

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL –
MESTRADO E DOUTORADO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

Danúbia Cremonese Sehn

**A CONTRIBUIÇÃO DA *OKTOBERFEST* PARA O DISCURSO IDENTITÁRIO
GERMÂNICO DE SANTA CRUZ DO SUL**

Santa Cruz do Sul, abril de 2009.

Danúbia Cremonese Sehn

**A CONTRIBUIÇÃO DA *OKTOBERFEST* PARA O DISCURSO IDENTITÁRIO
GERMÂNICO DE SANTA CRUZ DO SUL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado – da Universidade de Santa Cruz do Sul, para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Orientador: Prof. Dr. Mozart Linhares da Silva
Co-orientadora: Prof^a. Dr^a. Ângela Cristina Trevisan Felippi

Santa Cruz do Sul, abril de 2009.

À Chiara, minha irmã.

AGRADECIMENTOS

Ao longo da realização deste trabalho, inúmeras pessoas colaboraram de maneira efetiva para torná-lo realidade. Gostaria de manifestar meus especiais agradecimentos ao meu orientador Mozart Linhares da Silva e a co-orientadora Ângela Felippi pelo incentivo, pela troca de idéias e pela indispensável colaboração. Ao CNPq, por me proporcionar a bolsa de estudos. A todos os colegas de curso, em especial à Mara Garske, Márcia Correa, Scheila Bartmann, Esmerahdson Pinho da Silva, Ronaldo Sergio da Silva, Iran Pas e Wilson Weschenfelder pela amizade e encorajamento na realização deste trabalho. Aos professores e às secretárias do Mestrado em Desenvolvimento Regional. À minha família, meus pais Ornélio e Ivete Sehn, e irmãs, Chiara e Eliana Cremonese Sehn pelo incentivo e força. Às amigas de Cachoeira do Sul, Fátima Vargas, Sandra Ritter, Rosana e Beatriz de Souza, Liane Almeida e Berenice Xavier. Aos entrevistados, em especial a Silvani Frantz, Maria Luiza Schuster, Pedro Thessing e Nestor Raschen pela colaboração na realização desta pesquisa. Ao meu noivo Marcelo Pereira Melatti, pela compreensão, incentivo e confiança.

Por fim, um agradecimento especial a Deus por todas as graças que, por meio dele, consigo alcançar.

*“... eu busco uma canção em que a minha
mãe se reconheça, e minha filha se reconheça...”*

Cecília Meirelles

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar a contribuição do evento de conotação germânica, *Oktoberfest*, no processo de construção do discurso identitário germânico do município de Santa Cruz do Sul, localizado na região central do Rio Grande do Sul. A análise se divide em três capítulos, sendo que, no primeiro, apresentamos uma historização sobre a colonização alemã no Brasil, no Estado do Rio Grande do Sul e na cidade de Santa Cruz do Sul, bem como a ocupação dos imigrantes neste núcleo colonial, seu desenvolvimento e suas primeiras manifestações culturais. No segundo, apresentamos uma teorização sobre festas, principalmente as étnicas, e analisamos o quanto estas contribuem para a expressão da identidade cultural e construção da imagem de uma comunidade. Problematicamos a forma como um determinado grupo político da comunidade de Santa Cruz do Sul, bem como a imprensa local legitimaram os discursos identitários por meio das duas principais festas realizadas no município, a Festa Nacional do Fumo, FENAF, e a *Oktoberfest*. No terceiro capítulo, trazemos os resultados do trabalho de campo da pesquisa, ou seja, através da descrição sobre a elaboração e realização da *Oktoberfest* de 2008, realizada por meio da observação e de entrevistas semi-estruturadas aplicadas junto aos organizadores da edição mencionada, conseguimos demonstrar a afirmação identitária de um determinado grupo. Esta análise é importante para compreender a trajetória do movimento de reivindicação da identidade teuto-brasileira, sua constituição e negociação enquanto uma estratégia visando a manutenção da distintividade e, também, como um símbolo de classificação social, apontando para as representações de natureza étnica e cultural que interagem no contexto da *Oktoberfest*.

Palavras-chave: *Oktoberfest*, Santa Cruz do Sul, identidade alemã.

ABSTRACT

This study aims at analyzing the contribution of this festivity with German connotation called *Oktoberfest* to the process of creating the discourse of German identity in the municipality of Santa Cruz do Sul situated in the central region of the state of Rio Grande do Sul. The study is divided in three parts. In the first, a historical analysis is made about the German colonization policy in Brazil, in the state of Rio Grande do Sul and in Santa Cruz do Sul as well as the work those immigrants did on their first colonial nucleus, their growth and their first cultural manifestations. In the second chapter a theory is introduced about celebrations, especially the ethnic ones, together with the amount of contribution those have brought to a cultural identity expression and the building up of the community complexion. A discussion is made about the way by which a specific political group of the community, as well as the local press have given legitimacy to those identity assertions, using the two main series of festivities in the municipality, namely the FENAF (National Tobacco Festivity) and the *Oktoberfest*. In the third part we bring in the results of the field investigation research on how the *Oktoberfest* of 2008 was brought about. We used direct observation and semi-structured questionnaires with the organizers of that year's event. It was possible to perceive this identity assertion with some of them. This analysis is important to understand the underlying process of this movement viewing the maintenance of this German-Brazilian identity claim, its constitution and negotiation as a strategy to keep this distinctiveness and, also, as a symbol of social classification, thus showing the ethnical and cultural representations which interact in the *Oktoberfest* context.

Key words: *Oktoberfest*, Santa Cruz do Sul, German identity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

1 - Brasão Municipal de Santa Cruz do Sul	33
2 - Monumento do imigrante alemão	33
3 - Cartaz de divulgação da 1ª <i>Oktoberfest</i>	55
4 - Soberanas da 1ª <i>Oktoberfest</i>	55
5 - Vila Típica na década de oitenta e nos dias de hoje	61
6 - Charges da <i>Oktoberfest</i> de 1995	63
7 - Cartaz de divulgação da 23ª <i>Oktoberfest</i>	69
8 - Panfleto informativo da 24ª <i>Oktoberfest</i>	79
9 - Site da 24ª <i>Oktoberfest</i>	80
10 - Janine Alves de Paiva recebendo a faixa de Naiara Pommerehn	85
11 - Bandeirolas para decoração da cidade	90
12 - Vitrine da loja Spengler	92
13 - Pórtico do Parque da <i>Oktoberfest</i>	92
14 - Espaço Cultural da 24ª <i>Oktoberfest</i>	101
15 - Símbolos da festa em forma de monumentos	109
16 - Jogo de Lanceiros	111
17 - Primeiro carro alegórico do desfile	115
18 - Presença das crianças no desfile da 24ª <i>Oktoberfest</i>	116
19 - Bicicleta Zig Zag Zug	117
20 - Representação dos imigrantes alemães com objetos da cultura alemã	119
21 - Grupo Étnico Madre Paulina	120
22 - Missa em Língua Alemã	127
23 - Gastronomia germânica	128

LISTA DE TABELAS

1 - Histórico das Associações e Entidades que promoveram desde a criação	66
2 - Histórico das Feiras que acompanharam a <i>Oktoberfest</i>	66
3 - Histórico dos presidentes da festa desde a criação	67
4 - Público alvo da <i>Oktoberfest</i> de 2007	68
5 - Relação de soberanas da festa	82

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
 CAPÍTULO 1- HISTORIOGRAFIA REGIONAL E AS REPRESENTAÇÕES DE IDENTIDADE INFLUENCIADAS PELO PROCESSO IMIGRATÓRIO	 14
1.1 Imigração alemã para o Rio Grande do Sul	17
1.2 Santa Cruz do Sul: a ocupação do núcleo colonial e desenvolvimento do município	18
1.3 O imaginário e a identidade étnica em Santa Cruz do Sul	25
1.4 Representações do germanismo em Santa Cruz do Sul.....	31
 CAPÍTULO 2 - AS FESTAS ÉTNICAS E A OKTOBERFEST DE SANTA CRUZ DO SUL	 40
2.1 De Festa Nacional do Fumo para <i>Oktoberfest</i>	44
2.2 A história da <i>Oktoberfest</i> de Santa Cruz do Sul	52
 CAPÍTULO 3 - A OKTOBERFEST DE 2008 E O DISCURSO IDENTITÁRIO GERMÂNICO	 71
3.1 A estrutura metodológica	71
3.2 Os preparativos para a festa: a elaboração da <i>Oktoberfest</i> de 2008	74
3.2.1 A escolha da rainha da festa	80
3.2.2 A divulgação da 24ª <i>Oktoberfest</i>	85
3.2.3 Os demais preparativos da festa	86
3.3 A realização da 24ª <i>Oktoberfest</i> e 4ª Oktoberfeira	96
3.3.1 A abertura oficial da festa	97
3.3.2 O tema <i>Tradições Germânicas</i> e o Espaço Cultural	99

3.3.3 Os bonecos como representação da família alemã	107
3.3.4 Os jogos germânicos	109
3.3.5 Os desfiles de carros alegóricos.....	111
3.3.6 As músicas, as danças folclóricas, os trajes típicos, a religiosidade e a gastronomia	122
3.3.7 Os demais acontecimentos da <i>Oktoberfest</i> de 2008	128
3.3.8 A cerimônia de encerramento	130
CONSIDERAÇÕES FINAIS	132
REFERÊNCIAS	135
ANEXOS	145
ANEXO A – Comissão da 24 ^a <i>Oktoberfest</i>	146
ANEXO B - Mapa com o layout do Parque, organizado para a 24 ^a edição da <i>Oktoberfest</i>	148
ANEXO C – Cartaz enviado a agências de viagens	149

INTRODUÇÃO

A temática do desenvolvimento regional compreende múltiplas questões que implicam o entendimento das dimensões sociais, políticas, econômicas e culturais, entre outras. As relações entre cultura e desenvolvimento, e mais, a forma como a cultura se torna um elemento importante nas estratégias desenvolvimentistas, se apresentam, no global, como condição de legitimação das esferas regional e local. Diante deste quadro, os fenômenos de representação cultural, ou seja, de construção identitária, passaram a ser um importante campo de análise para o entendimento das relações de sociabilidade.

Entre as manifestações culturais norteadas pelo fenômeno identitário destacam-se as festas étnicas que, no caso do Sul do Brasil, possuem importante significado na definição das “fronteiras” identitárias regionais, com seus signos de diferença e legitimação comunitárias.

A *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul, criada no ano de 1984, tem como fator estruturante de sua criação um forte apelo para exaltar as tradições germânicas, numa tentativa esperançosa de recuperar os costumes da cultura alemã, julgados, negligenciados e ameaçados desde os tempos da chamada Campanha de Nacionalização, quando as zonas de imigração e colonização foram cerceadas em suas manifestações culturais. Assim, inúmeros atrativos/elementos são criados e inseridos na festa com o propósito de atrair pessoas e ritualizar costumes julgados fortalecedores da identidade étnica da região.

Nesta direção, este trabalho tem como objetivo analisar como ocorre o processo de construção da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul¹, e qual a influência dos elementos inseridos

¹ Santa Cruz do Sul é o pólo de desenvolvimento na região do Vale do Rio Pardo e cidade fortemente caracterizada pelo germanismo. Tem a indústria do fumo como a principal sustentadora da economia local, apesar da grande diversificação agrícola já existente. Está situada a 155 km de Porto Alegre, na encosta inferior do Nordeste do Estado, tem os municípios de Venâncio Aires, Sinimbu, Vale do Sol, Vera Cruz, Passo do

na festa para a promoção do discurso da identidade alemã do município, uma vez que esse é caracterizado pelo predomínio desta narrativa identitária germânica. Este trabalho propõe descrever e analisar o processo de organização do produto *Oktoberfest*, desde a elaboração até a realização da edição de 2008.

Esta pesquisa enfoca a contribuição do evento *Oktoberfest* para o discurso da identidade alemã de Santa Cruz do Sul. Esta questão é importante porque implica a crítica da visão essencialista da identidade cultural tendente a naturalizar a cultura e os comportamentos sociais, no caso, com desdobramentos em posturas ufanistas e folclorizadas da identidade étnica. Trata-se de problematizar o processo de construção identitária a partir de uma festa étnica e questionar os elementos apontados como essencialmente étnicos da região lançando mão de uma perspectiva desconstrutivista que visa descentrar as identidades de uma postura naturalizada

Para analisar o problema apontado, esta dissertação foi estruturada em três capítulos. No primeiro, apresentamos uma revisão da historiografia regional, demonstrando como ocorreu o processo de colonização alemã no Brasil, no Estado do Rio Grande do Sul e no núcleo colonial instalado na Fundação de Santa Cruz, bem como as principais ações que promoveram o desenvolvimento deste núcleo. Ainda, abordamos algumas representações do germanismo que norteiam a organização do imaginário e da memória social no município.

