos leste-oeste do Rio Grande do Sul.

Nesse ponto o que se começa a perceber é que com o passar dos anos e dos acontecimentos que se deram na cidade e que afetaram a sociedade, cria-se uma narrativa em torno daquele colonizador de origem germânica que veio para o Sul do Brasil e conseqüentemente em torno de seus descendentes e seu legado cultural. E, nesse ponto, acreditamos que seja importante compreender um pouco melhor a narrativa. Sabemos que ela é uma das formas de expressão mais utilizadas pelo homem, seja no formato oral, seja no textual. É um hábito do ser humano, existente desde os primórdios da civilização, quando a humanidade ainda contava os eventos que permeavam sua existência por meio de pinturas nas paredes de cavernas, mostrando que a narrativa esteve presente em todos os tempos do mundo (MOTTA, 2013).

E ela está intimamente relacionada com a capacidade do homem de se compreender e compreender o mundo à 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 a narrativa possui um papel fundamental na construção de uma identidade, porque ela é um código universal através do qual, independentemente da língua, compreendemos a vida e a realidade à nossa volta. Compreender a narrativa é compreender quem somos e a sociedade na qual estamos imersos.

Historicamente, a primeira visada sobre a narrativa remete aos estudos aristotélicos na obra *Poética*, escrita por volta do ano 335 a. C. que já continha então, apontamentos sobre a questão mimética, enredo, personagens e efeitos provocados no receptor, ou seja, sobre as características da narrativa, embora a ideia ali levantada se baseasse nos textos vigentes – a epopeia, a tragédia e a comédia, diferentes do que hoje entendemos por narrativa. Essa ciência sobre a natureza da narrativa também permaneceu muitos anos adormecida, sendo retomada apenas no século passado, na década de 1920, pelo russo Vladimir I. Propp, que escreveu *Morfologia do Conto Maravilhoso* (1984), uma análise de contos maravilhosos infantis europeus.

Posteriormente, outro importante teórico das narrativas, a partir do pensamento estruturalista, foi o já citado Roland Barthes, que na década de 1970 organizou o volume *Análise estrutural da narrativa* (2008), que buscava características que fossem inerentes as mais diversas formas narrativas, um modelo básico de estrutura. Na mesma década destacou-se Tzvetan Todorov, também estruturalista, que foi quem criou o termo *narratologia*. Mais recentemente, Ana Cristina Lopes e Carlos Reis, pesquisadores portugueses, elaboraram o *Dicionário de Teoria Narrativa* (1988). Entre outros estudiosos da narrativa, está Luiz Gonzaga

Motta, que escreveu, entre outras obras, o *Análise Crítica da Narrativa* (2013), onde ele explora essa metodologia de pesquisa.

Em relação à estrutura, boa parte dos autores concorda que as narrativas possuem cinco elementos básicos que a caracterizam: enredo, personagem, tempo, espaço e um narrador (GANCHO, 2002). Esses elementos podem ser encontrados em diferentes formatos, ou seja, as narrativas estão na literatura, mas também no cinema, nas reportagens jornalísticas, nas fotografias, na música, enfim, nas mais variadas formas de expressão artística e cultural. Por isso, a narrativa também está intimamente ligada à capacidade do homem de compreender os signos e símbolos que lhe são apresentados e, a partir disso, construir significados. Motta (2013) afirma que “as narrativas não representam simplesmente a realidade: elas apresentam e organizam o mundo” (MOTTA, 2013, p 33), ajudando o homem a construir a realidade. Portanto, estudar as narrativas e suas representações sociais “pode ensinar muito sobre as maneiras pelas quais os homens constroem essas representações no mundo material e social” (MOTTA, 2013, p 33).

Esse também é o pensamento de Hinerasky (2009). Ela 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). Ainda segundo Hinerasky, essas construções “ocorrem na presença de variáveis socioculturais, econômicas e históricas diversas, no interior de trocas sociais, e não referidas apenas ao espaço territorial e/ou atributos originais de um grupo ou comunidade” (HINERASKY, 2009, p. 152).

Precisamos levar em consideração também o conceito de narrativa apresentado por Squire (2014), quando essa autora diz que ela “é um movimento de signo para signo que tem um significado social, cultural e histórico reconhecível” (SQUIRE, 2014, p. 2). Ou seja, para Squire (2014), assim como para Motta (2013) e Hinerasky (2009), as narrativas são impregnadas de símbolos que são reproduzidos dentro da sociedade e que vão ampliando seus significados.

O que queremos dizer com tudo isso é que as narrativas possuem uma importância muito grande na forma como uma sociedade se percebe, que as histórias que contamos e recontamos, os discursos presentes, contribuem para a construção da identidade. Aliás, para Ricoeur (1994), esse contar e recontar é justamente o que permite ao tempo existir em sua relação com a humanidade, num eterno círculo entre a narrativa e a temporalidade. Diz o autor que “o mundo exibido por qualquer obra narrativa é sempre um mundo temporal” (RICOEUR, 1994, p. 15), e ainda que “o tempo torna-se tempo humano na medida em que está articulado de modo narrativo; em compensação, a narrativa é significativa na medida em que esboça os traços da experiência temporal” (RICOEUR, 1994, p. 15).

E é importante sinalizar que diversos autores, entre eles Sehn (2009) e Skolaude (2008), apontam para a existência de um discurso baseado na etnicidade e para a utilização de uma matriz genealógica como referência para a sociedade santa-cruzensense. Essa referência, aliás, foi “contornando sobremaneira a participação de outras etnias que também participaram e influenciaram o processo de desenvolvimento” (SEHN, 2009, p. 25). Isso serviu de base, até mesmo para a construção de uma crença de superioridade moral e racial dos teuto-brasileiros em relação a outras raças, mesmo que os germânicos que aqui viveram tenham tido contato e relações sociais com outras raças e identidades culturais, como os luso-brasileiros e os afrodescendentes (SKOLAUDE, 2008).

Outra consequência disso é a construção de mitos e simbologias em torno do imigrante, como um ser heroico que enfrentou as dificuldades e conseguiu vencer e desenvolver a cidade a partir de sua própria cultura. Isso contribuiu para a construção de um discurso e uma ideia ufanista e essencialista de identidade, traduzido, como aponta Sehn (2009) pelo

Deutschtum, palavra alemã que traduz o conceito de germanismo como uma ideologia que se refere à conservação das características culturais, sociais, raciais e dos grupos formados por indivíduos de origem germânica, é um conceito que se estruturou desde o período da formação da sociedade de Santa Cruz do Sul. Essa ideologia, por sua vez, dá sustentação à política e economia e ao engajamento da elite política da comunidade, pois fica no centro da geometria de poder das lideranças empresariais e culturais (SEHN, 2009, p. 25).

É claro que precisamos reconhecer as dificuldades enfrentadas por esses imigrantes, bem como a provável existência de um sentimento de preservação cultural, fruto até mesmo da saudade da terra natal, porém, é necessária a consciência de que muitas das tradições foram preservadas graças ao isolamento geográfico e social da vida aqui iniciada. Na medida, porém, que houve o contato com outros grupos étnicos e sociais, essa cultura acaba se disseminando, assim como acaba sofrendo a influência e a interferência de outros costumes e culturas. “Assim,

o imigrante alemão, aos instalar-se no sul do Brasil, vai recriar sua identidade” (SEHN, 2009, p. 27). Esse pensamento de Sehn (2009) vai ao encontro do de Hobsbawm (1984), quando ele fala a respeito das “tradições inventadas”, já citadas anteriormente neste trabalho.

Por isso, em Santa Cruz do Sul predominam os valores e a cultura germânica, mas ela também é gaúcha e brasileira. E não faltam estudos que apontem para a existência de outras culturas na região, como os do já citado Skolaude (2008), e também Vogt (2001), Correa (2001) e Klamt (2001). Vamos apresentar, abaixo, algumas das descobertas históricas já feitas nesse sentido, apenas a fim de conhecimento geral.

Klamt (2001) aponta, por exemplo, que vestígios arqueológicos – caracterizados por utensílios domésticos, de caça e de pesca - mostram que o homem chegou ao Vale do Rio Pardo por volta de mil anos antes de Cristo - podendo ser essa ocupação ainda mais antiga. Esses primeiros moradores pertenciam a um grupo de caçadores-coletores da Tradição Umbu, que posteriormente incorporaram à sua cultura a cerâmica. Já na época do descobrimento do Brasil, segundo Vogt (2001), a região era povoada por índios da Tradição Tupi-Guarani. A partir desse período, porém, a região passa a receber uma variedade cada vez maior de grupos étnicos que contribuíram para o povoamento do Estado e da região e para sua formação social.

Como apontam Vogt e também Correa (2001), o primeiro contato dos nativos foi com religiosos espanhóis. O Tratado de Tordesilhas firmado em 1494 entre Portugal e Espanha, deixava a região do atual Rio Grande do Sul nas mãos dos espanhóis e nos séculos que se seguiram diversos padres da Companhia de Jesus foram enviados sob a bandeira da Espanha, a fim de estabelecer as reduções. Uma delas – denominada Jesus Maria - foi fundada na região que atualmente pertence à Candelária, em 1632; outra – a São Joaquim - na “Serra do Botucarái, *nas pontas do Rio Pardo*” (VOGT, 2001, p. 71, grifo do autor), em 1633; e uma terceira – a São Cristóvão – surge em 1634 no entroncamento dos rios Pardinho e Pardo. Nesse período também já havia a presença de bandeirantes paulistas que “já faziam incursões ao território do Tape¹⁶, aprisionando e escravizando silvícolas” (VOGT, 2001, p. 72).

Um século depois e muitas disputas territoriais passadas, as autoridades portuguesas decidiram que era a hora de ocupar melhor as terras do Rio Grande do Sul, e a coroa começou a distribuir sesmarias. Assim foram estabelecidas, em 1724, as primeiras fazendas de criação de gado no Vale do Rio Pardo. Por volta de 1750, a assinatura do Tratado de Madri também estabelece militares em Rio Pardo, um ponto considerado estratégico para a manutenção do território. Não demora para que além dos militares, suas famílias, e alguns estancieiros, também

¹⁶ Denominação do Rio Grande do Sul na época.

surgissem nas redondezas os comerciantes. E não podemos esquecer dos negros escravizados. Eles vieram com os estancieiros brancos e tiveram um papel importante na formação da região, porque eram numerosos, chegando a ser maioria em algumas localidades (VOGT, 2001). Também há evidências históricas da existência, no passado, de diversos quilombos formados por pessoas escravizadas que fugiam (SKOLAUDE, 2008).

Além deles, é preciso citar ainda os açorianos¹⁷. De acordo com Torres (2004) eles estiveram presentes na história da fundação de importantes cidades, como Porto Alegre, hoje capital do Rio Grande do Sul, e foram de fundamental importância para cidades como Rio Grande, Santo Amaro e também Rio Pardo, ainda que o número de famílias que efetivamente chegaram ao Rio Grande do Sul tenha sido bem menor do que o previsto, em função dos desafios e dificuldades enfrentadas por esses açorianos no trajeto até o Brasil¹⁸. Segundo Vogt (2001), os primeiros açorianos chegaram ao país por volta de 1716, instalando-se em diversas localidades, como por exemplo, em Laguna, no Estado de Santa Catarina. No Rio Grande do Sul, porém, a maior parte deles chega apenas após firmado o Tratado de Madri, em 1750, sendo que o ano de 1752 é considerado como uma referência porque foi aquele em que essa imigração tomou uma proporção maior.

Em Rio Pardo, eles se assentaram por volta de 1755, segundo Vogt (2001) – mas pode ter sido um pouco antes, entre 1752 e 1754, segundo Torres (2004) – no entorno do Forte de Jesus-Maria-José. No mesmo período, também receberam famílias açorianas as localidades de Santo Amaro, onde se estabeleceram os armazéns de abastecimento do Exército, e no porto do Arraial de Viamão, base de manutenção dos outros dois pontos. Muitos deles se instalaram como pequenos agricultores e fazendeiros e sua mão de obra, de acordo com Torres (2004), era branca, ou seja, dos próprios casais e seus familiares, de forma que eles foram considerados

¹⁷ População vinda dos Açores, um território de Portugal composto por um arquipélago no meio do Oceano Atlântico. Sua vinda para o Brasil ocorreu a partir de editais publicados pela coroa portuguesa, e foi de interesse da população, porque esses viviam em limitados espaços de terra (por viverem em ilhas), que eram, muitas vezes insuficientes para a agricultura e mesmo para as aspirações e ambições de crescimento econômico dos ilhéus.

¹⁸ Ainda de acordo com Torres (2004) foi muito grande o número de pessoas que morreram nesse trajeto. A travessia da Europa para a América levava em torno de 3 meses na época e as condições eram péssimas: “a falta de higiene tornava precária a convivência a bordo do navio. Não havia o hábito do banho, e no navio não havia água disponível para este fim. Como os passageiros não mudavam a roupa, o cheiro de suor e a sujeira acumulavam-se. O local onde dormiam, mesmo sendo diariamente lavado, não chegava a secar, fazendo com que a umidade aumentasse a pestilência do ar. O transcurso era extremamente penoso. O ambiente no barco era promíscuo, os alimentos eram escassos, a higiene era deficiente, e a água apodrecia poucos dias depois de começada a viagem. A maior parte dos passageiros adoecia: febres, infecções intestinais, pneumonias, crises de fígado, escorbuto” (TORRES, 2004, p. 184). Além disso, o desembarque dos colonizadores acontecia em Laguna, para que depois eles fossem trazidos ao Rio Grande do Sul em embarcações menores. Muitos porém ficaram por lá, até mesmo por causa de suas condições de saúde.

como “a autêntica classe camponesa da sociedade rio-grandina deste período” (TORRES, 2004, p. 189).

Isso tudo mostra que os imigrantes germânicos foram apenas os últimos a chegarem na região. Concorde-se que, de todos os grupos citados, foram os vindos de regiões germânicas que, de fato, se estabeleceram na localidade onde hoje existe o município de Santa Cruz do Sul. Esse estabelecimento também se deu em grupos, o que contribuiu para a manutenção de culturas europeias, entre outros fatores já citados, facilitando também o desenvolvimento da localidade a ponto de transformá-la em uma cidade que hoje é polo regional. Porém, não se pode dizer que a região era totalmente desabitada e que não tenha tido contato com nenhuma outra cultura antes da germânica. Voltamos, portanto àquilo que foi dito por Bhabha (1998) quando este aponta para a pluralidade de culturas que vivem em constante tensionamento.

Mas direcionando o olhar à representação do germanismo, Vogt (2001) assinala a existência de alguns veículos de reprodução cultural que foram fundamentais, tais como a imprensa, a escola comunitária alemã, a religião, bem como a importância dada ao trabalho, à educação e ao associativismo, muitas dessas atividades mediadas pela língua alemã, como já dito anteriormente. Além disso, houve alguns outros movimentos que são um pouco anteriores a Oktoberfest e que acreditamos serem importantes, porque parte de um mesmo processo de retomada da cultura após o fim do Estado Novo.

Um deles é a criação do brasão do município, onde diversos elementos da cultura germânica são acrescentados, de acordo com a descrição encontrada no próprio site da Prefeitura de Santa Cruz do Sul, como “a figura estilizada de um casal de colonos”, bem como “um arado antigo, de ouro, simbolizando os trabalhadores pioneiros da agricultura local, obra imortal dos colonos que primeiro devassaram os campos e iniciaram a construção da cidade”. Ressalta-se aqui o enaltecimento de características rurais da cultura germânica, das quais falamos mais acima nesse capítulo.

Além disso, o hino, composto também na década de 1960 por Elisa Gil Borowsky (letra) e Lindolfo Rech (música), é outro símbolo repleto de menções aos germânicos, como por exemplo, no trecho “Por sobre as nossas lindas terras / Loiro imigrante andou / Transpôs as nossas verdes serras / E longe do lar chorou... chorou!”. Deve-se atentar para a característica física “loiro” do referido imigrante, que é ressaltada no hino, dando bastante ênfase para uma noção de identidade ligada à pele e aos cabelos claros.

Para citar ainda outros dois exemplos, em 1969 foi criado o Monumento ao Imigrante Alemão por Hildo Paulo Müller, com uma representação que remete à importância do colono e

com a apresentação dos nomes dos primeiros colonizadores¹⁹. Já em 1978 é a vez da construção da Avenida do Imigrante, localizada entre os bairros Centro e Santo Inácio. Ambos enobrecem os colonizadores.

Por fim, na década de 1980, a Oktoberfest surge para reavivar essa cultura germânica, conforme a justificativa apresentada pelo idealizador da festa à Revista Alto Falante (edição número 20), o então Secretário Municipal de Turismo, Ademir Muller. Em suas primeiras edições, ela foi organizada e financiada pelo Poder Público local e por algumas das empresas que antes financiavam a FENAF. Em entrevista concedida à Alto Falante, 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 teria sido criada nos moldes da tradicional Oktoberfest de Munique. A ideia era ser o mais fiel possível, mas a verdade, segundo Sehn (2009), é que “a festa é apresentada como um retorno às tradições legadas pelos antepassados, sendo que não passa de uma “tradição inventada” pelos adjetivos de coragem, higiene e espírito associativo ressaltados e reverenciados na festividade” (SEHN, 2009, p. 37).

Voltando a Hobsbawm (1984), ele faz uma interessante consideração a respeito dessas tradições e sua aplicação na vida prática. Segundo ele

apesar de todas as invenções, as novas tradições não preencheram mais do que uma pequena parte do espaço cedido pela decadência secular das velhas tradições e antigos costumes; aliás, isso já poderia ser esperado em sociedades nas quais o passado torna-se cada vez menos importante como modelo ou precedente para a maioria das formas de comportamento humano. Mesmo as tradições inventadas dos séculos XIX e XX ocupavam ou ocupam um espaço muito menor nas vidas particulares da maioria das pessoas e nas vidas autônomas de pequenos subgrupos culturais do que as velhas tradições (HOBSBAWM, 1984, p. 20).

Acreditamos que isso se aplique muito bem à sociedade santa-cruzense ainda que estudos mais específicos pudessem ser realizados para verificar isso. Mas fica bastante claro que, apesar desse espírito de identidade germânica que há em relação à cidade e em torno da sociedade, no cotidiano dela as tradições não estão presentes como devem ter sido vividas pelos colonizadores quando estes chegaram à região, até mesmo em função das já citadas relações com outras culturas que foram se mesclando, interferindo umas nas outras. Essas tradições, de uma forma geral, são experienciadas com mais intensidade apenas durante a Oktoberfest, e ainda assim, apenas para aqueles que procurar vivenciar a festa.

¹⁹ Vale ressaltar que apenas os nomes masculinos dos imigrantes estão inseridos na placa de homenagem. As mulheres colonizadoras não são mencionadas.

A partir de tudo o que foi dito até aqui, relacionamos a identidade à uma construção narrativa – aqui na perspectiva de Motta (2013), como veremos mais adiante - que 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 midiaticizando-os. Por isso, no capítulo a seguir vamos falar sobre a midiaticização, nossa teoria de fundo.

Mas, antes, uma breve recapitulação: até aqui nós apresentamos o conceito de identidade e falamos sobre a construção de uma identidade germânica em Santa Cruz a partir de sua história, trazendo indícios de que a narrativa e a midiaticização tiveram um papel fundamental para a manutenção dessa identidade até certo momento da história e para o resgate dela em momentos mais recentes. Agora vamos explicar a que estamos nos referindo quando falamos de midiaticização. Sigamos, então.

3 TEORIA DA MIDIATIZAÇÃO

Chegamos, agora, ao capítulo de apresentação de nossa teoria de fundo. Faremos isso por meio de revisões bibliográficas, buscando trazer um pouco de sua evolução e o estado da arte atual no que se refere a sua compreensão, tendo em vista que é um campo de estudos dinâmico, que está em desenvolvimento nesse exato momento e que, apesar de estar sendo explorado mais fortemente nas últimas duas décadas, ainda tem muito a nos dizer. Vamos lá.

3.1 A midiatização

Nosso objetivo aqui é apresentar a Teoria da Midiatização, sobre a qual alicerçamos a presente pesquisa. Para isso, utilizaremos os textos teóricos do argentino Eliseo Verón, um dos fundadores dessa teoria. Além dele, queremos aprofundar nossa revisão, trazendo as pesquisas de outros autores que seguem essa mesma linha de estudos, entre eles Pedro Gilberto Gomes e Luis Mauro Sá Martino (a fim de compreender a ambiência), Jairo Ferreira e Demétrio de Azeredo Soster (a circulação) e José Luiz Braga e Antônio Fausto Neto (aspectos sociotécnicos), entre outros, grande parte deles ligados a Linha de Pesquisa Midiatização e Processos Sociais, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), um dos três principais eixos dos estudos de midiatização do mundo, segundo Sá Martino (2019).

Nossa revisão começa apontando que ao longo da história, o ser humano esteve sempre buscando uma evolução dos seus meios de comunicação. Assim, a primeira importante invenção da comunicação, em torno de cinco milênios atrás, foi a linguagem escrita, primeiro a icônica e, mais tarde, a simbólica, com a criação do alfabeto. Já no século XV, outro invento que trouxe inegáveis mudanças para a interação humana foi a prensa móvel de Gutemberg. Já na Modernidade, com o desenvolvimento das mídias de massa e, no século XX especialmente a Internet, passamos a ter acesso a um novo modelo de comunicação que os homens ainda estão tentando entender, devido a sua complexidade e ao universo de possibilidades que ele nos abre.

Em função dessa longa sequência de fenômenos relacionados ao surgimento de novas mídias e de novas formas de interação do homem com elas ou mesmo entre os homens a partir delas, Verón (2014) aponta que a midiatização é um processo inerente ao ser humano, que pode ser visto sob uma perspectiva semioantropológica, inclusive, porque “o que está acontecendo nas sociedades da modernidade tardia começou, de fato, há muito tempo” (VERÓN, 2014, p. 16). O surgimento de novas e modernas tecnologias como a Internet, assim, é apenas a mais recente das formas de midiatização, ainda que ela seja muito potencializada pela velocidade

com que nos comunicamos hoje (ela é, inclusive, uma das causas desse aceleramento). Ela faz parte de nossa evolução como seres humanos. E cada vez que uma dessas novas mídias surge e se institucionaliza em uma sociedade, ela passa a ter diversas consequências para essa mesma sociedade.

Assim, conforme Verón (2013) tudo está ligado a um processo de evolução anatômica, fisiológica e neurológica do homem. A linguagem oral, por exemplo, é fruto de milênios de desenvolvimento do aparelho vocal. Em relação à escrita, também foram séculos de aprimoramento, tanto das formas de expressão quanto dos processos cognitivos para a leitura. Em torno disso tudo, está a capacidade do homem de compreender os signos e símbolos, que também foi se desenvolvendo com o passar do tempo, e que é fundamental para que se possa transmitir uma mensagem e compreendê-la. Esse desenvolvimento só foi possível graças à interação social (VERÓN, 2013). Verón (2013) aponta para o modo como a capacidade humana de perceber um signo e associá-lo àquilo a que ele se refere, a partir das interações humanas, permitiu o desenvolvimento dessas interações e da produção de sentido, quer dizer, permitiu o desenvolvimento da mediatização.

Em razão dessas características das interações humanas, do fato de elas não serem baseadas apenas nas mídias tecnológicas ou jornalísticas, Verón (2013), prefere utilizar o termo “dispositivos de comunicação”, em vez de “meios”. Em sua opinião, a palavra “meios” remete muito fortemente a suportes como o jornal, a televisão, o rádio - porque foi um termo muito apropriado pelas teorias da comunicação - podendo passar a ideia errada ao leitor. Esses dispositivos de comunicação são, portanto, parte de uma sequência de operações técnicas que permitem a materialização de uma mensagem.

E quando falamos em signos, estamos nos referindo aqui à já citada concepção peirceana de semiótica, à qual Verón esteve ligado, ou seja, ao modelo triádico em que os signos são compostos por três elementos: 1) *Representamen* - a forma assumida pelo signo (material ou não); 2) Interpretante - o sentido que se faz desse signo; e 3) Objeto - aquilo a que o signo se refere (PEIRCE, 2008). Em seus estudos, Verón (2013) utilizou os termos *primeiridade*, *segundidade* e *terceiridade* para esses elementos, respectivamente.

Mas é preciso estar atento, pois nem todo o fenômeno de produção de sentido é considerado como um fenômeno midiático. Ainda de acordo com Verón (2013), "los dos aspectos cruciales [para que se tenha um fenômeno midiático] son la *autonomización* del mensaje y su *persistencia* em el tiempo"²⁰ (VERÓN, 2013, p. 145, grifos do autor), ou seja, a

²⁰ Tradução: “os dois aspectos cruciais são a autonomia da mensagem e sua persistência no tempo”.

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

Dessa forma, podemos dizer que toda comunicação humana é mediada, que temos um processo de mediação em curso desde o momento em que desenvolvemos a fala há muitos milênios de anos, mas, a diferença é que ao longo dos séculos desenvolvemos diversos suportes técnicos estáveis para essas mensagens, a começar pela escrita, “el primer proceso que combinó la autonomización de signos lingüísticos respecto de la fuente que lo produce, com la persistencia del mensaje en el tiempo”²¹ (VERÓN, 2013, p. 145), ou seja, o primeiro suporte autônomo que supõe a união de técnicas corporais (desenvolvimento cognitivo) com técnicas de fabricação do suporte e do instrumento de escrita. E é essa autonomia e persistência que fazem com que as mensagens transmitidas por esse dispositivo possam ser consideradas como midiáticas (VERÓN, 2013). Por isso, para Verón (2013) “la mediatización es, em el contexto de la evolución de la especie, *la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos*” (VERÓN, 2013, p. 147, grifo do autor).

Isso tudo quer dizer que presenciamos e fazemos parte de uma sociedade imersa em um ambiente altamente tecnologicado, que estabelece novas formas de interação entre o homem e a máquina (SOSTER, 2009). Ou, ainda, que vivemos, a partir dessas tecnologias de comunicação, “um novo modo de ser no mundo” (GOMES, 2016, p. 66), que muda a posição das pessoas da plateia (onde elas são apenas espectadoras) para o palco (onde elas atuam, interagem, interferem diretamente). A mediatização passou a ser o processo interacional de referência²², como apontou José Luiz Braga em 2007.

Dentro dos estudos da comunicação, como aponta ainda Pedro Gomes (2016), isso significa que “a mediatização no processo social aponta para o início do deslocamento de uma sociedade dos meios para uma sociedade em mediatização” (GOMES, 2016, p. 66). Nesse contexto, para esse autor, devemos superar o conceito de mediação – cuja função seria o de

²¹ Tradução: “O primeiro processo que combinou a autonomia de signos linguísticos a respeito da fonte que o produz, com a persistência da mensagem no tempo”

²² Quando Braga (2007) fala em “referência”, ele se refere ao processo que em “um determinado âmbito, “dá o tom” aos processos subsumidos – que funcionam ou passam a funcionar segundo suas lógicas” (BRAGA, 2007, p. 2). Ainda segundo eles, os processos sociais de interação que já existiam, não deixam de existir, mas passam por adaptações, para que possam ser incluídos dentro do processo referencial que serve apenas como um “organizador principal da sociedade” (BRAGA, 2007, p. 2, aspas do autor também). O oral, por exemplo, não deixa de existir, mas ele passa a ser utilizado como um fenômeno midiático quando gravado, registrado e compartilhado.

ligar o indivíduo com o conteúdo emitido, passando a ser essa função atribuída à linguagem apenas -, ainda que existam correntes que afirmem ser a mediação uma espécie da mediação tecnológica, como Sodré (2002), por exemplo, que afirma:

mediatização é uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar “tecnointeração” – caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada “médium” (SODRÉ, 2002, p. 21).

Nós, porém, ficamos com Gomes (2016), acreditando que a mediação é um processo social muito mais profundo, que vai muito além da interação tecnológica, indo por exemplo, cada vez mais na direção de uma “reconfiguração da ecologia comunicacional” (GOMES, 2016, p. 78), ou, como afirma Sá Martino (2019), de uma “articulação entre o ambiente midiático e as práticas sociais dentro de um contexto histórico, social e político” (SÁ MARTINO, 2019, p. 18). Dentro desse cenário, “as tecnologias se convertem em meios” (FAUSTO NETO, 2012, p. 300), de forma que campos de trabalho como o jornalismo (principalmente) são afetados, mas também as formas de organização social. E quando fala em articulação, o autor se refere a “uma ‘negociação’ de sentidos, práticas e significados dentro de uma relação construída e reconstruída a cada momento” (SÁ MARTINO, 2019, p. 21, aspas do autor), em cuja relação há autonomia entre os agentes e onde se evidencia uma conexão. Falamos aqui, é claro, da relação entre a mídia e a sociedade.

Por isso, neste trabalho seguimos o sentido atribuído ao termo mediação pela Linha de Pesquisa Mediação e Processos Sociais do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação da Unisinos, apontada por Braga (2012) como ligada a dois processos:

Um deles, processo tecnológico, corresponde à disponibilização de ações comunicativas mediadas para largas parcelas da população, dosando e redirecionando a comunicação massiva. O outro, processo social, diz respeito a uma entrada experimental de participantes sociais nas práticas e processos antes restritos à indústria cultural – por crítica social, por reivindicações de regulação pública da indústria, por ações sociais organizadas para ocupar espaços de produção e difusão; e certamente pela ativação crítica e intencionada das mediações culturais, por apropriações “em desvio” das interpretações preferenciais da produção (BRAGA, 2012, p. 34, aspas do autor)

Ou seja, é a união e entre o sujeito e a tecnologia, desenvolvida com as capacidades cognitivas aprimoradas ao longo dos milênios e que, agora e cada vez mais, permitem ao homem uma interação social diferenciada, que permite a ele uma interferência mais direta, sem que seja apenas um mero receptor ou emissor. E esse componente humano e mais do que isso, social, é fundamental, pois a tecnologia por si só não tem função nenhuma se a sociedade não

fizer um uso específico dela, se a sociedade não desenvolver uma interação possível por meio dessa tecnologia (BRAGA, 2012).

Nesse contexto, a mídia é um dispositivo de comunicação que desempenha um novo papel, indo além do mero mediador, “para compor uma nova ambiência, perceptível, sobretudo, pela emergência de novas lógicas operacionais e discursivas” (SOSTER e PICINNIN, 2012, p. 119). Como explica ainda Sá Martino (2019), a mídia “passa a ocupar um espaço dentro das práticas sociais” (SÁ MARTINO, 2019, p. 21). Complementando esse pensamento, Sá Martino (2019) diz ainda que deixamos de pensar na ideia de “mídia e” para pensar em “mídia com” ou ainda “mídia na” (SÁ MARTINO, 2019). Passa-se a utilizar expressões como “mídiatização da identidade” ou “identidade mídiatizada” para substituir “mídiatização e identidade”, por exemplo.

A mídia vai, assim, caminhando no sentido para o qual apontou Luhmann (2005) em sua Teoria dos Sistemas, ou seja, o meio vai se tornando cada vez mais uma extensão do homem. Como aponta Soster (2009), “a sociedade passa a regular e ser regulada por dispositivos de natureza tecnológica-comunicacional, - e a internet é a face mais evidente desta simbiose -, de forma que não se possa pensar em separado em um ou outra” (SOSTER, 2009, p. 63).

É dizer, de outra forma, que se trata da

combinatória de conhecimentos e operações estruturadas na forma de tecnologias de informação, que criam novos ambientes, nos quais se produzem novas formas de interações, que têm como referências lógicas processos discursivos voltados para a produção de mensagens (FAUSTO NETO, 2006, p. 9)

Conforme aponta ainda Teixeira-Morelli e Renó (2016), essa tecnologia e esse novo ambiente de interação influencia tanto as nossas vidas, modificando a forma como nos enxergamos, mas também e sobretudo a nossa forma de agir, de sentir e mesmo de ser, “pois, nos insere em uma forma nova de vida, novas relações, novos parâmetros, interferindo até na constituição das identidades pessoais” (TEIXEIRA-MORELLI e RENÓ, 2016, p. 4). Mas não apenas isso. Como aponta Braga (2007), esses processos de referência também afetam a construção da realidade social porque “construímos *socialmente* a realidade social exatamente na medida em que, tentativamente, vamos organizando possibilidades de interação” (BRAGA, 2007, p. 3).

Isso se dá porque, como aponta Soster (2009) “a sociedade passa a perceber e se perceber de forma mais aguda por meio de seus dispositivos de natureza sócio-técnica, mas também discursiva, que acabam por transformar a tecnologia em meio” (SOSTER, 2009, p. 61) e porque a socialização pressupõe uma educação, um aprendizado. É preciso entender os processos que

fazem parte de uma sociedade para compreendê-la como um todo e para ingressar nela. Atualmente, a maioria das atividades dos seres humanos são pensadas em relação com a tecnologia, isso quando não estamos preocupados em publicizar essas atividades, porque chega-se a um ponto em que “para ser reconhecido como real, deve ser publicitado” (GOMES, 2016, p. 96), e isso vai desde situações comuns do cotidiano, como ir ao trabalho, até uma viagem especial ou eventos políticos.

Quando há uma transformação como essa, são criadas novas realidades, e aqui falamos de realidade no sentido proposto por Luhmann (2005), de que ela “não é nada mais que um indicador de que o sistema foi aprovado ao prestar provas de consciência. Realidade é obtida internamente no sistema pelo fato de ele atribuir sentidos” (LUHMANN, 2005, p. 23). A essa transformação, chamamos de midiatização. E ela se dá dentro do contexto de uma sociedade em vias de midiatização.

E dentro desse processo de mundo em vias de midiatização, estão inseridas tanto as novas tecnologias (como smartphones, por exemplo, que são um dos principais objetos desse novo universo, porque estão sempre na palma da mão dos indivíduos), como os chamados meios massivos (TVs, Rádios, Revistas, Jornais, que aliás, podem ser acessados, em sua maioria, através dos smartphones). Cada um deles tem seu papel nesse cenário midiatizado e alguns deles compõem nosso objeto de pesquisa.

Aliás, consideramos interessante compartilhar aqui uma reflexão que se faz a partir da leitura de Gomes (2016) quando ele pensa sobre o papel dos meios massivos dentro de um cenário de mundo midiatizado, em que as relações sociais, desde as familiares até as comunitárias, passando pelos grupos de amigos, escola, trabalho e igreja (entre outros), e até mesmo a diferenciação do que é público e do que é privado, são alterados pela lógica midiática. Consideramos esse ponto importante por relacionar-se ao dispositivo revista, que nos interessa aqui, já que é nosso objeto de pesquisa. Temos consciência de que o tempo de mundo hoje é diferente do da década de 1980, quando ainda não estavam presentes nas vidas das pessoas esse universo digital e de redes que há hoje. Porém, ainda assim, isso diz muito a respeito do papel da revista em uma sociedade em vias de midiatização.

Gomes (2016) aponta para a importância cada vez maior desses meios massivos na formação dos indivíduos, inclusive na formação identitária, no sentimento de pertencimento a um determinado grupo. Isso acontece, segundo ele, porque, de um lado, consumir um mesmo produto cultural faz com que elas se sintam parte integrante de uma coletividade, se sintam em uma esfera de socialização com os demais integrantes daquele grupo que consome aquele produto; de outro lado, isso se dá porque “os pontos referenciais, necessários ao

estabelecimento da identidade e do sentido de vida das pessoas, são fornecidos, na maioria das vezes, pela interpretação do mundo que é feita através dos meios massivos” (GOMES, 2016, p. 82). Esses meios de comunicação fazem parte do sentido que as pessoas dão para suas próprias vidas, e, como dito anteriormente, cada vez com mais força, já que, agora, elas estão presentes na vida dos indivíduos desde a mais tenra idade.

Em sua definição, Gomes traz o exemplo dos bebês que já não ouvem as histórias serem contadas por suas mães, e sim pela TV, pelo computador ou pelo smartphone, “não porque a mãe não queira ou não saiba contar histórias, mas porque a estruturação da vida contemporânea a impede” (GOMES, 2016, p. 84). Essas histórias são universalizadas e muitos ouvintes/espectadores terão contato com exatamente a mesma narração, que impactará sobre eles de alguma forma - ainda que tenha resultados diferentes, mas com base na mesma experiência. Pensamos que um processo muito semelhante se dá quando uma revista, lida por um grande número de integrantes da sociedade, decide recontar a história dessa sociedade, resgatando elementos da cultura desse grupo e criando outros a partir desse resgate histórico, a fim de caracterizar essa história, essa cultura, essa identidade, inclusive com a realização de uma festa.

Por isso, concordamos com Gomes quando afirma que “compreender os processos de comunicação massiva implica hoje poder dar conta da rearticulação das demarcações simbólicas que aí se produzem, e de como são elas que nos asseguram o valor e a força das identidades coletivas” (GOMES, 2016, p. 88). E essa é apenas uma das dinâmicas desencadeadas pelo processo de midiaticização quando ele é absorvido pela sociedade.

O fato é que o ser humano se relaciona de forma diferente com a tecnologia, o que implica em um relacionamento diferente também com a realidade que o circunda. Ou seja, essa realidade é cada vez mais mediada no sentido de que “o ser humano vê pelas lentes de sua inserção histórico-cultural” (BRAGA, 2012, p. 32).

Voltando à Verón (2013) e à questão do fenômeno midiático, ele chama ainda a atenção para a importância de percebermos que todo fenômeno midiático envolve tanto os níveis de *produção*, quanto os níveis de *reconhecimento* e que a autonomia e persistência devem dizer respeito tanto à fonte como ao destino da mensagem que se quer transmitir. É aí que entram as reflexões a respeito da *circulação do sentido*. Sobre isso, falaremos em um subcapítulo separado que inicia a seguir.

3.2 A circulação do sentido

A respeito da circulação e dos componentes emissor e receptor, Verón (2013) aponta que quando se observa o processo semiótico, é possível perceber a existência de uma defasagem entre produção e reconhecimento, ou seja, não há uma linearidade na *circulação* do sentido.

Para ele,

la primeridad del proceso es la materialización del sentido en soportes que hacen posible su autonomía, mientras que la secundariedad tiene que ver con la historia generada por la persistencia del soporte. Cuando el sentido cobra cuerpo y entra en relaciones históricas, se plantea inmediatamente la terceridad de las reglas que definen las condiciones de acceso a sentido, es decir, las condiciones de su circulación (VERÓN, 2013, p. 148)²³.

Essas três etapas compreendem o processo de materialidade de um fenômeno midiático, mas também afetam aquilo que Verón (2013) vai chamar de Gramáticas de Produção e as Gramáticas de Reconhecimento. Dentro da cadeia da semiose, essas duas gramáticas estão em lados opostos da mensagem e dependem, por sua vez, de Condições de Produção e de Condições de Reconhecimento, respectivamente, ou seja, pressupõem “lógicas qualitativamente distintas” (VERÓN, 2013, p. 148).

Walther-Bense (2000) segue essa linha, apontando que toda a interação comunicacional acontece a partir de uma relação entre dois repertórios de signos, um deles do emissor e o outro do receptor e que esses repertórios não são necessariamente homogêneos, ou seja, há diferenças entre eles, ainda que exista também uma zona compartilhada, comum para ambas as partes, que sofre com uma tensão causada pela zona das diferenças. Isso nos mostra, como também já foi apontado por Verón (1981), que “a produção de sentido depende do social” (VERÓN, 1981, p. 173). Uma leitura de Luhmann (2011) – como o faz o próprio Verón (2013) – vai apontar que essas diferenças são causadas porque os sistemas sociais são baseados em sistemas psíquicos individuais ou ainda, conforme Verón (2013) em sistemas biológicos que são autorreferenciais e auto-organizantes. O social está presente em tudo, inclusive na linguagem, de forma que todo o sentido pode ser considerado social (VERÓN, 1981).

O fato é que, “na *sociedade em vias de midiatização*, estamos diante de um novo cenário sócio-técnico-discursivo que constitui as novas interações entre produção/recepção numa *nova arquitetura comunicacional* (FAUSTO NETO, 2010, 2018). Estas resultam diretamente, de “novas formas de organização de circulação de discursos” (FAUSTO NETO, 2010, p. 6). Ou

²³ Tradução: “a primeiridade do processo tem a ver com a materialização do significado nos suportes que possibilitam sua autonomia, enquanto a secundariedade tem a ver com a história gerada pela persistência do suporte. Quando o sentido toma forma e entra em relações históricas, a terceira das regras que define as condições de acesso ao significado, ou seja, as condições de sua circulação, é imediatamente proposta”.

seja, a circulação não pode mais ser vista como um lugar onde os discursos passam de forma automática, mas como um circuito que torna possível o processo de produção e compreensão de sentidos. É, como o próprio Fausto Neto (2010) chama, um terceiro polo dentro do processo de comunicação, que já contava com a emissão e com a recepção, e que tem um funcionamento e efeitos próprios.

Nesse sentido, Ferreira (2013) descreve a circulação como

(...) um lugar de inscrição que se transforma em operador de novas condições de produção e de recepção, e, ao mesmo tempo, passagem e meio. Nesse duplo movimento observa-se um deslocamento/reescalamento, instalando novas lógicas de classificação em contextos interacionais em que está inserido (FERREIRA, 2013, p. 147).

Pode-se dizer, portanto, seguindo o que aponta Soster (2018), que a circulação é uma organizadora dessa nova arquitetura comunicacional (FAUSTO NETO, 2010, 2018) -, porque a circulação serve de caminho para que os acontecimentos sociais se transformem em conteúdo jornalístico e depois alcancem os leitores, espectadores, ouvintes, etc (SOSTER, 2018). Pode-se acrescentar a isso ainda o pensamento de Braga (2012), segundo o qual a circulação pode ser vista “como o espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação” (BRAGA, 2012, p. 38). Ou seja, a mensagem é mandada, recebida, entendida, interpretada, compartilhada com diferentes opiniões, a partir das quais é novamente recebida por outras pessoas, reinterpretada, e em alguns casos recebida por aqueles que emitiram a mensagem de forma ressignificada. É o que Braga (2012) chama de “fluxo adiante” que vai

[...] desde a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples “conversa de bar” sobre um filme recém visto; a uma retomada de ideias para gerar outros produtos (em sintonia ou contraposição); a uma estimulação de debates, análises, polêmicas – em processo agonístico; a esforços de sistematização analítica ou estudos sobre o tipo de questão inicialmente exposta; passando ainda por outras possibilidades, incluindo aí, naturalmente a circulação que se manifesta nas redes sociais (BRAGA, 2012, p. 39-40).

Ou seja, durante muito tempo a questão da circulação foi praticamente deixada de lado pelos estudiosos²⁴, depois, quando ganhou seus primeiros estudos, passou a ser imaginada como uma zona de transmissão entre a emissão, que era como um acionador de conteúdo, e a recepção, apenas uma massa passiva. E nesse cenário, dentro dessa zona, nada ocorria que pudesse complexificar ou contrariar a natureza do fluxo previsto. Nesse momento que vivemos,

²⁴ Conforme Machado (2008, p. 21), “mais de 300 anos depois da defesa da primeira tese de doutorado em jornalismo (1690), a circulação é uma das áreas menos tratadas pela literatura especializada”, cenário esse que só vem mudando em um período muito recente, principalmente com a ascensão dos estudos sobre midiaticização.

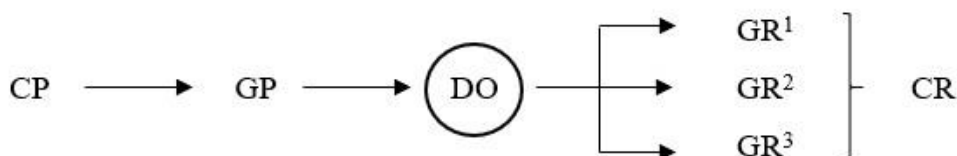
porém, as estruturas de relação entre produtores e receptores estão ainda mais evidentes e a circulação passa a ser vista como um espaço onde “o receptor é re-situado em outros papéis na própria arquitetura comunicacional emergente” (FAUSTO NETO, 2010, p. 6) de forma que emissor e receptor sofrem as influências desse polo que é a circulação.

Dentro desse cenário e no que se refere à produção de sentido, Gomes (2016) chama a atenção para o fato de que essa produção não se dá em um outro polo especificamente, mas na união de ambos. É a junção do olhar do produtor de um determinado conteúdo, com o olhar daquele que assiste, lê ou ouve esse conteúdo. Por isso, Gomes (2016) afirma que “os produtos dos processos midiáticos são *entes de razão com fundamento na realidade*” (GOMES, 2016, p. 44, grifo do autor) e que, se o sentido se estabelece na relação entre os dois, “deve-se concluir que o resultado dos processos midiáticos é uma realidade terceira que guarda semelhança com a realidade original, mas que com ela não se identifica totalmente” (GOMES, 2016, p. 44).

Por isso, é tão importante que a análise dos processos midiáticos compreenda o sistema como um todo, que contém partes independentes, mas que se relacionam profundamente para tornar possível a produção de sentido. Eis a Complexidade dos processos midiáticos da qual fala Gomes (2016). Segundo ele, é por causa dessa complexidade que a pesquisa em torno dos processos midiáticos deve levar em consideração tanto o processo de comunicação quanto os meios de comunicação e seus processos. Citando o físico teórico austríaco Fritjof Capra²⁵, Gomes (2016) aponta para a relação entre a parte e o todo como pertencente a um novo paradigma, em que as propriedades das partes só podem ser compreendidas a partir da dinâmica do todo.

Para Verón (2013) um esquema capaz de observar a produção, o reconhecimento e a circulação do sentido, nessa dinâmica de partes inseridas no todo, é o seguinte:

Esquema 1: esquema proposto por Verón (2013) para compreender a circulação



Fonte: Verón (2013)

²⁵ Nascido em Viena, na Áustria em fevereiro de 1939, Capra é físico, epistemólogo (com incursões nas ciências sociais, na ecologia, na psicologia e na administração), e vive nos Estados Unidos. É considerado como um dos constituintes da ecologia política e seus livros e entre eles especialmente a obra *Ponto de Mutação* (1982), se tornaram referência para o pensamento sistêmico porque comparam o pensamento cartesiano, reducionista, com o paradigma holista ou sistêmico - que vê o todo como indissociável (BOEIRA, 2002)

Nesse esquema CP corresponde a Condições de Produção; GP a Gramáticas de Produção; DO ao Discurso Objeto ou ao Objeto/Conteúdo/Produto analisado; GR às Gramáticas de Reconhecimento e CR às Condições de Reconhecimento. Juntos esses elementos formariam uma cadeia de semiose completa.