No segundo, apresentamos uma revisão teórica sobre festas, principalmente as étnicas, e analisamos o quanto essas contribuem para a expressão da identidade cultural e constituição da imagem de uma comunidade. Problematizamos a forma como um determinado grupo político da comunidade de Santa Cruz do Sul, bem como a imprensa local legitimaram os discursos identitários por meio das duas principais festas realizadas no município, a Festa Nacional do Fumo, FENAF, e a *Oktoberfest*. Ambas as festas, sempre tiveram o objetivo de divulgar o município e fortalecer nesta divulgação a imagem de etnicidade alemã. Desde a FENAF, realizada em três edições nas décadas de 60 e 70, os valores da cultura alemã vinham sendo ressaltados e, depois com a *Oktoberfest*, ainda mais evidenciados. Recorremos ao

Sobrado, Rio Pardo e Boqueirão do Leão que fazem divisa. A cidade está localizada numa área levemente ondulada ao Sul, vales, morros e elevações maiores, originadas dos primeiros contrafortes da Serra Geral. Apresenta altitude média de 122m do nível do mar e clima subtropical temperado. As principais vias de acesso são através da RS 240 e BR 471 e sua população está estimada em 115.857 habitantes, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística do ano de 2007 (<http://www.ibge.gov.br>).

principal jornal da cidade de Santa Cruz do Sul, a Gazeta do Sul, para levantar informações sobre a festa, já que este é um dos veículos que acompanha e divulga a *Oktoberfest* desde a sua criação. O mesmo veículo é cooperador da festa, pois atua colocando a cultura alemã em evidência e a identidade dos santa-cruzenses atrelados a esta etnicidade. Desta maneira, este meio de comunicação contribui para a criação do imaginário social sobre a festa no município.

No terceiro, trazemos os resultados do trabalho de campo da pesquisa, resultados estes que mostram o quanto a 24^a *Oktoberfest*, de 2008, através de sua organização, intenta legitimar e construir discursos que visam fortalecer a identidade étnica do município. Ainda por meio de observação e de entrevistas semi-estruturadas aplicadas junto aos organizadores da edição mencionada, conseguimos observar as negociações e práticas que são articuladas através de discursos e negociações que, somadas, evidenciam a contribuição da festa para a manutenção da identidade hegemônica do município.

CAPÍTULO 1

HISTORIOGRAFIA REGIONAL E AS REPRESENTAÇÕES DE IDENTIDADE INFLUENCIADAS PELO PROCESSO IMIGRATÓRIO

*Nenhum Brasil existe. E acaso existirão brasileiros?*²

Carlos Drummond de Andrade

Este primeiro capítulo apresenta uma revisão da historiografia de Santa Cruz do Sul, a partir do processo de colonização do município. Algumas iniciativas e representações começam a ganhar espaço no contexto de constituição de comunidade e contribuem para a construção de um discurso legitimador da identidade alemã no município.

Em princípios do século XIX inicia a história da emigração dos alemães para o Brasil. Uma análise breve da situação da Alemanha neste século, nos permite entender as principais razões do deslocamento populacional dos alemães, num contexto em que, no Brasil, se estruturava uma política de ocupação de territórios escassamente povoados, sobretudo nas regiões de fronteira como a meridional.

O contexto da Alemanha, no início do século XIX³, foi marcado por fortes repercussões sociais relacionadas a sucessivos conflitos bélicos, revoluções políticas e econômicas entre 1830 a 1870. Sem condições de promover o próprio desenvolvimento, a Alemanha, que não existia como unidade nacional, estava dividida entre reinados, principados

² Versos finais do poema “Hino Nacional”, publicado no livro *Brejo das almas*, de 1934 e também citado por Mirian Santos na tese “Bendito é o fruto: Festa da Uva e identidade entre os descendentes de imigrantes italianos de Caxias do Sul – RS.

³ Sobre o contexto econômico e social da Alemanha no século XIX, ver: (CUNHA, 1991, p. 18-40).

e ducados, todos independentes entre si e unidos apenas pelo idioma. A revolução agrícola e demográfica que iniciara neste século, impulsionou o desenvolvimento industrial e a urbanização acelerada, abolindo as estruturas agrícolas ainda próximas dos modelos feudais. Esta reforma levou o empobrecimento de milhares de camponeses que não foram absorvidos pelo setor industrial, e “a cada colheita ruim, a fome forçava os alemães a emigrarem, sendo esta uma das grandes causas do processo emigratório”. (WILLEMS APUD LANDO E BARROS, 1980, p. 14).

O processo de unificação do Estado alemão estava em andamento através das políticas aduaneiras de livre circulação de homens e capitais entre todas as unidades independentes, a fim de promover a integração econômica e comercial dentro da Confederação do Reno. Este “mercado comum” contribuiu para o desenvolvimento industrial da Alemanha, mas, com a unificação liderada por Bismark em 1871, a industrialização se intensificou, absorvendo parte da mão-de-obra, mas também ocasionou a ruína de artesãos e trabalhadores da indústria doméstica, que não resistiram à concorrência das grandes empresas.

Assim, as lutas para a unificação nacional da Alemanha e o crescimento do capitalismo industrial, desde meados do século XIX, contribuíram para o excedente de mão de obra que se tornariam bem vindas na América pela crônica carência da mesma. Desta forma, os excluídos e marginalizados da Europa encontraram na emigração uma alternativa para superar as crises econômicas, no mesmo contexto em que, os estados-nação europeus, se livrariam de um excedente populacional que se apresentava como problema social. As políticas de distensão social criadas pelo Estado da Alemanha para amenizar problemas internos, serviram como estímulo para a emigração que tem o ano de 1824, como marco das primeiras correntes imigratórias para o Brasil⁴, através da atração de famílias alemãs para a parte sul, mais precisamente para o Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

Já o Estado brasileiro, nas primeiras décadas do século XIX, visava à ocupação de suas terras devolutas, sobretudo no Sul do país. O Governo Imperial e Provincial dão início ao processo de ocupação, através da implantação de um projeto com objetivos políticos e militares. Estes objetivos se traduziam principalmente em assegurar a posição brasileira e

⁴ Até então o povoamento brasileiro se realizara através da vinda espontânea de colonos brancos, (em sua maioria portugueses), da importação de escravos e incorporação de indígenas. (LANDO E BARROS, 1980, p. 9).

proteger as fronteiras contra possíveis ataques espanhóis.⁵ Agenciadores brasileiros ficaram incumbidos de fazer a propaganda imigrantista e organizar o deslocamento da população para o Sul do Brasil.

Buscavam-se colonos que formassem núcleos de produção agrícola em regime de pequena propriedade para diversificar a estrutura produtiva brasileira e abastecer o mercado interno com produtos alimentícios. Dessa forma, também se resolveria o problema das importações, diminuindo o seu volume e formando assim, grupos dominadores da política e economia local. (PESAVENTO, 1980, p. 156-160). A estes colonizadores era oferecido, inicialmente, passagem paga, concessão de cidadania, concessão de lotes de terra, isenção de impostos por alguns anos e liberdade de culto.

Caio Prado Junior (1970) traz duas atividades distintas como os principais fatores para a elaboração das iniciativas imigratórias

uma, de iniciativa oficial, cujo objetivo era ocupar e povoar zonas até então desocupadas e distintas, na maior parte das vezes, da área de influência do latifúndio; a outra, de iniciativa particular, estimulada pelo governo, visava à obtenção de braços livres para a grande lavoura, em substituição ao braço escravo. (PRADO, 1970, p. 19).

A colonização, além de ser um processo de ocupação estratégica e geopolítica, também foi planejada como um processo de substituição do trabalho escravo pelo trabalho livre, e do negro escravo pelo branco europeu, em um processo de colonização baseado na pequena propriedade. Nesta perspectiva, Santos (2004, p. 39) salienta que “a escravidão era vista como uma forma arcaica de produção, que não se coadunava com a modernidade, enquanto a colonização era vista como um processo civilizatório”⁶. Esta política influenciou a busca inicial por alemães, considerados etnia “desejável”, para ocupar as terras devolutas do sul do Brasil “pela sua índole e sua capacidade como agricultores e artífices”⁷. Ainda sobre a política imigratória brasileira, Fernando Henrique Cardoso afirma que,

⁵ Este período da colonização foi chamado de “colonização agro-militar” (LANDO E BARROS, 1982, p. 43).

⁶ Segundo Piccolo (1998, p.464) “O estabelecimento do núcleo colonial de São Leopoldo pelo Governo Geral em 1824 foi o marco inicial do processo colonizatório com imigrantes não-lusos no Rio Grande do Sul (...). Com a colonização estrangeira, incentivada pelos governos de D. João VI e de D. Pedro I, objetivava-se entre outros: a difusão da pequena propriedade e do trabalho livre (em contraposição à grande propriedade escravista); a ocupação de espaços (povoamento associado à defesa); o desenvolvimento da agricultura”.

⁷ Visconde de Abrantes, 1846 em missão especial do governo brasileiro em Berlim, sugere medidas para atrair imigrantes de nacionalidade alemã. (MAIO E SANTOS, 1996, p. 45).

não se desejava, portanto, resolver apenas o problema da escassez de mão-de-obra; ansiava-se pela renovação das práticas de trabalho; esperava-se a libertação do espírito criador no trabalho, milagre que só o imigrante, isto é, o braço estrangeiro, livre, proprietário, e não peado pelas velhas formas de produção ou por qualquer liame contratual limitativo, poderia realizar. (LANDO, A M.; BARROS, 1980. p.43).

Desta forma a colonização alemã no Sul do Brasil deu origem à formação de um novo tipo de campesinato no país que, por sua vez gerou a construção de núcleos urbanos e de um pequeno mercado regional. No Rio Grande do Sul, as cidades de São Leopoldo, Igrejinha, Teutônia e Santa Cruz do Sul são exemplos destes núcleos urbanos procedentes da colonização alemã.

1.1. Imigração alemã no Rio Grande do Sul

Na província do Rio Grande do Sul, a primeira fase de colonização tem como marco o ano de 1824, data da chegada dos primeiros imigrantes alemães ao Sul do Brasil, uma leva de 38 imigrantes que foram instalados na antiga Feitoria Real do Linho Cânhamo, onde foi fundada a colônia de São Leopoldo junto ao Rio dos Sinos. Além dessa, outras duas colônias são fundadas em 1826: Três Forquilhas (Osório) e São Pedro de Alcântara (Torres), ambas localizadas no nordeste do território gaúcho, próximas ao litoral. (CUNHA, 1991, 54-64).

O processo de colonização foi interrompido com a lei de orçamento de 15 de dezembro de 1830, que proibia despesas com a imigração. Em função disso, muitos imigrantes, recém chegados à Colônia não receberam o que lhes havia sido prometido, gerando forte descontentamento e contribuindo para a construção de um imaginário que narra as dificuldades iniciais dos imigrantes, como será mais bem explorado adiante. A Revolução Farroupilha que ocorreu entre 1835 e 1845 também contribuiu para a interrupção do movimento imigratório, que só foi reiniciado, e com maior intensidade, a partir do fim do conflito.

Por volta de dezembro de 1849 ocorre a segunda fase imigratória, com a vinda de mais famílias alemãs para o sul do Brasil. O Governo Imperial Brasileiro funda novas colônias de imigrantes no Vale dos Sinos, Jacuí e Taquari e este período imigratório seguiu com força até início do século XX. A colônia de Santa Cruz do Sul foi um empreendimento iniciado em 19 de dezembro de 1849 com a chegada dos primeiros imigrantes. Estes ocuparam os primeiros lotes de terra demarcada em novembro pelo engenheiro civil, Augusto de Vasconcellos Almeida Pereira Cabral. A localização destes lotes ficou concentrada no primeiro degrau da

serra, naquela que se chamaria Picada Santa Cruz ou “Alt Picade”, (Picada Velha), em terras do distrito rio-pardense da Serra do Botucaraí, entre a margem esquerda do rio Pardo e o arroio Taquari Mirim.

1.2 Santa Cruz do Sul: a ocupação do núcleo colonial e o desenvolvimento do município

A colônia de Santa Cruz foi fundada e gerida pela Província de São Pedro, sob a presidência de Francisco José de Souza Soares de Andréa (Barão de Caçapava), que coordenou a distribuição dos lotes de terra, em 160.00 braças⁸ quadradas, conforme já vinha sendo distribuído os lotes da colônia de São Leopoldo. (CUNHA, 1991, p. 97). O núcleo colonial de Santa Cruz do Sul surgiu com uma política que objetivava a criação de colônias, com pequenos produtores rurais⁹. Os imigrantes que colonizaram Santa Cruz do Sul vieram do norte da Alemanha, das províncias que formavam a Confederação Germânica, como o Reno, a Prússia, a Pomerânia, a Turingia, a Saxônia, a Westfália, o Hannover e Oldenburg. Entre eles puderam ser encontrados médicos, artesãos, mas principalmente agricultores de heterogeneidade religiosa, pois vieram católicos, luteranos, judeus, maçons, anabatistas, etc. (NEUMANN, 2006, p. 52).

Diversas leis foram criadas para organizar o sistema de assentamento dos imigrantes, principalmente quanto à demarcação dos lotes, à distribuição destes para homens casados e a proibição de mão de obra escrava. A lei nº 229 autorizava a concessão de terras para os imigrantes casados ou viúvos com filhos¹⁰, mas tinha como principal propósito a tentativa de evitar o isolamento dos imigrantes. Alguns autores que fazem a narrativa deste período, afirmam que “a vida de um colono solteiro seria muito difícil porque perderia muito tempo com trabalhos caseiros e se sentiria sozinho após a jornada de trabalho”. (MARTIN, 1979, p. 126).

⁸ Cada braça é equivalente a 2,2m

⁹ Os pequenos produtores rurais poderiam constituir uma agricultura voltada para o mercado interno, ocupação provincial, e a formação de uma classe de proprietários não ligados política e ideologicamente aos interesses dos grandes estancieiros. (VOGT, 1997, p.54).

¹⁰ Rio Grande do Sul. Índice das leis promulgadas pela Assembléia Legislativa de São Pedro do Rio Grande do Sul desde o ano de 1835 até o de 1851.

Esta lei forçava a realização de casamentos arranjados pois, para o Brasil era interessante que as pessoas se adaptassem à nova terra e constituíssem os núcleos coloniais. A mão de obra familiar foi inserida diretamente nas atividades das colônias, já que os imigrantes deveriam tirar sustento dos lotes que lhes tinham sido concedidos e não podiam, ao menos em tese, se valer da mão de obra escrava. Mas tais leis nem sempre eram levadas à sério. Alguns autores, como Witt, (1996) e Cunha (1991) afirmam que o momento era de muita anarquia, pois havia ocupações e demarcações ilegais, (WITT, 1996, p. 37) feitas por imigrantes mais velhos e distribuição de terras efetuadas para solteiros (CUNHA, 1991, p. 125-130). Ainda a impossibilidade de controlar os fluxos (i)migratórios contribuía para as desordens das colônias.

Estes imigrantes foram nomeados de colonos por tornarem-se proprietários de um fragmento de terra denominada colônia. Sobre este aspecto, Seyferth (1993 p. 60) afirma que “a categoria colono é usada como sinônimo de agricultor de origem européia, e sua gênese remonta ao processo histórico de colonização”. Ainda, para a autora, tal “categoria foi construída, historicamente como uma identidade coletiva com múltiplas dimensões sociais e étnicas”. (SEYFERTH, 1993 p. 60).

O desenvolvimento da colônia de Santa Cruz processou-se notavelmente, na medida em que a população crescia ano a ano, somando, em 1851, 175 habitantes. A colonização foi intensificada a partir de 1852,¹¹ e em 1853, a colônia de Santa Cruz possuía 196 lotes distribuídos a 692 habitantes. Estes produziam o feijão, milho, batata, cevada, linho e principalmente o fumo nas terras da região. Neste ano de 1852 é registrada a primeira exportação com o envio, por meio da cidade de Rio Pardo, de 245 sacos de feijão e 160 arrobas de fumo. Esta exportação garantiu aos colonos a aquisição de produtos que eles não produziam na colônia, como o sal, remédios e ferramentas de trabalho. (CUNHA, 1991 p. 100). Assim, a produção agrícola era voltada para os gêneros alimentícios e para o plantio do fumo que acabou por caracterizar a cultura local com sua produção e exportação a partir do ano de 1860.

¹¹ De 1849 a 1859 Santa Cruz do Sul recebeu 2.723 imigrantes. (KRAUSE, 1991, p.47). Estes dados demonstram o intenso movimento migratório para a colônia de Santa Cruz.

Conforme a narrativa de historiadores¹² da região de Santa Cruz do Sul, os imigrantes tiveram várias dificuldades iniciais, sendo uma delas relacionada à adaptação devido à desorganização da administração pública da Província, e pela localização dos lotes em meio a florestas, obrigando-os a utilizarem-se das práticas culturais de desmatamento e produção¹³. Outras dificuldades referem-se à falta de estradas, ao choque cultural com a língua e com os hábitos do local, à falta de ambientes para cultos de católicos e evangélicos, às dificuldades com a educação dos filhos por falta de escolas e professores, as condições climáticas e às novas técnicas agrícolas e de pecuária. Estes aspectos aparecem narrados como agravantes à adaptação dos europeus no Sul do Brasil, o que faz supor que a realidade encontrada talvez diferisse da realidade esperada ou imaginada pelos alemães¹⁴. Naquele período, as autoridades alemãs viviam um momento de tensões provocadas pelo processo revolucionário. Desta forma, até 1890 não assistiram seus emigrados e este aspecto pode ter contribuído para a criação de um sentimento de abandono por parte dos alemães que emigraram.

Radünz (2007, p. 121) complementa que a relação Europa/Brasil meridional estava estabelecida através de quatro momentos,

Em primeiro, descaso quase generalizado com os emigrantes estabelecidos no Brasil, (...) em segundo, um interesse manifesto por parte da elite comercial da Alemanha pelos colonos no período que antecede a unificação – emigrante como potencial consumidor, (...) em terceiro, um descaso oficial quase geral refletindo a póstuma bismarkiana, (...) e por fim, do fim do século XIX até a Primeira Grande Guerra, a necessidade de serem gerados os mercados consumidores – colonos além-mar passam a ser considerados potenciais consumidores.

Isso demonstra que a Alemanha assiste seus emigrados somente no momento que lhe é oportuno, quando as potências industrializadas estavam carentes de mercados consumidores. Neste momento, o governo deseja manter viva a chama da germanidade, e fornece auxílio às escolas, à imprensa e às comunidades religiosas que utilizavam o alemão como meio de

¹² (KIPPER, 1967 e 1979; VOGT, 1997; MORAES, 1981; AZAMBUJA, 2002).

¹³ Estas práticas de derrubar o mato, atear fogo, esperar que secasse construir a choupana, semear e plantar as primeiras lavouras para esperar pela primeira safra já eram utilizadas pelos caboclos e índios que ocupavam as terras antes dos imigrantes. Dessa forma, é possível subentender que muitos ensinamentos dos caboclos e índios foram transmitidos ao novo colono.

¹⁴ Como o Brasil possuía muito interesse em atrair alemães e os agenciadores recebiam o pagamento por indivíduo aliciado, talvez o discurso para a atração do imigrante também fosse argumentado de forma utópica pelas autoridades brasileiras através de seus agentes na Alemanha. Ainda com o passar dos anos, os agenciadores encontravam dificuldades para recrutar alemães e com isso suas atenções ficaram voltadas para a Itália. (SEYFERTH, 1996).

comunicação. Até metade do século XIX, a criação de escolas e comunidades ocorria por iniciativa dos próprios colonos que conforme Radünz, (2007) “passaram a construir sua identidade colonial ressignificando suas tradições sob forma de uma negociação entre o antes e o agora”. (RADÜNZ, 2007, p. 125).

Todo processo migratório provoca mudanças, tanto para o país que recebe os imigrantes, quanto para aqueles que emigram, pois a ocupação e organização de um território não ocorrem de forma instantânea, mas num processo de trocas. Corrêa (2002, p. 23-28), afirma que a história local precisa passar por uma revisão crítica frente aos novos paradigmas, pois a tendência à hiper valorização resulta em visões românticas de acentuado heroísmo. “Sobre a imigração e os imigrantes, criou-se uma série de mitos. O imigrante heróico, trabalhador, econômico e realizador da economia gaúcha é a imagem que o grupo criou sobre seus feitos. (Giron, 1980, p.66). Dessa forma, a imigração é narrada até os dias atuais como uma conquista civilizatória dos colonos, que transformaram a selva em ambiente civilizado, sem considerar que a realidade da qual vieram, também apresentava um quadro de dificuldades e sofrimento. Assim, é comum encontrarmos descendentes de alemães que se percebem com uma demonstração de superioridade étnica, desconsiderando, muitas vezes, a participação do luso-brasileiro para o desenvolvimento do Estado e do país. (SEYFERTH, 1994).

Em 30 de novembro de 1854, é promulgada a lei que estabelece a venda de terras devolutas e, não mais, a distribuição gratuita das terras do Rio Grande do Sul. Neste mesmo ano, o presidente da Província, João Lins Vieira Cansansão de Sinimbu, visita a colônia de Santa Cruz, e reconhece a necessidade de um lugar para prática de culto religioso, já que a igreja mais próxima estava localizada na cidade de Rio Pardo. Neste mesmo momento, o presidente ordena que o Tenente da Armada, Francisco Cândido de Castro Menezes, demarque as picadas de Santa Cruz e Rio Pardinho para a povoação, com reserva de terras para logradouros públicos e chácaras. Em março de 1855, a demarcação se transforma num pequeno centro administrativo e comercial de toda a colônia de Santa Cruz, e as atividades econômicas, administrativas e sociais da colônia começam a ser incrementadas. (MARTIN, 1979 p. 102).

Com o desenvolvimento social e econômico da colônia, em 1859, esta passa à condição de freguesia e, em 1878, é instalada a Câmara Municipal que contribui para a autonomia político-administrativa. Inicia, neste momento, uma importante fase do desenvolvimento da colônia, caracterizada pelo aumento de exportações agrícolas, lideradas pelo tabaco. (VOGT, 2001, p. 54).

Ronaldo Wink (2002), em seu estudo sobre a urbanização e o desenvolvimento de Santa Cruz do Sul aponta que,

de 1881 em diante a especialização fumageira consolidou-se definitivamente, trazendo o progresso econômico ao município e viabilizando a sua integração aos grandes mercados consumidores da época. Além disso, proporcionou a implantação de equipamentos e serviços em seu núcleo urbano, gerando condições necessárias à futuras instalações do parque industrial. (WINK, 2002, p. 70).

Houve, com isso, um incremento da fumicultura que se destacava como produto diferenciado das outras regiões, e apresentava boas condições de competitividade no mercado. Os méritos da qualidade do fumo são tanto dos colonos, quanto da ação dos comerciantes que orientavam os agricultores, do plantio até a colheita e, depois comercializavam com grandes atacadistas de Porto Alegre. (VOGT, 1997, p. 92-100). Neste contexto, Noronha (2006, p. 61) destaca que os comerciantes detinham o controle das principais vias de acesso por onde a produção do fumo escoava, atuavam como banqueiros e monopolizavam as informações do preço do tabaco. Para este autor, estes comerciantes vão se constituir como o principal grupo de poder político do município de Santa Cruz do Sul.

Em 19 de novembro de 1905 é inaugurado o ramal ferroviário até Rio Pardo, e tal acontecimento veio para facilitar os transportes e contribuir para a aceleração do progresso econômico e social do município através da exportação. Na mesma ocasião, a vila de Santa Cruz foi elevada à condição de cidade, por causa do seu notável crescimento econômico, populacional e urbano. A luz elétrica foi inaugurada em 1906, a rede telefônica urbana em 1907, a Hidráulica Municipal da Gruta e o Hospital Santa Cruz em 1908.¹⁵

Neste contexto, o início do século XX remete à transformações no cenário de Santa Cruz do Sul, com obras rodoviárias municipais construídas para dar acesso à região serrana da

¹⁵ Consulta no site do Município de Santa Cruz do Sul. www.pmscs.rs.gov.br.

cidade, e ao fumo que se manteve em pleno progresso, atraindo o capital internacional para a região. A instalação de algumas empresas como a *The Brazilian Tobacco Corporation* (1917), antecessora da Companhia Brasileira de Fumos em Folha (1920) e depois Souza Cruz (1955), foram muito representativas neste contexto econômico. Ainda, a instalação dos bancos Pelotense (1916), Nacional do Comércio e da Província (1917), são eventos de destaque no município. (VOGT, 1997, p. 101).

Com a produção fumageira crescendo consideravelmente a partir de 1918, Santa Cruz do Sul tornou-se referência no Estado pelo seu desenvolvimento econômico. Os produtores rurais, que representavam a base do processo tabagista, foram atrelados às grandes empresas através do sistema integrado de produção que determinava a venda da produção de fumo à empresa fornecedora de insumos agrícolas e assistência técnica. Paralelamente ao crescimento das indústrias fumageiras, outros empreendimentos na área de alimentação (259 estabelecimentos), transformação de minerais não metálicos (62 estabelecimentos), madeira (72 estabelecimentos), bebidas (30 estabelecimentos) e metalurgia (15 estabelecimentos) também foram se destacando até o final dos anos 50. (FONTOURA, 1956, p.21).

Entre 1960 a 1970, as indústrias fumageiras de Santa Cruz do Sul são inseridas no processo de internacionalização. Este momento representou um novo estágio no desenvolvimento econômico regional e, conseqüentemente, na estrutura social da comunidade. Santa Cruz do Sul juntamente com Venâncio Aires e Vera Cruz ganhou expressão no mercado internacional fumageiro por juntas, abrigarem “em termos de produção, compra e beneficiamento industrial do fumo, o maior complexo agroindustrial do gênero no mundo”. (SILVEIRA, 2003, p. 127). Como decorrência deste complexo fumageiro, Santa Cruz do Sul passou a ser chamada de “capital nacional do fumo”, incorporando o bilionário circuito de praças comerciais mundiais de fumo. A consolidação deste complexo agroindustrial intensificou o processo de modernização do território municipal e notadamente a cidade apresentou um novo conteúdo técnico científico, ou seja, uma nova estrutura e organização que permitisse atender o funcionamento do ramo fumageiro no âmbito mundial. (SILVEIRA, 2003, p. 130-132).