Nas palavras de Verón (2013),

el esquema presenta un eslabón de la cadena de la semiosis al que entramos por un producto específico, que es nuestro discurso objeto (DO). El DO es la configuración empírica, material, de signos que puede ser sometida a análisis. Postulamos que las propiedades del DO que nos interesa identificar remiten a una gramática de producción (GP) que da cuenta de esas propiedades²⁶ (VERÓN, 2013, p. 293).

Verón (2013) esclarece ainda que as gramáticas de produção (GPs) são responsáveis por formalizar as propriedades do Discurso Objeto (DO) analisado, e que as Condições de Produção (CP) do esquema podem ser econômicas, sociais, políticas, históricas, etc, e são fundamentais para a existência de uma determinada GP. É a partir desse esquema que o autor dá ênfase para a sua já mencionada ideia de defasagem entre a produção e o reconhecimento, que tornam a circulação não linear. Essa não linearidade está posta na pluralidade das Gramáticas de Reconhecimento (GRs) possíveis e elas “exigen, a su vez, para su explicación, un reenvío a condiciones de reconocimiento (CR)” (VERÓN, 2013, p. 293).

Ainda sobre a defasagem, ela é considerada como uma das grandes viradas epistemológicas nos estudos de Verón e é de fundamental importância porque ressignifica a forma como percebemos a interação na era da midiatização.

Conforme Ferreira (2016),

O pressuposto é que a midiatização revela as diferenciações dos processos de significação. Nesse sentido, a semiose é a infraestrutura do processo de significação. A espécie [humana] se diferencia de outras espécies animais pela riqueza em contrapor-se à diferenciação e defasagem por meio de uma parafernália superestrutural – constituindo uma cultura específica. A superestrutura analisada por Verón é a interação discursiva conforme o modelo canônico, em que atores, instituições midiatizadas e instituições midiáticas estão em interação. Entretanto, há outras superestruturas além do discurso (normas e valores, em especial). Entre a semiose e o discurso, há a linguagem (e nisso, os humanos são próximos de outras espécies animais), os códigos, a língua (e nisso começamos a nos diferenciar, pela interposição da lógica), a técnica e a tecnologia (FERREIRA, 2016, p. 203).

²⁶ Numa tradução livre: “O esquema apresenta um elo na cadeia de semiose, a qual entramos através de um produto específico, que é o nosso discurso objeto (DO). O DO é a configuração empírica, material, de signos que podem ser analisados. Postulamos que as propriedades DO que estamos interessadas em identificar se referem a uma gramática de produção (GP) que é responsável por essas propriedades.”

Assim, essas defasagens apontadas por Verón são amostras de um processo que surge com cada vez mais evidência a partir dos discursos e que questiona, muitas vezes, aspectos sócio-históricos da linguagem, dos códigos de comunicação humana, enquanto que a língua e os discursos, tidas por Verón como construções sócio-históricas “pós-ritualísticas” teriam – entre outros ou junto de outros meios, como os valores sociais, a técnica e a tecnologia – a função de regular esse processo de defasagem (FERREIRA, 2016). Porque, ainda conforme Ferreira (2016), diferentemente de outras espécies que se regulam por meio dos rituais e de relações de poder e de violência, o humano “vive a tensão entre os rituais e o poder, a necessidade lógica, a busca da cooperação, da transcendência e, até mesmo, da comunicação entre os diferentes, tentando romper com a violência como paradigma de resolução” (FERREIRA, 2016, p. 204). E por isso a importância de compreender a mediação, porque é nela que essa tensão se manifesta.

No entanto, pesquisas mais recentes apontam que já ultrapassamos essa concepção de que a defasagem é o lugar da circulação. De acordo com Fausto Neto (2018), o pensamento de Verón não estava errado, porém, a ideia de defasagem entre produção e reconhecimento surge num período em que a circulação não deixava visível os traços de sua atividade e ainda não havia instrumentos empíricos adequados para que se pudesse analisar esse local da circulação como algo mais complexo. Por isso, essa sua teoria é considerada hoje, limitada, ainda que tenha sido, como já dito anteriormente, fundamental para que deixássemos de pensar na circulação como uma zona de automatismo, de passagem apenas, e sim como um espaço fundamental para a construção de sentidos.

Levam em conta a maior corporeidade da internet e de suas práticas discursivas - e o aumento das chances de rastreamento do espaço de circulação – essas pesquisas apontam para a circulação como sendo uma zona articuladora das diferentes gramáticas. Para além da defasagem entre a produção e o reconhecimento, é preciso olhar para esse lugar como um espaço de aproximação entre elas, ainda que numa dinâmica não linear, o que é característica dela também. Essa dinâmica é caracterizada por *feedbacks* complexos entre os dois polos cujas lógicas são diferentes, mas que agem um sobre o outro, de um modo muito semelhante àquele apontado por Luhmann (2011) no conceito de interpenetração da teoria sistêmica, onde ele descreve o funcionamento de diferentes sistemas que operam um no entorno do outro, colocando seus processos e suas complexidades à disposição um do outro também.

Ou seja,

Ela deixa de ser um conceito associado à defasagem e passa a ser compreendida como instância de articulação entre ofertadores e usuários de discursos, a partir das noções de espaço (distância) – temporalidades. A circulação despontaria como um novo dispositivo ao ser transformada em um lugar no qual instituições e atores sociais se encontram em torno de “jogos enunciativos complexos”. Nestas condições, resulta que a circulação se descolaria de um quadro conceitual que a situaria como um intervalo – ou mesmo desajuste – constituindo-se em um lugar no qual se processam operações de investimentos de sentidos que envolvem vários níveis de discursividades (FAUSTO NETO, 2018, p. 22).

A circulação passa a ser vista como um espaço de lógicas e gramáticas próprias (em especial quando se considera a internet), permeada de práticas sociais, uma "'região' na qual os sentidos não apenas transitam, mas também são tecidos" (FAUSTO NETO, 2018, p. 30), ou seja, que não é em nada passiva, mas que se apropria dos signos para a construção de sentidos, e isso, em muitas direções ao mesmo tempo, em feixes.

Aplicando ao tema de nossa pesquisa que é a midiatização da identidade, podemos perceber que é de fundamental importância a circulação das informações sobre a Oktoberfest para que se reconfigure a ideia de identidade germânica. É claro que na década de 1980 ainda não contávamos com a existência de redes sociais que ampliaram em muito a circulação e que acrescentam ao conceito um processo de interação maior, “afetando as condições de vínculos entre produtores e receptores, ensejando novos modos de interação entre instituições, mídias e atores sociais” (FAUSTO NETO, 2010), porém, olhando à luz da teoria, podemos perceber que no trabalho realizado pela revista houve uma gramática de produção e houve uma gramática de reconhecimento dentro de um processo semiótico de circulação.

Voltamos, portanto, para uma das reflexões que estamos propondo nesse trabalho de dissertação a respeito do papel e da importância da processualidade da midiatização para a constituição identitária e sobre como cada um dos elementos, cada um dos fenômenos midiáticos registrados e que constituem a midiatização da Oktoberfest de Santa Cruz do Sul, contribuiu para a constituição da identidade germânica que existe hoje na cidade. Tem-se tornado mais evidente que, como afirma Gomes (2016),

[...] a mídia brasileira exerce, hoje, um papel primordial na interpretação da sociedade e reflete de forma ímpar os meandros dessa sociedade. Ao mesmo tempo, ela se impõe como necessária às pessoas para que possam elaborar seu sentido de vida e sua localização no concerto da comunidade” (GOMES, 2016, p. 40).

Vai chegando o momento, portanto, de conhecermos com mais detalhes esses elementos em relação à Revista Alto Falante e sua narrativa sobre a Oktoberfest. Antes, porém, consideramos importante trazer alguns parágrafos sobre a relação entre a midiatização e a

narrativa (assim como falamos sobre a relação entre a identidade e a narrativa), para ampliarmos o entendimento a respeito dessa tríade que serve de base para a nossa pesquisa.

3.3 Mdiatização e narrativa

Qual a relação entre a narrativa e a midiatização? Essa relação inicia pelo fenômeno midiático. Como já dissemos anteriormente, um fenômeno midiático é caracterizado pela existência de autonomia e persistência relacionadas ao objeto em questão. Segundo Soster (2019), as narrativas “se transformam em fenômenos midiáticos a partir do momento em que são registradas por dispositivos tecnológicos” (SOSTER, 2019, p. 3). Nesse caso, a própria Revista Alto Falante pode ser considerada como o mecanismo que proporciona as referidas características à narrativa sobre a Oktoberfest. Essa autonomia e persistência podem ser facilmente comprovadas pelo fato de mais de 30 anos depois da publicação das edições da revista elas ainda serem guardadas, lidas e utilizadas como referência histórica.

Também podemos pensar essa relação a partir do que diz Verón (2013), quando ele aponta que os fenômenos midiáticos se dão por meio de gramáticas de produção de sentido que possuem, como também já falamos anteriormente, três elementos, ou três níveis de compreensão que constituem a cadeia semiótica: a primeiridade, a secundidade e a terceiridade. Dentro desse esquema, a primeiridade é a responsável pela autonomia a partir da materialização dos sentidos por meio de um dispositivo. A partir dessa primeiridade, a narrativa vai ganhando alcance, se separando do dispositivo, passando a ter a devida *autonomia*. Nesse momento temos então a secundidade, que serão as ideias que serão construídas a partir da leitura ou escuta dessa narrativa. E por fim, apenas para completar a tríade, temos os fatos em si, ou como nos diz Verón (2013): “Cuando el sentido cobra cuerpo y entra em relaciones históricas, se plantea inmediatamente, la terceridad de las reglas que definen las condiciones de acceso ao sentido, es decir, las condiciones de su circulación”. (VERÓN, 2013 p. 148-149).

No entanto é preciso atentar para o fato de que a narrativa de uma revista é uma narrativa jornalística e que, portanto, possui algumas particularidades que devem ser observadas e compreendidas. Em função dessas características, algumas pessoas podem até mesmo questionar a existência de uma narrativa no texto jornalístico ou, ao menos, se perguntar se é possível analisar esse tipo de narrativa. Em relação a isso, Motta (2013) nos tranquiliza: sim, há narrativa porque o jornalismo nos relata eventos de interesse humano, e o faz contando “processos de mudança, processos de alteração e de sucessão inter-relacionados” (MOTTA, 2013, p 71), e sim, é possível analisá-las da forma que explicaremos a seguir.

Essas narrativas, em muitos casos são representadas por textos mais curtos do que romances ou contos, como é o caso das notícias e reportagens. No caso das reportagens, há situações em que os editores chegam a permitir que o texto seja construído com mais liberdade, de forma que eventualmente surgem reportagens com uma linguagem quase literária, aproximando-se ainda mais daquilo que conhecemos por narrativa, na perspectiva de uma subjetividade e de um ponto de vista humano. “O texto desse gênero de reportagem afasta-se do jornalismo duro do dia a dia, adquire maior dramaticidade, uma estrutura semelhante à do conto, e pode ser estudado conforme qualquer outra narrativa de ficção”, explica Motta (2013, p 95). “Entretanto, o relato jornalístico por excelência é de outro tipo e gênero. A grande maioria das notícias do dia a dia é redigida em terceira pessoa, numa linguagem descritiva, direta e objetivada”, (MOTTA, 2013, p 96) aponta o autor.

No caso da Revista Alto Falante, a linguagem utilizada, na maior parte dos casos, é a linguagem tradicional do jornalismo, especialmente no que se refere aos textos relacionados à Oktoberfest, mas também é preciso levar em conta que em muitas edições - aquelas consideradas especiais -, o conteúdo produzido sobre a Festa da Alegria, vai muito além do tradicional, porque foram diversas páginas dedicadas à explicar a programação, a origem, a estrutura, os objetivos da festa, etc, chegando a totalizar mais de 20 páginas sobre o assunto em um único número. Pode-se dizer que nessas edições foram produzidas séries de notícias e reportagens sobre a Oktoberfest.

Segundo o autor, a análise desse tipo de texto – as notícias - é um pouco mais difícil, porque o estilo duro é pobre em manifestações subjetivas. Esse é, claro, seu objetivo, uma vez que o jornalista tem procura transcrever a realidade, o que torna o texto muitas vezes fragmentado e inconcluso, sem a “pretensão de encadear sequências integrais nem de compor uma intriga no sentido integral do termo”. Ainda assim, é possível perceber a narrativa dentro deles. Como? Segundo Motta, observando como elas lidam com o tempo e o organizam.

O tempo no relato jornalístico é difuso, anárquico, invertido. Por isso, a lógica e a sintaxe narrativas só despontarão se pudermos reconfigurar os relatos como unidade temáticas, histórias que contenham princípio, meio e final de uma história única (como aliás fazem, de maneira natural, os leitores, ouvintes e telespectadores nos atos de recepção). Reunindo informações dispersas sobre um mesmo tema ou assunto (que podem estar separadas por intervalos de dias, semanas ou meses no noticiário), o analista junta as pontas, encontra os conectivos e encadeamentos narrativos, os antecedentes e consequentes, recompõe a serialidade, a sequência e a continuidade da intriga, como o leitor faz corriqueiramente (MOTTA, 2013, p 96-97).

Percebe-se a partir dessa explicação que a sucessão inerente à narrativa está presente na notícia jornalística também, porém em uma lógica diferente da narrativa tradicional. É um

pouco mais trabalhosa a análise, mas muito possível, uma vez que fazemos isso inconscientemente ao lermos, ouvirmos ou assistirmos uma notícia – ou uma sequência delas. Além dos elementos citados, também não podemos esquecer que tanto a notícia quanto a reportagem trazem outros elementos narrativos tais como as personagens, um narrador e um acontecimento que se dá em um determinado tempo e no espaço.

Ainda dentro das narrativas jornalísticas, outra coisa que precisamos considerar são as fotografias. Podemos encontrar narrativa nelas também? Há correntes de pensamento que afirmam que sim, que as fotografias estão impregnadas de narrativas, a começar pelo fato de que, em essência, uma fotografia tem como objetivo mostrar algo ou até mesmo contar uma história, em especial quando falamos de fotografia documental ou de fotojornalismo (SHORT, 2013). Ela é uma representação da realidade e tem a capacidade de “transmitir a essência absoluta da intenção por trás da imagem, ao captar os aspectos fundamentais do instante, da pessoa, do acontecimento ou da ideia” (SHORT, 2013, p. 110).

A narrativa fotográfica nem sempre contará com a estrutura tradicional de narrativa, de início, meio e fim. Ela “pode simplesmente dar a entender o que aconteceu ou sugerir o que pode vir a acontecer” (SHORT, 2013, p. 98). Conforme Short (2013), as narrativas fotográficas também podem ser encontradas em sequências de fotos, quando uma conversa com a outra, apontando para uma espécie de enredo. Mas não apenas dessa forma. Imagens individuais também podem transmitir uma narrativa, porque todas elas são repletas de signos e símbolos – tanto quanto as narrativas textuais - que falam diretamente (e muitas vezes inconscientemente) ao espectador da fotografia (SQUIRE, 2014). Além disso, o instante fotografado deixa subentendido um antes e um depois daquele registro.

É preciso ter em mente mais uma vez o processo de semiose descrito por Peirce (2008) e sobre o qual já falamos aqui. Para que possamos compreender uma fotografia, portanto, precisamos saber ler essa fotografia, assimilando os signos e aquilo que eles representam. É o que Short (2013), seguindo a ideia de Peirce, chama de “indicialidade” (p. 124), ou seja, a ideia de que “onde há fumaça, há fogo”, por exemplo; ou onde há pegadas, há alguém caminhando. O signo indicial é aquele que tem um referente direto na realidade e cuja existência pode ser, assim, reconhecida pelo receptor. “É um movimento de signo para signo que tem um significado social, cultural e histórico reconhecível” (SQUIRE, 2014, p. 2). As fotografias jornalísticas, a exemplo das publicadas na Revista Alto Falante, representam instantes que a história também pode dar conta.

Conforme aponta Salkeld (2014), “nós “damos” significado aos objetos do mundo” (p. 47) e precisamos aprender esses significados para que possamos compreender as coisas que

vemos em uma fotografia. Precisamos levar em conta que a fotografia parte “de um certo ponto de vista, refratada através de uma lente especial, sujeita às escolhas de enquadramento, exposição e processamento e transformada em uma imagem bidimensional” (SALKELD, 2014, p. 47) em preto e branco ou à cores, e que todas essas escolhas feitas pelo fotógrafo carregam essa fotografia de significados que são compreendidos a partir da linguagem, que nos permite “pensar, expressar e comunicar ideias e sentimentos sutis e complexos” (SALKELD, 2014, p. 48).

Por isso tudo, dizemos que as narrativas fotográficas podem ir muito além das aparências (SHORT, 2013).²⁷ Elas podem facilmente captar o temperamento de alguém, suas características pessoais, e assim, “fotografias podem ajudar a confirmar, ou até mesmo criar, nossa ideia de história pessoal e identidade. Podemos usar fotos para retratar nossa identidade; uma identidade que pode ser consciente ou construída” (SHORT, 2013, p. 12). E imagens postas em circulação, midiaticizadas, dão sua própria contribuição ao processo de produção de sentidos inerente à essa circulação. Elas ajudam a construir um imaginário, como aponta Rosa (2019). Quer dizer, elas são fruto de uma produção de sentido, já que o fotojornalista que vai registrar os fatos ou acontecimentos vai fazê-lo de acordo com seu ponto de vista. As fotografias também são, porém, fonte de produção de novos sentidos, porque é igualmente necessário considerar aqueles que vão interpretar a fotografia com sua própria visão de mundo (PRASS; ROSA, 2018). E assim, conforme essas imagens vão sendo apresentadas e reapresentadas na mídia, mais do que suas características iniciais, elas passam “a convocar um conjunto de imagens e de relações interiores que nos permitem estabelecer sentidos” (ROSA, 2019, p. 156).

Algumas imagens chegam mesmo ao ponto de se transformarem naquilo que Ana Paula da Rosa chama de “imagens-totens”, ou seja, por meio de processos midiáticos que envolvem desde lógicas jornalísticas até consensos sociais subjetivos, eventualmente alguma imagem se “configura como um símbolo do fato ou objeto, sobrevivendo para além do tempo do próprio acontecimento” (ROSA, 2014, p. 15). A partir disso, “tal imagem ingressa num outro plano, o do totêmico, isto é, passa a integrar estruturas do social que hierarquizam outras estruturas, portanto, se torna estruturante das leituras do mundo” (ROSA, 2014, p. 14-15), porque a partir delas novos discursos vão sendo elaborados e reelaborados (ROSA, 2014).

Mas que imaginários sociais emergem do que transita no imaginário midiático? Rosa (2019) também fez essa pergunta e mais uma: como as imagens midiaticizadas nos tocam e como as tocamos?

²⁷ Nossa intenção aqui não é discutir as formas contemporâneas de manipulação das fotografias, que atualmente colocam em xeque a indicialidade desse produto de mídia.

Rosa defende a ideia da existência de circuitos interacionais que colocam as imagens em um fluxo de materialidade e imaterialidade, baseado na internalização e rememoração. Ela ressalta que é no processo de circulação que as imagens-totens se evidenciam e que a partir disso algumas imagens são autonomizadas, passando a atuar como uma sombra daquela ideia. Nos casos em que a ou as imagens relacionadas a um fato não só podem como são regularmente publicadas e republicadas, essa sombra só fica mais forte (ROSA, 2019). A facilidade que as tecnologias proporcionam para a construção de bancos de imagens e utilização e reutilização delas, também favorece esse cenário.

E aqui, consideramos interessante apontar, tendo como base a festa germânica realizada em Santa Cruz do Sul, que essa sombra talvez se construa não apenas com base em uma única imagem relacionada ao fato, mas num conjunto de imagens muito semelhantes que ano a ano vão sendo feitas e compartilhadas. Uma rápida busca no Google Imagens utilizando as palavras *Oktoberfest Santa Cruz do Sul*, nos mostra grande número de fotografias de pessoas dançando, brindando, rindo e comemorando. Percebe-se que muitas dessas imagens foram feitas durante os tradicionais desfiles que ocorrem no centro da cidade durante o evento. O mosaico de imagens abaixo (Imagem 5) demonstra o que queremos dizer.

Imagem 5: mosaico de fotos da Oktoberfest Santa Cruz do Sul encontradas em busca no Google Imagens



Fonte: Google Imagens

Chama a atenção que o esquema de cores que aparece nas fotos é semelhante. Bastante vermelho e preto, além de um pouco amarelo e branco e em alguns detalhes o verde. Ressalta-se que a bandeira alemã possui justamente as cores preta, vermelha e amarela, que acabam por

caracterizar todo o evento. O mais importante aqui, porém, é perceber que essas fotos são de diferentes anos e momentos dos desfiles, mas elas sempre estão presentes, principalmente nas publicações dos veículos de imprensa tradicionais, uma vez que, conforme mostra a própria busca no Google Imagens, elas foram compartilhadas por portais como Portal Gaz²⁸, Revista Beer Art²⁹, Gaúcha ZH³⁰, e Rádio Santa Cruz³¹, entre outros. Por que essas imagens sempre são feitas e compartilhadas ainda que representem momentos tão semelhantes e que parecem redundar? Elas seriam, em seu conjunto, a sombra apontada por Rosa (2019) da ideia que se tem de Oktoberfest?

A partir da leitura de Rosa (2014, 2016, 2019) e de Prass e Rosa (2018) percebemos a importância da imagem para a construção dos sentidos, numa associação ao texto. Não se trata apenas da facilidade de visualização de um cenário, ainda que isso seja importante - sem as fotografias que mostram a Oktoberfest em seus diversos momentos, seriam necessários quanto parágrafos de descrições do evento? e essas descrições teriam a mesma efetividade das fotos? -, mas do papel das imagens para a internalização de ideias, de padrões, de características que juntas formam uma identidade. Basta pensar em Oktoberfest e, na maior parte dos casos, se não em todos, é muito mais fácil lembrar de uma fotografia que mostra pessoas vestindo roupas típicas, dançando ou com canecos de chope na mão, do que num texto que as descreva. Tudo isso vai nos "indicando que a imagem não é um registro, mas a condensação do mundo, a metáfora visual do que somos incapazes de traduzir" (ROSA, 2019, p. 164).

Assim, podemos dizer que ao abordar a realização das primeiras edições da Oktoberfest de Santa Cruz do Sul, ainda na década de 1980, por meio de texto e imagens, a Alto Falante ajudou a construir significados para essa festa ao apontar aquilo que a constituía e acabou se tornando uma identidade. Agora, então, passaremos a olhar para a Alto Falante a fim de que possamos trazer mais informações e detalhes a respeito da processualidade da midiaticização a partir dela e de sua narrativa sobre a Oktoberfest de Santa Cruz do Sul.

²⁸ <http://www.gaz.com.br/conteudos/oktoberfest/2018/10/12/131665-primeiro-desfile-tematico-da-oktober-e-neste-domingo-veja-o-cronograma.html.php>

²⁹ <https://revistabeerart.com/eventos/oktoberfest-santa-cruz>

³⁰ <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/viagem/noticia/2016/10/comer-beber-e-dancar-passeio-pela-oktoberfest-de-santa-cruz-do-sul-7775368.html>

³¹ <https://radiosantacruz.com.br/online/vai-comecar-a-festa-da-alegria/>

4 A ALTO FALANTE

Nesse capítulo vamos falar sobre o nosso objeto de pesquisa: a revista Alto Falante. Iniciaremos contando um pouco de sua história e então daremos início ao trabalho de reconhecimento e análise da processualidade da midiaticização da Oktoberfest a partir dela e da narrativa desse conteúdo que foi midiaticizado. Como já definido, é assim que alcançaremos o objetivo de compreender o papel dessa midiaticização na (re)configuração da ideia de identidade germânica.

A Alto Falante foi um veículo que circulou em Santa Cruz do Sul na década de 1980, mais especificamente entre os anos de 1981 e 1989. Ela surgiu como um jornal/revista – assim mesmo, sem uma definição exata - a partir da iniciativa de três amigos jornalistas, sendo eles Voltaire Trindade, Luiz Antonio Barreto e Luiz Henrique Kühn. Segundo entrevista concedida por Luiz Henrique Kühn ao projeto de extensão *A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul* da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc)³², a inspiração para criar a Alto Falante veio de outras revistas e jornais que estavam circulando por Porto Alegre e pelo Brasil, como por exemplo *O Pasquim* e também o *CooJornal*.

A ideia era fazer algo diferente do que era feito até então na cidade, uma publicação alternativa, porém sem a pretensão de ser tão revolucionária ou tão contra hegemônica quanto eram suas referências. Os jornalistas envolvidos em sua criação trabalhavam em outros veículos da cidade (Gazeta do Sul e Riovale Jornal, principalmente) e buscavam um espaço de realização profissional, através do qual pudessem produzir um jornalismo mais independente, menos conservador do que o tradicional feito na cidade. Eles também buscavam um diálogo maior com os jovens da sociedade.

A primeira edição (Imagem 6) foi publicada em dezembro de 1981, sendo seguida por outras 62 edições ao longo de oito anos de veiculação. A revista chegou a ter impressos entre 1,5 a 2 mil exemplares por edição e era conhecida por sua abordagem cultural, mas também tratava fortemente de política, além de trazer editoriais como economia, comportamento, saúde,

³² Estas entrevistas, é importante destacar, foram realizadas ao longo dos anos 2018, 2019 e início de 2020, com diversos fundadores, diretores, editores e colaboradores, tanto da revista quanto da agência Alto Falante, com o objetivo de compreender melhor como a revista surgiu e como foi seu funcionamento durante os anos em que esteve ativa. Além de servir de base para pesquisas, elas também serão utilizadas para a composição de documentário nos formatos de áudio e audiovisual, além de um livro sobre o projeto e a história da revista. Elas são gravadas na forma de áudio e vídeo e seguem o formato de entrevistas semiestruturadas (apêndice 1), ou seja, que possuem um roteiro prévio, mas que pode ser alterado, permitindo ao entrevistador a condução das perguntas a fim de alcançar maior clareza nas respostas e conseguir novas informações, conforme a necessidade. Esse modelo também permite ao entrevistado maior liberdade nas suas colocações e proporciona respostas mais compatíveis com a pesquisa.

educação, etc. Também fazia grande sucesso a seção denominada Verso & Reverso, que trouxe entrevistas com diversas personalidades famosas da época (e ainda hoje), como Jô Soares, Gonzaguinha, Christiane Torloni, Lya Luft, Renato Borghetti, além de diversos políticos da cidade, do Estado e do País. Em função da qualidade de seu conteúdo, chegou a circular fora de Santa Cruz do Sul, sendo lida em outras cidades da região e em Porto Alegre, entre outras cidades do Rio Grande do Sul.

Imagem 6: capa da primeira edição da Alto Falante



Fonte: Alto Falante

Além das entrevistas, ela era bastante procurada em razão de outras seções, como a cultural. A cada edição havia os espaços para o cinema e a literatura, bem como para dicas e orientações turísticas, com narrativas e relatos de viagens. Também havia a coluna social com os registros da sociedade santa-cruzense e dos principais eventos que movimentavam a cidade. As reportagens também buscavam mostrar aspectos da vida na região, eventos importantes, bem como a história da cidade, e muito dos acontecimentos políticos.

Em seus editoriais a revista era conhecida por se posicionar politicamente, mostrando sua opinião a respeito dos acontecimentos. Um dos exemplos é em relação à campanha Diretas Já. Em mais de uma edição entre os anos de 1983 e 1984 os editoriais da revista mostravam seu apoio à realização de eleições presidenciais. Em muitos momentos também era criticada a

situação econômica que o país vivia na década de 80, com a desvalorização da moeda vigente, inflação, entre outros problemas.

Aqui vale um parêntese para uma breve observação. Apesar desse posicionamento político e de buscar inspiração em veículos maiores, famosos por seus posicionamentos contra hegemônicos ou mesmo de esquerda, apesar de a revista/jornal ter nascido com o objetivo de fazer um jornalismo diferente daquele que era feito na cidade até então, é interessante observar que, ao foliar as páginas da Alto Falante, em muitas ocasiões nos deparamos com conteúdos bastante tradicionais e com espaços dedicados aos políticos tradicionalmente de direita que governavam a cidade no período, entre eles, para citar alguns exemplos, estava Arno Frantz, Silvérius Kist, Telmo Kirst, Hildo Ney Caspary, Armando Wink, etc. Não raro, grandes especiais institucionais eram publicados como parte da revista (encartes) divulgando os feitos dos governos. Isso mostra que, ainda que a revista procurasse conversar um pouco mais com a juventude da cidade, ela também mantinha algumas tradições, talvez por questões econômicas (os anúncios eram necessários para a sobrevivência do veículo), ou quaisquer que tenham sido as razões (talvez na própria juventude da sociedade de então houvesse aqueles que eram mais conservadores e tradicionais). O fato é que, isso faz toda a diferença quando chega a hora de divulgar a Oktoberfest, porque as próprias tradições germânicas possuem um cunho mais conservador. Se a revista procurasse ser totalmente de vanguarda, ela possivelmente nunca teria feito a divulgação da Oktoberfest nos moldes em que fez.

Voltando ao trabalho que era feito na revista, que envolvia inclusive o trabalho publicitário, com a criação de anúncios, por exemplo, em meados de 1983 surge entre os membros da equipe a ideia da criação de uma agência de comunicação. Não havia nenhuma empresa desse tipo na cidade até então, a equipe da revista já lidava com esse tipo de trabalho e esse era um mercado a ser explorado. Assim surge, por volta de novembro/dezembro de 1983 a Alto Falante Comunicação e Publicidade. De acordo com os entrevistados, a equipe que compunha a agência era basicamente a mesma da revista, que se dividia conforme a necessidade para atender as demandas. Eles comentam que a agência teve grande importância não só para a qualidade da publicidade veiculada na revista, mas também para o setor empresarial da cidade e da região, que passou a contar com um serviço mais qualificado para fazer suas divulgações.

A revista foi adquirida no fim da década de 1980 pelo Grupo Gazeta de Comunicações e nesse período sofreu uma grande mudança editorial. Seu design ficou mais limpo e bonito, mas o conteúdo também sofreu uma alteração, com uma visível redução das reportagens em benefício de um conteúdo mais focado nas fotografias, com um destaque maior para a publicidade, textos em formato de tópicos e uma redução do espaço dedicado à parte cultural.

Acredita-se que essas modificações acabaram contribuindo para o declínio da publicação, que, cerca de dois anos depois da mudança de direção, foi encerrada.

Imagem 7: capa da última edição da Alto Falante



Fonte: Alto Falante

Mas esse não foi o único motivo. Ao longo das entrevistas realizadas com os integrantes da equipe da editora e da agência, citamos aqui em especial a com Marcus Mello (2020), percebeu-se que a crise econômica registrada na década de 1980 também contribuiu para que a revista passasse por dificuldades. A própria inflação era um constante problema em relação às assinaturas – as pessoas assinavam por um valor, porém os custos da produção aumentavam mensalmente – e também porque na banca a revista ficava mais cara a cada mês. Além disso, não são todas as pessoas que conseguem manter assinaturas ou comprar um produto cultural mensalmente em meio a uma crise.

Além disso, diversos dos ex-integrantes da equipe de trabalho da Alto Falante comentam que a publicação passou a ser uma forte concorrência para os jornais tradicionais que existiam então na cidade, como a Gazeta do Sul, que então já pertencia ao Grupo Gazeta. Segundo eles, pode ter sido a principal motivação para que a empresa se interessasse pela compra da revista. Vários dos entrevistados, acreditam, inclusive, que essa compra pode ter tido como objetivo não a manutenção da publicação, mas justamente o seu encerrando. Conforme conta Max Montiel Severo (2018) em sua entrevista para o projeto, a editora que foi criada pelo Grupo

Gazeta (Editora Pen) para a edição e publicação da Revista Alto Falante, também serviu de base para a atual Editora Gazeta que continua trabalhando com revistas, anuários e com publicações de livros.

Vale ressaltar que, ainda que a publicação tenha sido vendida e algum tempo depois encerrada, a agência Alto Falante continuou a existir até meados dos anos 1990. O fechamento dela, por sua vez, se deu pouco tempo depois que Voltaire Trindade, um dos sócios do negócio, faleceu.

Imagem 8: registros de duas das entrevistas realizadas ao longo do projeto



Fonte: Acervo do Projeto de Resgate da Memória do Jornalismo de Revista

4.1 A narrativa da Alto Falante sobre a Oktoberfest

A revista também era conhecida por sua relação com a Oktoberfest, como já citado. E antes de falar da relação da revista com a festa, é importante que tragamos aqui algumas informações a respeito da própria festa.

Como dito na introdução, a primeira edição da Oktoberfest aconteceu em Santa Cruz do Sul em 1984 e ela segue acontecendo até os dias de hoje, sendo que atualmente está sendo preparada a 36ª edição. Nas primeiras edições ela chegou a ter 20 dias de duração, atualmente, porém, a festa costuma ser realizada dentro de um período de 12 dias, normalmente iniciado numa quarta-feira e encerrando no segundo domingo de evento. Além disso, nos primeiros anos de realização, o evento iniciava no fim de setembro, seguindo ao longo de outubro. Hoje a festa acontece inteiramente no mês de outubro.

A festa é composta por uma extensa programação, que ocorre em boa parte dentro do chamado Parque da Oktoberfest, uma área de 14 hectares localizada na região central de Santa Cruz do Sul. Outra parte da programação – os desfiles temáticos – acontece na rua principal da cidade (a Rua Marechal Floriano onde está localizado também o Túnel Verde, outro ponto

turístico do município). Além disso, vale destacar que são realizados concursos de decoração e de vitrines do comércio e diversos pontos da cidade são decorados com elementos que remetam à festa como bandeiras nas cores vermelho, amarelo e preto (como as da bandeira alemã), além de muitas flores.

Dentro dessa programação estão inclusas atividades que vão desde bailes típicos até shows nacionais de cantores ou grupos musicais (não necessariamente relacionados à cultura germânica), também acontecem exposições, comercialização de produtos coloniais e artesanatos e paralelamente à Oktoberfest, pelo menos dois pavilhões dentro do parque são ocupados por outro evento chamado Feirasul, onde feirantes expõem os mais variados produtos aos visitantes. O evento costuma contar também com parque de diversões, praças de alimentação em diversos locais e pontos de venda de chope.

Antes do início dos 12 dias de evento, porém, normalmente é realizado o concurso de escolha das soberanas da festa. Até alguns anos, ele costumava acontecer no mês de maio e era um grande chamado para o evento de outubro. Eleita, a corte trabalhava nos meses seguintes na divulgação do evento. Em 2019, entretanto, optou-se por realizar a escolha da rainha e das princesas poucos dias antes do início da festa, aproveitando a estrutura do parque já montada e decorada. Em 2020, porém, a festa não pôde ser realizada e ainda não se sabe ao certo como será a edição de 2021, portanto, também não há certeza sobre se essa mudança será definitiva ou não.

Também fazem parte da programação – dentro dos 12 dias de festa - apresentações de grupos locais de teatro, de dança, de corais, etc. Mais recentemente, nas últimas edições realizadas, foi fortemente retomada a realização de jogos germânicos que envolvem as comunidades de diversas localidades, especialmente do interior do município, em uma competição onde há tarefas como serrar lenha, corrida de carrinho de mão, etc. O Centro Cultural 25 de Julho, um tradicional clube da cidade que conta com grupos de dança e outras atividades tradicionais, também costuma estar presente no evento já que sua sede é anexa ao parque. Lá também são realizadas diversas atividades.

É importante destacar que as primeiras edições foram custeadas e organizadas pela Prefeitura, no entanto, atualmente esse trabalho é feito pela Associação das Entidades Empresariais (Assemp), que elege todos os anos uma diretoria responsável pela realização do evento. Ainda assim, a festa também conta com recursos, principalmente do Governo Federal, por meio de editais de incentivo à cultura. Outros recursos vêm das próprias empresas da cidade que podem patrocinar o evento. Há ainda o aluguel de espaços em estandes de exposições que

também gera recursos para o evento, além dos ingressos pagos pelos visitantes para ingressar no parque.

Dito isso, e voltando nossa atenção à revista, 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. Se considerarmos que a Oktoberfest surgiu quando a revista já tinha três anos de existência, logo concluímos que a incidência de citações em 21 edições é bastante alta, porque ocorreu apenas entre os anos de 1984 e 1989.

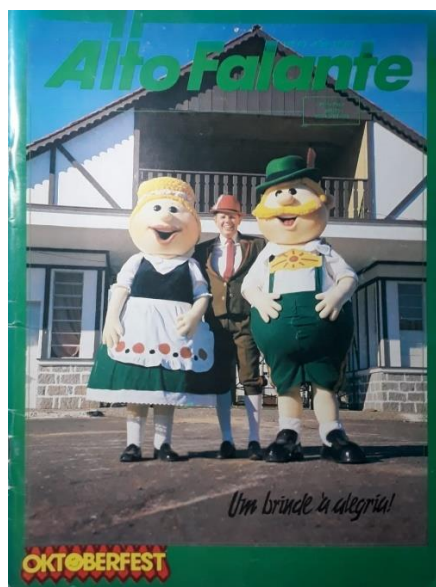
Imagem 9: capa da primeira edição especial da Oktoberfest publicada pela Revista Alto Falante



Fonte: Alto Falante

A partir dos editoriais da Alto Falante também se percebe uma forte relação entre agência de publicidade da Alto Falante e a Oktoberfest. Essa foi a primeira agência de comunicação de Santa Cruz, conforme conta o editorial da edição de número 17, e seu nascimento serviu para oficializar um trabalho que já vinha sendo feito porque "na verdade, a Editora Alto Falante sempre teve uma quedinha pela publicidade" (ALTO FALANTE, 1983, ed. 17, p. 3). Mas também foi extremamente útil quando, pouco depois, se começa a pensar em uma festa tradicional germânica para a cidade.

Imagem 10: capa em que aparecem os primeiros bonecos Fritz e Frida da Oktoberfest de Santa Cruz



Fonte: Alto Falante

Já na edição de número 20 da Alto Falante temos um editorial praticamente inteiro para falar da Oktoberfest e dentro desse espaço, além de trazer informações exclusivas sobre o evento que estava sendo planejado, os editores da revista anunciam:

O nome da Alto Falante também está diretamente ligado à Oktoberfest, por meio de um trabalho que vem sendo desenvolvido desde abril, quando fomos convidados para assumir duas importantes funções no esquema de organização do evento. A primeira diz respeito à assessoria de comunicação da festa, num trabalho comandado pela Editora Alto Falante. A segunda refere-se ao setor de publicidade e propaganda, através da Alto Falante Comunicação e Publicidade, agência contratada para desenvolver as ações de marketing da Oktoberfest (ALTO FALANTE, 1984, ed. 20, p. 3).

Na edição de número 29, a segunda especial da Oktoberfest, publicada em 1985, novamente o editorial cita a participação da agência Alto Falante para a divulgação do evento, destacando e assumindo o trabalho que foi feito para que a notícia da realização da festa, bem como o seu teor cultural, chegasse às mais diversas partes do Brasil, em especial para os políticos e empresários de fora. De acordo com o colaborador da Alto Falante, Ricardo Richter (2018), em entrevista concedida para o projeto de resgate da revista, até a criação dos bonecos Fritz e Frida foi uma ideia que partiu da Alto Falante Comunicação e Publicidade. Ele próprio, na época estudante de Arquitetura e Urbanismo, era responsável por muitos dos desenhos da agência, e o primeiro esboço teria sido de autoria dele. Posteriormente, os bonecos foram aprimorados, mas ainda assim seguiram sua ideia inicial.

4.2 A análise da Alto Falante

Dito isso, a partir daqui nosso intuito é o de começar o nosso trabalho de análise, que será dividida em três etapas: na primeira delas, vamos fazer o levantamento das formas pelas quais a Oktoberfest foi divulgada pela Alto Falante a partir da revista e da agência. Esse levantamento será feito por meio da análise do conteúdo das 21 edições em que a Oktoberfest é citada e, também por meio das entrevistas feitas dentro do projeto da Alto Falante. Na segunda delas faremos a análise da narrativa da Revista Alto Falante sobre a Oktoberfest. E na terceira parte, faremos a análise da processualidade da midiaticização, buscando trazer a costura entre a narrativa, a Oktoberfest, a midiaticização e a construção da identidade.

Antes de mais nada, porém, é importante esclarecer que essa dissertação tem um caráter sobretudo qualitativo, e terá como base metodológica os preceitos do Estudo de Caso. Muito utilizado nas Ciências Sociais, o Estudo de Caso é uma análise aprofundada de uma unidade, que permite o conhecimento amplo e detalhado, ou seja, profundo e exaustivo de uma realidade. É um método de organização de dados que preserva o caráter unitário do objeto estudado. É essa organização que permite a análise do objeto em relação a determinada teoria e, dessa forma, como define Duarte (2011, p. 234), “contribui para a compreensão dos fenômenos sociais complexos, sejam individuais, organizacionais, sociais ou políticos”.

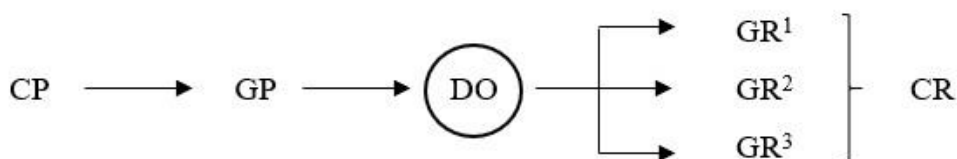
Quanto à tipologia dos estudos de caso, existem três: os exploratórios, os descritivos e os de ordem prática. Na pesquisa que está sendo proposta, será utilizado principalmente o estudo de caso do tipo exploratório, que possui quatro características essenciais: 1) particularismo: o estudo se centra em uma situação, acontecimento, programa ou fenômeno particular, proporcionando assim uma excelente via de análise prática de problemas da vida real; 2) descrição: o resultado final consiste na descrição detalhada de um assunto submetido à indagação; 3) explicação: o estudo de caso ajuda a compreender aquilo que submete à análise, porque parte de seus objetivos é a obtenção de novas interpretações e perspectivas, assim como o descobrimento de novos significados e visões antes despercebidas; 4) indução: a maioria dos estudos de caso utiliza o raciocínio indutivo, segundo o qual os princípios e generalizações emergem a partir da análise dos dados particulares. Em muitas ocasiões, mais que verificar hipóteses formuladas, o estudo de caso pretende descobrir novas relações entre os elementos (DUARTE, 2011, p. 217)

O principal objetivo das pesquisas que utilizam o estudo de caso é a compreensão dos eventos por meio da descrição, da classificação (tipologia), do desenvolvimento teórico e do teste ilimitado da teoria. Apesar disso, o método também permite a coleta e o tratamento de

dados de forma quantitativa. Acreditamos que essa liberdade é importante, pois, assim, podemos permitir que o próprio objeto fale mais sobre si, de forma adequada ao nosso objetivo que é o de clarear a compreensão e levar à descoberta de novos significados.

Dentro do escopo dos estudos de caso, nos utilizaremos do esquema proposto por Verón (2013), já apresentado no Capítulo 3 desta dissertação, mas traremos ele novamente abaixo (Esquema 1) apenas a fim de rememoração.

Esquema 1: esquema proposto por Verón (2013) para compreender a circulação



Fonte: Verón (2013)

Lembrando que com esse diagrama, Verón (2013) orienta sobre como observar desde as condições de produção (CP) até as condições de reconhecimento (CR), passando pelas gramáticas de produção (GP), pelo discurso objeto (DO) e pelas gramáticas de reconhecimento (GR), que juntas compõem o ambiente da circulação. Para dar conta das propriedades do DO, complementa ainda Verón (2013), é preciso desvendar e reconstruir as operações para as quais o DO apenas mostra alguns indícios. É o que pretendemos fazer em nosso trabalho de dissertação.

Porém, no nosso caso, olhar para todos os elementos dentro desse ambiente exigiria uma análise muito mais larga e demorada. Por isso, ainda que Verón (2013) aponte que não é possível olhar para um lado desse sistema semiótico sem ver o outro lado dele, optamos por fazer um recorte. Optamos por voltar a nossa atenção especialmente para as gramáticas de produção. Isso já pode ser percebido pelos levantamentos que temos feito até aqui quando olhamos para o texto, a fotografia, os editoriais e para o histórico daqueles que estiveram envolvidos nessa produção. E, a partir de agora, olhar para essa gramática de reconhecimento envolverá seguir as pistas discursivas dos enunciados, e, por meio deles, chegar à compreensão do fenômeno.

Ainda assim temos consciência da complexidade do nosso objeto e do fato de que as GR não podem simplesmente ser ignoradas. Por isso gostaríamos de assinalar alguns pontos em que entendemos que elas se fazem presentes, a fim de mostrar que elas estão sendo levadas em consideração também, e que sabemos de sua interferência em tudo aquilo que era produzido. O

primeiro desses pontos está na autoria desta dissertação, ou seja, quando temos em mãos o trabalho realizado pela Alto Falante e fazemos a leitura desse material estamos fazendo um trabalho de reconhecimento. Isso é ainda mais significativo quando nos propomos a catalogar e analisar essa produção, porque olhamos para esse material sob a influência dessas gramáticas.

Também entendemos que, ao longo das edições, quando os textos publicados começam a se repetir ou redundar em seus conteúdos, essa redundância não apenas ajuda a assimilar e construir a identidade, como também demonstra que houve um reconhecimento em termos sociais daquele conteúdo (que não foi contestado, ao menos), e que acabou sendo reutilizado. Assim, essas gramáticas de reconhecimento e de produção vão trabalhando juntas em um processo de circulação de informações que vão convencendo a identidade, criando um modelo de como essa identidade deve ser representada e de como ela deve ser assimilada.

Além disso, também é importante dizer que não ambicionamos compreender a ressignificação da identidade germânica de Santa Cruz do Sul como um todo, mas dar um primeiro passo nessa tarefa de entendimento, começando pelo processo de midiatização da Oktoberfest, para que no futuro possamos dar outros passos. É assim que se faz a ciência. Então, tendo como base os levantamentos que já foram feitos, buscamos as pistas discursivas dentro dos excertos selecionados.

tratando dos procedimentos de coleta de dados: coleta das revistas, tratamento do material (AC?), seleção do corpus, apresentação do corpus; e coleta por meio de entrevistas (quem, quando e como foi entrevistado - sugiro um quadro com esses dados) e uma justificativa para o uso dessas técnicas e as seleções feitas.

4.2.1 Primeiro levantamento: as formas de divulgação da Oktoberfest

Para realizar essa primeira análise utilizaremos como ferramenta a catalogação - por meio da construção de um quadro, apresentado no Apêndice 2 - de cada uma das 21 edições em que são encontradas referências à festa. A partir disso, nesse primeiro momento, queremos apontar as formas pelas quais a Oktoberfest foi divulgada pelas páginas da revista Alto Falante, constituindo o fenômeno midiático e sua consequente midiatização.

Também nos utilizaremos das já citadas entrevistas – lembrando que, como já foi dito anteriormente, elas foram realizadas entre os anos de 2018 e 2020, foram gravadas na forma de áudio e vídeo e seguem o formato de entrevistas semiestruturadas (Apêndice 1), ou seja, que possuem um roteiro prévio, mas que pode ser alterado, permitindo ao entrevistador a condução das perguntas a fim de alcançar maior clareza nas respostas e conseguir novas informações,

conforme a necessidade. O objetivo da utilização delas é compreender quais foram as atividades da agência em relação a Oktoberfest, fazer um levantamento dessas informações, catalogando os dados coletados durante as conversas gravadas – da mesma forma que vamos catalogar as revistas, ou seja, por meio de construção de quadro, detalhado no Apêndice 3 -, para posteriormente compreender como se deu a divulgação a partir do trabalho da agência também, unindo ambas as esferas como um todo.

Em relação aos quadros que serão construídas para análise detalhada das edições da revista, elas serão trabalhadas no seguinte formato:

Quadro 1: modelo de quadro para análise das edições da Revista Alto Falante

Edição: nº 20 – jul/ago 1984

Página	Forma de divulgação	Descrição

Fonte: autoria própria

Ela conterà os elementos *página*, onde serão inseridos os números das páginas onde forem encontradas as referências; *forma de divulgação*, que detalhará se a referência está numa chamada de capa, numa foto interna, num editorial, numa reportagem, etc; e *descrição*, onde será explicado com mais detalhes o que foi encontrado na referência. No início do quadro, constarão ainda o número da edição analisada e a época da publicação desta.

Já em relação aos quadros que serão construídas para a análise detalhada do trabalho da agência Alto Falante, a partir das entrevistas, vamos organizar uma que contenha excertos transcritos. Ela terá o seguinte formato:

Quadro 2: modelo de quadro para análise das entrevistas

Entrevista com:

Tempo do áudio	Transcrição do trecho com referência	Forma de divulgação identificada

Fonte: autoria própria

Ela conterà, por sua vez, o nome do entrevistado no topo do quadro, seguido pelos elementos *tempo do áudio*, indicando o momento da entrevista em que a referência é feita; a

transcrição do trecho com referência, que como o nome já diz, conterá a transcrição dessa referência; e *forma de divulgação identificada*, onde vamos descrever o trabalho feito pela agência, segundo aquela referência, para divulgar a Oktoberfest, como, por exemplo, criação de cartazes de divulgação. É importante destacar que ambos os levantamentos têm um caráter qualitativo, ou seja, não estamos buscando identificar a processualidade da midiatização pela quantidade de vezes em que ela aparece, mas pelo conteúdo e pelo formato deste conteúdo midiatizado, ainda que a quantidade, como já mostramos, coloque importância no acontecimento da Oktoberfest.

A partir disso, se torna possível apresentar com mais detalhes as formas pelas quais a processualidade da midiatização ajudou a construir a imagem que se tem da Oktoberfest e o papel da revista nesse cenário. Também acreditamos que esse é um passo muito importante para que possamos, posteriormente, com a continuidade do trabalho de dissertação, compreender o efetivo papel que teve a Alto Falante na (re)configuração do sentido de identidade germânica em Santa Cruz do Sul. Vamos aos resultados desses primeiros levantamentos.

Em relação às páginas da revista, a partir de levantamento feito utilizando o Quadro 1, o que identificamos foi que a Oktoberfest foi divulgada por meio de:

- Chamadas de capa
- Editoriais
- Notas
- Fotografias
- Entrevistas e mesas redondas
- Reportagens
- Matérias/notícias
- Colunas
- Colunas sociais
- Criação e publicidade
- Artigos de opinião
- Matérias pagas

Imagem 11: exemplo de reportagem publicada pela Alto Falante sobre a Oktoberfest



Fonte: Alto Falante

Já em relação às informações passadas ao projeto da Alto Falante por meio das entrevistas, segundo levantamento feito utilizando o modelo do Quadro 2, identificamos que as principais formas de midiaticização da Oktoberfest a partir do trabalho da agência Alto Falante foram a **assessoria de comunicação e imprensa**, a **criação (publicidade)**, a **fotografia**, e o trabalho associado de assessoria de comunicação com as **edições especiais**, que, segundo informações fornecidas pelos entrevistados, apresentavam conteúdos em sua maior parte pagos ou com o intuito de publicizar a festa.

Além disso, percebe-se também que os integrantes da revista/agência deram suas contribuições à **organização do evento**, como, por exemplo, no trecho em que Max Montiel Severo (2018) conta que Voltaire Trindade e Luiz Antonio Barreto participaram do processo de pensar em uma festa para a cidade:

Essa é a grande história, porque o que aconteceu: a Oktoberfest ela surgiu por uma reunião também de pessoas, se não me engano o Hoffmeister, o Guinter Jaeger, o secretário que era o Ademir Muller na época, o Barreto, o Voltaire, que começaram a botar pilha, que nós precisávamos de uma festa, precisávamos de uma festa, pá, pá, pá... Santa Cruz não tinha isso, né?! Tinha acabado a FENAF (SEVERO, 2018, entrevista).

O mesmo é percebido durante a entrevista de Ricardo Richter (2019), também chamado de Mico Richter, quando ele conta sobre a criação dos bonecos Fritz e Frida:

Mico: Até esse assunto da agência é interessante porque o Alto Falante gerou essa agência. Se deu conta...

Demétrio: interfere na Oktober, cria Fritz e Frida...

Mico: sim, na verdade o Fritz e a Frida foram criados dentro da Alto Falante

Demétrio: perfeito, perfeito, perfeito...

Mico: na verdade foi até assim... porque nasceu o Fritz que era uma ilustração que foi feita, com um canecão e o Barreto olhou e disse assim “ah, mas o Fritz não pode ir pra festa sem uma Frida, né?”

Demétrio: aaaaah!

Mico: então a gente chamava aquele desenho de Fritz. Era “onde é que tá a arte do Fritz?”

Demétrio: de quem era o desenho, de quem era a arte?

Mico: era minha

Demétrio: era tua? Tu é o pai do Fritz?

Mico: (risos) é...

Demétrio: manchete, atenção, parem tudo...

Mico: o primeiro Fritz fui eu quem fiz

Demétrio: aaah, cara!

Mico: que era um cara com um canecão e um pé em cima de um barril de chope, que na verdade era uma ilustração para um canecão. Só que daí a gente usou em propaganda, usou em ilustração dentro da revista... mas daí o Barretinho olhando disse que ele não podia ir pra festa sem a Frida. E aí nasceu a Frida (RICHTER, 2019, entrevista).

Complementando a fala sobre a criação, em desenho, dos bonecos, Jô Nunes (2019), fala sobre a transformação do Fritz e Frida para os bonecos símbolo da festa. E segundo ele, Voltaire Trindade teve participação também nisso:

Jô: foi do Voltaire. Na verdade a história foi a seguinte: a gente já tinha um estúdio, um comercial, já era 86, eu já tava aqui de volta, a gente já tinha iniciado e eu tive a ideia, a gente teve, eu e o Lula tivemos a ideia de fazer um boneco pras pessoas botarem o rosto e a gente fazia a fotografia. Aí o Voltaire, conversando com o Voltaire, ele disse “ta aí, vamos fazer uma coisa diferente, vamos botar alguém dentro desse boneco e esse boneco vai ser o cara da festa, os bonecos vão ser os bonecos da festa”. Aí ele levou essa ideia pro Ademir, naquela época tinha... acho que era o grupo “Sem modos”, os caras...

Demétrio: de teatro, né? De Canela acho...

Jô: os caras faziam isso de espuma... eu não sei de onde eles eram... o Voltaire foi lá e conversou com eles, eles desenvolveram esse boneco... e bom, o boneco é sucesso até hoje, né? (NUNES, 2019, entrevista)

Mico (Ricardo) Richter (2019), também conta que a relação entre a Oktoberfest e a revista era tão forte que chegou a causar **mudanças editoriais** na publicação:

Mico: e no lançamento da 1ª Oktober o Alto Falante mudou de novo. Daí ele saiu daquela revista grande - com a capa colorida mas nesse formato grande - pra pequeninha.

Demétrio: na primeira Oktober?

Mico: na primeira Oktober que é a revista que tem as rainhas da Oktober na capa, né?

Luana: uma edição especial, né?

Mico: isso, uma edição especial. E daí então... Sabe, parecia que por um evento que nem aquele da capa colorida do grandão [primeira edição com capa colorida], que era o evento dos lojistas justificou ter a capa colorida e que depois continuou, quando surgiu a Oktober ela reduziu de tamanho que era aquele assunto que eu te falei, que era uma coisa de custos, de pagar fotolito³³ (RICHTER, 2019, entrevista).

Além desses trechos, as entrevistas também trazem relatos de outras atividades realizadas pela equipe da Alto Falante, como, por exemplo, organização de excursões (de ônibus) para trazer a imprensa de Porto Alegre e região metropolitana para Santa Cruz do Sul durante a Oktoberfest. Também é relatado o processo de construção das capas em que as soberanas aparecem, além da compra de canecos de um litro autênticos da Alemanha para elaboração das fotos símbolo da festa, etc. Todos esses trechos mostram o quão relacionadas estava a Revista, a Agência e a própria Oktoberfest, ao ponto de as funções se confundirem em alguns momentos. Até aqui já se sabe, portanto, que a processualidade da midiaticização passou tanto por conteúdos e decisões editoriais, mas também com a colaboração dos integrantes da revista/agência no planejamento e na organização do evento e em sua assessoria de comunicação. Vamos seguir, então, com nossos levantamentos, passando para a observação da narrativa da revista.

4.2.2 Segundo levantamento: a narrativa da Alto Falante

O que pretendemos fazer nos parágrafos abaixo é trazer mais informações sobre as características dessa narrativa e exemplos de trechos a fim de exemplificar o que encontrarmos. Para isso, faremos uso do método de análise crítica da narrativa, descrito por Motta (2013).

³³ Ricardo Richter faz referência à primeira edição com capa colorida. Segundo ele, optou-se por fazer a primeira capa colorida em função de um evento da Associação de Lojistas que estava acontecendo na cidade. A revista trazia algumas reportagens e anúncios relacionados a esse acontecimento. A partir daquela edição a revista passou a ter todas as capas coloridas. No momento em que a Oktoberfest começa, a Alto Falante mantém as capas coloridas, mas muda seu formato (ele diminui de tamanho pela primeira vez). Entre outros motivos, estava a ideia de que uma revista menor poderia ser melhor manejada, era mais fácil de segurar, etc.

Entretanto, aqui nos permitiremos adaptações de forma a admitir que o objeto de pesquisa fale, mostrando a melhor forma de observá-lo a partir desse método. Dessa forma, o texto será a base de nossa análise, mas será sempre visto como um “elo entre um narrador e um destinatário em contexto, para produzir significado” (MOTTA, 2013, p. 120).

Tendo como base a hermenêutica³⁴ e a fenomenologia³⁵, Motta (2013) sugere observar a narrativa pelo seu significado, buscando o sentido daquilo que se mostra, a partir da interpretação daquilo que se vê, mas não de uma interpretação meramente intuitiva, e sim, baseada em observações de elementos, exame de sua substância, observando suas conexões e relacionando com o todo por meio de processos indutivos e associativos. Observa-se o fenômeno sem se interessar diretamente por ele (como seria no estruturalismo), e sim por sua essência, pelo seu sentido, sua significação (MOTTA, 2013). O autor chama isso de teoria e análise da comunicação narrativa, ao invés de apenas análise da narrativa, apontando que esse último leva a crer um estudo mais estrutural, enquanto a primeira expressão leva em consideração “a dinâmica do ato narrativo entre dois interlocutores” (MOTTA, 2013, p. 128), leva a um “procedimento de análise simbólica e antropológica mais ampla” (MOTTA, 2013, p. 121).

Essa análise se dá por meio de três diferentes instâncias do discurso narrativo: o plano da expressão, o plano da estória e o plano da metanarrativa. Essas três instâncias estão interligadas, mas cada pesquisa pode optar por voltar o seu olhar mais para uma ou para outra conforme as necessidades do objeto para que se possa analisá-lo e conforme os resultados que se busca obter com a análise. De forma breve, gostaríamos de explicar do que se trata cada uma dessas instâncias.

O plano da expressão é o da linguagem, dos recursos pelos quais o narrador leva sua mensagem ao narratário em termos de discurso. O plano da estória é, nas palavras de Motta (2013, p. 137) “o plano virtual da estória projetada em nossa mente pelos recursos de linguagem utilizados pelo narrador”, ou seja, é o plano dos significados. E o plano da metanarrativa é aqueles que tem relação com a cultura, com o imaginário, algo mais profundo, como os arquétipos.

³⁴ De forma bastante resumida, a partir do que aponta Palmer (1969), podemos dizer que a hermenêutica tem como sua preocupação principal o processo de decifração, de compreensão do significado de uma obra. "A hermenêutica é [...] essencialmente a tarefa de compreender textos" (PALMER, 1969, P. 18). Segundo Gai (2015), a hermenêutica caracteriza-se, ainda, "como um processo de escuta do texto literário", porque busca compreender o texto a partir do próprio texto e não pelo ponto de vista do autor, de suas experiências, etc.

³⁵ Fenomenologia "é o estudo ou a ciência do fenômeno" (DARTIGUES, 1992). Do grego *phainesthai* - aquilo que se apresenta ou que mostra - e *logos* explicação, estudo, é uma metodologia e corrente filosófica que afirma a importância dos fenômenos da consciência, e segundo a qual, eles devem ser levados em consideração e até estudados em si mesmos.

Motta (2013) sugere uma sequência de movimentos para a realização de uma boa análise, começando pelo processo que ele chama de “compreender a intriga”, ou seja, entender o enredo do material que está sendo analisado, a estória integral e a forma como foi construída, o uso dos recursos visuais (fotografias, por exemplo), observando o macro e o micro bem como as conexões que existem entre ambos, como as ênfases, as repetições, a escolha das palavras e o posicionamento de quem narra, seu ponto de vista. Para isso, planilhas e quadro podem ser de grande ajuda, auxiliando no processo de levantamento de cada parte, juntando todas elas para sistematizar a leitura. O autor recomenda que tudo o que ocorrer ao pesquisador ao longo desse processo, seja anotado.

O segundo passo é “compreender a lógica do paradigma narrativo” (MOTTA, 2013, p. 146), ou seja, entender que a narrativa sempre tem uma intenção e que o narrador faz uso, sim, ainda que de forma inconsciente (mas nem sempre), de táticas, para levar ao narratário aquilo que ele deseja. Ele articula aquilo que ele considera verossímil para construir a narrativa em seu começo, meio e fim. O terceiro movimento é o de “deixar surgirem novos episódios” (MOTTA, 2013, p. 160). Nessa etapa, após a leitura de todos os excertos, de compreender a lógica da narrativa, é preciso distinguir as partes da estória, as unidades temáticas. Segundo Motta (2013, p. 160), isso pode “revelar como o narrador dispõe estrategicamente de personagens, cenários, incidentes, conflitos, tensões, fracassos e conquistas. Ou seja, como ele organiza o plano da intriga a fim de produzir determinados efeitos dramáticos”.

O quarto movimento consiste em “permitir ao conflito dramático se revelar” (MOTTA, 2013, p. 166). Relacionado ao anterior, esse movimento visa um aprofundamento nos sentidos da narrativa para deduzir as estratégias narrativas. Quanto mais fundo se mergulha, mais facilmente se percebe o “*projeto dramático*” (MOTTA, 2013, p. 167, grifo do autor). O quinto passo consiste em dar uma atenção especial à personagem e aos conflitos em que ela se envolve, suas ações, e a personificação que assume, que leva à construção de uma ideia a respeito dela e da estória em torno dela. E o sexto e último movimento é o de entender “as estratégias narrativas” (MOTTA, 2013, p. 196), porque “quem narra sempre tem algum propósito” (MOTTA, 2013, p. 196).

E será seguindo esses movimentos que faremos a nossa análise da narrativa nas próximas páginas. Aqui, porém, mais uma vez o trabalho será dividido em duas etapas. Na primeira delas, vamos analisar o texto das 21 edições em que a Oktoberfest é citada, a fim de observar sua narrativa. No segundo momento, passaremos à análise da narrativa fotográfica, a partir das fotografias encontradas também nessas 21 edições em relação à festa germânica. Para ambas as

análises também utilizaremos a ferramenta dos quadros. O primeiro deles terá o seguinte modelo:

Quadro 3: Modelo de quadro para levantamento e análise da narrativa

Edição nº	
Página	
Localização do excerto	
Excerto	

Fonte: autoria própria

O quadro pode ser encontrado preenchida na íntegra no Apêndice 4. Ela terá os seguintes elementos: *edição nº*, espaço que será completado pelo número da edição analisada; *página*, onde será identificada a página em que o trecho com referência significativa à Oktoberfest foi localizado; *localização do excerto*, onde pretende-se explicar a forma de divulgação onde aquele excerto está inserido, ou seja, considerando o levantamento anterior, se em matéria/notícia jornalística ou paga, se em reportagem, se em entrevistas/mesas redondas, se em coluna opinativa ou, ainda, se em editorial - cabe ressaltar aqui que para a análise da narrativa, não consideraremos os anúncios publicitários -; e por fim *excerto*, onde será reproduzido o trecho significativo onde a Oktoberfest é citada.

Ressaltamos ainda que, quando nos referimos a trechos significativos, queremos dizer que nem todos os textos encontrados que citam a Oktoberfest serão reproduzidos nesse levantamento, mas apenas aqueles que considerarmos relevantes para a pesquisa, ou seja, aqueles em que traços ou elementos da identidade germânica são apresentados, direta ou indiretamente. Há, por exemplo, mesmo dentro das edições especiais, trechos de reportagens que trazem serviços, como horário de funcionamento do parque, ou informações sobre empresas que participam do evento, com um foco mais voltado para o comercial delas, que consideramos não ter grande relevância para o entendimento da identidade germânica. Esse é um exemplo de citação que não traremos no quadro de excertos.

Uma leitura rápida de algumas edições da revista também já nos mostra que muitas reportagens se repetem (ou pelos menos são muito parecidas em seus conteúdos) ao longo dos anos, e, nesse caso, não vamos repetir os excertos de todas elas, porque esse levantamento, assim como os anteriores é de caráter qualitativo e não quantitativo, e não estamos considerando a quantidade de vezes em que a Oktoberfest aparece, mas como ela aparece.

Já para a análise da narrativa fotográfica, utilizaremos o seguinte modelo de quadro:

Quadro 4: Modelo de quadro para levantamento e análise de imagens

Edição	
Nº fotos	
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	

Fonte: autoria própria

Esse quadro, por sua vez, contém os seguintes elementos: *edição* e *nº de fotos*, onde serão trazidos os números da edição analisada e o número de fotografias relacionadas à Oktoberfest contabilizadas; e *descrição da foto*, espaço onde buscaremos informar aquilo que pode ser visto em cada uma das fotos localizadas, como tamanho, a página onde ela está, se acompanha algum texto (e, se sim, apresentaremos um breve resumo) ou por legenda. E aqui é necessário esclarecer que, ainda que tenhamos em mente trazer algum número relacionado às fotografias encontradas nas edições, aqui a pesquisa continua tendo o caráter mais qualitativo. A escolha por trazer a quantidade de fotos, nesse caso, se dá para fins de organização do levantamento e também porque consideramos que, diferentemente do texto, onde muitas vezes a Oktoberfest é citada sem que seja necessariamente feita uma contribuição para a construção da identidade germânica, no caso das fotografias, todas possuem os elementos que procuramos, e que remetem de alguma forma a essa identidade. Por isso, no caso dos textos, não nos preocupamos em trazer todos os excertos encontrados, porém, no caso das fotografias, sim.

O quadro 4 pode ser encontrado na íntegra no Apêndice 5. Passaremos agora aos resultados, ou seja, ao que emerge desses levantamentos feitos.

Em relação à análise da narrativa, numa primeira visada percebe-se três diferentes abordagens: 1) trechos em que os narradores falam sobre a história da cidade, a identidade germânica, a colonização; 2) trechos metanarrativos, em que são abordadas as atividades da agência Alto Falante para divulgação da Oktoberfest; e 3) trechos que são claramente dirigidos aos turistas, trechos mais comerciais, com o objetivo de “vender” a festa.

Um exemplo da primeira abordagem é o seguinte excerto: “Mas existe também a Santa Cruz do Sul que soube preservar suas raízes, sua cultura, seus costumes e tradições trazidas da Europa germânica. Esta outra face é a que a OKTOBERFEST pretende mostrar, com muita alegria, diversão e entusiasmo” (ALTO FALANTE, 1984, ed. 21, p. 3).

Um exemplo da segunda abordagem é esta:

A revista ALTO FALANTE, como tem acontecido em outros movimentos importantes do município de Santa Cruz do Sul, quer através desta edição especial, mostrar a todo o Brasil, um pouco do que é Santa Cruz, cumprindo seu papel de

veículo oficial da Oktoberfest e órgão de divulgação do município a nível nacional. Esta edição, circula dirigida a ministérios, senado, câmara federal, governos de estados, secretarias de estado, assembléia legislativa do Rio Grande do Sul, prefeituras, entidades empresariais, culturais, consulados, embaixadas, enfim, procurar mostrar Santa Cruz do Sul e a Oktoberfest ao Brasil inteiro. Para tanto, reformulamos nossa programação visual, formato e características, na certeza de que desta forma estamos editando uma revista dentro dos mais altos padrões técnicos de qualidade e, através dela, falando cada vez mais alto (sic) (ALTO FALANTE, 1984, ed. 21, p. 3)

E ainda, um exemplo da terceira abordagem é o trecho também retirado da edição de número 21:

Uma preocupação da Secretaria de Turismo e da comissão organizadora da Oktoberfest é com o desenvolvimento de uma consciência turística por parte da população de Santa Cruz do Sul, explorando os costumes e tradições germânicas. Nesse sentido, foram realizados cursos e seminários junto a rede hoteleira, escolas e população em geral, visando preparar a comunidade para o espírito festivo que deverá reinar na cidade durante o evento. Não deverá causar espanto aos visitantes, ver as pessoas trajadas com vestimentas típicas da região do tirol, e de outras regiões de influência germânica (ALTO FALANTE, 1984, ed. 21, p. 8).

Percebe-se também que, desde o início a festa sempre teve um caráter turístico. Aliás, olhando mais de perto, parece que no início da Oktoberfest era dito com mais clareza que a festa era uma construção, era uma festa germânica mas nos moldes de Santa Cruz, nos moldes do Rio Grande do Sul e que ela tinha como objetivo atrair turistas. No trecho abaixo, isso fica bastante evidente:

Ademir esclarece que a Oktoberfest santa-cruzeense possui aspectos diferenciados da realizada em Munique por possuir uma conotação própria de Santa Cruz do Sul e destaca a característica do acontecimento como uma grande comemoração em que o visitante tem a possibilidade de degustar produtos típicos, café colonial, oportunidade de comprar produtos naturais do interior, travar contatos com exposições de indústria e comércio, adquirir artesanato, etc.
[...]
A Oktoberfest tem atingido plenamente seus objetivos de colocar Santa Cruz do Sul na vitrine turística do estado e do país – declara Ademir (sic) (ALTO FALANTE, 1985, ed. 29, p. 10).

Esse trecho mostra, inclusive, que a festa de Santa Cruz do Sul nem pretendia ser uma cópia perfeita da festa de Munique, ainda que se inspire nela para sua realização. A coordenação das primeiras edições era bastante sincera nesse sentido. Aliás, um outro trecho, retirado de uma entrevista concedida pelo Secretário Ademir Muller à Alto Falante, na edição de número 22, deixa isso bastante claro também:

ADEMIR – A princípio, se pretendeu copiar a festa da Alemanha com peculiaridades regionais, de Brasil. Nós não imaginávamos uma dimensão tão grande em termos de Oktoberfest: só depois, com as comissões trabalhando, é que isto começou a crescer. (ALTO FALANTE, 1984, ed. 22, p. 11).

Ao mesmo tempo, fazia um esforço grande para mostrar um lado da cidade muito ligado à essa cultura germânica que tinha esse potencial turístico, mostrar que o evento traria esses elementos que eram um diferencial da sociedade. O trecho abaixo mostra um pouco desses elementos:

Nós teremos espetáculos musicais e culturais, teremos noitadas típicas diariamente no salão de festas – uma amostra disso foi o baile da Rainha – teremos também o café colonial, as exposições industriais, comerciais e agropecuárias, choperias espalhadas pelo parque, bandinhas típicas deslocando-se constantemente e procurando transmitir o espírito festivo que caracterizará toda a promoção. Além disso, nós teremos exposições de grupos de dança, peças teatrais, grupos de mímica, atrações para o público infantil, um grande parque de diversões, exposições aéreas com balões, helicópteros, jogos de diversão, feiras de artesanato e de produtos coloniais e a Vila Típica com casinhas em estilo colonial, onde cada distrito do município terá a oportunidade de comercializar produtos típicos (sic) (ALTO FALANTE, 1984, ed. 20, p. 14).

Claramente também houve um esforço por parte da equipe da Alto Falante, dentro de seu papel de assessora de comunicação, para divulgar esses aspectos da cultura local e, em parceria com a coordenação do evento, levar essas informações para todo o Rio Grande do Sul. Esse outro trecho da mesma reportagem apresentada na citação acima, dentro da edição de número 20, ainda na página 14, diz o seguinte:

O convênio firmado com o Sulbrasileiro para uma forte campanha em todas as redes de televisão do estado já é uma garantia de divulgação, mas paralelamente nós criamos uma série de outros meios de divulgação para a festa, como cartazes, programas, peças promocionais e os lançamentos como o de Santo Angelo, onde mais de 80 municípios tiveram a oportunidade de sentir um pouco daquilo que o turista vai encontrar na Oktoberfest e estamos prestes a realizar também em Porto Alegre um lançamento a toda a imprensa gaúcha, agentes de viagem, que serão convidados a participar de uma noitada típica, com comidas, danças, bandinhas, tudo o que será a Oktoberfest. Todo o trabalho de propaganda, publicidade e divulgação está sendo executado pela agência Alto Falante, porque nós acreditamos nos valores da terra” (sic) (ALTO FALANTE, 1984, ed. 20, p. 14).

Ainda em relação às primeiras edições, é possível perceber uma consciência, inclusive, e uma certa intencionalidade de mudar a imagem de Santa Cruz do Sul dentro da sociedade e fora dela. Há uma fala muito significativa identificada no editorial da edição de número 22, que faz uma reflexão a respeito da realização da primeira Oktoberfest, após o seu fim. Essa edição foi publicada no mês seguinte à realização do evento e o trecho em questão diz o seguinte:

A Oktoberfest se mostrou o veículo certo para a divulgação de todos os potenciais aqui existentes que, por falta justamente de divulgação, muitas vezes não chegavam a ser reconhecidos e devidamente explorados. Nesse sentido, a Oktoberfest serviu para firmar uma imagem a altura do município que mais cresce no estado, e acima de tudo, **criar uma nova identidade de Santa Cruz perante a comunidade gaúcha e brasileira.**

[...]

Outro aspecto importante relacionado a Oktoberfest, diz respeito a **reativação de valores culturais**, tradições e raízes germânicas do município, **valores estes que se encontravam esquecidos e que agora parecem ter sido redescobertos com orgulho e entusiasmo.**

[...]

Santa Cruz do Sul conseguiu não só a merecida divulgação de seus potenciais, como também, atingiu a maturidade para a real criação de um mercado turístico que poderá **gerar novos recursos, movimentar a economia, absorver mão-de-obra, revitalizar a cultura**, enfim, trazer uma série de benefícios a toda comunidade (ALTO FALANTE, 1984, ed. 22, p. 3).

Na já citada entrevista realizada pela Alto Falante com o secretário Ademir Muller, publicada na edição de número 22, ele também fala brevemente sobre isso:

ADEMIR – Está na hora de nós reforçarmos as raízes. Isto já acontece no nativismo gaúcho, o que é muito bom, e nós também temos que valorizar a nossas tradições, sejam quais forem (ALTO FALANTE, 1984, ed. 222, p. 11).

Outro aspecto interessante que fica bastante evidente e que nos faz pensar numa tentativa de atrair turistas, mas também o desenvolvimento econômico, as empresas, etc, é que nas edições especiais, que, segundo os editoriais, são distribuídas por todo o Brasil, fala-se muito sobre a cidade, destacando aspectos esses sociais e econômicos e sempre ligando eles à cultura germânica. Fala-se muito do tal espírito empreendedor do colono alemão e do desenvolvimento da cidade até hoje como um fruto disso. São exemplos disso os seguintes trechos:

Assim também muitos costumes dos primeiros alemães, com pequenas modificações, permanecem presentes nas regiões de colonização, como as festas alegres e ruidosas, a limpeza das casas, o espírito de trabalho e o esmero das donas de casa na confecção de tortas, doces e cucas” (ALTO FALANTE, 1984, ed. 21, p. 16).

As marcas da determinação, do espírito empreendedor e do trabalho incansável dos imigrantes estão estampadas na Santa Cruz do Sul atual e se estendem à sua economia. (ALTO FALANTE, 1985, ed. 29, p. 5)

Essa mesma frase é utilizada novamente, 10 edições depois, mas agora com um complemento:

As marcas da determinação, do espírito empreendedor e do trabalho incansável do imigrante alemão estão estampadas na Santa Cruz do Sul atual e se estendem à sua economia. Efetivamente o município abriga uma população que detém uma das

maiores rendas per capita do país, resultado de um razoável nível de empregos e do vasto mercado de trabalho. (ALTO FALANTE, 1986, ed. 39, p. 47)

É preciso lembrar, porém, que, ao mesmo tempo em que essas edições eram levadas para fora da cidade e do estado, elas também eram lidas pela sociedade que absorvia seus conteúdos, internalizando essa cultura germânica trazida nas páginas. Assim inicia o processo de reconstrução de uma consciência coletiva em torno de todos esses aspectos dessa cultura, dessas tradições dos antepassados.

Outro ponto identificado facilmente foi que há, em mais de uma edição, um tom de culpabilização do Governo Getúlio Vargas pela campanha de nacionalização e pelas consequências dela no uso da língua alemã. São relatados, além da proibição do uso do alemão, também perseguições políticas, baseadas em preocupações relacionadas ao nazismo. Nota-se um tom (ainda que leve) de ressentimento, como no trecho abaixo:

Nascidas em Santa Cruz, as Sociedade de Lanceiros espalharam-se pelos municípios vizinhos, chegando a totalizar um número de trinta entre aproximadamente cem sociedades diversas, muitas das quais deixaram de existir após o período de 38/43, quando da campanha de nacionalização do Estado Novo promovida pelo governo Getúlio Vargas. Na ocasião, procurou-se bruscamente obrigar as sociedades a fazerem seu registro perante os órgãos civis do estado, além da utilização da língua portuguesa em todas as suas atividades. Foram apreendidos estatutos e livros em alemão, quadros comemorativos, fechados jornais em língua germânica e recolhidas espadas e lanças cuja finalidade era exclusivamente ornamental em desfiles e torneios (ALTO FALANTE, 1984, ed. 21, p. 6).

As primeiras edições da Oktoberfest foram, claramente, tentativas de variados formatos e isso fica bastante claro na narrativa da revista que vai relatando essas tentativas. A organização foi acrescentando detalhes, tirando outros, modificando aqui e ali e isso acontecia especialmente, nas situações em que a coordenação do evento mudava (quando trocava o prefeito, conseqüentemente trocava o Secretário de Turismo, que era o responsável por organizar a festa nos primeiros anos). Num momento de preocupação com o resgate das tradições, por exemplo, foi criada uma Comissão de Folclore (na edição de 1986 da festa), como mostra o trecho abaixo:

A necessidade de desenvolver cada vez mais o folclore na OKTOBERFEST ocasionou a criação neste ano de 86, da Comissão de Folclore, coordenada por Gisela Dick. Ele destacou que no evento deste ano iniciou o trabalho desta comissão, “que num futuro bem próximo deverá se constituir numa das mais importantes do evento, porque a OKTOBERFEST é folclore, é uma festa onde se revive as tradições dos antepassados germânicos”.

Neste sentido, durante o seu trabalho, Gisela Dick motivou a criação, juntamente com uma série de outras pessoas, do Centro Cultural 25 de Julho e um apoio ainda maior ao Grupo Polka de danças alemãs (sic) (ALTO FALANTE, 1986, ed. 40, p. 31)

Na edição de 1989, a tentativa de tornar a festa algo ainda mais cultural é ainda mais significativa. O poder público tenta tirar a parte de comercialização da festa, deixando apenas os bailes, o chope, a música. Numa reportagem encontrada na edição de número 62 da revista, ao longo das páginas 23, 24 e 25, encontra-se o seguinte trecho:

As alterações prometidas para a festa deste ano são, segundo constata o coordenador geral do evento, secretário municipal Clóvis Hoppe, uma forma de resgatar o objetivo inicial e a essência da Oktoberfest nascida na Alemanha e trazida ao Brasil na bagagem dos colonizadores germânicos que é a de ser puramente uma grande festa de confraternização e alegria (ALTO FALANTE, 1989, ed. 62, p. 24).

Esse trecho mostra que eles acreditavam estar se aproximando da essência da festa realizada em Munique, que é a de uma grande festa de confraternização. Por algum motivo esse formato não deu certo e as feiras comerciais e industriais acabaram retornando em algum momento posterior (mas então, a revista já não mais existia e precisaríamos fazer a análise de outros veículos para compreender o que se deu). Ao mesmo tempo, porém, a organização do evento já trazia (inclusive na edição de 89) outros tipos de música para apresentações ao longo do evento. Incluindo grupos gauchescos, pop, rock, sertanejo, MPB, etc. Se torna um pouco contraditório em relação ao objetivo da festa, mas, é claro, tendo como objetivo atender a públicos variados (o toque tupiniquim da festa, como é dito em diversos momentos).

Também bastante interessante observar a forma como a Oktoberfest é abordada pelas últimas edições da revista, quando essa já não pertence ao Grupo Alto Falante e sim, ao Grupo Gazeta. Por um lado, há uma certa romantização da festa e da cultura em torno dela, como no trecho a seguir, retirado da edição de número 56:

Visitar o Vale pode ser também, não apenas o contraste entre o velho e o novo, mas uma aventura onde as colonizações ítalo-germânicas, sobretudo a segunda, despontam com tonalidades, ora duras, quase sóbrias, no colono trabalhando a terra, ora soltas e alegres nos bailes, que nos inúmeros salões espalhados pelo interior, animam os fins de semana com dança, cuca e lingüiça.

Mas, acima de tudo, é uma demonstração viva de que cultura não é um arcabouço de imagens paradas no tempo, mas algo que se processa e evolui com o homem e por causa dele. E que deve, em cada momento histórico, expressá-lo com fidelidade (sic) (ALTO FALANTE, 1988, ed. 56, p. 10).

Por outro lado, como vemos já na edição seguinte, a revista também faz alguns questionamentos, que podemos considerar até bem interessantes e de vanguarda considerando o cenário do evento e a forma como a sociedade aparente já havia abraçado a festa (tendo em

vista que não houve grandes questionamentos à realização do evento e que a narrativa em torno dele vinha, até então, sendo mais ou menos a mesma). Vejo o excerto abaixo:

E aí se abre uma discussão bastante longa. Para se fazer uma festa com características tão somente germânicas, haveria a necessidade de que as pessoas daqui se atualizassem no tempo e tivessem a humildade de aceitar que, na Alemanha de hoje, a caracterização cultural já se preocupa com o futuro, fazendo do seu evento Oktoberfest não só uma festa típica, mas um acontecimento rentável, onde a tecnologia caminha lado a lado com o legado folclórico. De típico mesmo, só a possível comemoração de uma nova safra de “softs” a serem lançados na próxima década.

Por aqui, como não se comemora qualquer safra e apenas se tenta resgatar uma história ainda não bem contada, até que a conotação que a nossa Oktoberfest vem tendo está dentro do previsto. Com a miscigenação racial que assolou o Vale do Rio Pardo, principalmente Santa Cruz, nada mais justo que os espetáculos sejam esses mesmos. Ao invés de se buscar uma banda em algum cantinho da Alemanha, que por esforço ainda continua a tocar as velhas polkas e valsas, que se mostre então um rock pesado feito pelos gaúchos do sul ou que se mostre a vitalidade do samba numa banda formada por negros de nossa periferia municipal. Por aí a coisa acontece.

[...]

Comprovando isso, nada mais justo que se busque o embasamento de quem realmente pode dizer algo sobre o assunto, o diretor de cursos do Instituto Goethe, em Porto alegre, que acredita que as Oktoberfest brasileiras são ainda mais autênticas que a tradicional de Munique, coincidentemente no mesmo período da realizada em Santa Cruz do Sul.

Com relação à expressão da cultura germânica através das nossas Oktoberfest, Gottfried Wäber diz que elas ficam muito aquém, até porque não haveria sentido de se fazer tal qual é feito em Munique. Ao contrário, continua, as Oktoberfests que viu por aqui, através da televisão ou das informações de quem as visitou, são bem mais autênticas do que a forma comercializada com que é feita a de Munique, onde o interesse maior é a vendagem de hectolitros de cerveja durante duas semanas.

Por aqui, completa, além do culto da cerveja, ainda se tem algo mais como danças e músicas tradicionais, o que torna o evento ainda mais atraente e não tão somente consumista.

Assim sendo, nota-se que o convívio permanente entre as adaptações sofridas pelos descendentes e sua conseqüente tentativa de resgatar sua cultura, são concomitantes. É importante que essa ala em defesa do processo histórico seja persistente, lutando para que algo ainda fique (ALTO FALANTE, 1989, ed. 57, p. 28 e 29).

Essa reportagem, lá no fim da década de 1980, traz alguns pontos que são discutidos ainda hoje pela sociedade, e cada vez mais, aliás. A questão da participação dos negros, por exemplo, e o questionamento a respeito de ser uma cópia de Munique ou não, a autenticidade disso, uma vez que a própria festa original se atualizou e já não é mais realizada como em sua origem, etc. No entanto, tudo isso mostra que, com o passar dos anos, o entendimento que se teve da festa foi realmente mudando. Porque como já dito, no início havia uma preocupação de ser transparente em relação a sua construção, porém, mesmo assim, algo parece ter saído do controle, ou com as mudanças administrativas, tentativas de tornar a festa cada vez mais folclórica, a sociedade passou a ver o evento como algo da essência intrínseca e nata da cidade e não construída, algo que começou a incomodar ao ponto de surgirem esses questionamentos.

Essas foram as nossas primeiras percepções ao observar a narrativa da revista *Alto Falante* a partir de seus textos. Já no levantamento feito em relação às fotografias, foram identificadas, ao total, 231 fotos relacionadas com a Oktoberfest de Santa Cruz. Exemplo de imagens encontradas foram:

Imagem 12: mosaico com exemplos de fotos sobre a Oktoberfest publicadas na revista *Alto Falante*



Fonte: Revista *Alto Falante*

Observou-se que as fotografias publicadas na revista *Alto Falante* são repletas de elementos que remetem ao germanismo e percebemos, a partir de nossa percepção, uma intenção de construir uma imagem para a festa relacionada a essa cultura germânica. Os canecos de chope, as vestes tradicionais germânicas e, em certa medida, a culinária local (que é apresentada como sendo de origem germânica porque as receitas vêm passando de geração em geração desde a colonização), estão fortemente presentes.

Percebem-se também elementos decorativos que buscam associar a festa com a Alemanha, principalmente através das cores. Apesar das fotos serem, em sua maioria, em escala de cinza (sem cores), é possível identificar decorações feitas em tecidos coloridos, que parecem conter as cores da bandeira alemã (os mesmos elementos decorativos que ainda hoje encontramos na Oktoberfest), ou seja, vermelho, amarelo e preto. Em alguns momentos também se mostra a festa de Munique, na Alemanha ou ainda bandinhas típicas desse país.

Também é interessante observar que em nenhuma das 231 fotografias analisadas vemos pessoas negras ou de pele mais escura. A germanidade acaba sendo representada também pela cor da pele, olhos e cabelos, como já havia sido percebido em relação ao trecho do hino de Santa Cruz do Sul, trazido no primeiro capítulo. Isso diz respeito também às soberanas,

normalmente retratadas nas capas a cores, de forma que podemos ver com mais clareza os olhos, pele e cabelos claros, assim como também podemos confirmar as cores que, na revista, estão em preto e branco.

Além disso, notamos que muitas fotografias se repetiram nas edições especiais analisadas. Em alguns casos, a mesma fotografia chega a ser utilizada duas vezes na mesma edição. Percebe-se também que as fotografias buscam repetidamente mostrar a festa como alegre. Em boa parte delas, inclusive nessas que se repetem, vemos pessoas dançando e principalmente brindando com seus canecos de chope, erguendo-os no ar. Em outras, vemos famílias reunidas e felizes, comemorando as tradições germânicas que passam de geração em geração.

Por outro lado, percebe-se um certo tom turístico e comercial na festa, a partir das fotografias que mostram a cidade. Todas as edições possuem seções com dicas de lugares para conhecer na cidade e na região. Além disso, todas as edições trazem fotos aéreas da cidade, buscando mostrar o desenvolvimento de Santa Cruz. Em outras edições vemos fotografias de grupos musicais em nada relacionados à cultura germânica, mas convidados a se apresentar na festa. Há ainda as diversas apresentações de grupos locais, de patinação e de outros esportes, ou ainda do aeroclube. A sensação que fica é a de que a Oktoberfest, apesar de ser apresentada como uma festa das tradições, serve também como uma vitrine para a cidade, para fomentar o comércio dela. A apresentação de grupos musicais que não são tipicamente germânicos pode estar relacionada a essa intenção, provocando a vinda de pessoas de fora que não se identificam com a principal característica da festa. É possível perceber também um forte apelo institucional – em relação à Prefeitura – com matérias repletas de fotografias do Prefeito e do Secretário de Turismo, organizadores do evento, buscando associar a festa ao sucesso administrativo municipal.

Mas também é interessante observar que, apesar de a maior parte das edições especiais analisadas conter muitos espaços dedicados à administração pública, com fotografias do prefeito e do secretariado, esses retratos, em geral, são menores do que as fotografias dedicadas à festa em si, assim como as fotografias de pontos turísticos também são menores.

Notamos ainda que algumas edições especiais também trazem reportagens relacionadas com a preservação de elementos da cultura germânica, como, por exemplo a arquitetura da cidade. Também há diversas reportagens sobre os grupos de cavaleiros/lanceiros Ulanos que realizavam competições, principalmente em eventos no interior. É interessante observar que sua origem, ainda que germânica, não era necessariamente alemã, e sim polonesa, e que hoje eles já não existem em Santa Cruz apesar de serem muito citados e aparentemente apreciados na década de 1980.

Apresentado esse levantamento de informações sobre a narrativa fotográfica, a fim de exemplificar como será feito também o levantamento da narrativa dos textos, passaremos a seguir para o nosso próximo subcapítulo, que compreenderá a análise de tudo o que apresentamos até aqui, ou seja, dos elementos da processualidade da midiatização da agência e da revista Alto Falante e da narrativa textual e fotográfica da revista Alto Falante, a fim de que possamos dar mais um passo na direção de encontrar respostas para o nosso problema de pesquisa: como a processualidade da midiatização interferiu na constituição identitária de Santa Cruz do Sul através da narrativa sobre a Oktoberfest na Revista Alto Falante?

4.2.3 A processualidade da midiatização

Chegamos agora ao que consideramos o clímax de nossa pesquisa, o momento em que pretendemos cruzar todas as informações trazidas por meio da revisão bibliográfica feita ao longo dos capítulos 2 e 3 e também as informações levantadas sobre as formas de divulgação e sobre a narrativa da revista. E analisando os excertos retirados das entrevistas e das páginas da revista, há ainda algumas coisas que emergem, além das descobertas já feitas ao longo do processo de levantamento e catalogação do conteúdo.

A primeira delas é que a criação da Oktoberfest parece ter tido uma intencionalidade desde o início. Nas entrevistas concedidas, e, também ao longo dos editoriais, fica bastante evidente que o primeiro grande objetivo ao criar o evento, era divulgar o município e tentar movimentar a economia, ou seja, tinha um fim comercial, de alguma forma. Em mais de uma entrevista são citadas reuniões que teriam acontecido para pensar essa festa e a partir dessas falas, é possível perceber que a intenção era explorar a cultura existente, trabalhar em cima dela, para atrair turistas e ganhar dinheiro com isso.

A partir disso, inicia-se o trabalho de construção de uma identidade visual para a festa. Uma das frentes de trabalho é a pesquisa em torno da história da cidade, a fim de que se possa resgatar informações sobre a colonização e a cultura e utilizar isso para a construção da festa. Com base nisso, a equipe da revista/agência começa a pensar em artes para anúncios, publicidade, etc. Ao mesmo tempo há uma preocupação em auxiliar a coordenação do evento a preparar a divulgação para além da cidade, processo no qual a revista entra com grande força. Com o passar do tempo, entre uma edição e outra, as artes vão sendo aprimoradas e elas não apenas são aceitas pelo público, pelas empresas, pela sociedade, como passam a ser utilizadas em suas publicidades também, e, aos poucos, elas passam a ser vistas dentro da festa.