Ainda, conforme Rogério Silveira (2003), dentre os reflexos econômicos e espaciais da atividade agrofumageira na cidade, destaca-se a inter-relação do mercado de trabalho

safrista com a formação da periferia urbana em Santa Cruz do Sul. Houve, com isso, a entrada de trabalhadores provenientes de outros municípios que foram se instalando nas periferias de Santa Cruz do Sul, ocasionando o intercâmbio de pessoas. Com o aumento da mão de obra industrial, necessária para suprir as necessidades das indústrias fumageiras, o Poder Público Municipal cria um bairro para os operários, chamado de Camboím, depois Bom Jesus. O crescente processo de ocupação desorganizado e a expansão dos bairros populares geram forte descontentamento e até mal-estar na comunidade do centro e dos bairros de classe média e média alta.

Sobre este aspecto Bauman (1998) afirma que a sociedade, ao mesmo tempo em que traça suas fronteiras e configura seus mapas cognitivos, estéticos e morais, gera também pessoas que não se enquadram dentro dos limites julgados fundamentais para a vida ordeira. Para o autor, “todas as sociedades produzem estranhos, mas cada espécie de sociedade produz sua própria espécie de estranhos e os produz de sua própria maneira”. (BAUMAN, 1998, p. 27).

Wink (2002) ressalta que a trajetória de desenvolvimento de Santa Cruz do Sul pode ser dividida 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: Pólo Regional (1965 até a atualidade). Para cada fase mencionada, como veremos a seguir, ocorreram transformações culturais, que contribuíram para a construção de um imaginário identitário do município de Santa Cruz do Sul, que tenta, até os dias de hoje, reforçar o discurso da identidade alemã no município como uma cultura hegemônica.

Esta tentativa de diferenciar Santa Cruz do Sul das demais regiões por meio do fortalecimento étnico-cultural é uma ação que Hall (2003) denomina subordinada, pois tem influência de um grupo que faz com que as identidades sejam formadas e transformadas no interior das representações. A idéia de representação na história da filosofia ocidental está ligada à busca de formas de tornar o “real” presente, de apreendê-lo o mais fielmente possível por meio de sistemas de significação. (SILVA, 2000, p. 90).

1.3 O imaginário e a identidade étnica em Santa Cruz do Sul

A história do desenvolvimento do município de Santa Cruz do Sul vem tecida, desde o processo imigrantista, em um discurso baseado na etnicidade. Neste sentido, Silva (2007) destaca que esta “é uma das tônicas da produção das narrativas identitárias da região, que está sempre aberta a interpretações, ao jogo político e a mitificações, relacionadas ao *ethos* do imigrante e a sua epopéia civilizatória”. (SILVA, 2007, p. 118-119).

O *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 de 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.

Desta forma, muitas simbologias foram criadas em torno do pioneiro alemão e da cultura germânica em Santa Cruz do Sul, que passaram a compor uma matriz genealógica representada constantemente como referencial de comunidade, e contornando sobremaneira a participação de outras etnias que também participaram e influenciaram o processo de desenvolvimento. Para Silva (2007, p. 121), “o imaginário racial remetido ao século XIX e suas alegorias evolucionistas influenciaram o pensamento brasileiro acerca da inferioridade dos negros, mestiços e caboclos” e em contraponto, as sociedades promoveram a superioridade moral e racial dos teuto-brasileiros num discurso desenvolvimentista. Neste sentido, Skolaude (2008, p. 36) ratifica que “é necessário pensar em identidades culturais e em culturas sendo produzidas nas relações de sociabilidade e poder, através do contato político, social e pessoal mais intenso com luso-brasileiros, negros e outros grupos culturais”.

A concepção da identidade assim alinhavada pela historiografia local, se alicerça no essencialismo e no purismo étnico, mas este processo geralmente exclui as minorias que dela fazem parte de fato. Wolff e Flores (1994), salientam que os fatores de identificação étnica dos teuto-brasileiros constituem uma diferenciação e, dessa forma, “reforçam os preconceitos e estereótipos dos teuto-brasileiros em relação aos luso-brasileiros, ítalo-brasileiros e vice-versa”. (WOLFF E FLORES, 1994, p. 212).

Mas geralmente as temáticas relacionadas às imigrações sustentam um discurso naturalizado, que busca sustentar uma identidade, a partir de valores. É o que Meyer (2000) demonstra nesta citação,

Muitos dos estudos acadêmicos, reportagens jornalísticas e artigos comemorativos que se ocupam da temática da imigração alemã referem-se à cultura como um conjunto de crenças, valores, tradições e práticas que os imigrantes alemães “trouxeram” de sua terra natal a qual corresponderia ao que é denominado, aí, de sua “bagagem cultural”. (...) O conjunto desses processos acaba por conferir a cada “bagagem pronta” um caráter que transcende e complexifica a simples noção dela como se fosse um conjunto finito e fixo de coisas, que alguém voluntariamente empacotou e transporta para usar da mesma forma em variados lugares; uma complexidade que, na associação usualmente feita entre bagagem e cultura, parece ser negada, também, a essa última quando ela é referida como conjunto de hábitos, crenças, valores e tradições que, como “coisas”, acumulados, preservamos e transmitimos. Essa noção pode ser problematizada em mais de um sentido, uma vez que o seu uso não só constrói as idéias de reificação e fixidez da cultura, mas também a possibilidade de sua homogeneidade intragrupal, quando deixa de enfatizar os processos de seleção e as relações de poder que os modulam. (MEYER, 2000, p. 36-37).

Na afirmação que Azambuja (2002) faz sobre a vinda dos imigrantes alemães, observamos esta visão através da seguinte afirmação, “consigo *trouxeram* seus valores, seus hábitos, suas crenças, sua língua, que tiveram papel fundamental na construção desta região. (...) Essas marcas são observáveis tanto nos valores e costumes, bem como na arquitetura”. (AZAMBUJA, 2002, p. 11). Assim podemos inferir que a leitura que alguns autores fazem do processo imigratório, bem como da cultura teuto-brasileira na região, constituem um discurso ufanista e essencialista da identidade. Cabe então salientar que as identidades são construções que os grupos sociais fazem, a partir das vivências e representações do passado sob influência do presente e, desta forma, a historicidade e veracidade tornam-se fictícias e distantes. (HALBWACHS, 2004). A identidade é, assim, uma construção histórica que ocorre entre pessoas ou grupos em um determinado espaço geográfico, que organizam sua vida com base num conjunto de valores compartilhados. Ainda, as identidades são frutos de construções históricas que mesclam experiências passadas com realidades presentes.

Seyferth (1994, p. 19) acrescenta que algumas publicações comparam o pioneirismo dos colonos ao papel dos bandeirantes paulistas no povoamento do interior do País. “A imagem que emerge dessa comparação é a do colono pioneiro, com ampla capacidade de trabalho derivado de sua condição étnica, que criou um mundo civilizado cercado pela barbárie cabloca”. Sabe-se que alguns hábitos e costumes persistiram no Brasil porque as

colônias ficaram concentradas em áreas restritas e isoladas, às vezes com pouco contato com a sociedade brasileira, o que não quer dizer que não sofreram a interferência de outros costumes, fornecidos por outras etnias. Os hábitos da cultura alemã foram se disseminando não só pela concentração dos grupos nas colônias, mas também pelo sentimento de pertencimento e desejo de preservação da cultura alemã. Muitas comunidades alemãs viviam à parte da cultura nacional, com valores, normas, pautas de comportamento mais próximos da Alemanha do que do Brasil, sendo mais fácil um luso-brasileiro aprender hábitos da cultura alemã do que um imigrante alemão adquirir os hábitos nacionalistas.

Magalhães (1998, p. 21) afirma que, comparado com outros grupos étnicos de imigrantes, os alemães representaram apenas 9% do total dos emigrados no Brasil, mas se distinguem pela sua concentração demográfica em determinados territórios. A imigração alemã acarretou uma concentração étnica em áreas homogêneas e compactadas, o que não significa dizer que outras etnias não foram introduzidas nestas áreas. Mas como o número destes demais grupos era pequeno, muitos consideravam as colônias alemãs como homogêneas. (SEYFERTH, 1996, p. 49).

Muitos autores como Woortmann (1988); Giron (1980, 1994); Seyferth (1994), Silva (2007) entre outros, fazem críticas em diferentes graus, aos trabalhos que louvam tanto os imigrantes alemães como os italianos. Destaca-se entre as críticas, a idéia de epopéia. Estes autores, se referem a construção deste imaginário de supervalorização do imigrante como um mito, que chamam de “mito do pioneiro”. Já para muitos descendentes de alemães e italianos, a visão vitoriosa é disseminada e compartilhada facilmente, especialmente nas épocas em que ocorrem comemorações de centenários de imigração.

A recriação da teuticidade na realidade sul-rio-grandense e brasileira nasce, interage e integra-se com outras etnias, e esta troca de culturas se enriquece e permite que uma nova seja criada. Assim, a cultura encontrada em Santa Cruz do Sul não é unicamente teuto-brasileira. Ela possui diversos traços de outras etnias e é também gaúcha e brasileira. Canclini (1997) denomina estas manifestações como híbrida, porque se mistura e por que os grupos interagem entre si e promovem mudanças nos padrões culturais originais dos grupos envolvidos. Assim, o imigrante alemão, ao instalar-se no sul do Brasil, vai recriar sua identidade, e traduzir valores baseados na família, no trabalho, na religião, entre outros.

Emílio Willems (1940) também recorre à noção de cultura híbrida, e explica que ela é resultante do contato dos imigrantes e seus descendentes com o meio ambiente, a sociedade e a cultura brasileira, ou seja, uma cultura que não é nem alemã, nem brasileira, mas sim uma mistura de ambas produzida pelo processo de colonização. Neste sentido, o processo de adaptação dos imigrantes alemães com a realidade pode ser pensado a partir da categoria utilizada por Bhabha (2003, p. 27), que corresponde a cultivar aquelas tradições trazidas da terra natal e adaptá-las a realidade da nova terra, dando origem a uma terceira cultura. Dessa forma, os costumes foram sendo adaptados e mesclados, desde a época em que os colonizadores tiveram contato com as populações luso-brasileira pré-existente na região de Santa Cruz do Sul.

A construção da identidade é um fenômeno que se produz com critérios de aceitabilidade, credibilidade e se faz por meio da negociação direta com outros. Memória e identidade são valores disputados em conflitos sociais e intergrupais e em conflitos que opõem grupos políticos diversos. Não podemos deixar de considerar que toda relação de identidade implica em operações de incluir e excluir, uma vez que demarca aqueles que pertencem e aqueles que não pertencem. Sendo assim, a defesa por uma identidade, automaticamente pressupõe uma relação de poder. Seus significados culturais e sociais são apoiados em representações e estas se ligam a sistemas de poder, quando representam quem tem ou não poder de definir e determinar a identidade. Assim, a constituição das identidades sempre depende de paradigmas de valores, de forma a colocar o sujeito numa relação de poder. A comparação também passa a ser uma forma de confrontar particularidades de uma identidade, com as características gerais de outras identidades, tidas como diferentes. (WASSERMAN, 2001).

Para Rossini (2004, p. 11)

A identidade é a forma como o grupo define a si mesmo e a sua trajetória, social, cultural, histórica, marcando com isso sua diferença, sua alteridade em relação a outro grupo. É o momento em que o grupo aplaina suas diferenças internas, a fim de ressaltar seus traços em comum, a fim de demarcar seu espaço de ação, no campo das representações, diante do outro.

Para Vogt (2001), alguns meios foram utilizados como veículos de (re)produção cultural em Santa Cruz do Sul como a imprensa teuto-brasileira, a escola comunitária alemã, a

religião e as atividades desenvolvidas pelas diferentes sociedades. Também a importância dada ao trabalho, educação, língua, *heimat*¹⁶ e ao associativismo, foram meios de (re)produção cultural em Santa Cruz do Sul. Estes meios sustentaram um imaginário como por exemplo, a “cultura do trabalho” que, para os alemães, constitui uma atividade geradora de riquezas ou necessária para a sobrevivência, mas também, segundo o trabalho representa um valor moral e um fator de identificação étnica. (SEYFERTH 1982, p. 74-155). Assim, a ética do trabalho se constituiu como ferramenta essencial do espírito empreendedor e associativo, bem como a moralidade e a higiene na vida cotidiana, significados míticos que permitem a configuração de um imaginário comum.

O discurso germanista impulsionou a formação cultural da comunidade de Santa Cruz do Sul, mas, a partir de 1937, com a Campanha de Nacionalização¹⁷ posta em prática pelo Governo Vargas, o germanismo cedeu lugar para a construção de um discurso vitimizador, novamente usado pelos descendentes alemães para promover a própria supervalorização da sua cultura.

Com as mudanças no panorama regional ocasionados pela Campanha de Nacionalização, as ideologias são difundidas, os regionalismos e localismos comunitários destruídos, a língua alemã, bem como, as manifestações lingüísticas, artísticas e culturais, proibidas. As primeiras medidas visavam estimular o patriotismo nacional e, por isso, atingiram as escolas primárias de ensino em idioma alemão, através da inclusão de disciplinas de português, de conhecimentos gerais de história, geografia e educação cívica sobre o Brasil. Além da escola, o Decreto n. 1.545, de 25 de agosto de 1939, estabeleceu as prédicas religiosas em língua nacional. A campanha proibia o uso de idiomas estrangeiros em público e em cerimônias religiosas, interferindo na vida cotidiana de cada comunidade, pois “a língua materna (alemã) era o elemento aglutinador de sua identidade”. (SEYFERTH, 1999 p. 221).