Esse é o caso dos bonecos Fritz e Frida, por exemplo. Como um dos entrevistados conta em excerto já trazido nessa dissertação anteriormente, a ideia do Fritz surge como uma ilustração que seria utilizada em anúncios. Num segundo momento alguém tem a ideia de gravar a ilustração nas canecas de chope da festa. Passado mais algum tempo, conforme conta outro entrevistado, surge a ideia de colocar a imagem dos bonecos em um totem onde as pessoas colocariam seus rostos para serem fotografadas como personagens da festa. Logo em seguida surge a ideia de criar os bonecos que seriam a família símbolo do evento. Posteriormente, em 1997, passados já cerca de 13 anos da criação da Oktoberfest, os bonecos passam a ser um ponto turístico e um cartão postal da cidade, sendo inaugurados em uma estrutura de concreto em um dos principais trevos de acesso à cidade, junto à RSC-287, estrada que liga a região metropolitana de Porto Alegre à região central do Estado, até Santa Maria e por onde passam diariamente um média de mais de 8 mil veículos³⁶.

Mais especificamente em relação à revista, já citada anteriormente como uma fonte importante de informações para turistas, é importante explicar que isso se deu porque, transformada em veículo oficial, as edições especiais começam ser levadas pelas comitivas Brasil a fora e essas edições tinham, claramente, o objetivo de mostrar a cidade, apresentá-la para o público. Elas continham, como já foi apontado no primeiro levantamento feito, não apenas reportagens especiais, mas entrevistas, editoriais, anúncios, etc. Dentro dessas reportagens especiais, os conteúdos iam, desde informações sobre a história da colonização, passando por matérias sobre a cerveja e chope, trazendo informações sobre a culinária germânica e programação oficial do evento, indo até a apresentação dos principais pontos turísticos da cidade.

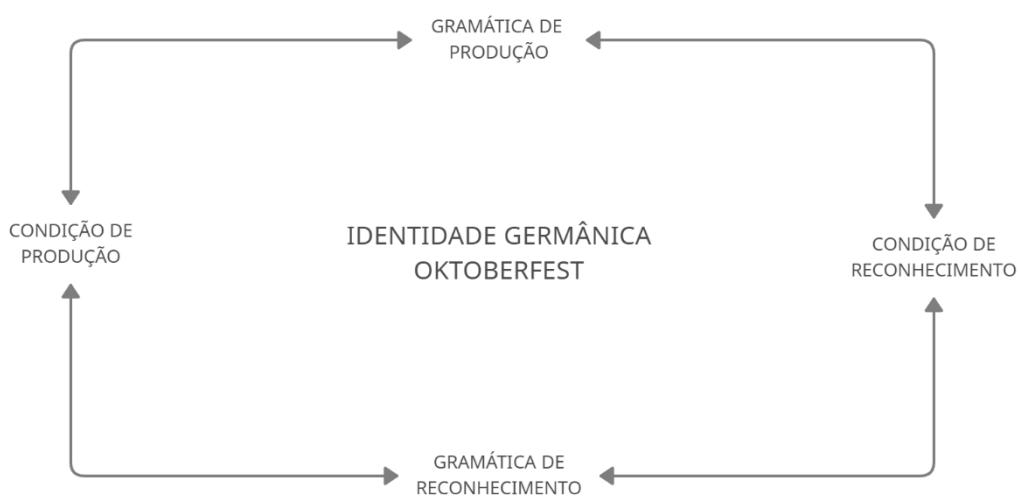
Como já dito anteriormente, a partir dos levantamentos feitos e também por meio dessa última análise, fica claro que houve um processo de pensar a Oktoberfest e a construção de sua imagem tendo como base um passado de colonização e uma cultura que já estava presente na sociedade local, ainda que, desde meados da década de 1930, em estado cada vez mais latente, em função dos acontecimentos históricos que proibiram a externalização de muitas das tradições das famílias, e também em função de uma globalização, da chegada, aos poucos, de uma era pós-moderna cujas características, conforme Hall (2011), incluíam uma identidade cada vez mais fragmentada, mesclada, individual. A partir desse resgate histórico e cultural, passa-se recontar a história da cidade, passa-se a trazer à luz alguns costumes que estavam em processo de esquecimento ou que eram mantidos apenas pelas comunidades do interior, cria-se

³⁶ Cálculo feito tendo como base o monitoramento em tempo real da Empresa Gaúcha de Rodovias (EGR), que pode ser consultado no site <www.egr.rs.gov.br/emtemporeal>.

e divulga-se uma imagem para a Oktoberfest com base nesse passado e isso tudo começa a ser absorvido pela sociedade. Essa absorção vai se tornando cada vez mais significativa na medida em que o conteúdo não vai sendo contestado e se repete ao longo de diferentes edições. Dessa forma, gramáticas de produção e de reconhecimento passam a trabalhar juntas em um processo de circulação de informações que vão convencendo a identidade, criando um modelo de como essa identidade deve ser representada e de como ela deve ser assimilada.

Imaginamos que o processo se dê mais ou menos de acordo com o esquema abaixo:

Esquema 2: o convencionamento da identidade através da circulação



Fonte: autoria própria

O que queremos representar com esse esquema é que existia uma condição de produção pré-existente, possivelmente baseada numa história de cultura germânica a partir da imigração alemã, em uma festa realizada anteriormente (a FENAF), em escolas, clubes, atividade religiosas, etc, que interfere na gramática de produção da Revista e Agência Alto Falante a respeito dessa identidade. Isso leva a uma gramática de reconhecimento que aceita essa gramática de produção convencendo-a e (re)criando assim uma condição de reconhecimento, que por sua vez, passa a interferir na condição de produção. É assim que se vai reconstruindo uma ideia de identidade, ou seja, ela tem como base uma ideia já existente de identidade, assentada no passado e história da cidade, mas que vai sendo reconstruída a partir tanto daquela ideia do passado, como da ideia do presente, numa junção de ambas.

Podemos dizer, assim, que nossa hipótese inicial de uma reconfiguração da identidade fica confirmada. Falaremos mais sobre isso em nossas considerações finais, no capítulo a seguir.

5 CONSIDERAÇÕES

Acreditamos que um primeiro passo foi dado dentro de um caminho que ainda pode render muitos frutos. Mas algumas respostas foram obtidas a partir dos levantamentos e análises que realizamos e queremos retomar isso tudo agora para fazer o fechamento de nossas reflexões. É chegada a hora de respondermos às perguntas que fizemos lá no início, ou seja, afinal, como a processualidade da midiaticização ajudou a construir a imagem que se tem da Oktoberfest? E qual o papel disso na (re)configuração do sentido de identidade germânica em Santa Cruz do Sul? Houve uma reconfiguração, de fato? Se sim, qual ideia de identidade que emerge disso?

Respondendo à primeira da pergunta: no decorrer da pesquisa foi possível perceber que a midiaticização sempre esteve presente e teve um papel importante, em cada um dos momentos da história da cidade, participando de sua constituição, conforme apontamos ainda no primeiro capítulo, passando pelo desenvolvimento da cidade, onde um jornal em língua alemã foi muito marcante e culminando (dentro do que coube a nossa pesquisa, que vai até a década de 1980), na criação de uma festa tradicional germânica que teve por objetivo o resgate das tradições.

Nessa última etapa a processualidade da midiaticização ajuda a construir uma identidade para o Oktoberfest de diversas maneiras. Respondendo à segunda questão, entendemos que essa processualidade age principalmente utilizando-se de condições de produção pré-existentes para construir uma nova gramática de produção, afetar uma gramática de reconhecimento, que internalizaria uma nova condição de reconhecimento com o tempo e que, por fim, ajudaria a reconstruir as próprias condições de produção, conforme o esquema elaborado por nós e apresentado ao fim do último capítulo.

No que se refere às gramáticas de produção, ao longo da pesquisa também foram feitas algumas descobertas. Percebeu-se, por exemplo, que nas páginas da revista *Alto Falante* divulgou a Oktoberfest por meio de chamadas de capa, editoriais, notas, fotografias, entrevistas e mesas redondas, reportagens, matérias/notícias, colunas, colunas sociais, criação e publicidade, artigos de opinião e matérias pagas. Isso compreende praticamente todas as formas pelas quais seria possível divulgar um evento (na época), o que demonstra, no mínimo um real interesse no tema.

Já em relação ao trabalho da agência, segundo as entrevistas feitas com seus antigos colaboradores, a divulgação se deu pela assessoria de comunicação e imprensa, pela criação publicitária, pela fotografia, pela estruturação das edições especiais e mudanças editoriais que determinam à revista em função da Oktoberfest e pelo auxílio na organização do evento. Além disso, lendo as reportagens e sobretudo os editoriais, nos quais encontramos diversos trechos

de metanarrativa, ou seja, em que a Alto Falante fala sobre o trabalho da Alto Falante, foi possível perceber que antes de tudo isso também foi realizado um trabalho de pesquisa histórica e cultural, a partir do qual a revista e a agência trabalhariam para criar sua narrativa.

E por falar em narrativa, com o levantamento feito a partir dela, veio à tona a percepção de que a revista tinha três diferentes abordagens ao falar da Oktoberfest e de suas características: 1) trechos em que os narradores falam sobre a história da cidade, a identidade germânica, a colonização; 2) trechos metanarrativos, em que são abordadas as atividades da agência Alto Falante para divulgação da Oktoberfest; e 3) trechos que são claramente dirigidos aos turistas, trechos mais comerciais, com o objetivo de “vender” a festa.

Também foi possível perceber duas diferentes formas de narrar a festa, uma nas primeiras edições da revista, quando ela ainda era administrada por seus fundadores originais, e outra a partir do momento em que o Grupo Gazeta a assume. Essa foi uma das descobertas mais interessantes, porque é diferente daquilo que havíamos imaginado inicialmente. Acreditávamos que a construção de uma imagem para a Oktoberfest, baseada na identidade germânica e que iria interferir nessa própria identidade, havia sido feita de forma pouco transparente, buscando inculcar na sociedade um senso de germanismo de uma forma talvez até inconsciente. E não foi o que encontramos.

Ao contrário, nas primeiras edições da festa, o trabalho de divulgação não se preocupava em esconder do público e da sociedade o caráter comercial e econômico da festa. Agora, entendendo a história da cidade, imaginamos que isso se deva porque a própria sociedade estava acompanhando esse processo de construção e tinha um interesse muito mais econômico do que cultural propriamente dito. Além disso, nos anos 80 há um movimento mundial e nacional de desenvolvimento do turismo cultural e ambiental, especialmente o primeiro, estruturando-se políticas públicas em todos os níveis, inclusive municipais, a partir de orientações que vem de órgãos como a própria ONU/UNESCO e que se refletiu em um processo muito consciente de criação de políticas de preservação do patrimônio, material e imaterial. e no turismo como estratégia de desenvolvimento econômico

E no entanto, já nas últimas edições, já na “Era Gazeta” percebe-se a já referida mudança que, por um lado, mostra em uma romantização da cultura, com reportagens escritas numa linguagem mais rebuscada, trazendo a sociedade local como já inserida nessa cultura de Oktoberfest como parte de sua tradição e cultura, mas por outro lado, também fazendo questionamentos à festa. É nesse sentido que começamos responder à pergunta sobre uma reconfiguração da identidade germânica a partir da midiaticização da Oktoberfest na Revista.

Isso nos fez refletir um pouco a respeito do que pode ter acontecido ao longo do processo de divulgação do evento, considerando o período em que a revista fazia essa divulgação e o período em que ela já não tinha mais esse compromisso. E a conclusão a que se chega, considerando o entendimento da processualidade da midiaticização envolvida nessa divulgação, é que ainda que num primeiro momento a cobertura do evento tenha sido transparente e voltada para o turístico e para o econômico/comercial, o trabalho de resgate das tradições, e o trabalho de narrar a história da cidade, foi mexendo com o inconsciente coletivo da sociedade ao ponto de se criar um novo arquétipo³⁷ relacionado à essa identidade germânica, mais elaborado, de um homem germânico descendente do colonizador. A processualidade da midiaticização, por meio dessa narrativa e por meio da circulação, foi interferindo nas gramáticas e nas condições de produção e de reconhecimento, como já foi dito, em um processo cíclico, na medida em que foi sendo aceito pelas pessoas o espírito da festa e com base em uma identidade germânica que acabou gerando uma nova ideia de identidade.

Já em relação às fotografias, a nossa tentativa de olhar para as histórias que elas narram nos fez ver que elas são repletas de elementos do germanismo, no que parece ser uma tentativa de construir uma imagem para a festa a partir da cultura germânica, em referência ao passado, aos colonizadores e, claro, à própria Alemanha, por meio das vestes, da cor da pele e do cabelos das pessoas retratadas, por meio das cores (mesmo nas fotos em escala de cinza é possível perceber a forte presença dos tecidos nas cores da bandeira alemã), etc. Para a construção arquétípica, isso é fundamental. Ajuda a estabelecer as imagens que a coletividade vai carregar consigo. E, inclusive, elas têm um poder grande dentro da processualidade da midiaticização, porque dizem muito, são carregadas de signos e símbolos, de "indicialidade", que quando visualizados são rapidamente processados criando novos sentidos. E na medida em que se repetem, como aconteceu de fato ao longo das edições da Oktoberfest, essas fotografias vão convocando um sentido, se transformando em totens, em símbolos da festa, situações a serem imitadas, graças a circuito de internalização/rememoração.

E assim como em todos os demais itens da processualidade da midiaticização, nosso levantamento sobre a narrativa fotográfica também aponta para um trabalho inicial de pesquisa

³⁷ Do grego *arché*, que significa principal ou princípio e *tipós*, que é impressão ou marca, o termo arquétipo foi usado pela primeira vez por filósofos neoplatônicos com o objetivo de indicar algumas ideias modelos, ideias que serviam de base para todas as coisas existentes, mas o conceito de arquétipo como conhecemos hoje foi formulado pelo psicanalista suíço Carl Gustav Jung em meados dos anos 1900. Segundo ele, arquétipos imagens arcaicas, primordiais, simbólicas universais que se formam da incessante renovação das vivências experimentadas ao longo de várias gerações. Eles podem ser encontrados em diversos aspectos da vida humana e estão no inconsciente coletivo, ou seja, não precisam ser transmitidos de uma pessoa para outra. São natos a todos os seres humanos (CIECELSKI, 2016).

a fim de utilizar como base para a construção da narrativa uma ideia de identidade já existente e só então aprimorá-la. Nas primeiras edições que abordam a Oktoberfest, sobretudo as edições especiais, percebe-se um empenho em trazer fotografias sobre a festa realizada em Munique na Alemanha desde o século 19, bem como a história dos colonizadores germânicos que vieram para a região e nela trabalharam. Também fica bastante evidente a construção de uma narrativa fotográfica baseada na etnicidade e para a utilização de uma matriz genealógica como referência para a sociedade.

Por fim, juntando toda a revisão teórica e todos os levantamentos feitos, em uma análise das pistas discursivas encontradas nas páginas e nas falas dos entrevistados, foi possível compreender que a Alto Falante teve um papel ainda mais importante do que aquele que poderíamos imaginar na construção de uma ideia de identidade germânica. Utilizando-se da configuração original, baseada na história da cidade e de sua colonização, a revista constrói uma narrativa para a Oktoberfest e, a partir disso, não apenas trazer à tona uma cultura que estava em estado latente, resgatando tradições que e histórias, mas também para incrementá-la, aprimorá-la, ampliá-la, reconfigurá-la, chegando a torná-la quase mais forte ou mais venerada do que a cultura praticada na própria Alemanha, como apontou o então representante do Instituto Goethe de Porto Alegre, entrevistado para a reportagem da edição 57 da Alto Falante, cujo excerto trouxemos anteriormente.

Além disso, ao longo do trabalho de pesquisa e observando os conceitos de identidade e, principalmente, a forma como a pós-modernidade afeta a construção identitária individual, podemos dizer que a Oktoberfest pode ter nascido e ter sido narrada com base nessa realidade de mundo. Por que surgiria a vontade de se recriar e/ou reforçar laços culturais tanto tempo depois da colonização e bons anos após a interferência do Estado Novo, quando tudo já estava em estado latente por mais de 40 anos? Pode ter havido, ou não, uma relação com os receios a respeito dos quais Hall e Bauman nos falam e eu diria que, olhando para a narrativa, ainda que não fique explícito, é evidente que o receio dos novos tempos esteve presente e que, sob a influência do pós-moderno, houve uma reação "comunitarista" - como já havíamos suposto que poderia ser ao longo daquele capítulo - uma necessidade de "invenção" de uma tradição em razão das mudanças aceleradas de mundo. Mas tudo isso esteve aliado (ou seria mascarado?), pelo menos num primeiro momento, com um discurso de que essa "invenção de tradições" seria boa para a economia da cidade.

O fato é que há, sim, um sentimento de necessidade do coletivo, ou de manter esse coletivo, para que se sintam fortes, unidos, pertencentes ao grupo, à comunidade. Há um esforço por resgatar e reavivar a tradição dos antigos para que não ocorra aquele sentimento de perda

subjetiva. Mas nesse esforço, mais do que resgatar, acabam-se criando novas tradições, como a da própria festa, que é repleta de atividades que não necessariamente faziam parte das práticas culturais dos colonizadores. E há a ideia de que um homem precisa de uma nacionalidade, e nesse caso, não necessariamente a brasileira, mas a germânica. porque é dela que descendem, é a ela que pertenciam seus antepassados. Por isso, o conceito de identidade que melhor se encaixa no grupo analisado, como dito já no início deste trabalho, é o do sujeito sociológico. Acreditamos que isso se dá, em parte, porque a colonização germânica se deu em um tempo de mundo em que esse conceito era mais forte (período de industrialização, já no pós-iluminismo, mas antes do pós-moderno) e o que a Oktoberfest tenta fazer é resgatar essa cultura e essa tradição deste outro tempo de mundo. Então, conseqüentemente, há um retorno para esse sujeito sociológico.

E então, complementando a resposta para a última pergunta - que tipo de identidade emerge dessa relação? - podemos dizer que, após a leitura das edições da Alto Falante e de sua análise, percebemos o surgimento de um elaborado arquétipo de identidade germânica para a comunidade (ainda que muitos de seus indivíduos não consigam se encaixar dentro desse arquétipo). A ideia que fica é a de uma cidade que foi colonizada por imigrantes germânicos, que passaram por muitas dificuldades para sobreviver por conta própria, construindo aquilo que não lhes foi entregue pelas autoridades, e que mesmo em meio a essas dificuldades desenvolveu-se econômica e culturalmente, mantendo as tradições que vieram com eles da Europa, mas cujos descendentes, infelizmente, tiveram que se distanciar dessa cultura, gradativamente, por causa da obrigatoriedade da nacionalização. Também fica a ideia de que, felizmente, passado algum tempo, graças aos esforços de um determinado grupo político, essas tradições e cultura puderam ser retomadas e o ponto alto de sua manutenção e mesmo de comemoração dessa cultura, é a realização de uma festa tradicional, que ocorre anualmente no mês de outubro (no início era entre o fim de setembro e o início de outubro), denominada Oktoberfest, que segue os moldes da festa realizada em Munique na Alemanha. Tudo isso, corrobora uma narrativa oficial sobre a colonização/formação do município

Outro sentimento que emerge dessas leituras é o de que para além dessa festa, a cidade também mantém sua arquitetura, mantém hábitos aprendidos de uma geração para a outra, como por exemplo, a tradição de cultivar jardins em frente às casas, de cozinhar cucas, de falar alemão (alguns). Também é atribuída à comunidade santa-cruzense a organização e limpeza que seriam uma herança cultural de seus antepassados, bem como o espírito empreendedor e trabalhador que permitiu a sobrevivência do "loiro imigrante" que longe de sua terra "chorou, chorou", como canta, orgulhosamente, o hino da cidade. As edições da revista, sua narrativa, e a

processualidade da midiaticização, que inclui o trabalho feito também pela agência, em geral, retrata Santa Cruz do Sul como uma espécie de mini Alemanha dentro do Brasil, um local onde as tradições germânicas ainda estão vivas e podem ser compartilhadas com os turistas.

Aliás, o turismo é um ponto chave. A Oktoberfest tem um intuito comercial forte, sim. Desde o início havia uma necessidade de vender essa imagem tanto para o turista, quanto para quem é daqui. Como uma espécie de guia de como portar-se diante da festa e diante dos que vêm de fora, como mostrar que a sociedade era “autenticamente germânica” (o que não era, porque, do contrário, não seriam necessárias todas essas instruções.). Busca-se dizer que a festa é preparada para ser totalmente cultural, um resgate de tradições, no entanto, se observarmos a programação detalhadamente perceberemos já na década de 1980 diversos elementos (muitos deles presentes até hoje) que não possuem quaisquer características germânicas, como desfiles (de moda) de marcas comerciais tradicionais de Santa Cruz, feiras e exposições comerciais e shows de músicos brasileiros nada relacionados com a cultura germânica. Além disso, nas primeiras edições eram incluídos como Jogos Germânicos esportes como bicicross, golfe, patinação, entre outros, e isso é mostrado a partir de fotografias também. Assim, percebe-se que o intuito verdadeiro, era mostrar a cidade, fazer da festa uma vitrine, com um apelo fortemente turístico – por meio das tradições germânicas – para mascarar um aspecto mais comercial.

Então há, sim, alguns aspectos que não mudaram tanto assim de lá para cá (a partir de uma visada rápida, sem uma análise muito profunda, mas baseada apenas em nossas observações como público de Oktoberfest e como integrantes do grupo de reconhecimento dessas gramáticas). Aqui, podemos citar também as fotografias novamente, mas dessa vez, aquelas que encontramos nos portais de notícia e jornais da região e do Estado (como aquelas que trouxemos anteriormente a partir de uma busca no Google), e que são, em sua maioria, muito semelhantes com as primeiras fotografias, exceto pelo fato de que agora, são todas em cores.

Por outro lado, considerando a passagem de mais de 30 anos desse período da Alto Falante e do início da Oktoberfest, também é natural que algumas mudanças tenham acontecido. Vivemos hoje em um contexto de sociedade que questiona muito mais algumas situações. Já há estudos (alguns dos quais trouxemos ao longo dessa dissertação, inclusive) apontando a contribuição de outras culturas e grupos étnico-sociais para o desenvolvimento da cidade, como por exemplo, dos negros. Então, ainda que o hino da cidade e as características físicas das soberanas eleitas para a Oktoberfest (na década de 1980 e ainda hoje) pareçam fazer parte e referência a uma cidade composta apenas por pessoas brancas e com cabelos e olhos em sua

maioria claros, não é isso que vemos nas ruas da cidade. E obviamente isso é questionado pela sociedade, como de fato deve ser.

Há muitos questionamentos também em torno desse tom comercial da festa. No início de sua existência, a Oktoberfest chegou a ser realizada em conjunto com outras atividades, como o aniversário do município e as festas de setembro (em algumas edições da Alto Falante é possível acompanhar comentários e questionamentos a respeito de oferecer ou não um espaço para o tradicionalismo gaúcho, por exemplo, dentro do evento). Além disso, em sua programação havia diversas atividades, já citadas, e que não tinham nenhum vínculo em especial com a identidade germânica, exceto pelo fato de serem atividades de uma sociedade (parcialmente) descendente de famílias germânicas. Com o passar dos anos, percebe-se que a programação foi um pouco mais lapidada em alguns aspectos para que a festa tivesse um caráter mais ligado à cultura germânica (já não acontecem shows de patinação, eventos de bicicross, etc, durante a Oktoberfest, por exemplo), mas em outros aspectos isso não aconteceu, como é o caso dos shows nacionais.

Há outros grupos ainda que defendem aquilo que aparece nas últimas edições da Alto Falante, que se a própria festa de Munique (que seria o modelo base para a de Santa Cruz) foi sendo adaptada e hoje é muito mais uma feira econômica e que ainda atrai turistas, por que não fazer o mesmo com Santa Cruz, transformando o evento em uma vitrine ainda maior para a cidade, mas não voltando o olhar apenas para seus aspectos germânicos?

Outro fato muito interessante e que permitiria a realização de uma pesquisa independente, é a retirada do chope do centro das atenções do evento. Nas primeiras edições, a Oktoberfest era tida como um evento em que as principais atividades eram dançar música alemã, comer a comida típica e sobretudo beber chope. Essa era a essência do “brinde à alegria”. Aliás, brinde é com bebida mesmo e as artes de divulgação continuam, nas primeiras edições, um ou dois canecos de chope sendo erguidos ou se encontrando em um brinde. Com o passar dos anos, esse aspecto foi um dos que mais mudou. Sabemos que hoje existe uma regulação em torno da publicidade, uma regulação muito necessária, aliás, e que por isso, as campanhas são pensadas de outra forma, o que com certeza teve uma grande influência na mudança dessa característica da festa. Não raro era possível encontrar, por exemplo, nas edições da Alto Falante, anúncios de empresas voltadas para o setor infantil (como a *Xalingo S.A.*, por exemplo), fazendo um “brinde à alegria” com referências à bebida alcoólica. Isso hoje seria impensável.

É interessante pensar, aliás, como Santa Cruz acaba sempre sendo divulgadora de algum tipo de vício. Primeiro o fumo, o cigarro, depois, numa tentativa de desvincular-se desse produto, já que ele começava a ser visto com mais crítica, por fazer mal à saúde, inicia-se a

organização de uma festa que girava muito em torno da cerveja e do chope. Com o passar dos anos veio a percepção de que incentivar o consumo de bebida alcoólica talvez também não fosse o melhor caminho e esse deixou de ser o norte da festa que hoje é conhecida apenas como “Festa da Alegria”, sem brindes, ou melhor, com brindes, mas sem escancarar o chope. Você pode brindar com outras bebidas, se quiser.

Mas tudo isso já é assunto para outras e futuras pesquisas. O que importa mesmo ressaltar aqui é que, sim, uma ideia de identidade germânica já existia há várias décadas no seio da sociedade santa-cruzense, a da história dos colonizadores que chegaram à região ainda no século 19 e que foi contada e recontada inúmeras vezes, de uma geração para a outra. A processualidade da midiaticização teve, sim, um papel importante nisso e um exemplo é o jornal *Kolonie*, que ajuda a fixar essa ideia, trazendo essa história em suas páginas, por meio de seus textos 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, não apenas uma nova forma de representação social dela, mas um arquétipo. Isso acontece porque a narrativa está intimamente relacionada com a forma como percebemos o mundo e compreendemos a realidade, organizando-a, reconstruindo-a, com o auxílio, é claro, da circulação, de uma maneira tão potente que afeta ainda hoje nossas vidas, a forma como a sociedade se vê, a forma como é feito o jornalismo em torno desse evento. E temos certeza: a processualidade da midiaticização continua trabalhando, ano após ano, a cada edição do evento, interferindo nas gramáticas de produção e nas de reconhecimento, em um ciclo que não para nunca, não termina nunca. E hoje, ainda mais do que ontem em função das tantas novas possibilidades tecnológicas disponíveis ao nosso alcance.

REFERÊNCIAS

ADONAI, A. Z. *As Sete Chaves do Código Galileu Galilei*. Porto Alegre: Editora Bodigaya, 2006.

ALTO FALANTE. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 17. Nov/Dez. 1983.

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

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 21. Set/Out. 1984.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 22. Nov. 1984.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 26. Mai. 1985.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 27. Jun. 1985.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 28. Jul. 1985.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 29. Set/Out. 1985.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 30. Nov. 1985.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 37. Jun. 1986.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 39. Ago/Set. 1986.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 40. Out. 1986.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 45. Jun. 1987.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 46. Jul. 1987.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 47. Ago/Set. 1987.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 49. Nov. 1987.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 51. Abr/Mai. 1988.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 52. Mai/Jun. 1988.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 56. Out. 1988.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 57. Nov. 1988.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 61. Jul/Ago. 1989.

_____. Santa Cruz do Sul: Editora Alto Falante. Ed. 62. Set/Out. 1989.

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

_____. *A escola comunitária e a preservação da cultura herdada*. Revista Redes, v. 4, 1999. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/10701/pdf>. Acesso em: 28 set. 2020.

BARROS, César. *Entrevista César Barros*. Entrevistadores: D. Soster, L. Zimmer. 2018. Arquivo digital. Entrevista concedida ao Projeto de Extensão A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul.

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

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. 258 p.

BHABHA, Homi K. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. A., JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Orgs). *Mediação & midiatização* [online]. Salvador: EDUFBA, 2012.

_____. *Mediatização como processo interacional de referência*. In: MÉDOLA, Ana Sílvia Davi; ARAUJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (orgs.). *Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática - Livro da XV Compós*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

BENEDUZI, Luiz Fernando. Por um braqueamento mais rápido: identidade e racismo nas narrativas do álbum do cinqüentenário da imigração italiana no sul do Brasil. *Antíteses*. v. 4, n. 7, p. 13-30, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/antiteses>>. Acesso em: 27 out. 2020.

BOEIRA, Sérgio Luís. Ecologia política: Guerreiro Ramos e Fritjof Capra. *Revista Ambiente & Sociedade*. ano 5. n. 10. Campinas: 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-753X2002000100006&script=sci_arttext>. Acesso em: 11 mai 2020.

CIECELSKI, Luana Daniela; 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://sbpjor.org.br/congresso/index.php/jpjor/JPJor2018/paper/view/1514>>. Acesso em: 6 nov 2019.

CIECELSKI, Luana Daniela. *Uma leitura dos arquétipos nas personagens da série literária Harry Potter de J. K. Rowling*. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), Santa Cruz do Sul, 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11624/1438>. Acesso em: 2 fev. 2021.

CORREA, Sílvio Marcus de Souza. A poligenia étnica na formação social do espaço fronteiriço de Rio Pardo: 1750-1850. IN: VOGT, Olgário Paulo; SILVEIRA, Rogério Leandro L. da. *Vale do Rio Pardo: (re)conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2001.

CUNHA, Jorge Luiz da. *Os colonos alemães e a fumicultura*: Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul 1849-1881. Santa Cruz do Sul: Livraria e Editora da FISC, 1991. 184 p.

DARTIGUES, André. *O que é Fenomenologia?* 3. ed. São Paulo: Centauro editora, 1992.

DUARTE, Marcia Y. M. Estudo de caso. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ETGES, Virginia Elizabetha. *Sujeição e resistência*: os camponeses gaúchos e a indústria do fumo. Santa Cruz do Sul: Editora da FISC, 1991.

FAUSTO NETO, Antonio. Circulação: trajetos conceituais. *Rizoma*, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8, dez. 2018. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/13004>>. Acesso em 27 nov. 2020.

_____. Midiatização da enfermidade de Lula: sentidos em circulação em torno de um corpo-significante. In: MATTOS, M.A., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. *Mediação & midiatização* [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, pp. 297-321.

_____. *A circulação além das bordas*. In: Mediatización, sociedade y sentido: diálogos entre Brasil e Argentina. Coloquio del Proyecto “Mediatización, sociedade y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos. Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Anais. Departamento de Ciencias de la Comunicación, 2010

_____. *Midiatização, prática social - prática de sentido*. ENCONTRO DA REDE PROSUL: Seminário Sobre Midiatização, Unisinos, São Leopoldo, 2006.

FELIPPI, Ângela. A identidade gaúcha no jornalismo impresso - o caso Zero Hora. IN: FELIPPI, Ângela; NECCHI, Vitor. *Mídia e Identidade gaúcha*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

FERREIRA, Jairo. A construção de casos sobre a midiatização e a circulação como objetos de pesquisa: das lógicas às analogias para investigar a explosão das defasagens. *Revista Galaxia* (São Paulo, online), n. 33, p. 199-213, 2016.

_____. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? In: J.L. BRAGA; J. FERREIRA; A. FAUSTO NETO; P.G. GOMES (org.), *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo, Editora Unisinos. vol. 1, p. 140-155, 2013.

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.

FREGUESIA. Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Freguesia>> Acesso em: 17 mar. 2020.

FULGÊNCIO, Rafael Figueiredo. O paradigma racista da política de imigração brasileira e os debates sobre a “Questão Chinesa” nos primeiros anos da República. *Revista Informação Legislativa*. Ano 51, n. 202, abr./jun. 2014. Disponível em:

<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/503045/RIL202.pdf?sequence=8>.

Acesso em: 27 out. 2020.

GAI, Eunice T. Piazza. Os estudos acadêmicos de literatura: uma experiência constitutiva. *Revista FronteiraZ*. PUC-SP. n. 14. São Paulo, jul 2015. P. 18-29.

GANCHO, Cândida V. *Como analisar narrativas*. São Paulo: Editora Ática, 2002.

GÄRTNER, Angelika. O alemão no Rio Grande do Sul - Aspectos científicos e político-linguísticos. *Revista Redes*, Santa Cruz do Sul, v. 4, n. especial, p.71-89, ago. 1999.

GOMES, Pedro Gilberto. Mídiação: um conceito, múltiplas vozes. *Revista Famecos*. v. 23. n. 2. Porto Alegre: mai./ago. 2016.

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

HELPER, Lula. *Entrevista Lula Helper*. Entrevistadores: D. Soster, L. Zimmer. 2019. Arquivo digital. Entrevista concedida ao Projeto de Extensão A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul.

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.

HOBSBAWM, Eric. Introdução: A Invenção das Tradições. In: HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

KIPPER, Maria Hoppe. *A campanha de nacionalização do Estado Novo em Santa Cruz do Sul: (1937-1945)*. Santa Cruz do Sul: ASPEC, 1979. 60 p.

KLAMT, Sergio Celio. A ocupação pré-colonial no Vale do Rio Pardo, RS. IN: VOGT, Olgário Paulo; SILVEIRA, Rogério Leandro L. da. *Vale do Rio Pardo: (re)conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2001.

KUHN, Luiz Henrique. *Entrevista Ike*. Entrevistadores: D. Soster, L. Zimmer. 2018. Arquivo digital. Entrevista concedida ao Projeto de Extensão A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul.

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.

LOPES, Ana Cristina M; REIS, Carlos. *Dicionário de Teoria da Narrativa*. São Paulo: Editora Ática, 1988.

LUHMANN, Niklas. *Introdução à teoria dos sistemas*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

_____. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.

MACHADO, Elias. *Sistemas de Circulação no Ciberjornalismo*. ECO-PÓS, v.11, n.2, agosto-dezembro 2008, p.21-37.

MARTIN, Hardy Elmiro. *Recortes do passado de Santa Cruz*. Organizado e atualizado por Olgário Paulo Vogt e Ana Carla Wünsch. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 1999.

MELLO, Marcus. *Entrevista Marcus Mello*. Entrevistadores: L. Ciecelski, T. Carlotto e V. Oliveira. 2020. Arquivo digital. Entrevista concedida ao Projeto de Extensão A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul.

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.

NUNES, Jô. *Entrevista Jô Nunes*. Entrevistadores: D. Soster, L. Ciecelski, L. Zimmer. 2019. Arquivo digital. Entrevista concedida ao Projeto de Extensão A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul.

PALMER, Richard. *Hermenêutica*. Lisboa: Edições 70, 1996.

PEIRCE, Charles S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2008.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980

POVOADO. Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Povoado>>. Acesso em: 17 mar. 2020

PRASS, Marco Aurélio; ROSA, Ana Paula da. *A resignificação imagética: a narrativa da "muçulmana insensível" no atentado em Westminster*. Revista Conexão - Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul. v. 17, n. 33, jan./jun. 2018. p. 223-238.

PROPP, Vladimir I. *Morfologia do Conto Maravilhoso*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1984.

RICHTER, Ricardo. *Entrevista Mico Richter*. Entrevistadores: D. Soster, L. Ciecelski, L. Zimmer. 2019. Arquivo digital. Entrevista concedida ao Projeto de Extensão A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul.

RICOEUR, Paul. *Tempo e narrativa*. Campinas: Papyrus, 1994.

ROSA, Ana Paula da. Imagens em espiral: da circulação à aderência da sombra. *MATRIZES*, São Paulo, v. 13, n. 2, mai./ago. 2019. p. 155-177.

_____. Visibilidade em fluxo: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens. *Interin*, Curitiba, v. 21. n.2. p. 60-81, jul./dez. 2016. p. 60-80.

_____. Imagens-totens e circulação: a chancela jornalística no caso Michael Jackson. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (E-compós)*. Brasília, v. 17, n. 12, mai./ago. 2014.

SALKELD, Richard. *Como ler uma fotografia*. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

SÁ MARTINO, Luís Mauro. Rumo a uma teoria da midiaticização: exercício conceitual e metodológico de sistematização. *Revista Intexto*. n. 45. Porto Alegre: UFRGS, mai/ago 2019. P. 16-34.

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.

SEVERO, Max Montiel. *Entrevista Max*. Entrevistadores: D. Soster, L. Zimmer. 2018. Arquivo digital. Entrevista concedida ao Projeto de Extensão A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul.

SHORT, Maria. *Contexto e narrativa em fotografia*. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

SKOLAUDE, Mateus Silva. *Identidades rasuradas: o caso da comunidade afro-descendente de Santa Cruz do Sul (1970-2000)*. 1. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008. 159 p.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. As narrativas de bicicleta como fenômeno midiático e a emergência do narrador midiaticizado. IN: SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana. *Narrativas Midiáticas Contemporâneas - Sujeitos, Corpos e Lugares*. Santa Cruz do Sul: Catarse, 2019.

_____. *A circulação como instância reconfiguradora do jornalismo midiaticizado*. *Questões Transversais*, v. 6, n. 12, p. 113-120, 2018.

_____. *O jornalismo em novos territórios conceituais: internet, midiaticização e a reconfiguração dos sentidos midiáticos*. 2009. Tese (Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Doutorado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2009.

SOSTER, Demétrio; PICCININ, Fabiana. *Da anatomia do telejornal midiaticado: metamorfoses e narrativas múltiplas*. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). v. 8. n. 2. 2012. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/427/385>. Acesso em: 3 jul. 2019.

SQUIRE, Corinne. *O que é narrativa?* Porto Alegre: *Revista Civitas*, v. 14, n. 2., 2014. p. 272-284.

TEIXEIRA-MORELLI, B.; RENÓ, D. Configurações do bios midiático: o papel do YouTube na sociedade midiaticizada. *Razón y Palabra*, v. 20, n. 1_92, p. 1578-1592, 1 mar. 2016.

TORRES, Luiz Henriques. *A colonização açoriana no Rio Grande do Sul (1752-63)*. Rio Grande: *Revista Biblos*, v. 16, 2004. p. 177-189.

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

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

_____. *A produção de sentido*. São Paulo: Cultrix: 1981.

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.

_____. Formação social e econômica da porção meridional do Vale do Rio Pardo. IN: VOGT, Olgário Paulo; SILVEIRA, Rogério Leandro L. da. *Vale do Rio Pardo: (re)conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2001.

WALTHER-BENSE, Elizabeth. *Teoria Geral dos Signos*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

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

APÊNDICES

Apêndice 1: Modelo de entrevista semiestruturada utilizada nas conversas com a equipe da Alto Falante

1. Como surgiu a ideia da revista Alto Falante?
2. Como se deu a criação da revista? Quais os desafios?
3. A Alto Falante se inspirou em algum outro veículo para se estabelecer? Qual era o objetivo da criação da revista?
4. Em que momento surge a Agência Alto Falante? Quais eram os trabalhos realizados por ela?
5. Qual foi a sua participação junto à Alto Falante? Quais as funções e atividades que exerceu? Durante quanto tempo?
6. Como era a rotina de trabalho na revista e na agência?
7. Lembra de algum momento marcante? Quais são as memórias mais importantes que tem do período?
8. Como a tua participação na Alto Falante marcou a tua trajetória profissional?
9. Por que, em tua opinião, a publicação da revista foi encerrada?
10. Qual foi a importância dessa revista para a cidade, para o jornalismo?

Apêndice 2: Quadros de descrição e análise da divulgação da Oktoberfest pela Alto Falante

Edição: nº 20 – jul/ago 1984

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Chamada	A primeira das chamadas diz “Oktoberfest, um brinde à alegria”
3	Editorial	O título do editorial é “Oktoberfest”. O texto fala sobre a realização da festa e sua importância para o mercado turístico gaúcho e local e dos elementos que compõem a festa caracterizando o potencial turístico como a gastronomia, a cultura, a música, etc.
4	Nota	Fala sobre a participação da Alto Falante Comunicação e Publicidade na criação e divulgação da Oktoberfest.
14	Entrevista	Entrevista com Ademir Muller, então secretário de Turismo de SCS, sobre a organização e realização da Oktoberfest. Em determinado momento, cita-se inclusive a participação da agência Alto Falante no trabalho de divulgação da festa.
	Fotografia	Imagem do Secretário Ademir Muller, com diversos itens de divulgação da Oktoberfest à sua volta.
	Criação	Entre esses itens de divulgação estão uma bandeira, cartaz de divulgação, sacola e caneco de chope
15	Matéria	Título: “Oktoberfest: Santa Cruz aguarda os visitantes para um brinde à alegria”. Texto fala sobre o que esperar da festa, detalhes do Parque da Oktoberfest, objetivos da realização do evento e informações sobre o processo de organização dele.
	Fotografia	4 fotos. Uma mostrando a culinária germânica numa imagem em que um casal aparece brindando com taças de chope junto à uma mesa repleta de alimentos; uma imagem da fachada de Bierhaus; imagem de apresentação de dança do Grupo Polka de danças folclóricas e imagem da Catedral São João Batista.
	Publicidade	No topo esquerdo da página consta o selo de divulgação da festa com os dizeres “Oktoberfest”, “Santa Cruz do Sul”, “Um brinde á alegria” e a data do evento, de 28 de setembro a 7 de outubro daquele ano, além da imagem de dois canecos de chope sendo oferecidos em um brinde. Tudo em PB.
16	Matéria	Título: “Oktoberfest já tem sua rainha”. Texto da sequência conta, com detalhes, sobre a noite da escolha das soberanas, realizada no formato de um baile típico.
	Fotografia	3 fotos. A primeira mostrando o trio de soberanas da 1ª Oktoberfest. As duas seguintes mostram um cenário de baile típico germânico em um grande pavilhão. Na segunda, pessoas dançam e se apresentam no centro do salão. Na terceira foto, é feito um registro da bandinha que tocava as músicas em cima do palco.
	Publicidade	No topo esquerdo da página consta o selo de divulgação da festa com os dizeres “Oktoberfest”, “Santa Cruz do Sul”, “Um brinde á alegria” e a data do evento, de 28 de setembro a 7 de outubro daquele ano, além da imagem de dois canecos de chope sendo oferecidos em um brinde. Tudo em PB.
17	Fotografias (continuação da página 16)	10 fotos em variados tamanhos mostrando mais detalhes da noite de escolha das soberanas da Oktoberfest. Nas fotos, aparecem as candidatas, autoridades que estavam presentes no evento, a comissão julgadora, os apresentadores do evento, uma banda de instrumentos de sopro vindo da Alemanha, o Grupo de Ulanos (representação de tradicionais lanceiros germânicos), etc.
31	Entrevista	Bate-volta com a rainha da 1ª Oktoberfest, Christiane Bublitz, falando sobre seus gostos pessoais e personalidade

	Coluna Social	Registro do almoço de encontro entre a comissão julgadora e candidatas a soberanas da 1ª Oktoberfest em restaurante da cidade.
	Fotos	10 fotos. A primeira delas, maior, mostra a Rainha da Oktoberfest. As demais são registros do já citado almoço e das pessoas que estiveram presentes.
32	Publicidade	Anúncio colorido de página inteira, mostra uma mulher branca e loira oferecendo um caneco de chope e um prato contendo linguíça, batatas, carne de porco e chucrute. Conta com os dizeres “Venha viver a alegria da Oktoberfest” e “Santa Cruz do Sul de 28 de Set. a 7 de Out”.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 21 – set/out 1984

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Chamada	“Edição Especial Oktoberfest”, “Santa Cruz do Sul” e “Um brinde à alegria”.
	Fotografia	1 foto grande, colorida, das três soberanas da 1ª Oktoberfest vestidas com trajes típicos
	Criação	Selo de divulgação da Oktoberfest no quadrante esquerdo inferior, colorido em vermelho, verde, branco e amarelo.
2	Publicidade	Anúncio do Frigorífico Excelsior, mostra mulher branca e loira oferecendo caneco de chope e um prato com comidas típicas. Com os dizeres “Humm! O gostoso sabor da Oktoberfest” e “Frigorífico Excelsior há 45 anos produzindo alimentos saudáveis”.
3	Editorial	Fala sobre a realização da festa, o potencial turístico, o que se espera dela em relação à economia da cidade e à cultura germânica.
4	Reportagem	Título: “Santa Cruz vai reviver costumes dos imigrantes com a Oktoberfest”. Texto na sequência fala sobre a festa germânica realizada em Munique, na Alemanha, sobre as características do evento, sobre a história da cidade a partir da chegada dos imigrantes, trazendo informações sobre a economia da cidade e sobre o potencial turístico.
	Fotografia	Uma imagem do centro de Santa Cruz do Sul, visto de um local mais alto.
	Criação	Selo oficial de divulgação da Oktoberfest em PB e um cabeçalho contendo a ilustração de um casal dançando vestido em trajes típicos (estilo Fritz e Frida).
6, 7 e 8	Reportagem	Título: “Oktoberfest transforma Santa Cruz do Sul na Capital da Alegria”. Texto da sequência apresenta o município, falando sobre sua localização, fonte econômica, natureza, pontos turísticos, cultura, tradições germânicas etc.
	Fotografia	5 fotos. A primeira da vista de cima de um salão cheio de pessoas em um baile típico, a segunda da Catedral São João Batista e da Praça Getúlio Vargas e a terceira da Rua Marechal Floriano e seu túnel verde. A quarta foto é um registro de apresentação do Grupo Polka e a quinta, de uma bandinha germânica.
	Criação	Selo oficial de divulgação da Oktoberfest em PB e um cabeçalho contendo a ilustração de um casal dançando vestido em trajes típicos (estilo Fritz e Frida).
	Publicidade	Anúncios da rede de supermercados Dosul e Sistema Poko Preço e do Banco Sul Brasileiro S.A. citando a Oktoberfest
10	Matéria	Título: “Oktoberfest e o Turismo”. Texto fala sobre o surgimento da ideia da festa e sua organização.
	Fotografia	1 foto do secretário Ademir Mueller junto dos itens de divulgação da Oktoberfest (foto já utilizada).
	Criação	Selo oficial de divulgação da Oktoberfest em PB

11	Matéria	Título: “Poder Executivo: 1.400 funcionários a serviço do município”. É um texto exaltando a prefeitura e sua participação na organização da Oktoberfest e em sua divulgação. Falas do Prefeito Armando Wink.
	Fotografia	1 foto do Prefeito Armando Wink
	Criação	Selo oficial de divulgação da Oktoberfest em PB
12	Matéria	Título: “Oktoberfest: do casamento do rei à festa do chope”. Texto fala sobre a origem da festa germânica realizada tradicionalmente em Munique na Alemanha, e que inspira a festa de Santa Cruz.
	Fotografia	1 foto de uma bandinha tocando em um coreto decorado com a temática da Oktoberfest. Centenas de pessoas estão na volta, comendo e bebendo em diversas mesas longas. Não é uma imagem de Santa Cruz.
	Criação	Selo oficial de divulgação da Oktoberfest em PB e um cabeçalho contendo a ilustração de um casal dançando vestido em trajes típicos (estilo Fritz e Frida).
13	Publicidade	Anúncio da empresa Gruending em alemão citando a Oktoberfest.
14	Matéria	Título: “A cerveja, essa plebéia de sangue azul”. Matéria sobre a origem e história da cerveja
	Fotografia	Foto de um copo de chope ou cerveja.
	Criação	Selo oficial de divulgação da Oktoberfest em PB
15	Nota	Título: “Acrobacias do avião Buecker serão atração da Oktoberfest”. Nota sobre participação de avião (alemão) vindo do Aeroclube de São Paulo na Oktoberfest.
	Fotografia	1 foto do avião citado no texto
	Criação	Selo oficial de divulgação da Oktoberfest em PB e um cabeçalho contendo a ilustração de um casal dançando vestido em trajes típicos (estilo Fritz e Frida).
16	Reportagem	Título: “Costumes, Tradições e Culturas”. Reportagem feita com historiadores falando sobre os costumes e tradições dos imigrantes que vieram para a região, bem como a história da colonização.
	Fotografia	2 fotos. Uma mostrando os lanceiros Ulanos e outra da historiadora Mari Hoppe Kipper.
	Criação	Selo oficial de divulgação da Oktoberfest em PB
28	Artigo	Texto de Hardy E. Martin sobre os imigrantes alemães.
44	Publicidade	Anúncio com a mulher branca e loira oferecendo chope e comida típica, com os dizeres “Venha viver a alegria da Oktoberfest” + a data do evento, mais a logo da Prefeitura, da Antartica e de Lambert e Cia Ltda.