Entende-se que a repressão da língua impactou a comunidade daquela época, pois a

¹⁶ *Heimat*, palavra alemã que traduz o conceito de pátria ou terra-natal derivada de *Heim* (lar). A palavra *Heimat* incorpora a moradia, a *Haus*, a *Heim*, o estar em casa, *der Hof*, o mini território em que se concretizam a vida e as relações familiares e a *Heimat*, a terra natal, a querência que é realizada pelo mundo físico e cultural mais imediato e, ao mesmo tempo, palco das relações comunais. Significa, portanto, o espaço e o mundo comunal em que a pessoa nasce, cresce e se torna adulta e no qual se enraíza e com o qual se desenvolve relações existências permanentes e indelévels. (RAMBO, 1994, p. 48).

¹⁷ Sobre a Campanha de Nacionalização, os autores Kipper (1979); Azambuja (2002); Seyferth (1999); Petry (1956) e Vogt (2001) também contribuem para um melhor entendimento.

proibição soava como uma ameaça direta para a cultura, a língua materna, a *Heimat*. Desta forma, muitos historiadores locais relatam que as medidas nacionalizadoras ocasionaram a diminuição da vida social e cultural da comunidade, já que a maioria da população evitava a exposição por não falar nem entender o português, além de consequências como o fechamento de jornais editados em língua alemã, como o *Kolonie*¹⁸, e de instituições, associações comunitárias e culturais fizeram com que a imprensa em língua alemã, escolas teuto-brasileiras e algumas instituições culturais desaparecessem.

Para Vogt (2001, p. 82) “a Campanha de Nacionalização deixou seqüelas profundas” porque gerou constrangimentos, medo e insegurança aos descendentes alemães. Gärtner (1999) também compartilha deste pensamento, e destaca uma série de valores ao salientar que a língua alemã é patrimônio de toda a coletividade rio-grandense¹⁹. Contudo, Correa (2002) considera que, nas condições urbanas, o “abrasileiramento” não se deu de forma tão violenta, pois o viver na cidade se constituía em fator preponderante para a integração dos descendentes de alemães nas áreas de colonização e imigração no Rio Grande do Sul. Sendo assim, “a vida urbana não exige a mesma solidariedade ou a mesma vida em coletividade daquela do meio rural”, ou seja, “muitos descendentes almejavam aprender a falar fluentemente a língua portuguesa e conscientemente abandonaram o idioma materno e tampouco quiseram ensiná-lo aos seus filhos” (CORREA, 2002, p. 87). O que se percebe na historiografia tradicional é que este período, mais uma vez, foi encarado de forma vitimizadora e por esta razão, há muitos defensores da preservação da língua, bem como dos costumes. Esta tentativa colabora diretamente para a delimitação de grupos e para a constante tentativa de manutenção da identidade étnica das sociedades.

Bourdieu (2001) destaca que a defesa da língua/dialeto representa a busca pela definição de uma identidade regional/étnica, através da manipulação simbólica. Nas palavras do autor,

As lutas a respeito da identidade étnica ou regional, quer dizer a respeito de prioridades (estigmas ou emblemas) ligadas à origem através do lugar de origem e

¹⁸ *Kolonie* – Principal jornal de Santa Cruz do Sul, editado em língua alemã. Editado por Stutzer & Hermsdorf, depois Kalsing & Kull e, finalmente, Lamberts & Riedl, de 1/1/1891 a 29/8/1948. Gazeta do Sul, 26/01/2007).

¹⁹ Gärtner (1999) ainda sugere algumas medidas para o resgate da língua alemã. É preciso que aqueles que estão conscientes de sua importância continuem falando-a, ou recomencem a falá-la, incentivando dessa forma a estima pelo idioma dos antepassados. Mas, sobretudo, é preciso que se possibilite a cada nova geração a apreensão da língua dialetal, em seio familiar, e posteriormente o acesso à língua alemã-padrão através do ensino formal, para que ela possa expandir a sua capacidade de comunicação-expressão nesse idioma. (GÄRTNER, 1999, p.74). Artigo extraído do site (www.brasilalemanha.com.br).

dos sinais duradouros que lhes são correlativos, como o sotaque, são um caso particular das lutas das classificações, lutas pelo monopólio de fazer ver e fazer crer, de dar a conhecer e de fazer reconhecer, de impor a definição legítima das divisões do mundo social e, por este meio, de fazer e desfazer os grupos. Com efeito, o que nelas está em jogo é o poder de impor uma visão do mundo social através dos princípios de divisão que, quando se impõem ao conjunto do grupo, realizam o sentido e o consenso sobre o sentido e, em particular, sobre a identidade e a unidade do grupo. (BOURDIEU, 2001, p. 113).

Passado o período de represálias contra as manifestações de outras culturas, gerados pela Campanha de Nacionalização, mas também pela Segunda Guerra Mundial, a partir da década de 60, mais precisamente de 70 do século XX, o discurso étnico retoma fôlego e aparece revigorado com iniciativas que buscavam construir e fortalecer a identidade do município de Santa Cruz do Sul, calcada diretamente na etnicidade. Neste momento, com a globalização sendo intensificada no mundo todo, as comunidades que foram reprimidas, vêm a necessidade de “resgatar” a cultura para a nova geração. O apelo às raízes é uma maneira de recuperar e, na verdade, inventar tradições que reconectem pessoas a lugares (reais ou imaginários) e a temporalidades.

Para Skolaude (2008, p. 46), “a década de 1970 marcou um divisor de águas para estas relações, pois em 1972, alguns sinais já demonstravam a necessidade de fortalecer a identidade germânica no município de Santa Cruz do Sul”. Um exemplo disso foi o discurso feito pelo secretário do turismo de Santa Cruz do Sul, Edson Baptista Chaves, na época, ao afirmar que, o turismo de Santa Cruz do Sul devia explorar as características étnicas, já que foi essencialmente colonizado por alemães. Devia apresentar aos visitantes atrativos da cultura alemã, como uma Casa do Chope, e oferecer pratos típicos como forma de diferenciar-se dos outros municípios do Estado²⁰. Neste sentido, diversas iniciativas conservacionistas começam a ser impulsionadas no município.

1.4 Representações do germanismo em Santa Cruz do Sul

Podemos afirmar que a maior participação nas iniciativas em torno do fortalecimento da identidade alemã no município de Santa Cruz do Sul, foi sendo construída com o envolvimento da elite social que via, neste ideal, a possibilidade de diferenciar-se dos demais

²⁰ Jornal Gazeta do Sul (27/05/1972, p.3).

municípios e uma forma de garantir a sustentabilidade turística. Em uma reportagem do colunista Ivo Scherer ao principal jornal local dizia: *É tudo muito simples, pois a intenção principal é manter os costumes e a unidade da cultura alemã*²¹ e, partindo disso, as ações/iniciativas começaram a ser criadas e executadas no município.

Aquela memória que estava silenciada e tímida por sentimentos acumulados ao longo do tempo da repressão das manifestações culturais, agora encontra espaço e momento propício para florescer e representar, de diversas maneiras, aqueles sentimentos contidos. Assim, do medo e da vergonha, o sentimento passou a ser de orgulho e coragem para expressar o que havia sido reprimido, expressar das mais variadas formas o resgate das tradições germânicas.

O Poder Público de Santa Cruz do Sul introduziu as primeiras iniciativas de expressão do germanismo. Um exemplo é as representações contidas no Brasão do Município²², mesmo sendo criado em 29 de dezembro de 1964, alguns anos antes deste movimento mais intenso de resgate da cultura alemã, já podemos perceber a valorização ao colono alemão. O Brasão tem a representação de um casal, que com o seu trabalho contribuíram para o progresso e desenvolvimento da cidade. No site do município de Santa Cruz do Sul, encontramos uma explicação do Brasão,

Escudo Português de ouro, esquartelado por uma cruz de prata, simbolizando o nome do município. No primeiro quartel, em campo de goles (vermelho), três pinheiros de sua cor tendo, ao fundo em prata, os cerros que formam o perfil geográfico de Santa Cruz do Sul; no segundo quartel, em campo de *blau* (azul), a figura estilizada de um casal colonos, em ouro; no terceiro, em campo de *sinople* (verde), 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; no quarto, em campo de goles (vermelho), os símbolos do comércio e da indústria, em prata, emblema do progresso e desenvolvimento crescente do município, em marcha para o futuro. Ramos de fumo, florescentes, circulando o brasão, como “tenentes” sustentadores que são, agrícola e industrialmente, do desenvolvimento de Santa Cruz do Sul. Ramos e flores em suas cores naturais. Listel de goles (vermelho), carregado das palavras “SANTA CRUZ DO SUL” – em prata. Tudo encimado pela coroa mural de quatro torres, de prata.

²¹ Jornal Gazeta do Sul (15/07/1978, p. 16).

²² O Brasão do município é usado em todos os papéis oficiais e escolas municipais e em algumas fachadas de propriedades municipais e foi criado no governo de Orlando Oscar Baumhardt.



Imagem 1 - Brasão Municipal de Santa Cruz do Sul
Fonte: Site da Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul

Em 1969 foi criado o Monumento ao Imigrante Alemão pelo desenhista santa-cruzense Hildo Paulo Müller. Esta representação nos remete a importância dada ao imigrante alemão e à cultura do trabalho, pois nele consta a data da fundação da colônia, 1849, e o nome dos primeiros colonizadores. “Constitui-se na homenagem prestada pela comunidade santa-cruzense aos imigrantes que, com seu árduo trabalho, colonizaram o município”.²³ O monumento simboliza a vida dos imigrantes na colônia. Nele é retratada a figura de um imigrante lavrando a terra e outro semeando.



Imagem 2 - Monumento do imigrante alemão
Fonte: Site da Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul

²³ Prefeitura de Santa Cruz do Sul, (<http://www.pmscs.rs.gov.br>).

No ano de 1978, outras iniciativas foram implementadas no município, entre elas, a construção da *Avenida do Imigrante* e a organização da I Semana da Imigração Alemã,²⁴ elaborada pela Secretaria Municipal do Turismo, juntamente com a Comissão dos festejos do Centenário. Neste mesmo ano e em 1979, a Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul, conjuntamente com o Jornal Gazeta do Sul, patrocinaram o *Concurso de Monografia* intitulado *Santa Cruz do Sul – Aspectos de sua História*. A Associação Pró-ensino de Santa Cruz do Sul (APESC), presidida na época por Ervino Hoelz, se encarregou de publicar as monografias vencedoras como forma de investir na conservação e manutenção da cultura local. Este concurso pretendia estimular pesquisas sobre a história local, porém contribuiu também para a valorização de uma das genealogias da cidade, a alemã.²⁵

Em 1979, seguindo o modelo da Semana da Imigração Alemã de 78, ocorre a 2ª edição deste evento. Durante a abertura, as narrativas sobre a importância da cultura alemã foram reforçadas com o discurso do Secretário Municipal de Turismo, Ademir Mueller, que já manifestava o desejo de realizar, por meio da sua secretaria, um grande evento de conotação germânica ao ensejo da Semana da Imigração. Em suas palavras,

que este evento faça ressaltar os olhos do Rio Grande e do Brasil as tradições, a cultura e o trabalho do povo de Santa Cruz do Sul. “Lamentavelmente – lembrou Ademir – a II Guerra Mundial representou verdadeira catástrofe, não só para a economia, mas também para o setor cultural, afetando profundamente os costumes da região.”²⁶

A partir de 80, as intenções de oficialização e naturalização da identidade alemã no município de Santa Cruz do Sul são intensificadas. Através da Secretaria do Turismo da cidade, grupos de danças folclóricas foram trazidos da Alemanha, com a pretensão de valorizar o folclore alemão e incentivar a criação destes grupos na cidade. “Uma alegre noite alemã no embalo da amizade teuto-brasileira”²⁷ era a frase do anúncio que divulgava o evento no jornal Gazeta do Sul.

²⁴ Nesta 1ª Semana da imigração alemã, que ocorreu de 16 a 25 de julho de 1978, os santa-cruzenses prestigiaram a extensa programação que foi composta por Missas, Noite do Kerb, Concursos, (Imigrante Alemão mais Idoso e de bandinhas típicas alemãs), Jogo de Argolas e Exposição de antiguidades.

²⁵ Jornal Gazeta do Sul (07/04/1979, p 16-17).

²⁶ Jornal Gazeta do Sul (25/07/1979, p. 21).

²⁷ Jornal Gazeta do Sul (25/07/1980, p. 3).

No mesmo ano, seguindo os mesmos ideais de recuperação das tradições germânicas, surge o 1º grupo de danças alemãs do município coordenado pelo profº. Nelson Bender.²⁸ Segundo o Prefeito da época, Arno Frantz, o grupo de danças serviria como uma iniciativa para promover a cultura e o reavivamento do folclore alemão no município.