Fonte: Elaboração própria

Edição: n° 22 – nov 1984

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Chamada	“O verso e reverso da Oktoberfest”
3	Editorial	Cita a realização da 1ª Oktoberfest e propõe uma reflexão sobre a importância do evento
4	Nota	Texto sobre as ações de marketing de algumas empresas que se destacaram durante a Oktoberfest. Cita a participação da Agência Alto Falante na elaboração de materiais
10	Publicidade	Anúncio da Antártica e da distribuidora Lambert, sobre a participação na Oktoberfest.
11 a 16	Entrevista/Mesa redonda	Título: “Oktoberfest”. Com os principais organizadores da festa, sendo o Secretário de Turismo, Ademir Mueller; coordenador da comissão de promoções da Oktoberfest, Carlos Rosa; coordenador da comissão de infraestrutura, Luiz Hoffmeister; coordenador de finanças, Gilberto Hohgraefe; presidente da

		Câmara de Vereadores, Nilton Garibaldi, entre outros. Fizeram um balanço do evento.
	Fotografia	9 fotos, de cada um dos participantes da mesa redonda
	Criação	Selo oficial de divulgação da Oktoberfest em PB e um cabeçalho contendo a ilustração de um casal dançando vestido em trajes típicos (estilo Fritz e Frida).
17	Publicidade	Anúncio da Secretaria de Turismo de Santa Cruz, sobre a Oktoberfest

Fonte: Elaboração própria

Edição: n° 26 – 1985

Página	Forma de divulgação	Descrição
2	Publicidade	Anúncio da Secretaria de Turismo de Santa Cruz, sobre a Oktoberfest
4	Nota	Dizendo que A RBS TV vai apoiar a Oktoberfest de 1985
12	Nota	Presença do grupo Canto Livre na Oktoberfest de 1985, com a finalidade de atrair mais o público jovem para a festa. Nota também cita alguns detalhes da programação da 2ª edição da festa, como os bailes típicos que aconteceriam.

Fonte: Elaboração própria

Edição: n° 28 – 1985

Página	Forma de divulgação	Descrição
2	Publicidade	Anúncio da Secretaria de Turismo de Santa Cruz, sobre a Oktoberfest, com logo da Brahma junto.
9	Matéria	Título: “Oktoberfest lançada em Porto Alegre”. Texto da sequência fala sobre um evento realizado em Porto Alegre, para imprensa e autoridades, a fim de divulgar a Oktoberfest, e sobre o lançamento da campanha publicitária de TV.
	Fotografia	4 fotos. A primeira mostra o salão onde o evento foi realizado, cheio de pessoas e com um grupo de danças germânicas se apresentando ao centro. A segunda e a terceira mostram autoridades que estavam presentes. A quarta mostra o prefeito e a primeira dama de Santa Cruz de braços dados com a rainha da Oktoberfest 85.

Fonte: Elaboração própria

Edição: n° 29 – set/out 1985

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Chamada	“Edição Especial” seguida pelo selo oficial da edição de 1985.
	Foto	Trio de soberanas da Oktoberfest 85, vestidas com trajes típicos e coroa de flores (essa última só a rainha).
	Criação	Logo de 1985 já apresentada em edições anteriores, com os balões.
3	Editorial	Fala sobre a 2ª edição da Oktoberfest, sobre ela se confirmar como um marco para a cidade
5	Reportagem	Título: “Santa Cruz do Sul: uma economia sólida”. Texto sobre aspectos econômicos da cidade, como se fosse uma apresentação aos turistas da Oktoberfest.
	Fotografia	1 foto de uma mulher de mais idade (cabelo branco), pele branca, sentada junto a um galpão amarrando fumo.
7, 8 e 9	Reportagem	Título: “Mudanças e novidades aumentam o brilho da Oktoberfest”. Texto sobre obras que ocorreram no Parque da Oktoberfest e que serão vistas na festa. Mais adiante cita também as atrações previstas dentro da programação.
	Fotografia/Criação	Cinco fotos. A primeira mostra o pórtico de entrada do parque, remodelado. A segunda mostra casinhas em estilo bávaro e de enxaimel que servem de sede para comercialização de produtos.

		A terceira mostra Ricardo Richter, que segundo a reportagem foi o responsável pelo projeto arquitetônico do pórtico novo. A quarta foto mostra um casal com uma criança, todos vestidos com trajes típicos, dentro de um local que parece uma venda, cheia de produtos coloniais. A quinta e última foto, mostra um brinde com chopes, em torno de uma mesa onde estão servidos alimentos típicos.
10	Matéria	Título: “Ademir Mueller: 1985 solidifica o evento Oktoberfest”. Texto traz falas do secretário de Turismo sobre a 2ª edição de Oktoberfest, expectativas, etc.
	Fotografia	1 foto em estilo boneco do secretário
12	Matéria	Título: “Armando Wink: o marco turístico definitivo de Santa Cruz”. Texto sobre a Oktoberfest e a visão do Prefeito sobre ela.
	Fotografia	1 foto do prefeito, sentado em sua cadeira, diante de uma mesa que reflete sua imagem.
13, 14 e 15	Reportagem	Título: “Nelson Bender: um descendente de imigrantes retorna às origens”. Texto é um relato de viagem em que Nelson conta sobre sua experiência na Alemanha.
	Fotos	4 fotos. A primeira mostra Nelson Bender, sentado com um chapéu germânico ao lado e um guia turística da Alemanha no colo. As demais fotos mostram registros feitos por Nelson na Alemanha, e são, dois deles, registros arquitetônicos.
16 e 17	Reportagem	Título: “A capital da alegria volta a festejar”. Texto fala sobre a cidade e seus pontos turísticos
	Fotografia	3 fotos. Uma mostra um grupo de pessoas dançando e erguendo seus canecos. As outras duas mostram a Catedral e o Túnel Verde.
	Criação	Selo de divulgação da Oktoberfes 1985
18	Matéria	Título: “Dois grupos incentivam o esporte e a tipicidade”. Texto sobre o grupo de patinação da cidade e sobre o Grupo Polka, ambos parte da programação da Oktoberfest 1985.
	Fotografia	1 foto de um grupo de danças (Polka provavelmente) num passo de dança.
19	Matéria	Título: “Lazer e tradição unem-se nos jogos germânicos”. Texto sobre os jogos germânicos e sobre a Sociedade de Ulanos existente então na cidade.
	Fotografia	1 foto de um lanceiro da Sociedade de Ulanos.
20	Matéria	Título: “Cerveja, uma presença constante”. Texto sobre a origem e história da cerveja.
	Fotografia	2 fotos. Uma mostra um caneco de chope bem de perto. Outra mostra a mulher branca oferecendo um chope e um prato típico (imagem usada em anúncios no ano anterior).
22 e 23	Reportagem	Título: “Munique não é só Oktoberfest”. Texto sobre a cultura de Munique na Alemanha e as atividades culturais que acontecem e existem lá.
	Fotografia	2 fotos. Uma delas é da bandinha se apresentando no coreto em meio a uma multidão de pessoas (foto já utilizada). Outra mostra um enorme parque, visto de cima, e com diversos pavilhões.
	Criação	Selo de divulgação utilizado em 1984 é colocado no espaço que sobrou ao fim do texto. Parece um preenchimento feito pela diagramação.
26 e 27	Artigo	Título: “Os fundadores da colônia de Santa Cruz” Fala sobre a história da cidade e dos imigrantes. Escrito por Hardy Martin (novamente).
	Fotografia	Uma imagem de Santa Cruz do Sul vista do alto.
29	Matéria	Título: “As origem da Festa da Alegria”. Texto sobre a origem da Oktoberfest na Alemanha.
	Fotografia	1 foto do enorme parque, visto de cima, e com diversos pavilhões (já utilizada).

30 a 35	Matéria	Título: “Os pontos turísticos”. Texto traz em tópicos os principais pontos turísticos da cidade.
	Fotografia	5 fotos. Todas de pontos turísticos da cidade.
	Criação	Selo de divulgação da festa utilizado em 1984 e casal de bonequinhos dançando também utilizado em 1984.
46	Publicidade	Anúncio em alemão da Gruending, citando a Oktoberfest
47	Publicidade	Anúncio da Brahma, citando a Oktoberfest

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 37 – jun/1986

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Foto	1 foto colorida das soberanas eleitas para a edição de 1986 da Oktoberfest.
	Criação	Abaixo da foto logo de 1986 da Oktoberfest, em amarelo com contorno preto e com o 2º “O” contendo uma carinha (semelhante a um emoji).
3	Nota	Abaixo do editorial a capa está estampada em uma versão em tamanho bem reduzida com a legenda explicando que as pessoas que aparecem na foto são a rainha e princesas da Oktoberfest 86 e dando os créditos à foto.
34	Matéria	Título: “A escolha da rainha da Oktoberfest 86”. O texto fala brevemente sobre o evento realizado para a eleição da rainha, do qual participaram 14 candidatas
	Fotografia	17 fotos. Elas mostram diversas pessoas que estiveram presentes no evento (quase como uma coluna social).
36	Publicidade	Anúncio em cores e de página inteira mostrando a primeira versão dos bonecos Fritz e Frida, empunhando canecos de chope num brinde. O anúncio também mostra a logo de 86 da Oktoberfest, com o “o” no formato de uma carinha. Nesse anúncio porém, a palavra “Oktoberfest” está nas cores verde, amarelo e vermelho. Constam também o apoio da Prefeitura de Santa Cruz e da Brahma.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 30 – nov/1985

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Chamada	Dizendo: “A Oktoberfest 85”
5	Reportagem	Título: “Uma análise da Oktoberfest”. Textos com falas de personalidades que estiveram presentes no evento e que o avaliam.
	Fotografia	Duas fotos em estilo boneco de duas dessas personalidades (sem legendas).
8	Coluna	Coluna de Luís Antônio Barreto. Três entradas relacionadas à Oktoberfest. A primeira delas intitula-se “Arno Frantz: lição de política na Oktoberfest”; a segunda delas “Rebu na Oktoberfest”; e a terceira “O sucesso de divulgação da Oktoberfest”. As duas primeiras falam de acontecimentos políticos que se deram durante o evento. A terceira mostra um pouco dos bastidores.
38	Matéria	Título: “Desfiles de Moda na Oktoberfest”. Texto traz detalhes do evento que ocorreu dentro da programação da Oktoberfest numa promoção da Associação das Indústrias do Vestuário da cidade.
	Fotografia	7 fotos. Todas elas mostram diferentes momentos do evento, trazendo peças desfiladas por diversas empresas do setor.

Edição: nº 37 – jun/1986

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Foto	1 foto colorida das soberanas eleitas para a edição de 1986 da Oktoberfest.

	Criação	Abaixo da foto logo de 1986 da Oktoberfest, em amarelo com contorno preto e com o 2º “O” contendo uma carinha (semelhante a um emoji).
3	Nota	Abaixo do editorial a capa está estampada em uma versão em tamanho bem reduzida com a legenda explicando que as pessoas que aparecem na foto são a rainha e princesas da Oktoberfest 86 e dando os créditos à foto.
34	Matéria	Título: “A escolha da rainha da Oktoberfest 86”. O texto fala brevemente sobre o evento realizado para a eleição da rainha, do qual participaram 14 candidatas
	Fotografia	17 fotos. Elas mostram diversas pessoas que estiveram presentes no evento (quase como uma coluna social).
36	Publicidade	Anúncio em cores e de página inteira mostrando a primeira versão dos bonecos Fritz e Frida, empunhando canecos de chope num brinde. O anúncio também mostra a logo de 86 da Oktoberfest, com o “o” no formato de uma carinha. Nesse anúncio porém, a palavra “Oktoberfest” está nas cores verde, amarelo e vermelho. Constam também o apoio da Prefeitura de Santa Cruz e da Brahma.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 39 – set/1986

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Foto	1 foto colorida das rainha de 1986 da Oktoberfest.
	Criação	Logo abaixo ao título da revista, está a logo da Oktoberfest de 1986.
2	Publicidade	Anúncio em cores e de página inteira mostrando a primeira versão dos bonecos Fritz e Frida, empunhando canecos de chope num brinde. O anúncio também mostra a logo de 86 da Oktoberfest, com o “o” no formato de uma carinha. Nesse anúncio porém, a palavra “Oktoberfest” está nas cores verde, amarelo e vermelho. Constam também o apoio da Prefeitura de Santa Cruz, da Secretaria de Turismo da cidade e da Brahma.
3	Editorial	Fala sobre o sucesso que a Oktoberfest já representa para a cidade
	Nota	Abaixo do editorial a capa está estampada em uma versão em tamanho bem reduzida com a legenda dando os créditos para quem tirou a foto e fez a arte da capa.
21	Publicidade	Anúncio da Pioneer contendo a logo da Oktoberfest de 86 e relacionando o evento com o trabalho na agricultura.
28	Publicidade	Anúncio de página inteira da Mercur também com o logo da Oktoberfest 86, convidando os turistas para virem à festa e à cidade
29	Matéria	Título: “Ademir Muller: A Oktoberfest é o maior evento germânico do Sul do país”. Texto fala sobre as características da festa, melhorias feitas no parque, etc, sob a perspectiva do Secretário de Turismo.
	Foto	1 foto de Ademir Muller com os braços cruzados olhando para além da foto. Ao fundo vê-se o pórtico de entrada do parque da Oktoberfest.
	Criação	Selo de divulgação da festa com o Fritz e Frida brindando.
	Publicidade	Anúncio da Matte Viagens citando a Oktoberfest e os serviços receptivos da empresa.
30 e 31	Matéria	Título: “A Festa da Alegria de 1986”. O texto traz números da edição de 1985 e fala sobre as expectativas para a edição de 1986. Traz as novidades, incluindo reformas no parque e informações sobre a programação.
	Foto	2 fotos. Uma mostra um grupo de pessoas com trajes típicos dançando e brindando junto a um palco onde uma bandinha

		alemã toca. A outra mostra a vista aérea do Parque da Oktoberfest.
	Criação	Selo de divulgação da festa com o Fritz e Frida brindando.
23, 33 e 34	Matéria	Título: “O que visitar em Santa Cruz”. Texto chama atenção para os pontos turísticos da cidade e atrações disponíveis durante o período da Oktoberfest.
	Foto	4 fotos mostrando a Praça Getúlio Vargas e a Catedral São João Batista; a Prefeitura da cidade; o Parque da Gruta e o Túnel Verde
	Publicidade	Anúncio da Padaria Pritsch, citando o atendimento junto ao Parque da Oktoberfest.
	Criação	Na página 34, bem no topo e início do texto está a logo da Oktoberfest 86
35	Publicidade	Anúncio da Gruending com um grande caneco de chope e fazendo um convite para que todo mergulhem na alegria durante a Oktoberfest.
36 a 40	Matéria	Título: “Assim está programada a 3ª Oktoberfest”. Texto traz a programação completa da festa.
	Fotografia	6 fotos. Elas mostram pessoas vestidas com trajes típicos dançando, brindando, festejando. Uma delas também mostram as casinhas típicas dentro do Parque da Oktoberfest.
	Publicidade	Anúncio da Frünchoppen (restaurante e choperia) com a imagem de um boneco imitando o Fritz e segurando dois canecos de chope. Anúncio da Assembleia Legislativa do Estado cumprimentando Santa Cruz pelo evento. Anúncio da empresa de transportes Sayonora saudando a cidade e a cultura germânica. Anúncio da Secretaria Municipal de Agricultura citando a Oktoberfest.
	Criação	A logo da Oktoberfest 1986 aparece no topo de algumas das páginas.
41	Matéria	Título: “Informações”. É uma continuidade da matéria sobre a programação, fala sobre o funcionamento do Parque da Oktoberfest, entre outras informações úteis aos turistas.
	Fotografia	3 fotos. A primeira delas mostra uma bandinha tocando na caçamba de um caminhão que percorre as ruas centrais da cidade. As outras duas mostram o pórtico de entrada e o acesso ao Parque da Oktoberfest.
	Criação	A logo da Oktoberfest 1986 está no topo da página.
42	Matéria	Título: “Hotéis, restaurantes e Cia”. Texto fala sobre as opções para turistas nestes setores.
	Fotografia	1 foto da Bierhaus (restaurante dentro do Parque da Oktoberfest)
	Criação	Selo de divulgação da festa de 1986.
43	Publicidade	Anúncio de página inteira do Nacional (supermercado) com a imagem do Fritz e da Frida brindando (como no selo oficial) e da logo de 1986.
44	Reportagem	Título: “Um pouco mais de cerveja”. A exemplo de outras edições, o texto fala sobre a história da cerveja, tipos de cerveja, curiosidades, etc.
	Fotografia	1 foto de um copo de cerveja.
	Publicidade	Anúncio do Vinícius Bar citando a Oktoberfest nas bordas.
45	Reportagem	Título: “As delícias da cozinha típica”. Texto sobre os pratos típicos germânicos.
	Fotografia	1 foto de um prato com diversos alimentos na volta. Identifica-se batatas, linguiça, além de um caneco de chope.
	Publicidade	Anúncio da boate Strattu’s citando a Oktoberfest. Anúncio do restaurante Manfred com os dizeres “vindo da Alemanha” e citando as opções de comida típica.
48 e 49	Reportagem	Título: “A pujança de Santa Cruz a serviço da Oktoberfest”. Texto fala sobre o poder econômico da cidade e seu

		desenvolvimento, citando a Oktoberfest como um destaque turístico importante para essa economia.
	Fotografia	2 fotos. Uma mostra o centro da cidade visto de cima. A outra mostra o salão do Pavilhão Central repleto de pessoas e um grupo vestido com trajes típico dançando ou se apresentando ao centro (imagem vista de cima também).
	Publicidade	Anúncio da Maridional de Tabacos Ltda citando a Oktoberfest.
	Criação	Selo de divulgação da festa no topo da primeira página.
	Matéria paga	Matéria sobre a “Móveis Kroll” falando sobre a história e o desenvolvimento da empresa e citando a Oktoberfest ao dizer que “confraterniza com a cidade na OKTOBERFEST / 86”. A matéria conta com uma foto de um escritório com móveis de madeira, aparentemente feitos na empresa, além da logo da empresa ao fim da reportagem e junto da fotografia.
50	Reportagem	Título: “As pessoas que fazem a Oktoberfest”. Texto sobre pessoas, principalmente jovens, que participam da organização do evento ou trabalham durante o evento.
	Fotografia	6 fotos. Todas elas mostram pessoas que falaram à reportagem. Fotos em estilo boneco.
	Criação	Selo de divulgação da festa no topo da primeira página.
52 e 53	Entrevista	Título: “Jeane Bender: “Santa Cruz está se elevando em termos de turismo””. Entrevista com a rainha da 3ª Oktoberfest falando sobre ser soberana e sobre a cidade também.
	Fotografia	2 fotos. Uma de Jeane e outra do grupo de cinco soberanas eleitas para a Oktoberfest de 86.
55	Publicidade	Anúncio da “Manlec” citando a Oktoberfest.
57	Nota	Título: “A Banda Alemã”, se referindo a uma das atrações da festa, uma banda vinda da Alemanha.
	Fotografia	1 foto mostrando os integrantes da banda alemã.
60	Coluna – Gente & Fatos	Título: “Muito trabalho fazendo a festa conhecida”. Texto falando sobre o trabalho da assessoria de imprensa da Oktoberfest, feito por Rosângela Dorfey.
	Fotografia	1 foto de Rosângela sentada, conversando.
	Criação	Selo de divulgação da festa no início do texto.
65	Texto	Título: “Associação das indústrias do vestuário de Santa Cruz participa da 3ª Oktoberfest”. Texto sobre a participação da associação na festa. O texto é acompanhado por uma foto do presidente da associação, mas a foto não possui ligação com a festa.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 40 – nov/1986

Página	Forma de divulgação	Descrição
28 e 29	Reportagem	Título: “Mais de 305 mil pessoas visitaram a Oktoberfest”. Texto traz os números da festa e o Secretário de Turismo fazendo um balanço do evento. Também já fala algumas coisas sobre a edição de 1987.
	Fotografia	Duas fotos. Uma do secretário de Turismo e outra de um grupo de pessoas brindando, rindo e bebendo, vestidas com trajes típicos em um cenário de festa germânica.
30	Reportagem	Título: “O trabalho das comissões”. Texto fala sobre a organização do evento, dividida em comissões e sobre as tarefas de cada uma delas. Mostra a opinião de alguns integrantes/coordenadores de comissões sobre o evento.
	Fotografia	4 fotos de quadro integrantes/coordenadores de comissões. Fotos em estilo boneco.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 46 – 1987

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Criação	A logo já utilizada em 1986 (com o “O” no formato de carinha) continua sendo utilizada e aparece no canto esquerdo inferior da capa.
3	Publicidade	No rodapé, um anúncio dizendo que Oktoberfest 87 está sendo preparada.
	Editorial	Fala sobre as discussões a respeito da realização ou não da Oktoberfest de 1987. Cita a importância cultural do evento e diz que “a sua não realização seria como calar uma manifestação cultural que foi revivida em Santa Cruz com uma intensidade muito grande, as tradições germânicas, que outrora foram caladas pelos acontecimentos da II Guerra Mundial, onde os alemães daqui não podiam se expressar porque recebiam represálias”.
18	Publicidade	Um pequeno anúncio citando os dias da Oktoberfest 1987, contendo a logo (a de 1986).
40	Publicidade	Anúncio de página inteira e à cores, mostrando a logo da Oktoberfest além do Fritz e da Frida trabalhando (ela cozinha e ele martela alguma coisa no alto de uma escada) seguido pelo dizeres “Estamos preparando a Oktoberfest 87 para você”.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 47 – set/1987

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Texto	“Um brinde à alegria”
	Fotografia	Colorida e de página inteira a foto mostra o Secretário de Turismo em meio aos primeiros bonecos Fritz e Frida, um pouco diferentes dos atuais em termos de visual, parados junto ao pórtico do parque da Oktoberfest.
	Criação	Logo da Oktoberfest (o mesmo de 1986) com um fundo em vermelho.
3	Editorial	Fala sobre o clima de Oktoberfest, sobre o papel da Alto Falante na divulgação do evento, sobre as dificuldades de viabilização econômica da festa, etc
	Nota	Foto de capa em tamanho reduzido explicando que na foto estão o secretário e os bonecos símbolo da festa.
6	Matéria	Título: “Ademir Müller: há 4 anos no comando de uma festa impar”. Texto traz palavras do secretário de turismo sobre a Oktoberfest, sua visão, suas expectativas, os objetivos do evento, e fala um pouco sobre a organização também.
	Fotografia	1 foto de Ademir em seu gabinete
	Publicidade	Anúncio da Construtora Vogt-Knies citando a Oktoberfest
8	Reportagem	Título: “Uma cidade pujante e progressista é a sede da Oktoberfest”. Texto fala sobre Santa Cruz, sua economia, desenvolvimento, localização e uma breve história.
	Fotografia	1 foto da Catedral com parte do Centro ao fundo, numa imagem vista do alto de um prédio.
	Criação	Logo da Oktoberfest de 1986 e 1987 no cabeçalho da reportagem
9	Reportagem	Título: “O sucesso da Oktoberfest/86”. Texto traz os números da edição anterior, fazendo uma análise do evento e trazendo as perspectivas para o evento de 1987.
	Fotografia	1 foto onde aparece parte do Parque da Oktoberfest (lotado de gente) e parte do centro da cidade, no que parece ser uma foto aérea ou tirada de um lugar alto.
10	Matéria	Título: “Poder Executivo congratula-se com a festa”. Texto traz a fala do Prefeito de Santa Cruz a respeito do evento.
	Fotografia	1 foto do então prefeito d cidade
	Publicidade	Anúncio da Lothar Krause citando a Oktoberfest
11	Publicidade	Anúncio de página inteira, à cores, citando as tradições da cultura germânica presentes na cidade e a Oktoberfest.

12 e 13	Reportagem	Título: “Os irresistíveis apelos da cozinha alemã”. Texto fala sobre a culinária germânica trazendo os nomes de diversos pratos típicos.
	Fotografia	1 foto de uma mesa repleta de pratos típicos e um caneco de chope
	Publicidade	Anúncio do Hotel Charrua, à cores, citando a proximidade com o Parque da Oktoberfest
15	Matéria	Título: “Restaurantes, bares, hotéis...”. Texto traz dicas de locais para os turistas.
	Fotografia	1 foto do Hotel Charrua
16 a 20	Matéria	Título: “Oktoberfest/87: a programação oficial”. Texto traz a programação do evento.
	Fotografia	3 fotos de momentos das festas anteriores, mostrando pessoas no parque e nos bailes.
	Criação	Logo da festa no cabeçalho das páginas
	Publicidade	Anúncio da empresa de transportes Sayonara, citando a Oktoberfest; e anúncio da Pioneer, citando a Oktoberfest na parte inferior de uma das fotografias.
22	Reportagem	Título: “Cerveja, a vedete da festa”. Texto sobre a história da cerveja e sobre a importância dela para o evento.
	Fotografia	Dois fotos de copos de chope e cerveja com a logo da Oktoberfest (mostrando o Fritz e a Frida e uns dizeres em alemão).
26 a 29	Matéria	Título: “Lugares que merecem uma visita”. Texto sobre os pontos turísticos de Santa Cruz.
	Fotografia	5 fotos de pontos turísticos da cidade
	Publicidade	Logo da Pioneer nos cantos das fotografias; anúncio da Câmara de Vereadores de Santa Cruz.
30 e 31	Reportagem	Título: “Jogos germânicos: a tradição revivida”. Texto sobre os jogos germânicos, em especial sobre as sociedades de Ulanos (soldados alemães), e sobre a participação deles na Oktoberfest, na programação.
	Fotografia	Uma foto de um cavaleiro, montado em seu cavalo, empunhando uma lança (um Ulano).
	Nota	Título: “Informações Úteis”, com informações sobre o parque, dicas para turistas, etc. Acompanha uma fotografia do pórtico de entrada do parque.
38	Entrevista	Título: “Patinação: Santa Cruz tem o maior grupo do interior do Estado”. Entrevista com a diretora do grupo. Cita que eles farão apresentações durante a Oktoberfest.
	Fotografia	2 fotos de patinadoras vestidas para apresentações.
39	Matéria	Título: “Shows: atrações de nível”. Fala sobre os grupos, bandas, musicais e artistas que se apresentarão na Oktoberfest, atrações para variados gostos e faixas etárias.
	Fotografia	Uma fotografia de um grupo de músicos (sem legenda, não sabemos qual grupo é, mas pela descrição parece ser do Grupo Unamérica).
41	Publicidade	Anúncio pequeno (parece apenas preencher um espaço em branco), da Oktoberfest.
42	Coluna	Coluna Gente & Fatos com texto sobre o trabalho de divulgação da Oktoberfest, feita pela assessoria de imprensa (Max Montiel Severo).
	Fotografia	1 foto de Max Montiel Severo.
43	Coluna	Coluna Gente & Fatos falando sobre a família das irmãs Simone, Sandra e Sabine, duas das quais foram soberanas da Oktoberfest.
	Fotografia	1 foto das três irmãs abraçadas
46, 47 e 48	Entrevista	Título: “Márcia Nyland, a rainha em festa”. Entrevista com a rainha da Oktoberfest de 1987 sobre sua vida pessoal e relação com a festa.

	Fotografia	1 foto da rainha da Oktoberfest (vestida com look do dia a dia, não à caráter para a festa).
64	Publicidade	Anúncio da Indústria de Alimentação 2001, citando o “sabor da Oktoberfest”. Página inteira, colorido.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 49 – fev-mar/88

Página	Forma de divulgação	Descrição
14 e 15 (encarte especial)	Matéria paga	Texto fala sobre o desenvolvimento turístico da cidade durante a gestão daquele governo, citando a Oktoberfest como o maior evento, entre outros.
	Fotografia	2 fotografia relacionadas à Oktoberfest, entre outras. Uma delas mostra o Parque da Oktoberfest repleto de pessoas (imagem vista de cima) e outra mostra os bonecos Fritz e Frida ao lado das Soberanas.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 51 – abr-mai/88

Página	Forma de divulgação	Descrição
11	Reportagem	Título: “OKTOBERFEST – começam os preparativos da festa 88.”. Texto chama a atenção para a escolha das soberanas que acontecerá em alguns dias, dando a largada para os preparativos da Oktoberfest, que chega a sua 5ª edição.
	Fotografia	3 fotos. Uma delas mostra um grupo de soberanas da Oktoberfest; a outra mostra o Parque da Oktoberfest (vista de cima) repleto de pessoas; a outra ainda mostra um dos desfiles no centro da cidade.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 52 – mai-jun/88

Página	Forma de divulgação	Descrição
5	Matéria	Título: “OKTOBERFEST 88 tem sua rainha”. Texto fala sobre a escolha da rainha realizada em maio, citando a comissão julgadora bem como as demais candidatas.
	Fotografia	5 fotos. Uma grande, apresentando a nova corte. Uma também maior apenas com a rainha nova, e três pequenas mostrando momentos do concurso.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 56 – set/88

Página	Forma de divulgação	Descrição
Capa	Chamada	“Especial Oktoberfest” escrito em vermelho
	Foto	A rainha da Oktoberfest de 1988, cercada por flores e usando uma coroa de flores também, além de um vestido típico (do qual só se pode ver o decote e os ombros). Ela tem os traços físicos considerados como os característicos do povo alemão, ou seja, cabelo claro, pele clara e olhos claros.
3	Nota	Foto de capa em tamanho reduzido para esclarecer que a fotografia é de Jô Nunes e que a rainha chama-se Elaine Müller.
10 a 13	Reportagem	Na editoria de turismo. Título: “Um vale de contrastes”, citando a história e as belezas da região do Vale do Rio Pardo. Além de Santa Cruz (onde é realizada a Oktoberfest, conforme eles explicam), também são citados Rio Pardo, Sobradinho, Candelária, Venâncio Aires, entre outros.
	Fotografia	5 fotos de pontos turísticos importantes da região.
	Publicidade	Anúncio da Massey Ferguson citando a Oktoberfest; anúncio da Schreiner citando a garra do alemão e a vontade de crescer do brasileiro.

20 a 23	Matéria	Título: “O roteiro da festa”. Texto fala sobre a programação da Oktoberfest 88.
	Fotografia	1 foto dos bonecos Fritz e Frida (agora uns bonecos diferentes dos mostrados até então, mais parecidos ou mesmo iguais aos atuais).
28	Publicidade	Anúncio de página inteira do Restaurante do Parque da Gruta citando a Oktoberfest.
33	Publicidade	Anúncio das Loja Arthur Müller, com a fotografia da rainha da Oktoberfest e uma fala entre aspas dela chamando para os produtos da coleção primavera-verão da loja.
51	Reportagem	Título: “Tudo o que você queria saber sobre os Jogos da Oktoberfest”. Texto falando sobre as modalidades de esportes que fazem parte da programação da festa.
55	Publicidade	Anúncio de página inteira, colorido, da Oktoberfest 88. Logo da Prefeitura e da Brahma incluídos.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 57 – nov/88

Página	Forma de divulgação	Descrição
3	Sumário	O sumário indica que na página 28 há conteúdo sobre a “Oktoberfest”
28 e 29	Reportagem	Título: “O descanso do Fritz”. Texto com avaliação da edição da Oktoberfest, falando sobre os sucessos do evento e também sobre as dúvidas para as próximas edições, ressaltando a importância turística do evento e o resgate das tradições dos colonizadores germânicos.
	Fotografia	5 fotos. Uma grande do casal Fritz e Frida; quatro pequenas mostrando detalhes culturais relacionados à Oktober, como o chope, a participação da cultura polonesa, o Parque da Oktoberfest, e a participação também da cultura gaúcha, dentro da qual está inserida também Santa Cruz.
45	Coluna	Coluna social. Uma foto acompanhada por uma nota destacando a cantora Fafá de Belém com a rainha da Oktober.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 61 – jul-ago/89

Página	Forma de divulgação	Descrição
27	Matéria	Título: “Brinde a alegria mis uma vez”. Texto falando sobre a próxima Oktoberfest, com resumo da programação da próxima edição.
	Fotografia	1 foto da corte da Oktoberfest 89.

Fonte: Elaboração própria

Edição: nº 62 – set-out/89

Página	Forma de divulgação	Descrição
23 a 25	Reportagem	Título: “Santa Cruz cai na festa e faz “Prosit” à alegria. Texto falando sobre a próxima edição da Oktoberfest. Com diversos subtítulos focando nos bailes e shows, a soberana, infraestrutura, feira, artesanatos, etc.
	Fotografia	3 fotos. Uma do casal Fritz e Frida, uma de um baile típico e outra da rainha da Oktober 89.
26	Publicidade	Anúncio da Oktoberfest em página inteira, PB.

Fonte: Elaboração própria

Apêndice 3: Quadro de análise das entrevistas

Entrevista com: Max Montiel Severo

Tempo do áudio	Transcrição do trecho com referência	Forma de divulgação identificada
15:40	<p>Max: não... é que o Alto Falante, o projeto Alto Falante ele extrapolou aquilo que tinha sido pensado inicialmente. Ele conseguiu, ele trouxe a necessidade de contratar alguém... que antes não tinha essa parada, sabe? Escrevia 10 laudas, tu ganhava por 10 laudas.</p> <p>Demétrio: vocês pagavam?</p> <p>Max: sim, tinha pagamento, sim. 10 laudas... o diagramador recebia uma graninha, o montador por sua vez... e assim ia indo. Só que ele foi ganhando corpo. E ele toma corpo também um pouquinho antes, mas em função da Oktoberfest. Que aí o Alto Falante se torna uma agência de propaganda também.</p>	Assessoria de Comunicação e de Imprensa
39:50	<p>Demétrio: claro, claro. E então voltando a etapa intermediária agora... inclusive tem uma colega que escreveu um artigo e tá propondo um artigo no mercado justamente sobre essa relação: a construção da imagem Oktoberfest pelo viés da Alto Falante. Fala um pouquinho desse período, Max.</p> <p>Max: pois é. Essa é a grande história, porque o que aconteceu: a Oktoberfest ela surgiu por uma reunião também de pessoas, se não me engano o Hoffmeister, o Guinter Jaeger, o secretário que era o Ademir Muller na época, o Barreto, o Voltaire, que começaram a botar pilha, que nós precisávamos de uma festa, precisávamos de uma festa, pá, pá, pá... Santa Cruz não tinha isso, né?! Tinha acabado a FENAF.</p> <p>Demétrio: a festa nacional do fumo, né?</p> <p>Max: isso. Acabou em 78 e aí até 84, acho que foi a primeira Oktoberfest, não tinha mais nada, Santa Cruz não se vendia, não tinha divulgação qualquer enquanto município, até naquela época muito mais porque tinha várias fábricas de cigarro aqui. Aí surgiu essa história da Oktoberfest. O Hoffmeister tinha morado em Gramado, então tinha pegado lá o início, o embrião daquela coisa de fazer turismo. Ele achou que isso também se adequava aqui.</p> <p>Demétrio: Época em que nasce o Festival né?</p> <p>Max: é por aí. E aí vem essa história, e aí o que tinha... o Alto Falante tinha bom gosto, os anúncios eram bonitos, eram bem feitos, o Mico já tava aqui, porque o Mico era Arquiteto mas sempre trabalhou com essa área de criação e se fez a Oktoberfest. Um barato porque assim... a festa foi um sucesso direto, direto, direto. Um brinde à alegria.</p>	Criação da Festa Assessoria de Comunicação e de Imprensa

	<p>Demétrio: a “Obafest”. E aí a relação com a revista ela vem vindo e aí na sequência ela encampa a festa, né?</p> <p>Max: sim, aí ela... a divulgação, ela sempre foi feita...</p> <p>Demétrio: porque ela assume isso, né? Ela diz lá no editorial que eu li...</p> <p>Max: do Barreto?</p> <p>Demétrio: do Richter... no editorial ela diz claramente que estamos assumindo a festa, como veículo oficial da festa.</p> <p>Max: é, é isso... eu fiquei, acho que 2 ou 3 anos como assessor de imprensa dali.</p> <p>Demétrio: ou seja, era no ataque, no gol, na trave (risos).</p> <p>Max: (risos) eu fiquei como assessor de imprensa, eu já tava na Gazeta naquele início, mas daí como estava sendo tudo construído pelo mesmo grupo, eu fiquei lá trabalhando e o Barreto e o Voltaire na parte de criação. E foi uma coisa muito doida porque a sucursais, Jornal do Brasil, Estadão, mesmo os veículos de Porto Alegre, os veículos da Caldas Júnior, todo mundo vinha pra cá. Mas isso também era estratégia, por essas relações do Barreto, especialmente do Barreto, que tinha estudado na PUC e que tinha alguns amigos que estavam começando, então... fechava um ônibus, chope, cuca e linguiça... e trazia o pessoal pra cá e levava o pessoal pra Porto Alegre.</p> <p>Demétrio: e não devia ter nenhuma dificuldade pra botar todo mundo pra dentro...</p> <p>Max: não, claro que não!</p>	
--	--	--

Fonte: autoria própria

Entrevista com: Lula Helfer

Tempo do áudio	Transcrição do trecho com referência	Forma de divulgação identificada
21h50	<p>Demétrio: teve uma participação muito grande também na Oktober, né? De certa forma a Alto Falante... conta um pouquinho desse período...</p> <p>Lula: é, isso mesmo, isso mesmo... foi o... como é mesmo o nome dele? Que era secretário de Turismo na época... da Prefeitura, que ele resolveu fazer... porque como não funcionava mais a ideia do fumo, o fumo tava já sendo combatido, eles pensaram “vamos fazer que tipo de festa?”, porque era a Fenaf, né? Daí eles... “vamos fazer um outro tipo de</p>	<p>Criação da festa</p> <p>Fotografia</p>

	<p>festa pra Santa Cruz”. E daí resolveram fazer a Oktoberfest. E aí tinha os moldes lá da de Blumenau. Daí já existia a agência. A agência que foi convocada pra começar a fazer os trabalhos pra Oktober. Eu me lembro que a gente já tinha o “fundo infinito” e eu me lembro que a gente começou a fazer as capas das rainhas pra...</p> <p>Demétrio: pra chamar pra festa...</p> <p>Lula: pra chamar... aí já era a capa da Alto Falante. Todos os Alto Falante... a capa já era a rainha da Oktoberfest.</p> <p>Demétrio: é verdade, é verdade, porque tem um período que começa a aparecer rainha na capa. Outro dia... uma curiosidade... eu fui buscar duas revistas é... quem sobe, que vai lá pros Faccin, pra aquele lado lá, era uma senhora que fez um dos vestidos. Ela disse “olha, essa revista eu tenho porque esse vestido aqui, dessa moça, fui eu quem fiz”. Então mexia com toda a cidade, né?</p> <p>Lula: oooh...</p>	
--	--	--

Fonte: autoria própria

Entrevista com: Ricardo Richter (Mico)

Tempo do áudio	Transcrição do trecho com referência	Forma de divulgação identificada
31:40	<p>Mico: Até esse assunto da agência é interessante porque o Alto Falante gerou essa agência. Se deu conta...</p> <p>Demétrio: interfere na Oktober, cria Fritz e Frida...</p> <p>Mico: sim, na verdade o Fritz e a Frida foram criados dentro da Alto Falante</p> <p>Demétrio: perfeito, perfeito, perfeito...</p> <p>Mico: na verdade foi até assim... porque nasceu o Fritz que era uma ilustração que foi feita, com um canecão e o Barreto olhou e disse assim “ah, mas o Fritz não pode ir pra festa sem uma Frida, né?”</p> <p>Demétrio: aaaaah!</p> <p>Mico: então a gente chamava aquele desenho de Fritz. Era “onde é que tá a arte do Fritz”</p> <p>Demétrio: de quem era o desenho, de quem era a arte?</p> <p>Mico: era minha</p> <p>Demétrio: era tua? Tu é o pai do Fritz?</p> <p>Mico: (risos) é...</p>	

	<p>Demétrio: manchete, atenção, para tudo...</p> <p>Mico: o primeiro Fritz fui eu quem fiz</p> <p>Demétrio: aaah, cara!</p> <p>Mico: que era um cara com um canecão e um pé em cima de um barril de chope, que na verdade era uma ilustração para um canecão. Só que daí a gente usou em propaganda, usou em ilustração dentro da revista... mas daí o Barretinho olhando disse que ele não podia ir pra festa sem a Frida. E aí nasceu a Frida.</p> <p>Demétrio: tu criou a Frida?</p> <p>Mico: não, porque daí depois já tinha o Batisteli que era um ilustrador. A agência tinha contratado o Batisteli e ele era um ilustrador muito bom, assim de... caricatural e de figuras. Ele criou a primeira Frida. E mudou completamente o Fritz também.</p> <p>Demétrio: tu tá me dizendo que cada vez que tu vem e vê o Acesso Grasel e tu vê aquele boneco gigantesco tu diz “fui em quem criei”?</p> <p>Mico: não, não aquele que tá lá não (risos)</p> <p>Demétrio: não, claro que não (risos)</p> <p>Mico: mas se tu olhar...</p> <p>Demétrio: mas tu é o pai da ideia...</p> <p>Mico: na verdade, eu acho que até foi o Barreto. Eu acabei fazendo ela... eu não me lembro mais exatamente...</p> <p>Demétrio: é um filho de dois pais então...</p> <p>Mico: é... eu não me lembro da onde ele veio, porque na verdade o primeiro símbolo da Oktoberfest era aquele “Um brinde à alegria”. O slogan “Um brinde á alegria” fui eu que criei.</p> <p>Demétrio: aah, perfeito.</p> <p>Mico: que eram dois canecões, né? Era um símbolo mal desenhado até, que foi o símbolo da primeira Oktoberfest. Mas na 2ª Oktober... mais uma história bonita...</p> <p>Demétrio: manda, manda!</p> <p>Mico: Na 2ª Oktober a gente queria fazer aquele símbolo ao invés de em desenho, em fotografia. Então a gente mandou vir da Alemanha aqueles Mass (Maß), que é daqueles canecos de um litro. Mandamos vir dois canecos da Alemanha e um chegou quebrado.</p>	
--	--	--

	<p>Demétrio: eita, cara</p> <p>Mico: chegou quebradinho...</p> <p>Demétrio: chega seis meses depois e chega quebrado...</p> <p>Mico: e os idiotas em vez de pedir quatro, cinco caneco... pediram dois, né?</p> <p>Demétrio: tudo duro, né?</p> <p>Mico: e daí, como é que nós vamos fazer a coisa? Porque na verdade aquilo que tá no cartaz, eu acho que da 2ª Oktoberfest, na verdade é o mesmo caneco fotografado duas vezes (risos)</p> <p>Demétrio: (risos) que maravilha</p> <p>Mico: porque o outro tinha sido quebrado na viagem</p> <p>Demétrio: não tinha superbonder na época ainda</p> <p>Mico: não... bah, cara, o troço era um caneco desse tamanho assim né?</p> <p>Demétrio: que maravilha rapaz</p> <p>Mico: então tu pode ver, o cartaz, acho que da segunda edição da Oktoberfest que é dois canecos fotografados...</p> <p>Demétrio: eu tô encantado... porque essa é a ideia do projeto cara.</p> <p>Mico: como assim?</p> <p>Demétrio: essas coisas... porque isso é a história de Santa Cruz, é a história dessa cidade, dessa ideia, desse conceito, sabe? Que maravilha! Conta mais alguma história do tempo que tu viveu ela!</p> <p>Mico: aah, daí o que eu queria dizer é que dentro da Alto Falante nasceu uma agência, Alto Falante também...</p>	
35:50	<p>Mico: ...daí então tivemos a primeira agência de publicidade de Santa Cruz que em 84 já assumiu a conta da 1ª Oktoberfest.</p> <p>Demétrio: perfeito... que passa a ser a revista da... a Lu pesquisa sobre isso, ela já escreveu artigo e levou pro encontro do SBPJor desse ano, justamente sobre esse aspecto da Alto Falante, ela de certa forma construir a imagem de Santa Cruz na relação com a Oktober, enfim...</p> <p>Mico: e no lançamento da 1ª Oktober o Alto Falante mudou de novo. Daí ele saiu daquela</p>	

	<p>revista grande, com a capa colorida mas nesse formato grande, pra pequeninha.</p> <p>Demétrio: na primeira Oktober?</p> <p>Mico: na primeira Oktober que é a revista que tem as rainhas da Oktober na capa, né?</p> <p>Luana: uma edição especial, né?</p> <p>Mico: isso, uma edição especial. E daí então... Sabe, parecia que por um evento que nem aquele da capa colorida do grandão era o evento dos lojistas, justificou ter a capa colorida e que depois continuou, quando surgiu a Oktober ela reduziu de tamanho que era aquele assunto que eu te falei, que era uma coisa de custos, de pagar de fotolito</p> <p>Demétrio: mas justamente num momento de abre aspas “exuberância” de grana. A festa... porque daí...</p> <p>Mico: já tinha uma grana melhor</p> <p>Demétrio: provavelmente pra versatilizar a entrega, esse tipo de coisa, imagino...</p> <p>Mico: é, que depois, inclusive, a Alto Falante excluiu aquela distribuição aos sócios dos clubes de Santa Cruz e começou a angariar assinaturas. E vendia em banca, vendia em Porto Alegre...</p>	
54:57	<p>Mico: sim, saiu na Alto Falante. Era um projeto do Torrano que o Alto Falante serviu pra mostrar. Depois a Reynolds – que era uma empresa de fumo que ficava perto ali onde é a Câmara de Vereadores – fez um concurso pra executar esse projeto e a gente ganhou, inclusive mandamos para os Estados Unidos, foi tudo em dólar e a Reynolds foi embora. O projeto não saiu naquela ocasião. Daí o Armando Wink que era o Prefeito na época disse “guri, não te preocupar, nós vamos fazer isso”. Ele me chamava de guri. E não fizeram, como todas as coisas políticas.</p> <p>Demétrio: Mas fizeram a Oktober...</p> <p>Mico: ãh?</p> <p>Demétrio: mas fizeram a Oktober.</p> <p>Mico: é! Não, não... eu acho que eu, por exemplo, eu não gosto da Oktober. Pra mim. Eu gosto da oktober pra cidade.</p> <p>Demétrio: claro, claro.</p> <p>Mico: a gente...</p> <p>Demétrio: ela tem um...</p>	

	<p>Mico: é, pra cidade ela é fantástica! Logo que a gente pegou, eu acho que as cinco primeiras Oktober, foi o Alto Falante que fez a parte de publicidade e daí a gente fazia meio que um plantão ali, a gente fazia relações públicas também. Cara... fizar uma tarde dentro daquele troço, ouvindo aquelas músicas, bandinha... cara, aquilo acabou com o resto de nós (risos)</p> <p>Demétrio: (risos)</p> <p>Mico: eu nunca mais consegui ouvir bandinha na minha vida, cara.</p>	
--	--	--

Fonte: autoria própria

Entrevista com: Jô Nunes

Tempo do áudio	Transcrição do trecho com referência	Forma de divulgação identificada
23:45	<p>Jô: ...a agência ganhou um corpo enorme, a agência publicitária Alto Falante. A revista já era uma coisa talvez até de certa forma mais secundária.</p> <p>Demétrio: por que tem a Oktober, né?</p> <p>Jô: tem a Oktober... exato. Aí a agência Alto Falante que vira a agência da Oktoberfest.</p> <p>Demétrio: oficial</p> <p>Jô: junto com o Ademir Muller que na época era o secretário de Turismo. E aí surge a ideia... o Voltaire teve a ideia... porque tinha os bonecos em moldes né... de criar um boneco de pano Fritz e Frida.</p> <p>Demétrio: de quem foi a ideia?</p> <p>Jô: foi do Voltaire. Na verdade a história foi a seguinte: a gente já tinha um estúdio, um comercial, já era 86, eu já tava aqui de volta, a gente já tinha iniciado e eu tive a ideia, a gente teve, eu e o Lula tivemos a ideia de fazer um boneco pras pessoas botarem o rosto e a gente fazia a fotografia. Aí o Voltaire, conversando com o Voltaire, ele disse “ta aí, vamos fazer uma coisa diferente, vamos botar alguém dentro desse boneco e esse boneco vai ser o cara da festa, os bonecos vão ser os bonecos da festa”. Aí ele levou essa ideia pro Ademir, naquela época tinha... acho que era o grupo “Sem modos”, os caras...</p> <p>Demétrio: de teatro, né? De Canela acho...</p> <p>Jô: os caras fazia isso de espuma... eu não sei de onde eles eram... o Voltaire foi lá e conversou com eles, eles desenvolveram esse boneco... e bom, o boneco é sucesso até hoje, né?</p>	

	<p>Demétrio: que legal, cara. Quer dizer que o Voltaire é pai e mãe do Fritz e da Frida. Descobrimos a paternidade do Fritz e da Frida.</p> <p>Jô: É... junto com o Ademir e tal... o Ademir deu a carta branca pra ele e tal...</p>	
--	--	--

Fonte: autoria própria

Entrevista com: Marcus Mello

Tempo do áudio	Transcrição do trecho com referência	Forma de divulgação identificada
10:35	<p>Marcus: uma coisa que eu não gostava... claro que o Voltaire tinha essa coisa muito comercial, então de vez em quando tinha aquelas edições especiais da Oktoberfest... e a capa era aquela coisa cafona das rainhas, das fotos coloridas, né?! Porque é uma revista, aquelas eram, que a gente fazia questão de esconder quando ia pra fazer uma entrevista em Porto Alegre... mostrar aquilo, né?! Aquelas rainhas com aqueles penteados anos 80, aquela coisa bem... e isso tinha, eram umas edições que eram maio vendidas toda a edição. A da Oktoberfest sempre tinha. A edição da Oktoberfest. E que era um horror assim... aquilo a gente nem considerava (risos), mas ah... mas eu lembro que tem algumas edições de Oktoberfest que, no meio tem uma entrevista, alguma coisa legal, assim... que a gente conseguia largar ali.</p> <p>Luana: era vários releases de prefeitura...</p> <p>Marcus: sim, total, total...</p> <p>Luana: eu até tenho estudado essas edições especiais da Oktoberfest, porque eu tô fazendo o mestrado aqui na Unisc e tô pesquisando a questão da construção da identidade a partir da Alto Falante. E aí a gente vê assim que em todas as edições especiais a gente encontra muitas coisas parecidas. Sempre a entrevista com o Ademir Muller, com o Prefeito, meio que numa reprodução do mesmo todos os anos, né? Num certo padrão, né?</p> <p>Marcus: é, então... acho que a revista, em sua história, também teve isso, né? Acho que é importante tu fazer esse ponto, se não parece que, sei lá, que a revista era uma revista de vanguarda como a dos surrealistas na França dos anos 20 (risos)... não, não é... a revista tinha esse lado comercial, que felizmente era o Voltaire que fazia (risos), a gente nem se envolvia. Mas eu lembro de ter feito matéria paga, pra empresas que eram anunciantes da revista e tal. Mas eu acho que os leitores conseguem distinguir o que é uma matéria paga do que não é...</p>	

Fonte: autoria própria

Apêndice 4: Quadros de descrição e análise do texto narrativo

Edição nº 20	
Página	Capa
Localização do excerto	Chamada
Excerto	“Oktoberfest, um brinde à alegria”
Página	3
Localização do excerto	Editorial
Excerto	<p>“A razão para que possamos apostar no sucesso da Oktoberfest é a de que este evento, cujas bases estão alicerçadas nas raízes germânicas de nosso município, apresenta um enorme potencial turístico. Este potencial está relacionado à gastronomia, à cultura, à música, à tipicidade, das regiões colonizadas por imigrantes alemãs [sic]. E nenhum momento foi tão favorável para a realização deste projeto, como este em que o Rio Grande do Sul comemora os 160 anos da imigração alemã no Estado”</p> <p>“O nome ALTO FALANTE também está ligado diretamente à Oktoberfest, através de um trabalho que vem sendo desenvolvido desde abril, quando fomos convidados a assumir duas importantes funções no esquema de organização do evento. A primeira diz, respeito à assessoria de comunicação da Oktoberfest num trabalho desenvolvido pela Editora Alto Falante. A segunda, refere-se ao setor de publicidade e propaganda, através da Alto Falante Comunicação e Publicidade, agência contratada para desenvolver toda a estrutura de marketing da Oktoberfest.</p> <p>[...]</p> <p>Este envolvimento constante com a Oktoberfest nos forçou a suspender temporariamente as edições da revista Alto Falante, já que toda a equipe se viu forçada a um intenso e contínuo ritmo de trabalho na execução de material de imprensa e propaganda relacionados com o evento. Agora, que este trabalho está iniciado e encaminhado, voltamos a olhar com especial interesse para o nosso próprio projeto, que é a revista Alto Falante” (sic)</p>
Página	14
Localização dos excertos	Entrevista
Excertos	<p>“Nós teremos espetáculos musicais e culturais, teremos noitadas típicas diariamente no salão de festas – uma amostra disso foi o baile da Rainha – teremos também o café colonial, as exposições industriais, comerciais e agropecuárias, choperias espalhadas pelo parque, bandinhas típicas deslocando-se constantemente e procurando transmitir o espírito festivo que caracterizará toda a promoção. Além disso, nós termos exibições de grupos de dança, peças teatrais, grupos de mímica, atrações para o público infantil, um grande parque de diversões, exibições aéreas com balões, helicópteros, jogos de diversão, feiras de artesanato e de produtos coloniais e a Vila Típica com casinhas em estilo colonial, onde cada distrito do município terá a oportunidade de comercializar produtos típicos” (sic)</p> <p>“Em 1884, foi criada em Santa Cruz do Sul a Sociedade de Ulanos, que era um grupo de cavalaria, chamada cavalaria rápida, originária da antiga guarda imperial da Prússia. É provável que alguns dos imigrantes vindos da Alemanha tenham integrado este tipo de cavalaria na Europa e quando aqui chegaram, resolveram criar uma sociedade baseada naqueles grupos, mas já com uma característica diferente, de recreação. Então nos fins-de-semana, eles se reuniam para relizar jogos de adestramento, pontaria com lanças, montaria, etc. Além disso, eles também realizavam acampamentos que duravam um ou dois dias e que terminavam com uma grande festa. Em 1939, com a II Guerra Mundial,</p>

	<p>estes grupos foram mal interpretados e acabaram extintos. Nós este ano estamos reativando um destes grupos em Rio Pardo, procurando resguardar a nossa memória, a nossa cultura e o nosso folclore” (sic).</p> <p>“O convênio firmado com o Sulbrasileiro para uma forte campanha em todas as redes de televisão do estado já é uma garantia de divulgação, mas paralelamente nós criamos uma série de outros meios de divulgação para a festa, como cartazes, programas, peças promocionais e os lançamentos como o de Santo Angelo, onde mais de 80 municípios tiveram a oportunidade de sentir um pouco daquilo que o turista vai encontrar na Oktoberfest e estamos prestes a realizar também em Porto Alegre um lançamento a toda a imprensa gaúcha, agentes de viagem, que serão convidados a participar de uma noite típica, com comidas, danças, bandinhas, tudo o que será a Oktoberfest. Todo o trabalho de propaganda, publicidade e divulgação está sendo executado pela agência Alto Falante, porque nós acreditamos nos valores da terra” (sic).</p>
Página	15
Localização dos excertos	Matéria/Notícia
Excertos	<p>“Oktoberfest: Santa Cruz aguarda os visitantes para um brinde à alegria”</p> <p>“Município de colonização tipicamente germânica, Santa Cruz do Sul conhecida internacionalmente como a capital do Tabaco, realiza este ano a 1ª OKTOBERFEST, uma festa típica alemã [...]”.</p> <p>“[...] o público visitante encontrará uma vila típica com casas em estilo bávaro, onde serão comercializados produtos coloniais produzidos pelas comunidades do interior do município, além de um completo parque de diversões, casa de chope típica, café colonial, muita música, alegria e pratos típicos da cozinha germânica. Paralelamente desenvolve-se a feira industrial, comercial e agropecuária do município, que dará uma amostra do potencial econômico desta que é a cidade que mais cresce no Rio Grande do Sul”</p>
Página	16
Localização dos excertos	Matéria
Excertos	<p>“O salão, aliás, foi uma das maiores surpresas reservadas para a grande noite de escolha da Rainha. Totalmente remodelado e decorado com motivos típicos num trabalho de Luiz Hofmeister e Flaerte Garmatz dos Santos, o pavilhão da Fenaf transformou-se no grande cenário da Oktoberfest inspirado nas mais típicas tradições germânicas”</p> <p>“Sob o olhar atento da Comissão Julgadora e aplausos das torcidas, elas mostraram toda a graça e charme da mulher santa-cruzense, vestidas com alegres e coloridos trajes típicos que deram um toque especial ao concurso. Ao lado da passarela e nos corredores de acesso, os garbosos Ulanos da Sociedade de Ulanos de Santa Cruz, faziam a guarda de honra com suas lanças e uniformes inspirados na guarda imperial da antiga Prússia, num elogiável trabalho de reconstituição desta histórica sociedade fundada há exatamente 100 anos atrás por imigrantes alemães” (sic).</p> <p>“[...] e atrações da grande festa, entre as quais destacou-se a presença da Trachtenkapelle Unterwaldhausen, a banda alemã com 38 instrumentos de sopro que deu o colorido musical tipicamente germânico a esta inesquecível noite”</p> <p>“Após a escolha e aclamação da Rainha Cristiane e das princesas Simone e Janine, foi dado início ao baile, com o grupo de danças</p>

	folclóricas POLKA, do professor Nelson Bender, puxando uma concorrida “Polonaise”.”
--	---

Edição nº 21	
Página	3
Localização dos excertos	Editorial
Excertos	<p>“A OKTOBERFEST não é apenas o marco do despertar de Santa Cruz do Sul para o mercado turístico. Acima de tudo, a OKTOBERFEST é o grande momento para que Santa Cruz do Sul saia de seu enclausuramento e se lance em busca de novos caminhos que certamente levam ao reconhecimento todos os potenciais econômicos, culturais, sociais e políticos.</p> <p>A partir de agora Santa Cruz do Sul deixa de ser uma cidade quase esquecida, para tornar-se conhecida como um centro altamente desenvolvido, graças às peculiaridades que envolvem sua posição de município líder na produção de fumo em todo o Brasil, mas também por outros aspectos não menos importantes, como a sua origem germânica, seu rico e diversificado parque industrial, sua forte agropecuária, seu povo trabalhador e hospitaleiro” (sic).</p> <p>“Mas existe também a Santa Cruz do Sul que soube preservar suas raízes, sua cultura, seus costumes e tradições trazidas da Europa germânica. Esta outra face é a que a OKTOBERFEST pretende mostrar, com muita alegria, diversão e entusiasmo”</p> <p>“A revista ALTO FALANTE, como tem acontecido em outros movimentos importantes do município de Santa Cruz do Sul, quer através desta edição especial, mostrar a todo o Brasil, um pouco do que é Santa Cruz, cumprindo seu papel de veículo oficial da Oktoberfest e órgão de divulgação do município a nível nacional. Esta edição, circula dirigida a ministérios, senado, câmara federal, governos de estados, secretarias de estado, assembleia legislativa do Rio Grande do Sul, prefeituras, entidades empresariais, culturais, consulados, embaixadas, enfim, procurar mostrar Santa Cruz do Sul e a Oktoberfest ao Brasil inteiro. Para tanto, reformulamos nossa programação visual, formato e características, na certeza de que desta forma estamos editando uma revista dentro dos mais altos padrões técnicos de qualidade e, através dela, falando cada vez mais alto” (sic).</p>
Página	4
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“Santa Cruz vai reviver os costumes dos imigrantes com a Oktoberfest” (título)</p> <p>“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”</p> <p>“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 a Feira da Indústria e Comércio no Parque da Festa Nacional do Fumo”.</p> <p>“Desde 19 de dezembro de 1849, quando Santa Cruz do Sul recebeu seus primeiros imigrantes, constitui-se num dos principais núcleos da colonização alemã no sul do Brasil. Com a bravura e o espírito de</p>

	trabalho trazidos pelos imigrantes, o novo núcleo transformou-se rapidamente em próspera colônia que, já em 1878 conquistava sua liberdade política, como o desmembramento da Câmara de Rio Pardo. As marcas da determinação, do espírito empreendedor e do trabalho incansável dos imigrantes estão estampadas na Santa Cruz do Sul atual e se estendem à sua economia [...]”
Página	7
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“OKTOBERFEST, A FESTA DA ALEGRIA</p> <p>Mas é na Oktoberfest, o evento que pretende lançar Santa Cruz do Sul no mercado Turístico, que estarão concentradas as atrações a partir de 28 de setembro até 7 de outubro.</p> <p>Inspirada na Oktoberfest de Munique na Alemanha, a promoção da Secretaria de Turismo e Prefeitura Municipal de Santa Cruz pretende ser acima de tudo um brinde à alegria. Reavivando as tradições germânicas dos primeiros imigrantes alemães, a Oktoberfest terá muito chope, muita comida típica, a alegre música das bandinhas, danças, jogos, e uma série de atrações que estarão sendo desenvolvidas no parque do Fenaf, cerca de 4 hectares de área com pavilhões de exposição agropecuária, feira de artesanato, feira de produtos coloniais e feita comercial e industrial.</p> <p>Neste parque, um dos destaques ficará por conta da Vila Típica Colonial, toda construída com casas em estilo bávaro, onde cada distrito do interior do município terá a oportunidade de comercializar produtos coloniais de fabricação caseira artesanal. Lá os visitantes poderão encontrar deliciosas pães da colônia, mel, queijos, salames, schmier, rapaduras, cucas e outras delícias com o sabor das coisas naturais” (sic).</p>
Página	8
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“TRADIÇÕES GERMÂNICAS REVIVIDAS</p> <p>Uma preocupação da Secretaria de Turismo e da comissão organizadora da Oktoberfest é com o desenvolvimento de uma consciência turística por parte da população de Santa Cruz do Sul, explorando os costumes e tradições germânicas.</p> <p>Nesse sentido, foram realizados cursos e seminários junto a rede hoteleira, escolas e população em geral, visando preparar a comunidade para o espírito festivo que deverá reinar na cidade durante o evento.</p> <p>Não deverá causar espanto aos visitantes, ver as pessoas trajadas com vestimentas típicas da região do tirol, e de outras regiões de influência germânica.</p> <p>[...]</p> <p>Com um cenário preparado para recriar em o clima das grandes festas de Munique e uma decoração calcada nas casas de chope típicas da Alemanha, é neste salão de festas que a Oktoberfest terá seus momentos de maior alegria e descontração” (sic).</p>
Página	10
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“O secretário municipal de Desporto e Turismo acredita que a Oktoberfest deverá funcionar, a princípio, como marco inicial de um processo em que Santa Cruz passe a contar mais com a atividade econômica do turismo, para isto já colaborando a grande divulgação que vem sendo feita em torno da festa”.</p>
Página	11
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“Segundo o prefeito municipal, Armando Wink, a Oktoberfest significa muito para Santa Cruz do Sul e para a sua administração, porque deverá</p>

	colocar a cidade no cenário turístico estadual e nacional. Por isso, ele espera que a Festa da Alegria seja encarada com muita seriedade e esperança por todos os santa-cruzenses, uma vez que dependendo da aceitação da comunidade está a continuidade do evento no futuro”. “A realização da Oktoberfest, esclarece Armando Wink, pretende criar uma nova atividade econômica e lançar Santa Cruz do Sul no mercado turístico”.
Página	12
Localização do excerto	Matéria
Excerto	“DO CASAMENTO DO REI À FESTA DO CHOPE” (toda essa matéria conta a história da festa realizada em Munique, na Alemanha)
Página	14
Localização do excerto	Matéria
Excerto	“A CERVEJA, ESSA PLEBÉIA DE SANGUE AZUL” (toda essa matéria conta a história da cerveja)
Página	16
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	“COSTUMES TRADIÇÕES E CULTURA Segundo Maria Hoppe Kipper, professora de História da FISC, os imigrantes que vieram colonizar Santa Cruz do Sul eram, em sua maior parte, homens humildes e sem recursos, que gostavam do convívio social alegre, além de serem de uma extrema religiosidade e dedicação ao trabalho. Muitos de seus traços se incorporaram às regiões colonizadas na forma de sociedades de canto, música e tiro ao alvo, um gosto acentuado pela leitura e de uma proliferação de jornais em língua alemã. [...] Sobre as Sociedades de Lanceiros, esclarece Maria Kipper, embora possuam raízes alemãs, são uma criação local. Realizavam exercícios ao cavalo, desfiles, festividades e torneios de lançadas, onde os participantes, montados em cavalos, tentavam com uma lança, alcançar um alvo de couro com formas arredondadas e vários furos que possuíam calores diferentes de pontos. Nascidas em Santa Cruz, as Sociedade de Lanceiros espalharam-se pelos municípios vizinhos, chegando a totalizar um número de trinta entre aproximadamente cem sociedades diversas, muitas das quais deixaram de existir após o período de 38/43, quando da campanha de nacionalização do Estado Novo promovida pelo governo Getúlio Vargas. Na ocasião, procurou-se bruscamente obrigar as sociedades a fazerem seu registro perante os órgãos civis do estado, além da utilização da língua portuguesa em todas as suas atividades. Foram apreendidos estatutos e livros em alemão, quadros comemorativos, fechados jornais em língua germânica e recolhidas espadas e lanças cuja finalidade era exclusivamente ornamental em desfiles e torneios [...] Assim também muitos costumes dos primeiros alemães, com pequenas modificações, permanecem presentes nas regiões de colonização, como as festas alegres e ruidosas, a limpeza das casas, o espírito de trabalho e o esmero das donas de casa na confecção de tortas, doces e cucas” (sic).
Página	28
Localização do excerto	Artigo
Excerto	“Para Santa Cruz o Governo da Província de São Pedro do Rio Grande do Sul contratou Peter Kleudgen, como agente autorizado. Kleudgen foi

	<p>muito rigoroso na escolha das pessoas que enviou à Santa Cruz. Por esta razão não é possível concordar com os que afirmam, indistintamente, que os agentes contrataram prisioneiros e pessoas de má reputação para a colonização alemã no Rio Grande do Sul. Isto não ocorreu com Kleudgen.</p> <p>[...]</p> <p>Aos 15 de setembro de 1849 foram recebidos por D. Pedro II, no Rio de Janeiro, imigrantes alemães chegados pelo navio “Bessel”, aos quais o Imperador prometeu que seriam levados para a fundação da nova Colônia de Santa Cruz, no Rio Pardo, na Província de São Pedro do Rio Grande do Sul.</p> <p>[...]</p> <p>Em carreta e a pé, chegaram os fundadores À Colônia de Santa Cruz, aos 19 de dezembro de 1849:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Augusto Wutke, casado, católico, da Silésia. Francisca, sua mulher, e os filhos: Guilherme, Joana Maria, Lucas e Juliana. - Frederico Tietze, solteiro, evangélico, da Silésia, Carlotta, sua irmã. - Augusto Raffler, solteiro, católico, da Silésia. - Augusto Mandler, solteiro, evangélico, da Prússia. - Gottlob Pohl, solteiro, evangélico, da Silésia. - Augusto Arnold, solteiro, evangélico, da Silésia. <p>Ocuparam os lotes coloniais na Picada Velha, Colônia de Santa Cruz [...]. Da Picada Velha os imigrantes passaram à Picada Nova (Rio Pardinho) [...]. Os imigrantes continuavam chegando da Pomerânia, do Reno, do Hunsrück, da Saxônia, da Boêmia, da Renânia e de outras regiões.</p> <p>[...]</p> <p>Na Colônia de Santa Cruz o fumo foi plantado desde 1851, quando as primeiras sementes vieram de Cuba – Havana. Seis anos depois, Santa Cruz já acusava uma produção de 309 arrobas de fumo de galpão. Em 1864 a produção atingiu 40.000 arrobas, no valor de R\$ 270:000\$000. Mais de um século passou, precisamente 135 anos, e hoje Santa Cruz do Sul, com a sua “Oktoberfest” procura revigorar o pensamento que fixamos no final do livro “Santa Cruz do Sul, de Colônia a Freguesia – 1849 – 1859”: Vamos todos somar esforços e verificar, nos ensinamentos do passado, que nenhum futuro nos será presenteado. É preciso conquistá-lo: com amor, com lealdade, com respeito e com muito trabalho. Se desejarmos conservar a cidade acolhedora que recebemos de nossos pais, como um centro de progresso – saibamos ser humildes, como eles o foram; saibamos ser fortes – como eles o foram; saibamos agradecer e ter fé – como eles os fizeram; saibamos trabalhar – como eles edificaram, e então remos a grande satisfação de poder entregar aos nosso filhos uma cidade pujante e vibrante”.</p>

Edição nº 22	
Página	3
Localização dos excertos	Editorial
Excertos	<p>“A Oktoberfest se mostrou o veículo certo para a divulgação de todos os potenciais aqui existentes que, por falta justamente de divulgação, muitas vezes não chegavam a ser reconhecidos e devidamente explorados. Nesse sentido, a Oktoberfes serviu para firmar uma imagem a altura do município que mais cresce no estado, e acima de tudo, criar uma nova identidade de Santa Cruz perante a comunidade gaúcha e brasileira.</p> <p>[...]</p> <p>Outro aspecto importante relacionado a Oktoberfest, diz respeito a reativação de valores culturais, tradições e raízes germânicas do</p>

	<p>município, valores estes que se encontravam esquecidos e que agora parecem ter sido redescobertos com orgulho e entusiasmo.</p> <p>[...]</p> <p>Santa Cruz do Sul conseguiu não só a merecida divulgação de seus potenciais, como também, atingiu a maturidade para a real criação de um mercado turístico que poderá gerar novos recursos, movimentar a economia, absorver mão-de-obra, revitalizar a cultura, enfim, trazer uma série de benefícios a toda comunidade”</p>
Páginas	11 a 16
Localização dos excertos	Entrevista/Mesa Redonda
Excertos	<p>“ADEMIR – A princípio, se pretendeu copiar a festa da Alemanha com peculiaridades regionais, de Brasil. Nós não imaginávamos uma dimensão tão grande em termos de Oktoberfest: só depois, com as comissões trabalhando, é que isto começou a crescer.</p> <p>[...]</p> <p>NILTON [vereador] – No início houve um certo receio, porque, como o Ademir já disse, as festas caracterizavam-se de outra maneira em Santa Cruz. Quanto à OKTOBERFEST, nós acompanhávamos o trabalho das comissões e esperávamos, sempre sabendo que era uma atividade conjunta da comunidade para mostrar o que é seu. As expectativas eram positivas e hoje eu entendo que foi um evento benéfico, positivo para Santa Cruz e para região</p> <p>[...]</p> <p>CARLOS – Eu acho que o próprio fato de nós termos começado a trabalhar um pouco tarde na OKTOBERFEST já trouxe dificuldades. Aliás, a comunidade não acreditava na festa e o próprio pessoal convidado para as comissões não foi acreditando no evento. Estas pessoas foram motivadas e aí a coisa começou a crescer.</p> <p>[...]</p> <p>ADEMIR – Está na hora de nós reforçarmos as raízes. Isto já acontece no nativismo gaúcho, o que é muito bom, e nós também temos que valorizar a nossas tradições, sejam quais forem.</p> <p>HOFFMEISTER – Eu acho até que, dentro da Oktoberfest, caberia uma espécie de cantinho gaúcho, cantinho da serra...</p> <p>[...]</p> <p>BARRETO – [...] No caso da Bierhaus eu vou contar uma história: uma noite encontrei lá um amigo meu, alemão nascido em Munique que está há quase trinta anos no Brasil. Eu perguntei sobre a festa e ele respondeu: “não, tudo bem, só que o Chope está quente, a comida está fria e a bandinha está tocando tango”. Então não adianta só ter boa vontade, a coisa tem que funcionar.</p> <p>[...]</p> <p>BARRETO – Olha, o “seu” Backes, que é um colaborador nosso, trouxe uma revista sobre a Oktoberfest de Munique em que se reclamava do chope e dos preços. Quer dizer: se acontece lá, que é uma festa de mais de cem anos, é normal que aconteça aqui.</p> <p>[...]</p> <p>ADEMIR – [...] Nós vamos começar no primeiro semestre do ano que vem, com competições típicas: bolão, Schtechclub (clube de lanceiros), tiro ao alvo, sociedades de dança, competições de lenhadores, os desfiles de rua [...]</p> <p>[...]</p> <p>BARRETO – Eu acho o seguinte: a OKTOBERFEST é uma festa típica, onde o principal é a bebida, comida, bandinha, traje típico, folclore... agora, o que é que tem a ver com Oktoberfest um desfile de modas, uma exposição comercial e industrial? Eu acho que a festa deveria ter baile, muitos bailes, todos os dias bandinhas, competições... só.</p> <p>[...]</p>

	HOFFMEISTER – Eu acho que os nossos companheiros do consulado não acreditavam muito na festa realizada independentemente da Alemanha. Eu acho que faltou um pouco de humildade da parte deles, uma falta de visão e uma falta de integração, porque a nossa comunidade, sendo uma comunidades germânica que ainda guarda o maior percentual de descendentes da Alemanha, merecia um apoio maior, um tratamento melhor e um maior investimento por parte do consulado alemão. Inclusive o embaixador da Alemanha visitaria o estado e nós quisemos convidá-lo para o baile da Rainha, mas não tivemos a menos acolhida por parte do consulado alemão. Eu me sinto magoado com essa posição.
--	--

Edição nº 26	
Página	30
Localização do excerto	Matéria
Excerto	“Após o desfile das vencedoras o prefeito e a primeira Dama, Armando e Jenny Wink, ao lado do Secretário de Turismo Ademir Muller e sua esposa Vera, deram início ao grandioso baile com a tradicional “Polonaise”.”

Edição nº 27	
Página	4
Localização do excerto	Nota
Excerto	“Devido à impossibilidade de patrocínio por parte do Sul-Brasileiro para mídia eletrônica nas televisões do estado, a ALTO FALANTE Comunicação e Publicidade, agência oficial da Oktoberfest, após dois meses de negociação, fechou contrato com a Rede Brasil Sul de Comunicação para apoio publicitário da festa em todos os seus veículos, obtendo com isso um aumento da verba investida em propaganda do evento na ordem de 50%”.
Página	12
Localização do excerto	Notas
Excerto	“São quatro bailes típicos da Oktoberfest 85: dia 27, 28, 4 e 5, com animação, respectivamente, das bandas Montanari, Caçula, Flor da Serra e Real” [...] “O avento maior de Santa Cruz do Sul prossegue a partir de segunda-feira com programações de teatro infantil, mágica, desfiles de modas e shows com bandinha típica. Quinta e sexta-feira acontecem os shows da orquestra de espetáculos do colégio Mauá e do grupo folclórico Sonnernsschein de danças alemãs, de São Lourenço do Sul. Para o final, a Taça OKTOBERFEST de bolão, jogos germânicos, Carrossel do Tio Tony, coral da APESC e apresentação do cães a mestrados do Batalhão de Choque da Brigada Militar” (sic).

Edição nº 28	
Página	9
Localização do excerto	Matéria
Excerto	“Com uma elogiada decoração montada pela equipe da Secretaria de Turismo e uma variada mostra gastronômica dos principais pratos típicos da cozinha alemã, muito chope, apresentação do grupo Polka e acontegiante música do grupo musical Tropical, a festa de Lançamento da OKTOBERFEST 85 em Porto Alegre mereceu o aplauso e o entusiasmo dos mais de 400 convidados presentes e mostrou toda a animação que caracteriza a Festa da Alegria.

	Outra atração da festa foi a exibição, em primeira mão, do comercial para a campanha publicitária da Oktoberfest na Rede Brasil Sul de Comunicações que vai dar apoio à OKTOBERFEST 85.”
--	--

Edição nº 29	
Página	3
Localização do excerto	Editorial
Excerto	<p>“Há exatamente um ano, em uma edição especial como esta da Oktoberfest, a revista Alto Falante afirmava que o evento Oktoberfest seria um marco na história de Santa Cruz do Sul e que a partir dela a “capital do fumo” ganharia nova dimensão em termos de promoção, divulgação e potencial para exploração turística.</p> <p>[...]</p> <p>A cada nova edição a Oktoberfest ganhará mais pique, mais divulgação e maior respeito, podendo transformar-se num dos maiores eventos turísticos do País. Para chegar a tanto, basta o poder público, empresariado e comunidade se conscientizem da importância que isso representa para o crescimento do município. Talvez muita gente não tenha percebido o espaço que Santa Cruz do Sul vem ocupando na imprensa de todo o Estado e até mesmo em grandes veículos de comunicação de São Paulo e rio de Janeiro. Um espaço gratuito conquistado graças à Oktoberfest e que até aqui jamais havia sido colocado à disposição de nosso município, apesar de todo o seu potencial econômico.</p> <p>É claro que para isso existe um grande trabalho sendo desenvolvido em todos os setores da organização do evento, mas em especial, pelo setor de divulgação e propaganda, aqueles que desde o ano passado foi entregue a nossa agência de propaganda Alto Falante Comunicação e Publicidade, irmã gêmea da revista Alto Falante e que agora está operando com sua própria equipe, com sua própria estrutura em nova sede e com objetivos bem definidos.</p> <p>Este ato de independência é um sinal de evolução e de maturidade empresarial da própria agência e do mercado em que ela opera. Se ontem havia os que duvidavam da decisão pessoal do secretário Ademir Muller em contratar e apostar no trabalho de uma agência de propaganda local para gerir a conta publicitária da Oktoberfest, hoje não existe dúvidas. Existe todo um trabalho realizado desde o logotipo e do slogan “Um brinde à alegria”, até o comercial de televisão, com trilha sonora musical, muita alegria e talentos da terra. Existe a percepção e o arrojo de quem tomou a iniciativa, conduziu as negociações e fechou o contrato de apoio da RBS, garantindo a divulgação sem precedentes para Santa Cruz do Sul na maior rede de comunicação do sul do País. Existe criatividade, talento, pesquisa e planejamento em torno de um projeto de comunicação e propaganda que não se esgota a cada final de Oktoberfest, mas que permanece e que evolui.</p> <p>Assim como a revista Alto Falante cumpre seu papel de veículo oficial da Oktoberfest e de Santa Cruz do Sul [...], procuramos nessa edição mostrar um pouco do que é Santa Cruz e dirigir (como aconteceu no ano passado) para vários segmentos da sociedade, e acima de tudo, para toda a classe política do País, para que de uma vez por todas, fiquem sabendo o que é Santa Cruz do Sul, sua gente, seus costumes, seu progresso...” (sic).</p>
Página	5 a 9
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“As marcas da determinação, do espírito empreendedor e do trabalho incansável dos imigrantes estão estampadas na Santa Cruz do Sul atual e se estendem à sua economia.</p> <p>[...]</p>

	<p>Uma das grandes novidades da Oktoberfest 85, no entanto, é o novo pórtico, um projeto de Ricardo Richter executado por Ruben Kraether. O pórtico construído em 1956, foi totalmente remodelado procurando buscar uma identificação mais forte com o espírito da festa e objetivando a formação de um conjunto que fosse elemento marcante dentro do parque. Recoberto de telhas germânicas e duas torres de metal nas extremidades, inspirado nas construções enxaimel, o edifício, além das funções como pórtico, bilheteria e posto policial, também abrigará um palco para apresentação de bandinhas.</p> <p>[...]</p> <p>Além dele, o Pavilhão Preto sofreu reformas e adaptações para originar a SCHWARZES BRÄUHAUS, a choperia colonial que deverá funcionar permanentemente mesmo após a festa, oferecendo espetáculos com bandinhas, bebida e comida típica. O pavilhão prestou-se perfeitamente às remodelações por seguir o modelo dos galpões que existem na própria Alemanha, tendo sido decorado de acordo com os padrões de tipicidade germânica.</p> <p>[...]</p> <p>Inúmeros grupos típicos comparecerão à Oktoberfest 85, entre eles o Grupo de Danças aLemãs Sonnenchein, de São Lourenço do Sul, a Orquestra Real de Teutônia e o Grupo Folclórico Alemão da Comunidade Evangélica de Estrela.”</p>
Página	10
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“Ademir esclarece que a Oktoberfest santa-cruzense possui aspectos diferenciados da realizada em Munique por possuir uma conotação própria de Santa Cruz do Sul e destaca a característica do acontecimento como uma grande comemoração em que o visitante tem a possibilidade de degustar produtos típicos, café colonial, oportunidade de comprar produtos naturais do interior, travar contatos com exposições de indústria e comércio, adquirir artesanato, etc.</p> <p>[...]</p> <p>A Oktoberfest tem atingido plenamente seus objetivos de colocar Santa Cruz do Sul na vitrine turística do estado e do país – declara Ademir.”</p>
Página	12
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“Armando Wink acredita que a população santa-cruzense já possui uma consciência turística formada, sentindo isso porque, “na medida em que a promoção ganha corpo, a própria comunidade acaba se empolgando e participando de maneira integrada e efetiva”.”</p>
Página	13 a 15
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“NELSON BENDER: UM DESCENDENTE DE IMIGRANTES RETORNA AS ORIGENS</p> <p>Coordenador do grupo Polka, Nelson Bender já há muitos anos pensava em conhecer o país de seus ancestrais. Tendo agora surgido a oportunidade, ele esteve na Alemanha durante os meses de junho e julho, deixando aqui para os leitores do ALTO FALANTE um pouco do que acumulou para contar sobre a sua viagem.</p> <p>[...]</p> <p>Além disso, eu tive um outro objetivo que foi o de procurar o lugar de onde vieram os meus antepassados. É na região do Hunsrück, nas proximidades do rio Mosel, entre o rio Reno e o rio Mosel. O Hunsrück é uma região que forneceu muitos imigrantes não somente para Santa Cruz, mas para muitas localidades do Rio Grande do Sul. Existem mais de duzentas localidades, povoados e cidades nesse Hunshück que viram os seus homens emigrarem para o Brasil, quer dizer que são milhares de</p>

	<p>peçoal que de lá vieram. Os motivos são os mais diversos, mas o principal, sem dúvida, era a pobreza: a região era muito pobre, tinha porca terra e eles então tiveram que trabalhar para os outros, nada tinham para si... Então resolveram procurar uma vida melhor no além mar e a propaganda falava em Brasil e Estados Unidos. Basta dizer que, entre os meus antepassados, está uma velha viúva que veio com quatro filhos para cá e os outros dois filhos foram para os Estados Unidos, a família aí se separou definitivamente.</p> <p>[...]</p> <p>No sul, por exemplo, é muito comum a gente ver pessoas e mais pessoas querendo subir no trem para descer algumas estações adiante onde vão caminhar nos Alpes, todo mundo tipicamente trajado, tanto o homem quanto a mulher. Quer dizer que lá isso é uma coisa de rotina, não é nada forçado, porque isso é uma tradição que já vem de muitos e muitos anos. Aqui nós fazemos isso porque a gente representa uma facção que se dedica ao folclore, mas lá é coisa bem comum, embora no norte da Alemanha não se veja isso praticamente.</p> <p>[...]</p> <p>7. Eu acredito que nós ainda temos que aprender muito para fazer uma festa bem típica. Agora, uma coisa é certa, a Oktoberfest só será possível com a conscientização da população, porque a população é que deve estar motivada. Por exemplo, essas festas que eu assisti lá eram durante a semana e em diversas localidades o comércio simplesmente fechava, todo mundo estava na festa, todo mundo participava e era alegria e mais alegria, a gente via a vibração do povo.</p> <p>[...]</p> <p>8. Agora, em termos de festa, nós fazemos o possível aqui, mas muitas vezes o que fala é a pessoa certa no lugar certo, porque tudo é preparado com antecedência e todo mundo tem que estar dentro do espírito da festa. O que eu notei lá é que o povo, tanto da Áustria como da Alemanha, dá um extraordinário valor à música e à música tradicional deles. Por exemplo, eu estive num baile e dancei, inclusive dancei um samba, mas o grupo que tocava tinha umas duas ou três peças assim em seguida voltava à música folclórica. Os bailes lá são idênticos aos nossos, em Santa Cruz, mas não são tão abundantes, porque eles não têm essas sociedades que nós temos.” (sic).</p>
Páginas	16 – 17
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“Belas ruas largas e bem traçadas aliadas a praças e passeios públicos que apresentam uma cuidadosa preocupação com o aspecto paisagístico, ostentando uma exuberante arborização e jardins floridos, são o forte de Santa Cruz do Sul. Essa característica herdada dos ancestrais europeus demonstra-se também nas residências, garantindo para o município o renome como a cidade mais limpa e organizada em todo o Rio Grande do Sul.</p> <p>[...]</p> <p>Com a animação das bandinhas germânicas, os bailes acontecem no salão de promoções da Oktoberfest, um amplo espaço com capacidade para mais de mil pessoas decorado especialmente para recriar o clima das grandes festas de Munique, recordando as casas de chope da Alemanha.</p>
Página	18
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“Em 26 de setembro de 1980, Nelson Bender foi convocado pelo então prefeito Arno Frantz para realização de um trabalho relativo ao folclore alemão. Nascia aí o grupo Polka, coordenado pelo professor Bender, esposa e a coreógrafa Anne Quatke, que apresenta números originais de</p>

	danças germânicas seguindo musicas da Alemanha e Áustria, países cujo folclore se confunde”
Página	19
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“Os jogos germânicos eram brincadeiras realizadas entre a população dos distritos do interior de Santa Cruz numa disputa de potência, força, agilidade e resistência. [...] Durante a Oktoberfest, os jogos germânicos estarão acontecendo todos os dias, a partir das 15 horas, no parque, totalmente abertos a qualquer um que queira participar, [...] [...] Na 2ª Oktoberfest, ainda, todo o aspecto de infraestrutura dos jogos germânicos será coordenado por componentes da Sociedade de Ulanos. [...] Ulano é um soldado da Cavalaria Ligeira surgido na Polônia e depois em outros exército europeus. Organizada nos moldes da cavalaria alemã, a Sociedade de Ulanos caracterizava-se pelo marcante estilo militar, diferenciando-se das Sociedades de Lanceiros por seus uniformes mais vistosos e caros e por realizar festas e desfiles mais pomposos. [...] As Sociedades de Ulanos de Santa Cruz eram: a ULANENKLUB, a primeira, criada em 1884 e extinta em 1938 ou 39 devido às perseguições e proibições, originadas pelo nazismo e pela 2ª Guerra, com relação a tudo o que tivesse ascendência alemã; ULANENVEREIN de Rio Pardinho, fundada em 1888 e finda em 1988 (sic) devido a desavenças entre seus membros; e ULANENVEREIN de Ferraz, fundada em 1892 e extinta em 1914 por problemas financeiros. Entre as festas promovidas por estas congregações estavam: a Konigfest ou Festa do Rei (realizada no início do ano), a Stiftungfest ou Festa de Aniversário da Fundação da Sociedade de Ulanos, Bundfest ou Festa da Federação (quando se reuniam, anualmente, as diversas Sociedades de Ulanos), Festa de Aniversário do Kaiser da Alemanha e festas especiais, como o Centenário e Aniversário da Independência do Brasil, Aniversário da Proclamação da República e Centenário e Aniversário da Imigração Germânica no Rio Grande do Sul.”</p>
Página	20
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“Histórias e querelas à parte, porém, a cerveja é, na verdade, uma das bebidas mais consumidas entre nós. Associada à ideia de informalidade e aos momentos de descontração, a cerveja sempre possuirá lugar cativo em qualquer lugar onde a alegria seja a grande tônica. Além do mais, não há nada que combine melhor com a energia de um povo carnavalesco e tropical. Portanto, descontraia-se e... “prosit!””</p>
Página	22 e 23
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“Um alerta: Caso planeje viajar a Munique na época da “Oktoberfest” faça reservas com muita antecedência, senão poderá já estar tudo ocupado, porque a Festa Nacional de Munique tornou-se internacional e atrai e é visitada por turistas de todos os quadrantes do mundo. Até lá vá à nossa Oktoberfest e saboreie nosso bom chope, considerado ótimo pelos alemães que nos visitam. Prosit!”</p>
Página	32
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	“Monumento ao Imigrante

	Localizado no entroncamento das ruas Galvão Costa com Marechal Floriano, o Monumento ao Imigrante Alemão constitui-se na homenagem prestada pela comunidade santa-cruzense aos imigrantes que com seu árduo trabalho colonizaram o município.”
--	--

Edição nº 30	
Página	5
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“Em apenas duas edições, a Festa da Alegria, com muita propriedade, foi crismada pelos santa-cruzenses a manifestação maior de sua devoção ao desenvolvimento econômico de sua comunidade, de seu culto às tradições de seus antepassados e a sua jovialidade e se consagrou como uma das mais expressivas, legítimas e atraentes promoções turísticas da região de origem alemã.</p> <p>[...]</p> <p>auguro para a Oktoberfest um futuro que a tornará uma atração turística obrigatória para os que tiverem interesse em conhecer a pujança, a criatividade e a alegria de viver da comunidade riograndense culturalmente enraizada na Alemanha”</p>

Edição nº 37	
Página	--
Localização do excerto	--
Excerto	--

Edição nº 39	
Página	3
Localização do excerto	Editorial
Excerto	<p>“São 10 dias de culto às tradições germânicas da cidade num clima de muita alegria regada a chope e comida típica.</p> <p>[...]</p> <p>Através desta edição especial a revista AF vai mostrar para todo o Brasil um pouco do que é Santa Cruz e o que é a festa máxima do calendário desta cidade, cumprindo assim seu papel de veículo oficial da Oktoberfest e órgão de divulgação do município a nível nacional”.</p>

Página	27
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“Segundo Ademar Muller, Secretário de Turismo de Santa Cruz do Sul, é importante destacar o caráter diferenciado, com relação á festa de Munique, da Oktoberfest que a cidade realiza. Como diz, “aqui nós fazemos a festa com uma pitada à gaúcha, uma pitada à brasileira, executando um número de promoções, promoções variadas e exposições. A festa tem um cunho típico e está trabalhando em cima da raiz alemã, mas a nossa aspiração é que ela seja dinâmica, que movimente e atinja todos os gostos”.</p> <p>[...]</p> <p>“A Oktoberfest é considerada o maior evento germânico do sul do país, uma festa de alegria e movimentação com muito chope, diversão através da música e degustação da excelente cozinha alemã. Além disso, Santa Cruz está sendo posta na vitrine: o seu parque diversificado, as empresas de fumo, a cultura do povo, tudo auxilia na reafirmação do município como pólo regional”.” (sic).</p>

Página	28 e 29
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“Com relação ao município em geral, em 1986 Santa Cruz do Sul será decorada também em suas ruas principais, o que estenderá o espírito da festa em toda a cidade, onde serão ainda instalados pontos de chope na</p>