Com a justificativa de colocar Santa Cruz do Sul no mercado turístico brasileiro, a Prefeitura Municipal, juntamente com a Secretaria Municipal de Turismo, cria a *Oktoberfest* no ano de 1984²⁹. A festa surge como marco inicial na formação de um produto turístico do município. Ademir Mueller, Secretário do Turismo da época e idealizador do evento, enxergava na criação de uma festa étnica a possibilidade de explorar o turismo local e reforçar a identidade do município através do germanismo. Para ele, o turismo era visto como uma necessidade de todo ser humano que precisa parar para recuperar suas energias e, neste sentido, Santa Cruz do Sul, por meio do atrativo da *Oktoberfest*, poderia transforma-se num centro turístico para o Rio Grande do Sul. Num discurso motivador, ele incentiva a população a pensar no assunto através da seguinte afirmação:

Oktoberfest identifica o povo às suas origens germânicas

Nós podemos sim. Para tanto basta um trabalho ordenado, participativo, com iniciativa privada trabalhando ativamente, arregaçando as mangas para juntos edificarmos este plano. (...) Então a *Oktoberfest* serve para levar o nome da nossa cidade, identificando-se como uma terra colonizada por imigrantes alemães e apresentando um povo ordeiro e trabalhador, mas que também sabe se divertir e bem acolher os que visitam. (...) O produto turístico chamado Santa Cruz do Sul ainda não está formado completamente. Para tanto é necessário desenvolver o nosso folclore riquíssimo e que estava em decadência, desenvolver a indústria caseira de alimentos, o artesanato, aumentar a capacidade hoteleira, melhorar ainda mais os serviços de atendimento e oferecer roteiros permanentes com atrativos para diversões e compras.³⁰

²⁸ Nelson Bender foi um pesquisador do folclore alemão no município, professor do primeiro grupo de danças chamado de Grupo de Danças Polka, e criador do programa de rádio “Gazeta no folclore” que também representava mais uma ação do germanismo no município. (Jornal Gazeta do Sul, 25/03/1980, p. 03).

²⁹ A *Oktoberfest* é um festival de cerveja e uma feira de produtos e diversões celebrada originalmente em Munique (*München*), no estado da Baviera (*Bayern*), no sul da Alemanha, e disseminada por vários lugares do mundo. Em Munique, a *Oktoberfest* teve origem há cerca de 200 anos, em 12 de outubro de 1810, quando o Rei Luís I, mais tarde Rei da Baviera, casou-se com a princesa Tereza da Saxônia, e para comemorar, organizou uma corrida de cavalos. O casal foi apropriando-se da festa que comemorava o casamento de ambos e tudo foi se tornando tradição anual, metamorfoseando-se numa monumental festa da cerveja, patrocinada pelos fabricantes da região. A *Oktoberfest* de Munique recebe cerca de seis milhões de visitantes por ano e só foi interrompida durante os períodos das grandes guerras (Sasse, 1991). No Brasil, outros municípios também realizam a *Oktoberfest*, como é o caso da cidade de Blumenau em Santa Catarina.

³⁰ Jornal Gazeta do Sul (27 e 28/09/1985, p 11).

A obra “Fragmentos de vida”, editada pela Editora da Universidade de Santa Cruz do Sul (EDUNISC), em 1999, é outra iniciativa que apoiou às iniciativas de fortalecimento da cultura alemã. Criada em comemoração aos 150 anos de colonização, conta, através de vinte crônicas, as histórias dos imigrantes alemães e de seus descendentes, e reflete aspectos de uma comunidade totalmente estimulada pelos traços da memória e imaginação. Nesta obra, mais uma vez, os colonizadores aparecem como pessoas trabalhadoras, solidárias, mas corajosas que transformaram a região no que ela é hoje, desenvolvida e, por isso, são merecedores do êxito econômico que desfrutam na cidade. Sobre este aspecto, citamos Da Matta (1986) que afirma que “o trabalho sempre indica a idéia (ou ideal) da construção do homem pelo homem. Um controle da vida e do mundo pela sociedade”. (DA MATTA, 1986, p.9).

Nota-se que as iniciativas identitárias no município de Santa Cruz do Sul foram estimuladas por ações do Poder Público Municipal e sobre isso Weber (1997) afirma que a categoria política inspira a crença na etnicidade comum, ou seja, é o estado que tem a capacidade de criar uma “identidade pressuposta” entre seus cidadãos. Mas, além do Poder Público Municipal, agentes da comunidade e formadores de opinião também realizaram medidas para a valorização étnica. Citamos os veículos de comunicação local, como jornais, televisão e rádio, como grandes influenciadores na construção de uma identidade distinta.

Como os formadores de opinião enquadram-se os discursos produzidos pela RBS TV (Rede Brasil Sul de Comunicação)³¹ e o principal jornal da cidade, a Gazeta do Sul. Estes se utilizam do discurso identitário dos grupos regionais para, de certa forma, promover os seus trabalhos, ou seja, assumem um papel ativo no processo contínuo de auto-imaginação dessas comunidades, ao mesmo tempo em que se apropriam dos valores, reforçando as identidades regionais. É o que aconteceu tanto na comunidade de Santa Cruz do Sul, marcada pela descendência alemã, como na de Caxias do Sul, onde há o predomínio de descendentes de italianos.

³¹ A RBS é afiliada da Rede Globo.

Um exemplo disso é a criação do programa que vai ao ar desde setembro de 2002³² pela RBS TV de Santa Cruz do Sul, chamado de “Preserve o que é nosso”. Este instrumento é utilizado para alimentar a memória da comunidade, através da “valorização da história arquitetônica regional e das iniciativas de pessoas preocupadas em manter seus referenciais identitários”³³. Para Stürmer (2006), o programa,

evidencia casas antigas que foram restauradas, mostrando representantes das famílias ou de pessoas que têm ou tiveram relação com as edificações, contando histórias que se passaram em seu interior ou detalhando o trabalho de restauração e os motivos que levaram à restauração. (...) Essas produções levam em consideração as seguintes noções: a relação entre o passado e o futuro, a relação entre os ambientes rural e urbano e os elementos de reconhecimento identitário. (STÜRMER, 2006, p. 9)

A representação televisiva, ao mesmo tempo em que cria condições de comunhão, dinamiza e consolida as identidades no interior das comunidades imaginadas, (STÜRMER, 2006, p.2) e a transmissão da *Oktoberfest* também demonstra isso, pois 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, como detalharemos no texto nos próximos capítulos. Tanto a RBS TV quanto o Jornal Gazeta do Sul cobrem a festa nos dias de realização e inclusive se instalam dentro do Parque para realizar a cobertura durante o evento, e de outros da mesma natureza, como Festa das Cucas, a *Kerbfest*, a *Christkindfest*.

O maior jornal do município, Gazeta do Sul, que atua há sessenta e dois anos na cidade, edita frequentemente³⁴ especiais que trazem aspectos da colonização, da cultura e das tradições em Santa Cruz do Sul, e são lidos por cerca de oitenta mil leitores³⁵ de todo Estado e fora do Rio Grande do Sul onde o jornal circula. No município também já figuraram mostras do cinema alemão e exposições de fotos antigas dos imigrantes.

³² Antes disso, entre julho e dezembro de 1999, a RBS TV VRPT exibiu a série Lutas, Memórias e Conquistas, que contou a história da colonização na região, dentro do projeto 150 Anos da Imigração Alemã. Foram 60 capítulos com um minuto de duração.

³³ Extraído de um documento de apresentação do Preserve o que é nosso, assinado por Clairton Braun, diretor do programete.

³⁴ O Jornal Gazeta do Sul elabora em julho de cada ano um caderno para homenagear o colono e motorista, e em outubro de cada ano faz o caderno da *Oktoberfest*, em ambos a história da imigração alemã, cultura e tradições são fortemente mencionadas.

³⁵ Segundo pesquisa do Ibope, informação divulgada no site <http://www.gazetadosul.com.br/institucional>

Assim, podemos inferir que, a identidade dos grupos surge a partir daquilo que ele mesmo reproduz, a partir da narrativa de sua história e da sua postura social frente a outros grupos étnicos. Em Santa Cruz do Sul este discurso é orgulhosamente afirmado quando, de forma geral, mantém relações e cria representações da cultura germânica. A representação das identidades coletivas, entre elas a étnica, estabelece pontes simbólicas entre indivíduos com interesses comuns que articulam sua inserção na comunidade. Partindo desse ponto de vista, a representação da identidade étnica contribui para a manutenção e reconfiguração da comunidade alemã, ou seja, “as representações atuam na atualização da memória, na atualização dos conteúdos subtraídos do contexto original”. (SILVEIRA APUD STURMER 2006, p.7).

Ainda podemos classificar como comunidade o grupo que vive em certo espaço geográfico, divide os mesmos objetivos e realidade e identifica-se com experiências semelhantes. Torna-se uma comunidade imaginada, quando mantém uma perspectiva de comunhão, de conexão com os membros dessa comunidade, por mais que estes não se conheçam. As comunidades locais, construídas por meio da ação coletiva, constituem fontes específicas de identidade. Essa identidade, porém, consiste numa reação de defesa contra os desequilíbrios e a desordem global e pelas rápidas e incontroláveis transformações decorrentes da globalização. As comunidades, assim, constroem abrigos, e esses abrigos procuram manter, pelo menos em parte, a cultura, a identidade e a memória social de um povo. (CASTELLS, 2002).

Maurice Halbwachs (2004) contribui com as ciências sociais ao propor o conceito de memória coletiva, e ao definir os quadros sociais que compõem esta memória. Para o autor, não existe memória puramente individual, uma vez que as pessoas estão a todo o momento interagindo e sofrendo a ação da sociedade. Bosi (1987) afirma que a memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no processo atual das representações. A autora ainda declara que cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, que muda conforme o lugar que algo ocupa e que este mesmo lugar muda segundo as relações que mantemos com outros meios. Assim, as lembranças do passado estão sempre sendo reconstruídas conforme o lugar atual que se ocupa.

Também Pollak (1992), enfatiza a relação entre memória e identidade, definindo a

memória como um fenômeno construído (consciente ou inconsciente), como resultado do trabalho de organização (individual ou socialmente). Sendo um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução. Identidade para este autor é a imagem que a pessoa adquire ao longo da vida referente a ela própria, a imagem que ela constrói e apresenta aos outros e a si mesma, para acreditar na sua própria representação e também para ser percebida da maneira que quer pelos outros.

Esta revisão do processo histórico de Santa Cruz do Sul, imigração, imaginários e representações criadas como alternativas para promover o discurso da identidade local são importantes, na medida em que a história da imigração e desenvolvimento da cidade é simbolizada na *Oktoberfest*, através de inúmeros elementos que compõem a festa e serão descritos no terceiro capítulo deste trabalho.

CAPÍTULO 2

AS FESTAS ÉTNICAS E A OKTOBERFEST DE SANTA CRUZ DO SUL

“Nada seria mais falso na verdade do que acreditar que as ações simbólicas (ou o aspecto simbólico das ações) não significam nada além delas mesmas (...)”.

Pierre Bourdieu

O objetivo deste segundo capítulo é apresentar a importância das festas étnicas como manifestações simbólicas para a construção do imaginário e da identidade de uma sociedade. Para tanto, trazemos inicialmente alguns trabalhos atuais sobre festas étnicas para, em seguida, tratarmos do histórico das principais festas do município de Santa Cruz do Sul, a Festa Nacional do Fumo (FENAF), e, principalmente, a *Oktoberfest*.

O Brasil realiza festas desde o período colonial, e foi neste período que as festas estabeleceram uma relação social entre colonizadores portugueses, negros e indígenas e promoveram o hibridismo cultural nacional. Os historiadores têm apontado a importância das festas para a construção de laços sociais e, para a formação do hibridismo cultural brasileiro.

Para Amaral (1998, p. 47) as festas instituíram um contrato social, que incluía a busca de semelhanças, dentro das diversidades, através da linguagem, do diálogo entre os diferentes. Assim, para a autora, desde o período colonial as festas “estabeleciam a comunicação entre as culturas e criavam um modelo de sociabilidade”, servia como mediação entre natureza local e o instrumental cultural dos colonizadores, (entre etnias, mitos e tempos históricos diversos).

Durkheim apud Amaral (1998) faz uma reflexão sociológica sobre a função recreativa

das festas ao afirmar que, “no divertimento de determinado grupo, o indivíduo desaparece e passa a ser denominado pelo coletivo, e desta forma as crenças grupais e as regras tornam possível a vida em sociedade”. (DURKHEIM PUD AMARAL, 1998, p.26). Ainda, a autora salienta que, para Durkheim, os laços sociais correm o risco de se desfazerem e as cerimônias festivas, ou os ritos religiosos, possuem o papel de mantê-la unida. Assim, as festas contribuem para que a sociedade estabeleça os laços sociais.

Da Matta (1986) explica que “todas as festas – ou ocasiões extraordinárias – recriam e resgatam o tempo, o espaço e as relações sociais” (DA MATTA, 1986, p. 81). Já as pesquisas mais atuais sobre o assunto apontam para os significados e as representações que as festas possuem para as sociedades. Estas pesquisas destacam que as festas podem explicar a forma de organização de determinada sociedade e suas contribuições para a formação de uma identidade diferenciada. É o caso das pesquisas de Amaral (1998), Santos (2004) e Morigi (2007), conforme detalharemos abaixo.

Amaral (1998) pesquisou as principais festas brasileiras como a *Oktoberfest* de Blumenau, as Festas Paulistas, as Festas Juninas, as Festas do Divino Espírito Santo, e a Festa do Círio de Nazaré. Sobre as festas brasileiras, a autora apresenta três hipóteses que justificam as suas criações. A primeira delas é que as festas assumem dimensão cultural, na medida em que ocupam lugar privilegiado no folclore brasileiro; a segunda, que as festas demonstram a organização social dos grupos em ação e, a terceira, que as festas são um excelente negócio, produto turístico capaz de fomentar a economia das cidades. As hipóteses trazidas pela autora possuem muita relevância, pois demonstram que, através das festas, é possível identificar o perfil de uma cidade e ainda possibilitar o seu desenvolvimento. (AMARAL 1998, p. 7).

A constante vinda de colonizadores ao Brasil, no século XVIII, contribuiu, em tese, para que as festas assumissem novas características, já que houve a influência de novos costumes e crenças, sobre as tradições locais e regionais. (TINHORÃO, 2000). As fusões entre as culturas, ou seja, a aculturação dos povos e os comportamentos de diversos grupos contribuíram para o desenvolvimento das práticas étnicas, sendo uma delas as festas que, além de aproximar culturas, estabeleceram trocas entre as mesmas.

Já Santos (2004) pesquisou uma festa étnica, a Festa da Uva de Caxias do Sul,

realizada sob forte influência da etnia italiana. Para a autora, a festa “atua como um elemento que reafirma os valores simbólicos do grupo de descendentes de imigrantes, reforçando, ao restante da sociedade, uma imagem que valoriza os pioneiros, os desbravadores e civilizadores de uma terra selvagem, os bons trabalhadores e bons católicos e, desta forma, merecedores do êxito econômico e do prestígio político e social”. (SANTOS, 2004 p.25).

Morigi (2007) observou a construção simbólica das festas, como uma teia significativa que envolve e fortalece uma identidade. No caso, deteve-se a analisar, o Maior São João do Mundo, de Campina Grande (PB). Para o autor, a festa junina estabelece relações entre o passado e o moderno, a partir de mediações e construções de discursos sobre identidade nordestina. Ainda, a festa junina pode ser mencionada como um exemplo de comemoração que se enraizou pelo Brasil e assumiu características específicas conforme cada região. Embora estas festas estejam modificadas das formas originais, elas promovem a aglutinação de multidões e estão inseridas no calendário comemorativo das mais diversas regiões do país.

Ainda para Morigi (2007), a idéia de construção, pressupõe a noção de mediação, papel daqueles que construiriam as interpretações, que sustentam as construções de identidade nacional. Nesse sentido, os folcloristas, nas décadas de 30 e 40 do século XX, exerceram um papel de destaque pois, através dos estudos que realizavam, desenharam o país regionalmente, fornecendo elementos para que insturassem as construções ideológicas, a partir da idéia de integração e, desta forma, tornaram-se responsáveis pela formação da identidade nacional. (MORIGI, 2007, p. 26).

Já Segalen (2002, p.104) diz que as festas “servem de suporte aos poderes políticos locais que se valorizam por meio de mais uma encenação”. Sob este aspecto, podemos afirmar que as festas fazem parte do jogo político que, juntamente com a mídia local, consegue seduzir a comunidade, com discursos que afirmam que as festas podem trazer vantagens ao município. Estas vantagens vão desde a criação de empregos diretos e indiretos até a fomentação do turismo, do comércio e demais setores, contribuindo para a sua diferenciação e, de certa forma, para o seu desenvolvimento regional. Assim, uma festa é capaz de gerar deslumbramento no imaginário coletivo e pode favorecer tanto a imagem de determinado grupo político como de um município.

Entende-se, com isso, que as festas não ocorrem espontaneamente ou isoladas, mas fazem parte de um complexo processo de planejamento que almeja atingir um determinado fim. Canclini (1983, p.54) afirma que “a festa sintetiza a totalidade da vida de cada comunidade, a sua organização econômica e suas estruturas culturais, as suas relações políticas e as propostas de mudanças”. Weber (1997) também assinala que toda organização festiva se constrói a partir de componentes conscientes, pois os valores orientam a ação e podem ser fundamentais para definir o padrão de comportamento de uma sociedade. Assim, as festas se constituem como um espetáculo para satisfazer as massas e são geralmente influenciadas por forças de caráter político, econômico e ideológico.

Assim, podemos dizer que as festas tornaram-se comuns em várias regiões do Brasil. Todos os estados incluem diversas comemorações festivas em seus calendários, que vão desde manifestações populares dos santos padroeiros, celebrações de datas cívicas e colonizações, até festas comerciais que valorizam o principal produto agrícola de uma cidade ou região. De forma geral, as festas estão associadas à história e aos mitos e, por isso, muitas delas são de cunho étnico, enfatizando e exaltando determinada etnia. As festas de cunho étnico são destaques mais frequentes no sul do Brasil por esta região do país possuir uma característica civilizatória mais diversificada.

As festas étnicas, ou religiosas, entre outras, se destacam pela tentativa de afirmar e reafirmar uma identidade através das representações do passado e valores legitimadores do presente. Mostram-se com uma cultura diferenciada e supervalorizada e são organizadas buscando marcar as origens étnicas da comunidade a partir das representações e das manifestações simbólicas. Assim, as festas étnicas apresentam como característica marcante, a necessidade de narrar à sua maneira, a história de determinada comunidade.

Cohen (1978, p. 117) apresenta o conceito de etnia como, “uma coletividade de pessoas que partilham alguns padrões de comportamento normativo, ou cultura”. Já Weber (1994, p. 270) colabora com a seguinte afirmação,

chamaremos grupos ‘étnicos’ aqueles grupos humanos que, em virtude de semelhanças no *habitus* externo ou nos costumes, ou em ambos, ou em virtude de lembranças de colonização e migração, nutrem uma crença subjetiva na procedência comum, de tal modo que esta se torna importante para a propagação de relações comunitárias, sendo indiferente se existe ou não uma comunidade de sangue efetiva.

Como exemplo de festas étnicas, podemos citar a festa de Caxias do Sul, (RS) estudada por Santos (2004), onde as representações da etnia italiana são reforçadas por meio da Festa da Uva, entre outras que acontecem no estado, como a Festa Portuguesa de Rio Pardo (RS), a *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul, a Festa das Etnias que acontece anualmente em Criciúma (SC) e em Ijuí (RS), e centenas de outras festas. Esta última visa promover as manifestações culturais de diversas etnias, e integrar os colonizadores da região. Entre as principais etnias representadas nesta festa estão a africana, a polonesa, a portuguesa, a alemã, a árabe e a italiana.

Já a *Oktoberfest*, além de Santa Cruz do Sul, também ocorre em diversas cidades do sul do país como, Blumenau/SC, a maior do gênero no país, Igrejinha, Feliz, Estrela, Vitor Graeff, Santo Cristo, São Vicente do Sul, Dois Irmãos, Nova Petrópolis, Tapejara, e em Pelotas. (ROCKENBACH e FLORES, 2004 p. 57). A *Oktoberfest* que acontece em Santa Cruz do Sul, busca reviver alguns aspectos da história, vê no pioneiro/imigrante uma maneira de representar e folclorizar uma identidade fortalecida na etnicidade, e ritualiza valores que são importantes para determinado grupo.

2.1 Da Festa Nacional do Fumo para a *Oktoberfest*

A partir da década de 30, as festas começaram a ser criadas no estado do Rio Grande do Sul. O intuito de realizar festas no estado era, sobretudo, incentivar o turismo e a divulgação das atividades agrícolas, industriais e comerciais de cada região. Dessa forma, muitas delas eram voltadas para a valorização do principal produto agrícola ou industrial dos municípios. Como exemplo, podemos mencionar as seguintes festas, com seus respectivos nomes de criação: Festa da Uva,³⁶ (1931) de Caxias do Sul; Festa do Arroz, (1941) de Cachoeira do Sul; Festa do Pêssego, (1963) de Pelotas e Festa do Calçado (1963), de Novo Hamburgo. Já Santa Cruz do Sul, que tinha o fumo como principal produto agrícola e de grande influência econômica no mercado interno e externo, motivado pelos resultados que a

³⁶ A Festa da Uva de Caxias do Sul, além de ser uma festa que valoriza o produto agrícola do município também é uma festa étnica que valoriza os imigrantes italianos que se instalaram na região. Sobre este assunto ver: SANTOS, Mirian de Oliveira. *Bendito é o fruto: Festa da Uva e Identidade entre os Descendentes de Imigrantes Italianos de Caxias do Sul-RS*; 2004.

cidade de Caxias e Cachoeira do Sul alcançavam com a Festa da Uva e do Arroz, no ano de 1966, realiza a I Festa Nacional do Fumo (FENAF)³⁷, após muitos anos de planejamento.

Na década de 40, as festas, além do incentivo que tiveram dos municípios, passaram a ser estimuladas pelo governo do estado do Rio Grande do Sul, através de políticas de incentivo ao turismo. Promover o desenvolvimento do turismo no estado era uma atividade econômica rentável, pois isto já ocorria em outros países, principalmente europeus, que viam nas festas, e no turismo, um fator de desenvolvimento para as cidades. Para isso, o Rio Grande do Sul, cria em 1950, pela Lei nº 997, o Serviço Estadual de Turismo, (SETUR), para assegurar ao estado a condição de pioneiro do turismo, oficializado no Brasil. Esta iniciativa fez com que, mais tarde, outros estados plagiassem a decisão do governo gaúcho. Emissários de outros estados eram enviados para o Rio Grande do Sul para aprender com a experiência do turismo gaúcho. (GOIDANICH, 1993, p. 45).

Os preparativos para a primeira edição da Festa Nacional do Fumo iniciaram após as comemorações do centenário de imigração alemã, no ano de 1949. Mas muitos obstáculos impossibilitavam a realização da Festa do Fumo, especialmente a necessidade de construir um parque para sediar a festa. Para a construção deste parque, muitas tentativas de arrecadação de verbas foram feitas junto ao governo do estado. Além disso, vários conflitos entre Poder Público Municipal e organizadores da FENAF aconteceram, relacionados às exposições agropecuárias e ao pagamento de obras do parque onde a festa se realizaria. A festa do fumo, além de não ter sido abraçada por toda comunidade, gerava dúvidas quanto a sua realização. A imprensa relatava que a realização da festa estava apoiada num tripé, onde o parque, o calçamento da cidade e a conclusão do Cine-Hotel estavam incluídos³⁸. Estes fatores influenciaram a comunidade a ver a realização da festa com descrédito, e o município demonstrava não possuir infra-estrutura suficiente para realizar um evento de grande porte, pois faltavam hotéis, restaurantes e o próprio parque. Por isso, até a consolidação do evento, passaram-se dezessete anos de muitas tentativas por parte das fumageiras, e do Poder Público de Santa Cruz do Sul.

Em 1954, a Lei Municipal nº 307, elege o primeiro conselho para organizar a FENAF

³⁷ Sobre a FENAF ver Suzana Maria Teichmann (2002).

³⁸ Gazeta do Sul (16/02/1978).

e, em 1960, Léo Kraether, é eleito o primeiro presidente da festa. Naquele mesmo ano, Kraether inicia os preparativos da Festa do Fumo e consegue recursos junto ao Poder Público do município para a construção do pórtico do parque, calçamento das ruas de acesso, e infraestrutura necessária.³⁹ Em 1965, comissões são criadas para dar continuidade aos preparativos da festa, nas áreas de finanças e construção, propaganda e promoções, comissão técnica, parque, iluminação, pavimentação, agropecuária, hospedagem, comissões sociais e de teatro. Outras subcomissões também foram sendo criadas, conforme as necessidades surgiam no decorrer da organização.

O Cine-Hotel foi concluído e inaugurado em outubro de 1966, e recebeu posteriormente o nome de Charrua. Enquadrado na categoria luxo, sua inauguração estava associada à FENAF que, estrategicamente, queria demonstrar aos visitantes que Santa Cruz do Sul poderia oferecer uma estadia de qualidade. Na época, a cidade contava com dez hotéis e, mesmo com a inauguração do Charrua, a comissão da festa temia a falta de quartos para os visitantes. Com isso, foi criada uma subcomissão de hospedagens, que visava cadastrar residências que se disponibilizassem para receber os visitantes durante a festa. Nota-se, neste momento, um engajamento e participação coletiva da comunidade santa-cruzeense para apoiar as ações que se relacionavam a festa. Um exemplo disso, também foram as ações voltadas para a limpeza da cidade, educação e hospitalidade do povo. Sobre este aspecto, podemos citar a campanha “Cidade limpa, povo educado”, realizada pela Escola Ernesto Alves de Oliveira, que tinha como objetivo incentivar a população a manter a cidade limpa e causar boa impressão aos visitantes. Ainda o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), incentivado por organizadores da FENAF, começa a realizar cursos que preparavam a comunidade para ser hospitaleira e ornamentar as vitrines das lojas para a festa. (TEICHMANN, 2002, p. 40-44).