	<p>Praça da Matriz e Praça da Bandeira, funcionando aos sábados e domingos pela manhã sob animação de bandinhas.</p> <p>[...]</p> <p>Os quatro bailes oficiais serão nos dias 26 e 27 de setembro e 3 e 4 de outubro com a presença das bandas TREML, de São Bento do Sul, SC; TRACHTENKAPELLE FRIESENHOFEN, da Alemanha; TROPICAL, de Santa Cruz do Sul; e FLORINDO IVAN, de Cachoeira do Sul. Durante os bailes haverá apresentação de grupos folclóricos, como o POLKA, de Santa Cruz; GRUPO DE DANÇAS FOOLCLÓRICAS ALEMÃS, de Campo Bom; e GRUPO ÁGUIA BRANCA DE DANÇAS FOLCLÓRICAS POLONESAS, de Guarani das Missões.</p> <p>[...]</p> <p>Já a TRACHTENKAPELLE FRIESENHOFEN, com 48 componentes entre jovens e adultos, também utiliza apenas metais e fará uma série de apresentações durante a Oktoberfest, no interior do município, em São Lourenço do Sul e gramado (sic). Sua vinda está sendo patrocinada pelo governo alemão dentro do intercâmbio existente entre Brasil e Alemanha”.</p>
Página	46 e 47
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“Desde 19 de dezembro de 1849, quando Santa Cruz do Sul recebeu seus primeiros imigrantes, constituiu-se num dos principais núcleos da colonização alemã no sul do Brasil. Os primeiros colonizadores a chegarem à região foram Augusto Wutks, sua mulher Francisca e os filhos Guilherme, Joana Maria, Luca e Juliana; Frederico Tietze; Augusto Raffler; Augusto Mandlre; Gottlieb Pohl e Augusto Arnold. Com a bravura e o espírito de trabalho trazidos pelos imigrantes, o novo núcleo transformou-se rapidamente em próspera colônia que, já em 1878, conquistava sua liberdade política com o desmembramento da Câmara de Rio Pardo.</p> <p>As marcas da determinação, do espírito empreendedor e do trabalho incansável do imigrante alemão estão estampadas na Santa Cruz do Sul atual e se estendem à sua economia. Efetivamente o município abriga uma população que detém uma das maiores rendas per capita do país, resultado de um razoável nível de empregos e do vasto mercado de trabalho.”</p>
Página	48
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“Importância da Festa da Alegria – com o que todos concordam – está justamente no ponto ressaltado por Josy: na valorização do município e das tradições dos antepassados alemães cultivadas ao longo dos anos na região”</p>
Página	50
Localização do excerto	Entrevista
Excerto	<p>“AF – Na tua opinião, qual é a importância da Oktoberfest para Santa Cruz?</p> <p>JB [Jeane Bender] – Olha, em termos de turismo Santa Cruz está se elevando bastante com isso aí, é um grande evento mesmo e está transformando Santa Cruz numa cidade turística, além de homenagear os nossos antepassados, as alemães que colonizaram a região.</p>

Edição nº 40

Página	29 e 30
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“Os números elevados de consumo de alimentos e bebidas são outros fatores que comprova o sucesso de OKTOBERFEST 86.</p>

	<p>Nos 10 dias de promoções foram consumidas 20 toneladas de alimentos nos quatro restaurantes do parque e nos pontos de venda de lanches rápidos. “O consumo triplicou em relação à festa do ano passado e os números comprovam isso”.</p> <p>O consumo de chope e refrigerantes igualmente superou qualquer expectativa. Foram consumidos durante a promoção 180 mil garrafas de refrigerantes e 220 mil litros de chope.</p> <p>“Comida e bebida, além do divertimento e da música de bandinhas, são, sem dúvida alguma, os atrativos maiores da festa da alegria”, disse Ademir Muller.”</p>
Página	31
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“A necessidade de desenvolver cada vez mais o folclore na OKTOBERFEST ocasionou a criação neste ano de 86, da Comissão de Folclore, coordenada por Gisela Dick. Ele (sic) destacou que no evento deste ano iniciou o trabalho desta comissão, “que num futuro bem próximo deverá se constituir numa das mais importantes do evento, porque a OKTOBERFEST é folclore, é uma festa onde se revive as tradições dos antepassados germânicos”.</p> <p>Neste sentido, durante o seu trabalho, Gisela Dick motivou a criação, juntamente com uma série de outras pessoas, do Centro Cultural 25 de Julho e um apoio ainda maior ao Grupo Polka de danças alemãs”.</p>

Edição nº 45

Página	---
Localização do excerto	---
Excerto	---

Edição nº 46

Página	3
Localização do excerto	Editorial
Excerto	<p>“A Oktoberfest é um evento já consolidado e consagrado no calendário turístico do Rio Grande do Sul e a sua não realização seria como calar uma manifestação cultural que foi revivida em Santa Cruz com uma intensidade muito grande, as tradições germânicas, que outrora foram caladas pelos acontecimentos da II Guerra Mundial, onde os alemães daqui não podiam se expressar porque recebiam represálias. E crescemos em Santa Cruz do Sul, berço de uma colonização germânica, bastante escondidos de toda esta alegria que uma festa germânica pode nos propiciar. Quanto tempo perdido...”</p>

Edição nº 47

Página	3
Localização do excerto	Editorial
Excerto	<p>“Mais uma vez a Revista Alto Falante confirma seu papel de veículo de divulgação oficial do evento, colocando em circulação uma edição especial com a completa abertura de tudo o que estará acontecendo na cidade durante os 17 dias desta grande festa.</p> <p>[...]</p> <p>Por este motivo fica tão difícil de entender as razões pelas quais o Legislativo Municipal impôs tantos obstáculos para a sua realização. Foi preciso que a comunidade inteira se mobilizasse para conseguir-se uma irrisória verba de um milhão de cruzados e só assim a festa pudesse se viabilizar. Uma quantia irrisória sim, se formos levar em conta que Blumenau destina 80 milhões de cruzados para a sua Oktoberfest e que em apenas um final de semana, aqui em Santa Cruz, são movimentados mais de cinco milhões apenas dentro do Parque de Exposições”</p>

Página	6
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“Plenamente satisfeito por ter conseguido, com a Oktoberfest, colocar Santa Cruz do Sul no calendário turístico do país, Ademir tem como meta aumentar o fluxo de turistas à região não só no período de duração da festa, mas sim o ano inteiro, o que já vem sendo realizado com sucesso através da intensificação do roteiro da Alegria”.</p>
Página	8
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“No ano passado, 305.518 mil pessoas visitaram a Oktoberfest. Este número, aliado ao alto índice de consumo de bebidas e alimentos observado, comprova o sucesso do evento em sua última edição. [...] Foram consumidos durante a promoção 180 mil garrafas de refrigerantes e 220 mil litros de chope. [...] Mais de 10 mil crianças de fora do município e cerca de 15 mil crianças do município compareceram à festa da Alegria. Estas crianças receberam cerca de 13 mil ingressos e as demais tiveram livre acesso por serem menores de 12 anos. ‘Isso comprova que a Oktoberfest também é uma festa de crianças, que tiveram a oportunidade de viver horas de muita alegria e divertimento’, dizia na ocasião o Secretário de Turismo, Ademir Muller [...]”</p>
Página	14 e 15
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“Os pratos típicos da gastronomia alemã, conhecidos e apreciados em praticamente todos os lugares do mundo, sempre foram um atrativo especial para os turistas que visitam Santa Cruz do Sul durante a Oktoberfest. [...] A cozinha alemã é marcada por influências de várias regiões eslavas como a Hungria, Áustria e Polônia. É uma culinária caracterizada pelas comidas fortes, que procura satisfazer o apetite e quebrar o frio com pratos substanciosos, feitos com produtos de excelente qualidade. Em Berlim, os pratos mais apreciados são à base de carne de porco (que é preparada de todas as maneiras possíveis e imagináveis), principalmente o internacional e famoso Eisben (joelho de porco). [...] Na Alta Baviera existe a língua de porco com cebola, na Renânia comem-se chouriços grelhados acompanhados de batatas e maçãs e em Hannover a salsicha é servida com molho de raiz forte ou mostarda. [...] A batata, que antigamente era um alimento servido durante as festas de casamento, tornou-se o legume mais importante entre os alemães. Originária da América Latina, foi plantada na Alemanha por volta da metade do século XVI, provocando uma verdadeira revolução nos hábitos alimentares do povo. [...] Em praticamente todas as regiões da Alemanha come-se batata nas três refeições diárias e nos mais diversos pratos. [...] CARNES Fleischklösschen (almôndegas) Kartoffeln mit schweinefleisch (batata com carne de porco) [...] Schweinefleisch mit sauerkraut (carne de porco com chucrute) [...]”</p>
Página	32 e 33

Localização do excerto	Reportagem
Excerto	“Os jogos germânicos eram brincadeiras realizadas entre a população dos distritos do interior de Santa Cruz do Sul, numa bem-humorada disputa de força, agilidade, resistência. Entre as brincadeiras mais conhecidas estão a subida do pau-de-sebo, o serrador e a popular corrida do chope, onde os participantes competes para ver quem consegue beber mais chope em menos tempo”.
Página	34 a 36
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“A 10ª Diretoria Regional da SPHAN/Pró-Memória, num trabalho executado pelos arquitetos Udo Bauman [...] e Maria Cristina Hoffer, fez um completo levantamento da arquitetura da imigração alemã ainda encontrada no município, com o objetivo de incentivar o Poder Público e a comunidade a preservar este patrimônio, de inigualável valor histórico, artístico e cultural. Este trabalho deu origem ao volume ‘Memórias de Santa Cruz do Sul’, que foi lançado durante a Semana de Imigração Alemã junto a uma série de palestras, onde se falou da importância de se preservar estes prédios.</p> <p>[...]</p> <p>A arquiteta Maria Cristina Hoffer, designada pela SPHAN para fazer o levantamento de dados em Santa Cruz, juntamente com o arquiteto alemão Udo Baumann, explica o porquê do interesse pelo nosso município: “Uma das nossas prioridades sempre foi Santa Cruz, porque o acervo arquitetônico lá é bastante representativo e até atípico em relação às demais áreas de imigração alemã. É uma arquitetura mais refinada, mais elaborada, muito parecida com a que era praticada na Alemanha na época”, frisa Maria Cristina, dando como exemplo os prédios da Maçonaria, do Fórum e da Secretaria da Fazenda. Janelas em arcos plenos, fachadas com eixos de simetria, frontões e muitos elementos decorativos são algumas das características dessa arquitetura, já bastante diferenciada da encontrada no interior, onde as edificações geralmente são no estilo enxaimel (e o acervo igualmente é riquíssimo).</p> <p>[...]</p> <p>Outro sério problema identificado por Custódio em Santa Cruz é a descaracterização dos prédios de valor histórico. Geralmente utilizados com fins comerciais, os andares térreos desses prédios são totalmente desvalorizado por ‘reformas’, e ‘modernizações’, tendo suas fachadas ‘enfeitadas’ com gigantescos painéis de chamada comercial, na maioria das vezes de gosto bastante discutível.”</p>
Página	45
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	“Poucas famílias tiveram semelhante sortilégio. As irmãs Simone (19 anos), Sandra (17 anos) e Sabine (16 anos) Scholz são o exemplo perfeito da beleza da mulher germânica e fazem com que os admiradores de suas invejáveis formas vivam num constante dilema: descobrir qual delas é a mais bela”.
Edição nº 49	
Página	14 e 15 do encarte especial
Localização do excerto	Reportagem especial – Encarte prefeitura
Excerto	“O Secretário diz que é inquestionável que a Oktoberfest, em suas quatro edições, é o evento que ano a ano vem projetando Santa Cruz, não apenas nos estados do sul, como também no Uruguai e Argentina. O parque da alegria recebeu mais de 800.000 visitantes nos quatro anos da festa e ofereceu à comunidade como um todo ovas oportunidades de lazer; ocorreu o crescimento da rede hoteleira com a instalação de dois novos estabelecimentos, o Antonios hotel e o Hotel Águas Claras. A indústria e comércio também tiveram seus dividendos, não apenas com as vendas diretas, como pelo maior conhecimentos que os turistas

	tiveram do que se produz em e comercializa em Santa Cruz do Sul, coloca Ademir Mueller”.
--	--

Edição nº 51

Página	11
Localização do excerto	Matéria
Excerto	“1984 -1988. Neste período, Santa Cruz passou a ser conhecida nacionalmente não apenas como a “Capital do Fumo”, mas também como a Capital da Alegria; tudo graças a um acontecimento ímpar na região sul do país, a Oktoberfest, uma festa típica germânica que passou a ser incluída em todos os calendários turísticos do Brasil e, a partir de 87, nos calendários uruguaios, estando nos planos deste ano, também incluir a Argentina neste intercâmbio turístico/cultural”

Edição nº 52

Página	---
Localização do excerto	---
Excerto	---

Edição nº 56

Página	10 a 13
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“O Vale do Rio Pardo é visita obrigatória para os aficionados em história, os interessados em colonização, os apreciadores de boa comida e os que gostam, principalmente de alegria, muita alegria.</p> <p>[...]</p> <p>Visitar o Vale pode ser também, não apenas o contraste entre o velho e o novo, mas uma aventura onde as colonizações ítalo-germânicas, sobretudo a segunda, despontam com tonalidades, ora duras, quase sóbrias, no colono trabalhando a terra, ora soltas e alegres nos bailes, que nos inúmeros salões espalhados pelo interior, animam os fins de semana com dança, cuca e lingüiça [sic].</p> <p>Mas, acima de tudo, é uma demonstração viva de que cultura não é um arcabouço de imagens paradas no tempo, mas algo que se processa e evolui com o homem e por causa dele. E que deve, em cada momento histórico, expressá-lo com fidelidade.</p> <p>[...]</p> <p>Mas, títulos a parte, a cidade, com suas ruas largas e arborizadas, assim como pela limpeza das mesmas, tornou-se conhecida em todo o estado. O túnel de tipuanas da avenida principal e os jardins, marca obrigatória da grande maioria das residências, bem demonstram, pelo cuidado com que são tratados, a importância que tem a natureza para os descendentes germânicos. Grande parte dos 114 mil habitantes de Santa Cruz são descendentes de imigrantes alemães. Este fato dá à cidade um toque quase europeu, na medida que, além das características físicas peculiares e dominantes da população de pele clara, cabelos loiros e olhos de extremo azul, soma-se o hábito, ainda intenso do uso da língua alemã.</p> <p>[...]</p> <p>Local pouco explorado em termos turísticos, mas de fácil acesso, a região colonial de Santa Cruz vale pela sua beleza. Além das características naturais da serra, o contraste entre a natureza e as marcas da imigração, através das pequenas propriedades rurais, as residências em enxaimel (construção tipicamente germânica) e as pequenas vilas, são um delicioso passeio.</p>
Página	24 e 25
Localização do excerto	Reportagem

Excerto	<p>“Mas o assunto não remete apenas à preservação de edifícios públicos, que aqui, ao que tudo indica, estão livres da demolição. O grande problema enfrentado é a conservação das pequenas edificações. Residências e casas comerciais, apesar de muitas vezes passarem despercebidas, são de extrema importância, pois contam através de seus elementos arquitetônicos, um pouco da história de Santa Cruz.</p> <p>De origem mais recente, datando do início do século, as construções na cidade são do período posterior ao enxaimel, marca registrada da arquitetura alemã, cuja técnica construtiva caracteriza-se pela utilização de uma estrutura autônoma de madeira com planos de vedação em tijolos ou blocos de pedra.</p> <p>Apesar de não existir nenhum exemplo na cidade, no interior do município, principalmente na região de Sinimbu, encontramos exemplos de residências em enxaimel, todas, porém, em precárias condições de conservação.</p> <p>A falta desta identidade arquitetônica nas edificações do núcleo urbano, induz a um desmerecimento do seu real valor, fato este, totalmente equivocado, pois em cada prédio a ser preservado, independente do estilo está, sem dúvida, contido o espírito de nossos ancestrais de origem germânica, tanto por suas características plásticas, quanto construtivas. Ultimamente, nota-se uma certa tendência por parte de algumas autoridades locais, no sentido de incentivar a construção ou mesmo a reforma de prédios, transformando-os em “típicos enxaimel”. Só que a estrutura é simplesmente fixada sobre as paredes de alvenaria. Este recurso, muito utilizado na serra gaúcha e em Santa Catarina, demonstra uma total falta de sensibilidade e conhecimento, não possuindo valor algum, sendo apenas um pastiche arquitetônico.</p> <p>Tal recurso até se admite no sentido de alusão, de fantasia, tal como é utilizado dentro do parque da Oktoberfest, mas jamais como um estilo a ser implantado em uma cidade na qual a arquitetura há muito deixou de apresentar tais características. Pelo contrário, possui uma identidade bastante sólida estabelecida no início do século e que, por suas peculiaridades reforça ainda mais a necessidade de conservá-la assim como está”.</p>
---------	--

Edição nº 57	
Página	28 e 29
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“Durante 13 dias Santa Cruz teve a ousadia de se transformar em capital da alegria. Uma alegria cara muitas vezes, mas que, surpreendentemente, teve o respaldo do público, milhares, que se acotovelaram para ver os artistas famosos, bailar ao som das bandinhas e comer muito chucrute, bockwurst, eisbein, cucas. Um público que brincou de europeu tupiniquim.</p> <p>[...]</p> <p>E aí se abre uma discussão bastante longa. Para se fazer uma festa com características tão somente germânicas, haveria a necessidade de que as pessoas daqui se atualizassem no tempo e tivessem a humildade de aceitar que, na Alemanha de hoje, a caracterização cultural já se preocupa com o futuro, fazendo do seu evento Oktoberfest não só uma festa típica, mas um acontecimento rentável, onde a tecnologia caminha lado a lado com o legado folclórico. De típico mesmo, só a possível comemoração de uma nova safra de “softs” a serem lançados na próxima década.</p> <p>Por aqui, como não se comemora qualquer safra e apenas se tenta resgatar uma história ainda não bem contada, até que a conotação que a nossa Oktoberfest vem tendo está dentro do previsto. Com a miscigenação racial que assolou o Vale do Rio Pardo, principalmente Santa Cruz, nada mais justo que os espetáculos sejam esses mesmos. Ao invés de se buscar uma banda em algum cantinho da Alemanha, que por</p>

	<p>esforço ainda continua a tocar as velhas polkas e valsas, que se mostre então um rock pesado feito pelos gaúchos do sul ou que se mostre a vitalidade do samba numa banda formada por negros de nossa periferia municipal. Por aí a coisa acontece.</p> <p>[...]</p> <p>Comprovando isso, nada mais justo que se busque o embasamento de quem realmente pode dizer algo sobre o assunto, o diretor de cursos do Instituto Goethe, em Porto alegre, que acredita que as Oktoberfest brasileiras são ainda mais autênticas que a tradicional de Munique, coincidentemente no mesmo período da realizada em Santa Cruz do Sul. Com relação à expressão da cultura germânica através das nossas Oktoberfest, Gottfried Wäber diz que elas ficam muito aquém, até porque não haveria sentido de se fazer tal qual é feito em Munique. Ao contrário, continua, as Oktoberfests que viu por aqui, através da televisão ou das informações de quem as visitou, são bem mais autênticas do que a forma comercializada com que é feita a de Munique, onde o interesse maior é a vendagem de hectolitros de cerveja durante duas semanas.</p> <p>Por aqui, completa, além do culto da cerveja, ainda se tem algo mais como danças e músicas tradicionais, o que torna o evento ainda mais atraente e não tão somente consumista.</p> <p>Assim sendo, nota-se que o convívio permanente entre as adaptações sofridas pelos descendentes e sua conseqüente tentativa de resgatar sua cultura, são concomitantes. É importante que essa ala em defesa do processo histórico seja persistente, lutando para que algo ainda fique.”</p>
--	--

Edição nº 61	
Página	27
Localização do excerto	Matéria
Excerto	<p>“Como novidade principal, a Oktoberfest 89 apresentará a extinção dos pavilhões de exposições (exceção do de artesanato) para climatizar ainda mais o ambiente da festa que ela se propõe. Nestes onze dias de muita diversão, as pessoas poderão bailar durante todas as noites, os mais variados ritmos musicais. Vai haver tudo – músicas típicas germânicas, românticas, sertanejo, folclóricas gaúchas e assim por diante”.</p>

Edição nº 62	
Página	23, 24 e 25
Localização do excerto	Reportagem
Excerto	<p>“E para que esta festa não fique só na proposta, a Oktoberfest 89 vai ter como estrela principal do espetáculo um trio de sucesso garantido: chopp gelado (agora em “metro”), boa comida e muita música. Uma receita do mais genuíno cardápio germânico, mas que também tem um tempero bem brasileiro. Por isso, caia nessa festa e... Prost! Ou Saúde! – como quiser... Porque alegria não tem nacionalidade.</p> <p>[...]</p> <p>O programa da Oktoberfest 89 extrapolou o dos anos anteriores no que diz respeito às promoções. Isto porque, com a extinção da exposição comercial e industrial, as promoções (shows e bailes, especialmente) passara a ser o eixo central da festa.</p> <p>[...]</p> <p>E quem for ao Parque, além dos shows, ainda terá como opção os bailes que, este ano, também passam a acontecer todos os dias. No Pavilhão Central, a animação será ao estilo germânico com bandas típicas tocando a partir das 20h;</p> <p>[...]</p> <p>Outra novidade da Oktoberfest 89 é a realização diária do Concursos “Chopp em Metro”, uma brincadeira divertida em que ganha aquele que virar primeiro um estranho caneco em metro.</p>

	<p>[...]</p> <p>As alterações prometidas para a festa deste ano são, segundo constata o coordenador geral do evento, secretário municipal Clóvis Hoppe, uma forma de resgatar o objetivo inicial e a essência da Oktoberfest nascida na Alemanha e trazida ao Brasil na bagagem dos colonizadores germânicos que é a de ser puramente uma grande festa de confraternização e alegria.</p> <p>[...]</p> <p>Castanha de olhos verdes, Andréia [rainha da Oktober 89] gosta de leitura e do vôlei. É de Santa Cruz, é claro, cidade que a elegeu como representante e embaixatriz.</p> <p>[...]</p> <p>A infra-estrutura do Parque da Oktoberfest também entrou na onda das modificações este ano. Houve uma preocupação especial com a arquitetura das construções do Parque, que foram padronizadas e adaptadas aos modelos germânicos, para deixar bem caracterizada a origem e tradição da festa e da cidade.</p> <p>[...]</p> <p>Já na Vila Típica foi preservada por fazer parte da festa, apresentando à venda produtos coloniais característicos do interior do município, fortemente influenciado pelos costumes germânicos dos antigos colonizadores.</p> <p>[...]</p> <p>Os desfiles de carros alegóricos com temas ligados aos costumes e tradições germânicas bem como à vida dos descendentes dos colonizadores alemães em Santa Cruz do Sul, têm sido um dos pontos altos da programação da Oktoberfest, desde a sua criação, em 1984. Na 6ª edição da festa, o espetáculo pretende superar os anos anteriores em público e em brilhantismo com a colocação de alegorias mais sofisticadas nas ruas centrais da cidade para mostrar um pouco do que foi e do que é Santa Cruz do Sul.”</p>
--	--

Fonte: autoria própria

Apêndice 5: Quadros de descrição e análise da narrativa fotográfica da revista Alto Falante sobre a Oktoberfest

Edição	20 – jul/ago 1984
Nº fotos	19
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 14 – ocupa cerca de 1/5 da página – PB – mostra o secretário de turismo Ademir Muller junto de diversos materiais de divulgação da festa, como um caneco de chope, sacola, bandeira, cartaz, selo de divulgação, todos mostrando os dois canecos de chope e o slogan “um brinde à alegria”.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 15 – 1/5 da página – PB – casal brinda com taças de chope. Estão sentados junto de uma mesa repleta de itens culinários, entre eles, percebe-se a presença de batatas. O casal está vestido com trajes típicos germânicos.
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 15 – 7x6 cm – PB – fachada da Bierhaus dentro do Parque da Oktoberfest. Acompanha a legenda “Bierhaus, a casa típica de chop”.
Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 15 – 9x12cm – PB – Mostra grupo dançando em um tablado, com centenas de pessoas assistindo na volta. Grupo veste trajes típicos. Acompanha legenda: “Grupo Polka de Danças Folclóricas”.
Descrição da foto 5 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 15 – 1/5 da página – PB – fotografia da Catedral São João Batista vista de baixo, da praça Getúlio Vargas. Acompanha legenda: “A catedral São João Batista, a maior da América Latina em estilo gótico”.
Descrição da foto 6 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 16 – 11x17cm – PB – apresenta as três soberanas da primeira edição da Oktoberfest, vestidas com trajes típicos, já usando as faixas que indicam a rainha e as princesas. A rainha usa uma coroa de flores. O fundo é escuro. Acompanha a legenda: “Simone Scholz, Cristiane Bublitz e Janine Antonio, as soberanas da Oktoberfest”.
Descrição da foto 7 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 16 – 10x14cm – PB - mostra o um pavilhão decorado com flores e tecidos, cheio de pessoas que estão sentadas ou de pé nas laterais e no centro um grupo de danças se apresenta. O grupo veste roupas típicas. Acompanha a legenda: “Um cenário deslumbrante para uma grande festa”.
Descrição da foto 8 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 16 – 15x10cm – PB – mostra um palco onde um banda de músicas toca vestida com trajes típicos os mais diversos instrumentos. O palco foi projetado para se parecer com a fachada de uma casa de estilo arquitetônico germânico. O palco também é enfeitado com flores e tecidos.
Descrição da foto 9 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 – 6x9cm – PB – primeira foto de uma sequência abaixo do título “As imagem do baile da Rainha da Oktoberfest”. Mostra algumas autoridades, como o secretário de turismo Ademir Muller. Acompanha a legenda: “Ademir e era Müller e Arlete e Reoberto Landel de Moura”.
Descrição da foto 10 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 – 15x10,5cm – PB - Mostra todas as candidatas a soberanas da Oktoberfest e algumas autoridades, dispostas em fileiras de sentadas e de pé. Acompanha a legenda: “As 20 candidatas posaram ao lado da comissão social”
Descrição da foto 11 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 – 9x6cm - PB – mostra dois homens se cumprimentando. Um deles (o da esquerda, Prefeito de Santa Cruz) utiliza trajes típicos, o outro está em traje social (terno). Acompanha a legenda: “O cumprimento dos Prefeitos de Santa Cruz e Unterwaldhausen”
Descrição da foto 12 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 – 15x9cm – PB – mostra um grupo de homens e mulheres parados lado a lado, segurando nas mãos uma pasta com o selo símbolo da Oktoberfest. Acompanha a legenda: “comissão julgadora e comissão social do Baile da Rainha”.
Descrição da foto 13 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 – 7x6 cm – PB – duas pessoas – um homem e uma mulher – falando ao microfone, segurando pastas com o símbolo da Oktoberfest. Segue legenda: “José Barrionuevo e Carolina Gonçalves: apresentadores estiveram a altura da grande festa”
Descrição da foto 14 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 – 7x6 cm – PB – mostra uma orquestra ou banda durante apresentação. A foto foi tirada de trás dos músicos, de forma que o maestro ficasse de frente para a foto. Ao fundo, vê-se um grande número de pessoas sentadas assistindo. Acompanha a legenda: “A Trachtenkapellen Unterwaldhausen, um show a parte da banda alemã”.

Descrição da foto 15 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 – 7x6 cm – PB – mostra um grupo de homens vestidos em trajes militares, segurando lanças, parados em fileira. Acompanha legenda: “O grupo Ulanos postado em frente ao palco típico: tradições revividas”.
Descrição da foto 16 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 – 7x6 cm – PB – Mostra as três soberanas eleitas junto do secretário Ademir Muller. Sem legenda, fundo branco com selo de divulgação da festa na parede (como cartaz).
Descrição da foto 17 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 – 7x6 cm – PB – mostra três pessoas (dois homens e uma mulher ao centro) conversando. O homem da esquerda e a mulher vestem trajes típicos. Acompanha a legenda: “Normélio e Lia Boettcher em bate-papo com José Barrionuevo”.
Descrição da foto 18 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 – 7x6 cm – PB – mostra quatro pessoas de pé posadas para a foto. Acompanha legenda: “José Barrionuevo e Carolina Gonçalves ao lado da primeira dama Jenny e do Prefeito Armando Wink”.
Descrição da foto 19 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 31 – ¼ de página – PB – mostra a rainha da 1ª Oktoberfest. Ela posa para foto junto ao cartaz contendo o símbolo da festa. Veste trajes típico e usa uma coroa de flores.

Fonte: autoria própria

Edição	21 – set/out 1984
Nº fotos	14
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Capa – ocupa cerca de 4/5 da página – com cores - apresenta o trio de soberanas da 1ª Oktoberfest, a rainha sentada e ambas as princesas de pé um pouco atrás, todas elas vestidas com trajes típicos e usando as faixas. A rainha utiliza uma coroa de flores. O fundo da foto é preto, aparentando ser uma foto de estúdio.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 4 – 11x12 cm (1/5 da página) – PB – mostra uma vista aérea (ou, pelo menos, do alto) de Santa Cruz, aparecendo parte do parque da Oktoberfest e parte do centro da cidade, com a Catedral São João Batista ao fundo. (Uma Santa Cruz ainda com poucos prédios e muitas árvores).
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 6 – 16x12 cm (2/5 da página) – PB – registro feito do alto dentro de um pavilhão/salão, mostra centenas de pessoas em um baile típico, algumas dezenas estão em um tablado e parecem dançar, enquanto outras estão na volta deste tablado. Ao fundo vê-se um palco com um grupo musical (bandinha) tocando instrumentos diversos. Praticamente todas as pessoas da foto aparentam estar usando traje típico. Percebe-se uma decoração no salão. Ele também contém, no entorno do tablado, mesas, onde se vê diversas garrafas de vidro semelhantes às de cerveja.
Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 7 – 5x9 cm (pequena, 1/8 da página) – PB – registro da Catedral São João Batista, vista da Praça Getúlio Vargas.
Descrição da foto 5 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 7 – 11x6 cm (1/8 da página) – PB – registro do Túnel Verde da Rua Marechal Floriano, com as árvores ainda em processo de crescimento, e carros estacionados ao longo da via, em ambos os lados. Fotografia foi tirada do meio da rua.
Descrição da foto 6 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 8 – 11x7 cm (1/8 da página) – PB – mostra grupo de casais, em sua maioria vestidos com trajes típicos, executando passos de dança em uma pista de salão. Ao fundo aparece decoração típica de Oktoberfest com trançados de tecido decorando o teto, saindo do centro da pista em direção às bordas. Na lateral esquerda da foto aparecem algumas pessoas, que parecem estar sentadas assistindo à dança. Legenda: Grupo Polka, uma das atrações da Oktoberfest.
Descrição da foto 7 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 8 – 11x9 cm (1/8 da página) – PB – registro de um palco onde um grupo musical toca instrumentos em uma formação de semicírculo. Um dos homens está de costas, aparentando ser um maestro. A parede de fundo do palco, em sua parte mais alta foi construída de forma a parecer uma representação da fachada de uma casa com arquitetura típica germânica. Em ambas as bordas do palco, vê-se dois homens vestidos com o que parecem trajes típicos (antigos) militares. No lado esquerdo ele está em pé, e no direito, sentado. O do lado esquerdo parece segurar uma lança.
Descrição da foto 8 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 9 - 11x9 cm (1/8 da página) – PB – fotografia do Secretário de Turismo, Ademir Muller, sentado no que parece ser um escritório, com uma mesa à sua frente. Atrás dele, vê-se um pedaço de um cartaz relacionado à Oktoberfest,

	bem como à sua esquerda. Em sua frente também há material de divulgação da festa, bem como um caneco de chope personalizado com o selo de divulgação da 1ª Oktoberfest.
Descrição da foto 9 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 10 – 11x11 cm (1/6 da página) – PB – Fotografia do então Prefeito de Santa Cruz do Sul, Armando Wink. Ele está sentado em uma cadeira e à sua frente há uma mesa. Fundo de cor clara.
Descrição da foto 10 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 11 - ¼ página - PB - Fotografia de uma espécie de coreto onde um grupo musical aparentemente toca instrumentos musicais sob a orientação de um maestro, os músicos estão vestidos com trajes típicos. Na volta do coreto há mesas e bancos onde dezenas de pessoas estão sentadas ou de pé em seu entorno. Elas têm canecos de chope em suas mãos ou à sua frente nas mesas. Algumas brindam. Grande parte delas parece estar vestida com trajes típicos. A decoração, tanto do coreto quanto do ambiente à volta reme às decorações germânicas. Acima do coreto há um grande enfeite em ramalhetes com fitas no formato de uma coroa, com bonecos esculpidos que parecem dança sob essa coroa. Parece ser uma alusão à realeza germânica e portanto, à festa tradicional de Munique, na Alemanha.
Descrição da foto 11 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 12 - ¼ de página - PB - fotografia de um copo de vidro de cerveja ou chope, com bastante espuma e aparentando estar gelado, pois o copo está bastante suado. O fundo da imagem é branco e nada mais além do copo pode ser visto.
Descrição da foto 12 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 13 - ½ página - PB - mostra um dos aviões pequenos (teco-teco) do aeroclube de Santa Cruz pousado em um gramado de um espaço que, a julgar pelo que se pode ver atrás do avião, parece ser um estádio de futebol pequeno.
Descrição da foto 13 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 14 - ½ página - PB - mostra um cavaleiro montado em seu cavalo, empunhando uma lança. O cavaleiro aparece em um primeiro plano, na parte direita da imagem, e parece estar se inclinando para sua própria direita, na tentativa de acertar um alvo. Ao fundo dele vê-se pessoas de pé, próximas de uma barreira/cerca, de onde assistem ao cavaleiro. A foto é acompanhada por uma legenda: “As Sociedades de Lanceiros são uma criação local”.
Descrição da foto 14 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 14 - 1/10 página - PB - mostra a imagem de uma mulher de cabelos curtos, vestida com uma espécie de terninho claro, que olha para além da câmera e do fotógrafo, numa foto de estilo “boneco”. O fundo da imagem é claro. A fotografia acompanha uma legenda: “Maria Hoppe Kipper”. Maria é uma das fontes da matéria que fala sobre costumes e tradições.

Fonte: autoria própria

Edição	22 – nov 1984
Nº fotos	8
Descrição das fotos (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Páginas 11 a 16 – 5x6,5 cm cada uma delas – PB – fotos em estilo boneco de Luiz Hoffmeister, Ademir Muller, Carlos Goulart da Rosa, Gilberto Hahgraeffe, Luiz Antonio Barreto, Nilton Garibaldi, Fernando Leidens, Voltaire Trindade e Fábio Borba.

Fonte: autoria própria

Edição	26 – mai/jun 1985
Nº fotos	6
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 30 – meia página – PB – mostra o trio de soberanas da 2ª Oktoberfest eleito, com faixas, troféus e coroa de flores. Todas as três vestem trajes típicos com avendais rendados e mangas bufantes e rendadas. As três eleitas são mulheres brancas, uma das princesa é loira, a rainha tem os cabelos castanhos e a outra princesa tem os cabelos mais escuros
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 31 – 11x16 cm – PB – mostra todas as candidatas que participaram do concurso de escolha das soberanas da Oktoberfest. Todas vestem trajes típicos e todas são mulheres brancas.
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 31 – 9x8 cm – PB – mostra os apresentadores do evento falando ao microfone. Acompanha a legenda: “Ubirajara Valdez e Maria do Carmo estiveram impecáveis na apresentação das candidatas”.

Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 31 – 12x8 cm – PB – imagem vista de cima, mostra todas as candidatas do concurso novamente. Desta vez elas estão de pé em cima do palco onde o desfile aconteceu, todas lado a lado.
Descrição da foto 5 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 31 – 17x10 cm – PB – fotografia mostra a mesa dos jurados do concurso. A mesa é decorada com flores e entre os jurados está a Rainha da Oktoberfest de 1984, com o vestido típico, sua faixa e coroa de flores. Acompanha legenda: “A comissão julgadora”
Descrição da foto 6 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 31 – 4,5x5,5 cm - PB - mostra o secretário de turismo e sua esposa dançando a polonaise. Acompanha legenda: “O Secretário Ademir Muller e a sua esposa Vera, puxaram “polonaise”.

Fonte: autoria própria

Edição	27 – jul - 1985
Nº fotos	--
Descrição das fotos (tamanho, página, acompanha texto, cor)	--

Fonte: autoria própria

Edição	28 – ago - 1985
Nº fotos	4
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 9 – meia página – PB – mostra o salão em que foi realizado o lançamento da Oktoberfest 85 em Porto Alegre, com destaque para a decoração pois é possível ver mais do forro do que das pessoas que estão no ambiente. Essa decoração é feita com flores, balões e uns bonecos de um material que não se pode identificar pela foto, mas que estão pendurados no teto e imitam uma posição de uma dança tradicional germânica.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 9 – 6x10cm – PB -mostra algumas autoridades reunidas e sorrindo, entre elas Ademir Muller. Ademir veste trajes típicos
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 9 – 6x10cm – PB – mais algumas autoridades paradas de pé, voltadas para o fotógrafo. Algumas pessoas vestem trajes típicos.
Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto, cor)	Página 9 – 5,5x8cm – PB – mostra o prefeito de Santa Cruz do Sul, com a primeira dama e a Rainha da Oktoberfest com eles, entre eles. Todos os três utilizam trajes típicos germânicos. A rainha usa uma coroa de flores.

Fonte: autoria própria

Edição	29
Nº fotos	30
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Capa - ¼ da página - cores - mostra as três soberanas da Oktoberfest de 1985. Todas elas vestem trajes típicos alemães e usam as faixas de soberanas. A Rainha utiliza uma coroa de flores. O fundo da imagem é preto e há uma sobreposição de letras na foto, com os dizeres Edição Especial Oktoberfest e a ilustração de balões.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 5 - 2/5 da página - PB - mostra uma senhora sentada em um galpão antigo, com um maço de folhas de fumo na mão, amarrando-os e à sua frente uma pilha de outras folhas de fumo já amarradas umas nas outras. Também vê-se uma chaleira ao pés dela e o fundo escuro do galpão, com frestas entre as táboas, por onde passam fios de luz. Ela usa um vestido preto e óculos, mas está descalça e aparenta já ter mais de 60 anos. Ela olha para a câmera.
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 7 - 3/5 da página - PB - mostra o pórtico de entrada do Parque da Oktoberfest recém construído, com a arquitetura em estilo germânico.
Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 7 - 2/8 de página - PB - vista de cima do Parque da Oktoberfest com destaque para a Vila Germânica construída em estilo bávaro. Pessoas circulam em torno dessas casas.
Descrição da foto 5 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 7 - 2/10 da página - PB - foto de um rapaz, vista quase que de perfil, ele parece estar gesticulando e falando no momento em que a foto foi tirada. Tem um copo de água à sua frente. Foto em estilo boneco. Ele veste uma camiseta

	branca, usa óculos, e parece haver uma parede logo atrás dele. Acompanha a legenda “Ricardo Richter”, indicando que ele é citado no texto.
Descrição da foto 6 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 8 - 2/5 da página - PB - Mostra um casal vestido com roupas típicas, acompanhado por um menino que está no colo da mulher. Eles estão dentro do que parece ser uma espaço de vendas. No balcão à sua frente vê-se cucas e bolos, bem como canecos com o tema da Oktoberfest, além de potes de vidro do que parecem ser doces, como schimiers. Junto do balcão também vê-se linguiças penduradas e atrás do casal há pelo menos três prateleiras, uma acima da outra, onde estão enfileirados lado a lado, potes de vidros com alimentos em conserva. Os três (homem, mulher e criança) olham para a câmera e o casal sorri.
Descrição da foto 7 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 9 - 2/5 página - PB - mostra um grupo de pessoas comendo, bebendo e comemorando. Estão vestidos com trajes típicos. Há uma mesa onde há pratos como linguiça, onde uma mulher está sentada comendo no lado direito da foto. No centro e lado esquerdo dois homens e uma mulher estão brindando com canecos de chope. O homem mais da esquerda também levanta um garfo com uma linguiça. Ao fundo deles vê-se pessoas de costas como se estivessem sentadas em outra mesa. E mais ao fundo, há um enorme barril de chope de madeira.
Descrição da foto 8 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 10 - 1/6 página - PB - uma foto do Secretário Municipal de Turismo de 1985, Ademir Miller. A foto mostra Ademir olhando para sua direita, de forma que vemos mais o lado esquerdo de seu rosto. Em formato de boneco, vemos ele gesticular com a mão direita, segurando o que parece ser uma caneta. Sua mão e a caneta, que estão em primeiro plano, estão desfocados. O foco da imagem está no rosto. Ele parece estar falando. O fundo é branco.
Descrição da foto 9 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 12 - 1/4 página - PB - Fotografia do então Prefeito de Santa Cruz do Sul, Armando Wink. Ele está sentado em uma cadeira e à sua frente há uma mesa de tampo brilhante onde a imagem do prefeito se reflete. Fundo de cor clara.
Descrição da foto 10 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 13 - 1/4 de página (foto mais ou menos centralizada na página) - PB. Mostra um senhor (Nelson Bender) sentado em uma cadeira, com um chapéu típico germânico na mão esquerda. Em seu colo está uma revista com informações turísticas sobre a Alemanha - <i>Deutschland</i> está escrito no título. Sua lateral esquerda está bastante iluminada indicando uma fonte de luz nesse lado. Atrás dele percebe-se um abajur em cima de uma mesinha. Ele olha diretamente para a câmera. Aparenta ter mais de 60 anos.
Descrição da foto 11 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 14 - 1/4 de página - PB - Mostra um prédio em estilo germânico (a foto faz parte do relato de viagem de Nelson Bender pela Alemanha), quase que enxaimel. Sua fachada é estreita, mas ele é longo, possuiu profundidade, o que pode ser percebido acompanhando o olhar pela rua (viela) que passa pela lateral da casa. Ao fundo dessa rua vê-se que há outros prédios aparentemente antigos.
Descrição da foto 12 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 15 - 1/4 página - PB - Mostra uma construção em estilo germânico (a foto faz parte do relato de viagem de Nelson Bender pela Alemanha), de seis andares, com o s tijolos à vista e janelas pequenas, exceto pelo térreo onde as janelas são grande e de vidro, aparentando serem até mesmo vitrines. O prédio é no formato de triângulo, de forma que ele vai se estreitando conforme sobe na direção do céu. Ele está sobreposto pelo cantinha da imagem de número 13.
Descrição da foto 13 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 15 - 1/5 de página - PB - mostra uma espécie de poste, ou elemento decorativo comprido e alto, de onde saem estruturas que mostram símbolos (não sei ao certo se de entidades, famílias ou regiões). Ele está decorado com ramalhetes que percorrem toda a sua extensão.
Descrição da foto 14 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 16 - 2/5 de página - PB - mostra um grande brinde coletivo com canecos de chope. Diversas pessoas, de pé, erguem seus canecos. Todas estão vestidas com trajes típicos e parecem estar em um salão de bailes. Ao fundo, na parte superior da foto, vê-se decoração com flores. As pessoas estão sorrindo e algumas cantando, a julgar pela posição de alguns braços, algumas poderiam estar dançando, ou ao menos se embalando ao som de alguma música.
Descrição da foto 16 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 - 2/6 de página - PB - vemos a Catedral São João Batista, a partir da Praça Getúlio Vargas e do chafariz, entre as árvores da praça e com um céu claro ao fundo. Na parte de baixo, a legenda: “A catedral São João Batista”.

Descrição da foto 17 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 17 - 1/5 página - PB - Rua Marechal Floriano vista do meio da rua, com os carros estacionados em ambos os sentidos nas laterais e as árvores ainda não tão altas, também em ambas as laterais. A foto é acompanhada por legenda: “O túnel verde, na rua principal”.
Descrição da foto 18 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 18 - 1/4 página - PB - A foto mostra um grupo de casais dançando (mas vemos com clareza apenas dois deles, apesar de ao fundo vemos que há mais). eles estão vestidos com trajes típicos bem semelhantes, quase iguais e as mulheres rodopiam pela pista, dando uma das mãos aos homens e mantendo a outra na cintura. Seus vestidos estão bem rodados. Eles estão sorrindo. O fundo da foto é escuro.
Descrição da foto 19 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 19 - Pouco menos de 1/4 de página - PB - A fotografia mostra um homem, vestido como roupas semelhantes a de militares de cavalaria, montado em um cavalo, empunhando uma lança. Ao fundo, vê-se em um borrão, algumas pessoas sentadas assistindo ao homem. Vê-se também algumas árvores. Homem e cavalo estão de perfil para o fotógrafo e o cavaleiro parece tentar atingir um determinado alvo.
Descrição da foto 20 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 20 - Pouco mais de 1/4 de página - PB - mostra um caneco de chope escorrendo a espuma da bebida. O copo é de vidro e está suado, mostrando que aparentemente a bebida está gelada. Ao fundo aparecem algumas sobras, mas não é possível distinguir do que se trata.
Descrição da foto 21 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 20 - Pouco menos de 1/4 de página - PB - mostra uma mulher segurando um caneco de chope e um prato com alguns alimentos típicos como linguiça, batatas. Ela está vestida com trajes típicos e o fundo da foto é escuro. Essa fotografia já foi utilizada na edição anterior em anúncios.
Descrição da foto 22 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 22 - Pouco mais de 1/4 de página - PB - vemos uma foto já publicada anteriormente. Fotografia de uma espécie de coreto onde um grupo musical aparentemente toca instrumentos musicais sob a orientação de um maestro, os músicos estão vestidos com trajes típicos. Na volta do coreto há mesas e bancos onde dezenas de pessoas estão sentadas ou de pé em seu entorno. Elas têm canecos de chope em suas mãos ou à sua frente nas mesas. Algumas brindam. Grande parte delas parece estar vestida com trajes típicos. A decoração, tanto do coreto quanto do ambiente à volta reme às decorações germânicas. Acima do coreto há um grande enfeite em ramalhetes com fitas no formato de uma coroa, com bonecos esculpidos que parecem dança sob essa coroa. Parece ser uma alusão à realeza germânica e portanto, à festa tradicional de Munique, na Alemanha.
Descrição da foto 23 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 22 - Pouco menos de 1-4 de página - PB - vista aérea de um grande parque de eventos, com dezenas de pavilhões e, em primeiros plano, o que parecem ser brinquedos de parque de diversão. No centro desse parque uma grande e larga avenida/rua leva até o que parece ser um castelo ou uma igreja que está distante do fotógrafo, no horizonte. Em torno desse lugar, há uma cidade, algumas árvores. Dentro do parque, centenas de pessoas são vistas caminhando. Tendo como base o título da reportagem onde essa fotografia está inserida (“Munique não é só Oktoberfest”), podemos acreditar que esse é um registro da Oktoberfest original, de Munique. A foto não tem legenda, no entanto, no canto superior direito da fotografia está escrita a palavra Oktoberfest.
Descrição da foto 24 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 27 - 1/4 de página, mais ou menos - PB - vista aérea de Santa Cruz, também já publicada na edição anterior. Mostra o Parque da Oktoberfest, e ao fundo, o Centro, com as torres da Catedral São João Batista. Vemos, ao fundo também, os morros que contornam a cidade com o cinturão verde. A cidade tem poucos prédios no momento em que a foto foi tirada, e ainda é muito arborizada.
Descrição da foto 25 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 28 - 1/6 de página - PB - repete a foto do Parque da Oktoberfest de Munique.
Descrição da foto 26 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 29 - 1/6 página mais ou menos - PB - Capela do Santuário de Schoenstatt, pequena igreja, com as plantas trepadeiras crescidas em seu entorno, cobrindo toda a fachada e a lateral do ponto turístico. Vê-se a janela lateral e a porta de entrada e ao fundo, um céu com nuvens carregadas. Acompanhada da legenda: “Santuário de Schoenstatt”

Descrição da foto 27 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 30 - 2/6 página mais ou menos - PB - vê-se o prédio principal da Prefeitura de Santa Cruz, no centro da Praça da Bandeira, rodeada por árvores e alguns veículos estacionados por ali. Acompanha a legenda: “Praça da Bandeira, onde se localiza a Prefeitura”.
Descrição da foto 28 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 31 - 1/8 da página - PB - Vemos o prédio da Igreja Evangélica da Confissão Luterana, a partir do ponto de vista da esquina que há em sua transversal. A Igreja é cercada por pequenas árvores e ao fundo o céu está claro. A arquitetura é em estilo gótico alemão, repleta de pequenos detalhes, como janelas de caixilhos com molduras arredondadas na parte superior, além de uma torre para o sino.
Descrição da foto 29 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 32 - 1/8 da página - PB - Imagem do lago existente junto ao Parque da Gruta. Vemos muitas árvores ao fundo do lago e essas árvores, assim como o céu, refletidas na superfície da água. Também é possível ver algumas pessoas atravessando o que parece ser uma pequena ponte pênsil que há por cima de parte do lago. Tem legenda: “Gruta dos Índios”.
Descrição da foto 30 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 33 - 1/8 de página - PB - ainda relacionada à matéria sobre os pontos turísticos da cidade, a fotografia mostra o prédio da antiga estação férrea da cidade, inaugurado em 1905. Vê-se a fachada apenas, com sua arquitetura característica, mantida ainda hoje no mesmo formato apesar das novas pinturas em cores diferentes.

Fonte: autoria própria

Edição	30
Nº fotos	10
Descrição das fotos 1 e 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 5 - Fotos 3x4 – PB – Fotos em estilo boneco de duas autoridades que foram entrevistadas para avaliação da Oktoberfest de 1985.
Descrição das fotos 3 a 10 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 38 – 9x5 cm - PB – Mostram momentos dos desfiles de moda que aconteceram dentro da programação da Oktoberfest.

Fonte: autoria própria

Edição	37
Nº fotos	18
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Capa – 14x21 cm – Cores – Foto mostra as soberanas eleitas para a 3ª edição da Oktoberfest. São 5 mulheres e todas estão vestidas com trajes típicos cheios de babados e rendas, todas também usam coroas de flores e as faixas que indicam os postos. Elas estão de pé junto a um arco de flores e uma parede que imita a arquitetura germânica.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 34 – 14x7,5 cm – PB – A foto mostra o salão onde a escolha das soberanas aconteceu. A foto mostra o salão numa vista de cima. É possível ver a decoração (com luzes e flores) e as pessoas que participaram do evento.
Descrição das fotos 3 a 18 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 34 – 5,5x3,5 cm – PB – As fotos mostram diversas autoridades que estiveram presentes no evento. A maior parte delas é mostrada apenas do peito para cima e elas parecem estar sentadas junto às mesas no momento da foto. Algumas delas estão vestidas com trajes típicos.

Fonte: autoria própria

Edição	39
Nº fotos	33
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Capa - Cores - A foto não ocupa toda a página, mas é a única da capa e está centralizada. Em termos de tamanho, ocuparia cerca de 1/2 página. Mostra a rainha da 3ª edição da festa, vestida em trajes típicos e com uma coroa de flores, além da faixa de rainha. Ela é loira e magrinha. Está sorrindo na foto. O fundo da foto é escuro, exceto pela parte da cabeça, pescoço e ombros da fotografada, onde há uma luz vinda de trás. Nas laterais da fotografia, fazem parte da arte que compõem a capa, o selo de edição especial da Alto Falante e ainda as palavras “Oktoberfest 86 - De 26 de Setembro a 5 de Outubro”.

Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 29 - PB - pouco menos de ¼ página - Fotografia do Secretário de Turismo, Ademir Mueller. Ele aparece em primeiro plano, da cintura pra cima, com os braços cruzados, sorrindo e olhando para o lado direito da fotografia. Ao fundo, aparece o pórtico de entrada para o Parque da Oktoberfest. A foto foi tirada da parte de dentro do parque. Mais ao fundo ainda, atrás do pórtico, pode-se ver a parte central da cidade, com o topo de alguns prédios e residências, além de árvores.
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 30 - PB - ¼ página mais ou menos - registro feito em um baile típico. Mostra pessoas vestidas com roupas típicas, entre adultos e crianças, alguns com canecos na mão, fazendo brindes, erguendo-os em comemoração. Vemos também alguns casais dançando. Na parte superior da foto, numa espécie de palco mais elevado, há um grupo musical tocando instrumentos como gaitas, guitarras, saxofone, entre outros. Todos estão vestidos com trajes típicos também. A decoração do palco é com flores e ramalhetes característicos de Oktoberfest.
Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 31 - PB - meia página, mais ou menos - Vista aérea do Parque da Oktoberfest, a partir de sua entrada. Vemos centenas de pessoas em frente ao acesso e caminhando dentro do Parque. A estrutura do parque conta com o prédio da Prefeitura, onde localizava-se a secretaria de Turismo, além de outros três pavilhões.
Descrição da foto 5 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 32 - pouco mais de ¼ de página - PB - mostra a catedral São João Batista vista por entre as árvores da Praça Getúlio Vargas. É possível ver também, ao longo, o chafariz. Foto tirada de um ângulo baixo (de baixo pra cima).
Descrição da foto 6 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 33 - cerca de ¼ de página - PB - fotografia do prédio do Palacinho da Prefeitura, localizado no Praça da Bandeira. Vemos o prédio a partir do ponto de vista de sua diagonal direita (esquerda do fotógrafo), de forma que é possível ver a fachada e a escadaria que dá acesso ao prédio e também sua lateral.
Descrição da foto 7 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 34 - ½ de página - PB - foto do Parque da Gruta. O fotógrafo fez a foto a partir do início de uma pequena ponte pênsil, que passa por cima de um córrego de água que vai para o lago do parque. Vemos ao fundo um prédio que parece algo como o restaurante que há na gruta. Em toda a volta, muitas árvores.
Descrição da foto 8 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 34 - ½ de página - PB - uma foto tradicional do Túnel Verde da Rua Marechal Floriano. Foto já utilizada em diversas outras ocasiões, aliás.
Descrição da foto 9 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 36 - ½ de página - PB - mostra um grupo de pessoas, vestidas com trajes típicos, brindando, cantando e dançando no que parece ser um baile típico. Fotografia já utilizada em outras ocasiões.
Descrição da foto 10 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 37 - ½ de página - PB - mostra uma apresentação de danças típicas alemãs. Diversos casais estão mais ou menos em fila na pista de dança, executando passos semelhantes de dança. Todos usam trajes típicos e tanto homens quanto mulheres possuem os trajes muito parecidos, se não iguais. Eles estão, no que parece ser um pavilhão. Ao fundo percebe-se decoração característica de Oktoberfest com flores e ramos.
Descrição da foto 11 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 37 - ½ de página - PB - mostra um grupo de pessoas, de mãos dadas no que parece ser algum tipo de dança. Uma boa parte das pessoas visíveis na foto, está com trajes típicos. A dança parece ser uma polonesa, uma vez que as pessoas parecem estar se fechando em um círculo.
Descrição da foto 12 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 38 - ½ de página - PB - Mostra um casal brindando com os braços cruzados, cada um com seu caneco de chope. Os dois estão com trajes típicos alemães e o fundo, está bastante desfocado, de forma que não conseguimos observar onde eles estão. A foto, porém, dá sensação de movimento, como se houvessem outras pessoas, talvez dançando, atrás.
Descrição da foto 13 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 39 - ½ de página - PB - Vista de cima da Vila Germânica. Foto já utilizada em outras edições. Mostra parte do Parque da Oktoberfest da década de 1980.
Descrição da foto 14 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 40 - ¼ de página - PB - mostra uma mesa repleta de pratos típicos, na volta da qual estão sentadas ou de pé, algumas pessoas. Algumas delas brindam com canecos de chope, um dos homens que está brindando, ergue no ar também um garfo com um linguça. Fotografia já utilizada em outras edições.

Descrição da foto 15 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 41 - ¼ de página - PB - Mostra um grupo de homens vestidos com trajes típicos, em cima da caçamba de um caminhão, tocando instrumentos musicais tradicionais de bandinhas. eles estão percorrendo a Rua Ramiro Barcelos. Vê-se que eles estão em frente à Catedral São João Batista, pois o prédio que aparece ao fundo é o do atual Colégio Dom Alberto, e também podemos ver um trecho do jardim que há em frente à igreja.
Descrição da foto 16 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 41 - ¼ de página - PB - Vista da entrada do Parque da Oktoberfest. Fotografia tirada a partir do prédio da Prefeitura, de forma que se vê a parte de dentro do pórtico de entrada e o começo do parque. Dezenas de pessoas caminham pelo espaço. Foto já utilizada em outras edições.
Descrição da foto 17 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 41 - ¼ de página - PB - Outra vista do pórtico de entrada do parque, mas dessa vez de fora, com os portões fechados. Percebe-se os detalhes da arquitetura germânica, até mesmo a enxaimel, utilizada para a construção do portal.
Descrição da foto 18 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 42 - ¼ de página - PB - mostra o prédio da Bierhaus existente dentro do Parque da Oktoberfest. O estilo arquitetônico também é germânico.
Descrição da foto 19 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 44 - ¼ página - PB - copo com chope/cerveja. O copo é de vidro e aparece bem grande na página, cheio da bebida e quase que transbordando espuma. O copo está suado, indicando que a bebida está gelada.
Descrição da foto 20 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 45 - ¼ de página - PB - mesa com diversos pratos típicos, entre eles, batatas, carnes, repolho, linguiças e também um caneco de chope.
Descrição da foto 21 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 48 - ¼ de página (um pouco menos) - PB - vista aérea de Santa Cruz do Sul, ou melhor, de parte do centro da cidade. aparece com bastante destaque em meio a outros prédios e construções a Catedral São João Batista. Percebe-se muitas árvores, principalmente no entorno do centro que é possível ver na foto.
Descrição da foto 22 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 49 - ½ de página - a fotografia mostra um salão de bailes lotado. No centro há uma pista, onde um grupo grande de pessoas dança, aparentemente em uma apresentação de danças típicas. Na volta do tablado, centenas de pessoas estão sentadas ou de pé, assistindo, algumas com canecos de chope na mão. Percebe-se que nas mesas também há comidas. Boa parte das pessoas está utilizando trajes típicos, incluindo todos os dançarinos. Ao fundo percebe-se uma decoração com flores e ramos, característica de Oktoberfest.
Descrição da foto 23 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 50 - 1/10 de página - PB - fotografia tipo boneco de um jovem homem de pele branca e cabelos escuros, que olha para além da câmera. Parece estar falando. Acompanha a legenda: “José Carlos: é uma loucura”. Referência a uma das pessoas entrevistadas para a reportagem.
Descrição da foto 24 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 50 - 1/10 de página - PB - fotografia de um jovem homem de pele clara e cabelos escuros, em estilo boneco. Ele olha para a câmera. Acompanha a legenda: “André: a festa está muito associada ao fumo”.
Descrição da foto 25 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 50 - 1/10 de página - PB - fotografia de uma jovem mulher, de pele clara e cabelos escuros cacheados, em estilo boneco. Ela não olha para a câmera, mas para o lado esquerdo dessa, aparentando estar conversando com alguém ali posicionado. Acompanha legenda: “Fátima: fazendo amizades”. Referência a uma das pessoas entrevistadas para a reportagem.
Descrição da foto 26 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 50 - 1/10 de página - PB - fotografia em estilo boneco de uma mulher de pele clara e cabelos claros também, que olha e sorri para a câmera. Acompanha a legenda: “Josy: o salário triplica”. Referência a uma das pessoas entrevistadas para a reportagem.
Descrição da foto 27 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 50 - 1/10 de página - PB - fotografia em estilo boneco de um jovem homem, de cabelo escuro e pele clara, que olha e sorri para a câmera. Acompanha a legenda: “Carlos Vinicius: especulação financeira”. Referência a uma das pessoas entrevistadas para a reportagem.
Descrição da foto 28 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 50 - 1/10 de página - PB - fotografia de uma mulher jovem, de pele clara e cabelos escuros ondulados, que olha para a câmera, séria. Acompanha a legenda: “Solange: a festa vai crescer”. Referência a uma das pessoas entrevistadas para a reportagem.

Descrição da foto 29 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 52 - ¼ de página mais ou menos - PB - fotografia de uma jovem mulher, de pele clara e cabelos castanhos, bonita. Rainha da Oktoberfest de 1986. Ela está sentada, aparentemente de lado, em um sofá, escorando o braço no encosto para as costas. ela olha para a câmera e não sorri, mas também não está séria. O fundo da imagem é claro. Suas roupas são de dia a dia (da década de 1980) e escuras.
Descrição da foto 30 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 53 - Mostra o grupo de 5 soberanas da Oktoberfest de 1986. A rainha está sentada enquanto que as 4 princesas estão de pé, atrás de sua poltrona. Todas elas vestem trajes típicos, e utilizam coroas de flores. A coroa da rainha, porém, é maior. Todas elas estão com as faixas que as identificam como soberanas. A foto é de estúdio, pois o fundo é mesclado e varia de uma cor mais clara no centro para bordas mais escuras. Todas elas sorriem e olham para a câmera.
Descrição da foto 31 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 57 - ½ de página - PB - mostra um grande grupo musical, com seus instrumentos e roupas típicas germânicas. O grupo conta, inclusive com um homem montado em um cavalo. Todos usam adereços ricos, incluindo chapéus. A foto é uma imagem de uma banda alemã que viria para Santa Cruz para a Oktoberfest de 86. Vê-se que eles estão parados em um campo e que ao fundo, além do gramado, há árvores altas, parecidas com pinheiros.
Descrição da foto 32 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 60 - 1/10 de página - PB - mostra um jovem mulher, de pele clara e cabelos escuros, que gesticula e conversa, sentada em uma cadeira. Ela para a esquerda da câmera, onde está, possivelmente o entrevistador. Ela é citada na reportagem. Está utilizando roupas comuns de inverno da década de 1980. Seus cabelos são curtos e ondulados.
Descrição da foto 33 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 65 - ¼ de página - PB - mostra um homem vestido com roupas executivas, sentado em uma poltrona. Ele olha para a câmera, sério. Ao fundo percebe-se uma cortina. Acompanha a legenda: “Claudio Simon Presidente da Associação das Indústrias do Vestuário de Santa Cruz do Sul”. Ele é citado na reportagem que aborda a participação da associação na Oktoberfest de 1986.

Fonte: autoria própria

Edição	40
Nº fotos	6
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 29 – 10x8,5cm – PB – Mostra o Secretário de Turismo, Ademir Muller, sentado com as mãos cruzadas sobre o colo, falando com alguém, conversando. Acompanha a legenda: “Ademir: Já pensando na Oktoberfest 87”.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 30 – 7x15cm – PB – Mostra um grupo de pessoas sentadas junto a uma mesa erguendo canecos de chope em um brinde, dando risada e comendo. Diante deles, na mesa, estão alguns pratos, com alimentos que não podemos identificar claramente. Todas as pessoas na foto usam trajes típicos. Todas elas são brancas. Ao fundo, percebe-se que há outras pessoas em trajes típicos, em pé, caminhando ou dançando ou ainda em outras mesas. Acompanha a legenda: Oktoberfest: dez dias de muita música e alegria”.
Descrição da foto 3 a 6 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 31 – 6,5x5cm – PB todas as fotografias são em estilo boneco e mostram os rostos de 4 homens que, a julgar pelo título da matéria – “O Trabalho das Comissões” – fazem parte das comissões organizadoras da Oktoberfest. As fotos são acompanhadas dos nomes deles, na seguinte ordem: os dois de cima são “Júlio Machado” e “Jacó Brum” (sic – é Braun, no corpo do texto está escrito corretamente); e os dois abaixo são “Elemar Matin” e “Edson Karnopp”.

Fonte: autoria própria

Edição	45
Nº fotos	5
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 35 – 7x5cm – PB – mostra 3 mulheres em pé, lado a lado, diante de um fundo claro. Duas delas usam trajes típicos e a terceira está com uma roupa social escura. Acompanha a legenda: “Jenny Wink, Maria Helena Fisher e Vera Lúcia Müller”.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 35 – 4,5x5cm – PB – mostra duas mulheres de pé, lado a lado, uma delas veste trajes típicos e a outra usa um enorme casaco de pele. Ao fundo, algumas pessoas estão de pé. Acompanha a legenda: “Carine Pozenatto e Adriane Agnes.

Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 35 – 7x5cm – PB – mostra três pessoas (duas mulheres e o então Prefeito Armando Wink), de pé, lado a lado, com algumas pessoas ao fundo. O homem e uma das mulheres utiliza vestes sociais comuns, a outra mulher, que usa uma faixa de soberana da Oktoberfest, usa traje típico. Acompanha a legenda: “Sandra Mayer, Armando Wink e Jeane Mirna Bender”.
Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 35 - 7x5cm – PB – mostra três pessoas (duas mulheres e um homem ao meio), paradas lado a lado, com uma parede e o que parece uma janela ao fundo. As duas mulheres vestem trajes típicos. O homem veste um terno claro. Acompanha a legenda: “Cleusa Jaeger, Ike e Adriane Agnes”
Descrição da foto 5 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 35 – 7x5cm – PB – mostra quatro pessoas paradas lado a lado com algumas pessoas ao fundo. São três mulheres e um homem. As mulheres usam trajes típicos e o homem um terno escuro. Acompanha a legenda: “Maquerli Paulus, Márcia Nyland, George Castello e Adriana Rauber”

Fonte: autoria própria

Edição	46
Nº fotos	---

Fonte: autoria própria

Edição	47
Nº fotos	30 + 15
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Capa - Página inteira - Cores - Mostra o então secretário de Turismo, Ademir Muller, com os dois bonecos símbolo da festa, Fritz e Frida, em sua primeira versão (diferente da atual). Eles estão dentro do Parque da Oktoberfest, parados em frente ao pórtico de entrada da festa. Eles olham para a câmera e sorriem. A foto foi tirada de um ângulo baixo (de baixo pra cima) de forma a engrandecer os três. Ao fundo, vê-se a arquitetura do pórtico, em estilo germânico.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 6 - 1/2 de página mais ou menos - PB - foto centralizada na parte superior da página - mostra o secretário de turismo, Ademir Muller sentado em seu gabinete, com as mãos em uma mesa à sua frente, mãos cruzadas. Ele sorri e olha levemente para o lado da câmera. Ao fundo, percebe-se uma parede e nela, a parte de baixo do que parece um quadro.
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 8 - 1/2 de página mais ou menos - PB - foto centralizada na parte superior da página - é uma vista do alto do centro de Santa Cruz, com especial destaque para a Catedral São João Batista que aparece bem grande na lateral esquerda da foto. No restante da imagem, vemos demais prédios e árvores, além do céu.
Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 9 - 1/4 de página - PB - vista de cima do Parque da Oktoberfest e do centro da cidade. Vemos centenas/milhares de pessoas caminhando pelo parque, num primeiro plano. Vemos, inclusive, um balão pousado no interior do parque. E num segundo plano, vemos uma parte da cidade, do centro, com seus prédios e casas, em meio a muitas árvores. Ao fundo é possível ver o cinturão verde.
Descrição da foto 5 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 10 - 1/2 de página - PB - mostra o prefeito Armando Wink, sentado descontraidamente, com as mãos cruzadas sobre a barriga, conversando enquanto é fotografado.
Descrição da foto 6 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 12 - 1/4 de página - PB - mostra uma mesa repleta de pratos típicos germânicos, como linguças, repolhos, batatas, saladas de batata, entre outros, além de um caneco de chope. Fotografia já utilizada em outras edições.
Descrição da foto 7 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 15 - 1/2 de página - PB - fotografia do Hotel Charrua, visto da esquina oposta e transversal. Percebe-se na foto, algumas árvores do atual túnel verde, mas ainda pequenas. Vê-se alguns carros estacionados na rua também.
Descrição da foto 8 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 16 - 1/4 de página - PB - fotografia da entrada do Parque da Oktoberfest vista de dentro. Vê-se centenas de pessoas reunidas em torno de um tablado onde um grupo realiza apresentações de dança. Vemos muitas pessoas entrando no parque também. Além, é claro, do Pórtico de Entrada, com sua arquitetura germânica. Na parte superior (segundo andar) da parte central do pórtico há uma espécie de sacada improvisada como palco, de onde um grupo musical toca instrumentos. Todos os músicos estão vestidos com roupas típicas, assim como os dançarinos do tablado.

Descrição da foto 9 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 18 - ½ de página - PB - fotografia já utilizada em outras edições. Mostra um grupo de pessoas, vestidas com trajes típicos, dançando e alguns levantando canecos de chope em brindes. Na parte superior da fotografia, vemos um grupo musical tocando seus instrumentos em uma espécie de palco elevado. Vemos decoração característica de oktoberfest com flores e ramos.
Descrição da foto 10 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 20 - ¼ de página - PB - vemos um grupo de pessoas, incluindo soberanas da Oktoberfest, fazendo um brinde com canecos de chope, em meio a outras pessoas que também estão no local caminhando, passando. Eles estão em um salão de bailes decorado com flores e ramos. Todos estão vestidos com trajes típicos. Há crianças vestidas com trajes típicos, inclusive.
Descrição da foto 11 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 22 - ½ de página - PB - mostra uma taça de cerveja/chope de vidro, com o símbolo da Oktoberfest. Há uma sobreposição de duas fotografias de diferentes taças. Na primeira, uma mão segura a taça contra um fundo escuro. A taça está quase transbordando a espuma da cerveja.
Descrição da foto 12 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 22 - ½ de página - PB - mostra uma taça de cerveja/chope de vidro, com o símbolo da Oktoberfest. É segunda foto da sobreposição. Nela a taça está sobre uma superfície brilhosa, que reflete algo não muito compreensível. É possível ver que há escritos em alemão em torno do símbolo da Oktoberfest. No topo do símbolo há uma coroa, em alusão há festa tradicional germânica de Munique, a festa original.
Descrição da foto 13 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 26 - ½ de página - PB - mostra o santuário de Schoenstatt, em uma fotografia já utilizada em edições anteriores. Acompanha a legenda: “Santuário de Schoenstatt: paz e religiosidade”. Imagem sobreposta, no canto esquerdo inferior, pelo símbolo da empresa Pioneer.
Descrição da foto 14 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 27 - ¼ de página - PB - mostra o prédio da Prefeitura de Santa Cruz do Sul, na Praça da Bandeira. Outra fotografia já utilizada em edições anteriores. Acompanha a legenda: “O imponente prédio da Prefeitura Municipal”. Imagem sobreposta, no canto esquerdo inferior, pelo símbolo da empresa Pioneer.
Descrição da foto 15 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 28 - ½ de página - PB - mostra o interior da Catedral São João Batista. É uma fotografia bastante escura, mas percebe-se que ela foi tirada do ponto de vista do altar, de forma que vemos a parte da frente, onde o padre se posiciona e em seguida os bancos onde as pessoas se sentam, enfileirados e formando um corredor central. Também é possível ver alguma coisa dos vitrais da igreja e as colunas, parte de sua arquitetura característica. Acompanha a legenda: “A Catedral São João Batista, a maior igreja em estilo gótico da América Latina”. Imagem sobreposta, no canto direito inferior, pelo símbolo da empresa Pioneer.
Descrição da foto 16 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 29 - ¼ de página - PB - mostra o que parece ser um jardim com uma enorme casa ao fundo. Arquitetura em estilo germânico e romântico é percebida, com algumas torres circulares, inclusive, aparentando ser um pequeno castelinho. A foto é escura, sobretudo na parte do jardim, mas percebe-se uma variedade de plantas, folhagens. Acompanha a legenda: “Mansão em formas românticas que serviu como segunda residência da Família Schütz”. Imagem sobreposta, no canto direito inferior, pelo símbolo da empresa Pioneer.
Descrição da foto 17 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 29 - ⅛ da página - PB - Imagem do Monumento do Imigrante, com a estátua em homenagem ao centro e com o painel ao fundo, ocupando todo o espaço da fotografia. Acompanha a legenda: “Monumento do Imigrante: homenageando os colonizadores”.
Descrição da foto 18 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 30 - ¼ de página - PB - Imagem de um cavaleiro montado em um cavalo, segurando e empunhando uma lança, mirando aparentemente em um alvo. A fundo, vemos outros cavalos e alguns veículos, além de algumas árvores. O homem está vestido com trajes semelhantes ao da cavalaria militar.
Descrição da foto 19 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 31 - ½ de página - PB - foto do pórtico de entrada do Parque da Oktoberfest, visto de fora, com os portões fechados. Foto já utilizada em outra edição.
Descrição da foto 20 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 32 - 1/10 página - PB - fotografia de uma residência de dois pisos, envolta por árvores, com um jardim/pomar em frente à casa, e uma grade. Percebe-se amplas janelas. Casa antiga.
Descrição da foto 21 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 32 - 1/10 página - PB - fotografia de uma janela de uma casa antiga. Vemos os tijolos que a cercam e os ladrilhos da janela. Em frente a ela há o que parecem ser galhos de uma árvore. Foto com pouca visibilidade.

Descrição da foto 22 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 32 - 1/10 página - PB - foto de um prédio da Prefeitura, localizado na Rua Tenente Coronel Brito, onde hoje funciona a Secretaria de Planejamento. Prédio é antigo. Tem dois pisos. Muitas janelas e uma grande porta de madeira.
Descrição da foto 23 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 33 - ¼ de página - PB - foto de uma casa de esquina, em estilo arquitetônico germânico, com as pedras da construção aparentes, amplas janelas de ladrilhos, e portas grandes de madeira. Chama a atenção o detalhe acima da porta e das janelas, todas arredondadas na parte superior. Acompanha legenda: “Típica casa urbana do fim do século passado. Fachada com eixos de simetria, janelas com arco pleno e frontão decorativo”
Descrição da foto 24 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 34 - ¼ de página - PB - fotografia do prédio da Loja Maçônica de Santa Cruz, antigo, de arquitetura germânica também. Acompanha a legenda: “O prédio da Loja Maçônica de Santa Cruz do Sul, um belo exemplo da requintada arquitetura alemã encontrada na cidade”.
Descrição da foto 25 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 38 - ⅛ de página - PB - foto de um grupo de moças vestidas com fantasias de Carmen Miranda e utilizando patins nos pés. A foto é sobreposta por outra fotografia menor.
Descrição da foto 26 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 38 - 1/10 de página - PB - foto de um grupo de moças utilizando fantasias de marinheiro e patins nos pés. Elas estão em posição de “sentido”, enfileiradas. Essa fotografia sobrepõe a outra foto de patinadoras.
Descrição da foto 27 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 39 - ¼ de página - PB - fotografia de um grupo musical. Eles estão em um local aberto, onde, ao fundo, parece haver água, como se estivessem na beira de um rio ou lago. Eles carregam instrumentos musicais consigo e utilizam roupas claras, coletes, num estilo meio hippie, meio folk. Seguido pela legenda: “Grupo Unamérica: a arte dos povos latinos”.
Descrição da foto 28 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 42 - ⅓ de página - PB - fotografia de um homem jovens, em estilo boneco. Ele está numa posição descontraída, olhando para seu lado direito (esquerdo da foto). É moreno, de pele clara. Está sorrindo um pouco. (Max Montiel Severo).
Descrição da foto 29 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 43 - ⅓ da página - PB - fotografia de três jovens lado a lado. As três são loiras e possuem a pele clara. Elas estão sorrindo e olham para a câmera. De acordo com o texto, são três irmãs, e duas delas foram soberanas da Oktoberfest, mas a terceira também já recebeu prêmios por sua beleza.
Descrição da foto 30 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 46 - ¼ de página - PB - fotografia de uma jovem mulher de pele clara e cabelos escuros. Ela usa uma camisa preta e está séria, mas olha para a câmera. O fundo da imagem é cinzento, aparentando ser essa uma foto feita em estúdio. De acordo com o texto, ela é a rainha da Oktoberfest de 1987. Márcia Nyland.
Descrição da foto 31 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 55 - ¼ de página - PB - mostra uma mulher sentada no chão, escorada em um móvel, com uma das mãos no rosto, outra das mãos num telefone que está a seu lado, no chão. Diante dela há também um pequeno pufe. Ela está com as pernas encolhidas, corpo dobrado. Acompanha a legenda: “Fernanda Montenegro em “As Lágrimas Amargas de Petra von Kant” inesquecível”. Faz parte de reportagem sobre o teatro alemão.
Descrição da foto 32 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 55 - ⅓ de página - PB - mostra uma mulher utilizando um vestido luxuoso, em veludo escuro, em estilo medieval, com jóias volumosas e uma coroa na cabeça. Ela fala e gesticula. Segue a legenda: ““Quartett”: sinfonia da decadência”.
Descrição da foto 33 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 56 - pouco menos de ¼ de página - PB - mostra uma montagem e fotografias, com vários personagens do cinema. As bordas da foto imitam um rolo de filme. Faz parte da reportagem sobre o cinema alemão.
Descrição da foto 34 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 65 - ⅓ de página - PB - fotografia escura, mostra três mulheres lado a lado, utilizando vestes escuras que parecem vestidos, com chapéus, também escuros.
Descrição da foto 35 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 65 - ⅓ de página - PB - fotografia escura, mostra três mulheres, uma sentada em um banco e duas no chão a seus pés, utilizando vestidos escuros mas de tecido brilhante. Os vestidos são volumosos e o look acompanha um chapéu.
Descrição da foto 36 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 66 - ⅓ de página - PB - mostra três mulheres desfilando em uma passarela, duas de frente para a fotografia e uma de costas. Das que estão de frente, uma está mais a frente e outra mais atrás. A primeira utiliza um vestido longo e soltinho, com um grande decote em estampa animal e um lenço preto

	no pescoço. A segunda utiliza também um vestido longo, mas esse mais justo e com alguns detalhes em renda e listras. A terceira, de costas, usa um vestido longo, mas dividido em uma parte superior em estampa animal e numa parte inferior, mais solta, e toda preta. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs.
Descrição da foto 37 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 66 - 1/6 de página - PB - mostra duas mulheres em uma passarela, utilizando roupas com ombros largos na cores preta e branca, além de detalhes na cabeça como chapéu e faixas. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs.
Descrição da foto 38 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 66 - 1/6 de página - PB - Mostra uma mulher desfilando em uma passarela com uma saia xadrez e um blusão ou moletom largo e comprido (quase até a altura do joelho). Acompanha um chapéu. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs.
Descrição da foto 39 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 66 - 1/6 de página - PB - mulher desfilando com uma roupa de tecido semelhante a veludo, um pouco brilhosos e parecido com peles. É uma combinação escura. No ombro está pedurado um casaco. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs.
Descrição da foto 40 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 66 - 1/6 de página - PB - outra mulher desfilando com uma saia aparentemente cinza e axadrezada e um casaco longo e escuro. por baixo do casaco uma blusa de listras e ela usa ainda um lenço preto e branco no pescoço. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs.
Descrição da foto 41 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 67 - 1/6 de página - PB - duas mulheres desfilando utilizando casacos de peles longos e brancos. Por baixo, saias escuras e camisas, uma clara e outra escura. Uma delas, a da direita, usa uma touca de lã. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs.
Descrição da foto 42 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 67 - 1/6 de página - PB - um grupo de mulheres desfilando utilizando diferentes combinações de roupas xadrez. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs.
Descrição da foto 43 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 67 - 1/6 de página - PB - um grupo de mulheres desfilando utilizando diferentes combinações de listras e quadriculados nos looks. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs.
Descrição da foto 44 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 67 - 1/6 de página - PB - Uma mulher desfilando utilizando um casaco escuro e pesado, acompanhado por um chapéu também escuro. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs.
Descrição da foto 45 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 67 - 1/6 de página - PB - uma mulher desfilando, utilizando um conjunto de saia e casaco quadriculados, com os ombros cobertos por peles e um chapéu preto de abas largas. Pertence a reportagem sobre as estilistas alemãs.

Fonte: autoria própria

Edição	49
Nº fotos	2
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 14 do encarte especial – 9x12,5cm – PB – Mostra a entrada do Parque da Oktoberfest vista de algum lugar alto (uma janela ou prédio com mais de um andar), dentro do parque. É possível ver centenas de pessoas caminhando nas proximidades do pórtico, entrando e saindo do evento. Muitas pessoas usam trajes típicos germânicos, mas muitas pessoas também estão vestidas com trajes comuns. Acompanha a legenda: “Enorme público prestigiou a Oktoberfest 87.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 15 do encarte especial – 8,5x12,5cm – PB – mostra a corte de soberanas da Oktoberfest de 1987 junto dos primeiros bonecos Fritz e Frida. Todas as 5 soberanas, além das faixas que indicam seus títulos, usam trajes típicos e três delas usam coroas de flores. Todas elas têm a pele clara, duas delas são loiras, duas tem o cabelo mais escuro e um tem cabelos castanhos. Acompanha a legenda: “Fritz e Frida com a rainha e as princesas da Oktoberfest”

Fonte: autoria própria

Edição	51
Nº fotos	3
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 11 - 12x9cm – PB – mostras 5 soberanas da Oktoberfest. Todas elas têm a pele clara, 4 delas tem os cabelos claros também, todas utilizam trajes típicos

	germânicos com aventais rendados e babados nas mangas, todas seguram flores e também utilizam coroas de flores.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 11 - 12x9cm – PB – mesma foto utilizada na edição 49 - Mostra a entrada do Parque da Oktoberfest vista de algum lugar alto (uma janela ou prédio com mais de um andar), dentro do parque. É possível ver centenas de passos caminhando nas proximidades do pórtico, entrando e saindo do evento. Muitas pessoas usam trajes típicos germânicos, mas muitas pessoas também estão vestidas com trajes comuns.
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 11 - 12x9cm – PB – mostra momento do desfile típico. Vemos algumas pessoas de pé, caminhando e dançando, algumas delas (as mais próximas do fotógrafo) estão com as mãos nos ombros da pessoa da frente em uma espécie de “trenzinho”. O homem que puxa esse “Trenzinho”, tem um caneco de chope com a logo da Oktoberfest na mão. Todos sorriem e alguns parecem estar cantando. Fazem parte desse grupo do trenzinho três soberanas da Oktoberfest. Todas as pessoas que aparecem na foto usam trajes típicos germânicos. O desfile parece estar acontecendo em uma rua cheia de árvores (Marechal Floriano?).

Fonte: autoria própria

Edição	52
Nº fotos	5
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 5 – 17x10cm – PB – mostra 5 soberanas da Oktoberfest paradas lado a lado, em cima de uma passarela ou palco, todas usando vestidos típicos germânicos, todas de pele clara, todas de cabelos claros ou castanhos, todas com coroas de flores na cabeça. Ao fundo vê-se uma luz, um soberana de outra edição da Oktoberfest (provavelmente) e alguns enfeites pendurados no teto. Acompanha a legenda: “Claudia Weigel, Solange Oliveira, Elaine Müller, Arlete Thomas e Simone Sulzbacher, divulgam a “Festa da Alegria” deste ano.”
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 5 – 12,5x5cm – PB – mostra a rainha eleita da Oktoberfest de 88 utilizando a faixa e a coroa de flores tradicional. Ela usa vestes típicas, tem o cabelo claro e o olho claro também (aparentemente), além da pele clara. Acompanha a legenda: “Elaine Müller, representante do Corinthians, é a nova rainha.”
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 5 – 6,5x4cm – PB – mostra várias soberanas em cima da passarela (mais alta). Todas vestem trajes típicos, usam faixas e coroas de flores, todas tem a pele clara. A passarela é decorada com flores e arbustos. Na parte de baixo da foto é possível ver as cabeças de algumas pessoas que estavam assistindo ao desfile. Acompanha a legenda: “Rainha e princesas de 87 com as eleitas deste ano.”
Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 5 – 6,5x4cm – PB – mostra (ao longe) a passarela com várias candidatas desfilando ao mesmo tempo. Vemos também (mais próximo do fotógrafo), algumas pessoas sentadas ou de pé assistindo ao desfile. Também vemos a decoração do local com enfeites pendurado no teto e flores junto à passarela. Acompanha a legenda: “As candidatas na passarela”.
Descrição da foto 5 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 5 – 6,5x4cm – PB – foto tirada de cima do palco, mostra (ao longe), várias pessoas sentadas em frente ao palco, umas sentadas mais à frente e outras de pé mais ao fundo. Vemos a decoração da passarela, com flores e arbustos e a decoração pendurada no teto, com fitas penduradas além de algumas flores (acho). Acompanha a legenda: “A comissão julgadora”.

Fonte: autoria própria

Edição	56
Nº fotos	12
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Capa - Página inteira - Cores - Mostra a soberana da Oktoberfest de 1988, numa fotografia em que ela aparece do busto para cima. Percebe-se que ela usa o traje típico e também uma coroa de flores, além de jóias tradicionais, como o colar justinho de tecido junto ao pescoço com um pingente de porcelana. Ela é loira e tem os olhos claros, assim como a pele. Ela olha para a câmera e sorri. Está segurando uma flor cor de rosa na mão. As bordas esquerda e inferior da

	fotografia estão preenchidas com flores e ramos, elementos tradicionais da decoração da Oktoberfest. O fundo da foto é escuro.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Páginas 10 e 11 - ¼ de cada página - PB - a fotografia está centralizada de forma a preencher a parte central de ambas as páginas. Mostra a catedral São João Batista a partir do chafariz da Praça Getúlio Vargas. Vemos a igreja refletida na água parada do chafariz que está desligado no momento da foto. Vemos as árvores do entorno da praça. Acompanha a legenda: “Santa Cruz do Sul” - ligada a matéria sobre os pontos turísticos da região.
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 10 - ½ de página - PB - mostra uma carroça puxada por cavalos. Há um homem em cima dela, e ele está de costas para a câmera. Eles cruzam por uma rua de paralelepípedos, e em suas lateral esquerda é possível ver alguns prédios antigos, construídos tendo como base arquitetura germânica. Acompanha a legenda: “Sinimbu” - ligada a matéria sobre os pontos turísticos da região.
Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 11 - ½ da página - PB - mostra uma rua de pedras largas e um tanto quanto irregulares, mostrando serem bem antigas, e ao fundo um casarão antigo, construído a partir de um estilo arquitetônico português. Ao longe, algumas pessoas atravessam a rua a pé. Segue a legenda: “Rio Pardo” - ligada a matéria sobre os pontos turísticos da região.
Descrição da foto 5 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 12 - ½ de página - PB - mostra ao longe um casarão de dois andares, envolto por árvores, em uma rua larga que em diversos trechos está tomada pelas sombras dessas árvores. Acompanhada da legenda: “Sobradinho” - ligada a matéria sobre os pontos turísticos da região.
Descrição da foto 6 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 13 - 1/10 de página - PB - mostra uma ponte de pedra cruzando sobre um rio, em cujas margens podemos ver vegetação extensa. Seguida da legenda: “Candelária” - ligada a matéria sobre os pontos turísticos da região.
Descrição da foto 7 (tamanho, página, acompanha texto)	Páginas 20 e 21 - ¼ de cada página - PB - mostra o casal Fritz e Frida (em suas versões atuais já), de mãos dadas. Eles estão em frente a uma parede clara. Utilizam vestes tradicionais germânicas. Ambos são loiros e de “pele” clara.
Descrição da foto 8 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 24 - Meia página - PB - foto de uma casa grande, de dois pisos, construída em estilo germânico, antiga, com uma pequena torre que conta com duas pequenas janelas, acima de uma grande área, na parte da frente da casa. Acompanha a legenda: “Residência Meurer”.
Descrição da foto 9 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 25 - 1/10 da página - PB - foto da fachada da antiga Estação Férrea de Santa Cruz. Acompanha a legenda “Centro de Cultura”.
Descrição da foto 10 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 25 - 1/10 da página - PB - foto da fachada e da lateral de outro prédio antigo da cidade, esse de dois pisos, com pequenas torrezinhas por todo o telhado e uma sacada na parte superior da frente. Acompanha a legenda: “Residência Episcopal”.
Descrição da foto 11 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 25 - 1/10 da página - PB - Fotografia de casa em estilo germânico, com janelas e portas contendo arcos na parte superior, e pedras da construção à vista. Acompanha a legenda: “Residência Lund e Kroth”.
Descrição da foto 12 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 25 - 1/10 da página - PB - Foto de uma antiga casa em estilo enxaimel, já bastante debilitada pelo tempo, onde se vê os detalhes da arquitetura que cruza a madeira com as pedras, encaixando-as. Acompanha a legenda: “Escola e Casa do Professor”.

Fonte: autoria própria

Edição	57
Nº fotos	7
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 28 – 2/3 da página – PB – mostra o Fritz e a Frida na janela de uma casa de madeira em estilo germânico. Ele está escorado no parapeito, com uma das mãos no rosto, como quem pensa e descansa. Já a Frida está escorada no ombro de Fritz, também olhando para fora, ao longe.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 29 – 7x5,5cm - PB – mostra um trio de soberanas em meio a outras pessoas, erguendo os canecos de chope enquanto olham e sorriem para o fotógrafo. Elas estão com trajés típicos germânicos em cores claras, além das faixas que indicam suas posições na corte. Ao fundo vemos parte das paredes da Catedral São João Batista e um pinheiro da Praça Getúlio Vargas. Acompanha a legenda: “O chope abençoado”.

Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 29 – 7x5,5cm – PB – mostra dois casais, um mais próximo do fotógrafo e outro mais para trás, caminhando em alguma das ruas do centro de Santa Cruz, no que parece ser um dos desfiles típicos, Ambos estão vestidos com trajes típicos bastante ornamentados e um tanto quanto diferentes daqueles germânicos comumente vistos na Oktoberfest. As mulheres usam uma espécie de lenço cobrindo a cabeça e os homens, uma espécie de cinta clara, além de botas de cano mais longo. Acompanha a legenda: “Solidariedade polonesa”.
Descrição da foto 4 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 29 – 7x5,5cm – PB – Uma fotografia vista de cima do que Parece ser o Parque da Oktoberfest em seus primeiros anos, com menos construções e mais campo aberto. Acompanha a legenda: “A festa das alturas”.
Descrição da foto 5 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 29 – 7x5,5cm – PB – mostra um homem vestido em trajes de gaúcho, com um microfone na mão. Os olhos estão fechados e ele gesticula como quem está falando ou cantando. Ao fundo dele, é possível ver outro homem vestido com camisa xadrez, segurando um violão ou guitarra, ele também parece estar tocando. Eles estão em um nível mais alto do que o fotógrafo, ao que tudo indica, um palco. Acompanha a legenda: “Gaudério presente”.
Descrição da foto 6 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 38 – 8,5x5,5cm – PB – mostra uma casinha feita em estilo enxaimel com uma placa da RJ Reynolds na frente. Parece ser dentro do Parque da Oktoberfest.
Descrição da foto 7 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 45 – 5,5x8cm – PB – fotografia da Rainha da Oktoberfes com a cantora Fafá de Belém. A rainha veste trajes típicos além da faixa e da coroa de flores tradicionais. Acompanha a legenda: “Fafá de Belém e a Rainha da Oktoberfest 88, Elaine Müller.

Fonte: autoria própria

Edição	61
Nº fotos	1
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 27 – 12x8cm – PB – mostra o grupo de soberanas eleitas para a Oktoberfest de 1989. Elas utilizam faixas que indicam o ano de sua eleição. Todas usam trajes típicos e coroas de flores. Todas possuem a pele clara e duas delas o cabelo claro. Acompanha a legenda: “A rainha Andrea Satub Wilges emoldurada pelas princesas Débora Melo e Sabrina Maria Kolling (à esquerda) e por Mariane Eich e Rosvita Bublitz (à direita), começam a divulgar a Oktoberfes 89”.

Fonte: autoria própria

Edição	62
Nº fotos	3
Descrição da foto 1 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 23 - 1/3 da página – PB – foto mostra o casal Fritz e Frida em frente a uma casa de madeira, aparentemente construída em estilo germânico. Ele está sentado e ela em pé ao lado dele com a mão na cintura.
Descrição da foto 2 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 24 – 8x6cm – PB – mostra um cenário de baile típico. Na parte inferior da foto vemos casais dançando e erguendo canecos de chope, todos vestidos em trajes típicos. Na parte superior, em uma espécie de palco elevado, há uma banda tocando variados instrumentos, todos os músicos vestidos com trajes típicos também. O palco é decorado com flores e imita uma sacada de uma casa construída em estilo germânico.
Descrição da foto 3 (tamanho, página, acompanha texto)	Página 25 – 5,5x6,5cm – PB – mostra a rainha da Oktoberfest 89, vestida com traje típico, coroa de flores na cabeça, e a faixa de rainha. Ao fundo vemos alguns barris de chope empilhados e uma decoração com flores ao estilo germânico.

Fonte: autoria própria