Estes fatos evidenciam que a partir daquela década de 60, a comunidade santa-cruzeense e suas elites começavam a dar uma maior atenção à imagem que o município iria transmitir por meio da festa, e buscavam iniciativas embasadas no trabalho, na ordem e na busca contínua pelo desenvolvimento para demonstrar a sua organização, e deixar uma boa impressão aos visitantes. O progresso passou a ser simbolizado pelas chaminés das indústrias

³⁹ Jornal Gazeta do Sul (29/1101962).

e Santa Cruz do Sul, motivada neste propósito de demonstrar o seu desenvolvimento gerado pelas indústrias de fumo, ansiava por se divulgar e se intitular como a Capital do Fumo, objetivo que poderia ser alcançado com a realização da FENAF. Assim, podemos notar que, relacionado à festa, estavam muitos interesses políticos e empresariais que visavam a divulgação da cidade e, principalmente, a expansão da economia fumageira no cenário nacional.

Em julho de 1966, acontece um baile para escolha de rainha e princesas da I FENAF. O detalhe interessante, é que as candidatas desfilaram com traje típico das diversas regiões da Alemanha e, no desfile foi feita a narrativa, para a comunidade, sobre os locais de onde os imigrantes de Santa Cruz do Sul emigraram. Pode-se notar que, desde as primeiras iniciativas da Festa do Fumo, a presença do germanismo é constante, algumas vezes mais bem representado que o próprio fumo. Este concurso foi uma maneira de iniciar a divulgação da festa, e após a escolha da rainha e princesas a divulgação e promoção da festa se estenderam para as principais cidades do país.⁴⁰

A I FENAF aconteceu de 15 de outubro a 6 de novembro de 1966 e teve como principal público autoridades do país e a própria comunidade, que prestigiaram o maior evento até então promovido pelo município. A partir deste momento, a festa começa ser vista com bons olhos pela comunidade, principalmente porque o município poderia demonstrar o seu desenvolvimento econômico e explorar junto a Festa do Fumo, as questões da cultura alemã.

Muitas das informações que seguem foram retiradas do jornal Gazeta do Sul⁴¹, primeiro, por este veículo de comunicação ser participante direto nas discussões sobre a FENAF e segundo por ser o jornal mais antigo em circulação no município de Santa Cruz do Sul e região. Pode-se afirmar que o jornal Gazeta do Sul tornou-se um instrumento pedagógico, possuidor de grande influência para a formação de opinião dos santa-cruzenses. Fora o estudo sobre as FENAFs realizado por Teichmann (2002), não há outras fontes para a obtenção de informações, sobre a festa do fumo, que não seja o veículo da imprensa escrita.

⁴⁰ A comitiva composta por rainha, princesas e vice-presidente da FENAF visitaram Porto Alegre (RS), São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG) e Brasília (DF). (TEICHMANN, 2002, p. 50).

⁴¹ Sua criação está vinculada a extinção, em 1941, do tradicional Jornal Kolonie, editado em língua alemã, e que foi fechado em função da Campanha de Nacionalização e da Segunda Guerra Mundial.

Cabe salientar que os meios de comunicação de massa exercem um papel importante para a propagação de referenciais simbólicos, demonstrando o posicionamento dos atores sociais e as relações de poder de uma sociedade.

Os auxílios para a organização da I FENAF, e os apoios financeiros para os materiais de divulgação foram fornecidos pelo Serviço Estadual de Turismo (SETUR), que representado pelo diretor Guilherme Schultz Filho, também contribuiu com sugestões voltadas para a programação da festa. Para Schultz, a festa deveria seduzir os turistas com atrativos de cunho cultural e gastronômicos e, para isso, era preciso “fazer da Festa do Fumo a festa da colônia alemã no Rio Grande do Sul” e passar uma imagem de festa e não somente de feira comercial.⁴² Assim, incentivada pelo SETUR, inicia em Santa Cruz do Sul os discursos da identidade alemã, promovidos por meio de uma festa.

Durante a festa, os jornais começaram a motivar a população, ao descreverem que através da FENAF o estado e o país poderiam conhecer todo o “progresso” de Santa Cruz do Sul, aos moldes do que já acontecia em Caxias do Sul com a Festa da Uva. O jornal Gazeta do Sul também noticiava que a comunidade precisava se empenhar para agradar os visitantes, como aparece nesta citação.

Não podemos deixar faltar nada. O povo desta cidade será o maior responsável pela recepção, pelo carinho que deverão oferecer aos visitantes. A população deverá mostrar a nossa educação, a tradicional hospitalidade e amabilidade. Vamos receber aos que a nós vierem com o máximo de gentileza.⁴³

Seis anos após a primeira edição da FENAF, de 26 de outubro a 12 de novembro de 1972 é realizada a II FENAF; e a III FENAF, da mesma forma, seis anos depois, de 28 de setembro a 15 de outubro de 1978. Ambas obtiveram a mesma proposta da primeira festa, porém com alguns aprimoramentos na programação do evento, reformas e ampliações no parque, como a construção e inauguração do restaurante *Bierhaus*⁴⁴ em 1972.

Segundo Teichmann (2002, p.124), as edições da FENAF, apesar do aparente sucesso

⁴² Jornal Gazeta do Sul (10/09/1966).

⁴³ Jornal Gazeta do Sul (11/10/1966).

⁴⁴ *Bierhaus* foi criado para servir pratos típicos da gastronomia alemã e apresentações artísticas das tradições germânicas. A tradução da palavra *Bierhaus* significa “casa do chope”.

alcançado, não apresentaram contribuição efetivas para a área de turismo, pois o turismo, enquanto atividade econômica receptiva, não foi alavancado por meio das edições da Festa Nacional do Fumo. Santa Cruz do Sul visava o desenvolvimento através do trabalho e da indústria, e o turismo era visto como uma atividade antagônica ao modelo industrial existente. Assim, podemos considerar que o principal objetivo da festa era tornar Santa Cruz do Sul reconhecida pelo seu progresso e desenvolvimento industrial, por isso a festa destinava-se mais aos empresários, que diretamente ao povo, aos visitantes.

No final da III FENAF, de 1978, as indústrias de fumo, maiores patrocinadoras da festa, questionaram a viabilidade de continuar realizando o evento, já que os principais clientes das indústrias do tabaco não estavam no Brasil. As fumageiras garantiam a venda do fumo sem a necessidade de realizar uma festa e fazer investimentos nesta área. O jornal *Gazeta do Sul*, noticiava em outubro daquele ano, uma matéria questionadora em relação à festa, dizendo: *Valeu a pena? Considerado sob o ponto de vista comercial, houve um investimento muito alto para um retorno incerto.* A matéria citava ainda a situação do Parque da FENAF que ficava inutilizado durante os cinco anos, em que não era realizada a festa, bem como o restaurante *Bierhaus*, que permanecia praticamente em desuso a maior parte do tempo.⁴⁵

Em 1979, o secretário do Turismo de Santa Cruz do Sul, Ademir Mueller, percebendo a carência de atividades turísticas no município, começa a fomentar esta área, propondo a criação de uma festa que valorizasse as tradições germânicas, diferenciase Santa Cruz do Sul dos demais municípios da região e do estado e diversificasse a economia existente. Mueller se destacou como o idealizador e precursor da *Oktoberfest* em Santa Cruz do Sul, por buscar inúmeras alternativas que viabilizassem a mesma.

A princípio a *Oktoberfest* não deveria substituir a FENAF, porque se diferenciavam uma da outra. Mas havia muita expectativa para que a festa alcançasse o *status* da FENAF, pela proporção nacional que a Festa do Fumo havia alcançado. Em 1985, alguns empresários do setor fumageiro se reuniram para discutir os rumos da próxima FENAF.⁴⁶ Concluíram que

⁴⁵ Jornal *Gazeta do Sul* (24/10/1978).

⁴⁶ Na matéria “Como deveria ser a IV FENAF na opinião dos empresários?” do Jornal *Gazeta do Sul* do dia 16 de novembro de 1985, muitas sugestões foram lançadas para aperfeiçoar a programação da festa e alterar o seu período de realização para fevereiro e março, já que os compradores de fumo se encontravam na região. Mas a

só poderia continuar mediante a implementação de uma nova estratégia, já que o fumo por si só não era um atrativo suficiente. Para eles, a FENAF não deveria ser substituída pela *Oktoberfest* e esta defesa ao evento se dava por considerarem que o produto que deveria estar sempre em evidência em Santa Cruz do Sul era o fumo, já que ele gerava o potencial econômico do município. Hainsi Gralow,⁴⁷ presidente da Associação de Fumicultores na época, afirma nesta reunião, o seu orgulho em divulgar, em suas viagens, o município de Santa Cruz do Sul como a Capital do Fumo.⁴⁸

Guido Ernani Kuhn, na coluna Canto da Página, do jornal Gazeta do Sul, sob o título *Ontem a FENAF, Hoje a Oktoberfest*, comenta que a FENAF era uma festa do passado, e que a *Oktoberfest* se destacaria pela sua frequência anual, já que a cada ano, a mesma poderia ser aperfeiçoada. A festa poderia alcançar projeção nacional e “divulgar as coisas típicas da colonização germânica que zelosamente tentavam conservar e cultuar com entusiasmo maior”. Ainda, para ele, a *Oktoberfest* mostraria o amadurecimento cultural que começava a se processar no município.⁴⁹

Assim, a FENAF foi encerrada com sua última edição em 1978. Neste mesmo contexto, observa-se uma forte influência das campanhas antitabagismo que cresciam no mundo desde a década de 60 e começavam a ganhar mais adeptos no Brasil e no Rio Grande do Sul.⁵⁰ Como Santa Cruz do Sul já vinha reforçando a identidade alemã em diversos momentos, inclusive por meio da FENAF, a festa que começava a ganhar maior destaque e, a ser abraçada com maior entusiasmo pela comunidade era a *Oktoberfest*, por ser uma festa destinada para a comunidade e para os turistas.

A festa de outubro, *Oktoberfest* acabou substituindo à Festa Nacional do Fumo, FENAF. Dentre os motivos, alguns foram políticos e influenciaram a alteração de foco da Festa do Fumo, para a festa étnica. Podemos afirmar que o município de Santa Cruz do Sul conseguiu forte projeção de sua imagem, frente ao estado e país, e construiu sua identidade

IV FENAF acabou não se concretizando, como será melhor detalhado a seguir.

⁴⁷ Hansi Gralow (in memoriam) presidiu a Associação de Fumicultores do Brasil por 23 anos num total de 31 anos envolvido com a Associação.

⁴⁸ Jornal Gazeta do Sul (16/11/1985, caderno fim de semana).

⁴⁹ Jornal Gazeta do Sul (26/09/1985, p. 2).

⁵⁰ Jornal Gazeta do Sul (22/10/2002).

com grande influência destas festas, sendo que a FENAF identificava o município como Capital do Fumo, e a *Oktoberfest*, além de atuar como fortalecedora do turismo local, ainda contribuiu para a construção de um imaginário social ligado ao passado, ao resgate das tradições germânicas.

Importante destacarmos que os organizadores da FENAF, num primeiro momento, demonstraram descontentamento quanto à substituição de uma festa por outra, pois a cidade criaria a sua imagem a partir de uma das festas⁵¹. Por isso, alguns defendiam a criação de uma identidade relacionada ao fumo, por se caracterizar a principal cultura agrícola, e neste sentido a FENAF deveria continuar. Já outros, geralmente pessoas relacionadas ao Poder Público Municipal, viam na *Oktoberfest* uma maneira de fortalecer a identidade étnica e diversificar a economia através do turismo. Nota-se, neste momento, que as relações de poder e os interesses entre organizadores da FENAF e políticos do município se chocam, ocasionando a insatisfação de um determinado grupo, como demonstra o comentário de Norberto Schmidt na coluna “Comentando” do jornal Gazeta do Sul,

a Oktoberfest pouco representa para a promoção da produção do nosso município, mesmo porque as mesmas festas vêm se realizando também em outros municípios do nosso Estado, bem como no de Santa Catarina. São estas para oportunizar prazer e distração, sem dúvida, mas que não expressam a força econômica, agrícola e industrial do nosso município. A FENAF projetou pelo mundo afora a cultura do fumo do município, por ser um produto de grande expressão⁵².

Como já comentado, principalmente a partir da década de 70, Santa Cruz do Sul dá ênfase ao discurso étnico, com diversas iniciativas voltadas para o resgate do passado e da cultura alemã. Estas tentativas buscavam promover o discurso da identidade do município embasada num processo que incluía homenagens aos imigrantes e a folclorização das tradições germânicas. Para Ademir Mueller, secretário do turismo da época, tanto a Campanha de Nacionalização quanto a II Guerra Mundial representaram uma catástrofe para o setor cultural, afetando profundamente os costumes da região. Dessa forma, ao assumir a

⁵¹ Algumas importantes cidades da Europa também se utilizaram da estratégia de fortalecer a sua imagem para conseguir se diferenciar e com isso se desenvolver na área turística. Podemos falar que esta alternativa vê as cidades como marcas, por exemplo Paris é romance, Milão é estilo, Nova York é energia, Tóquio é modernidade e Barcelona é cultura. Neste sentido, Luiz Borges Gouvêa explica que “todas as cidades famosas e de sucesso construíram suas identidades a partir de sua história, suas belezas, seus monumentos, personagens e ícones.” (DESIGN BRANDING MAGAZINE, 2007 p. 87).

⁵² Jornal Gazeta do Sul (07/12/1990).

secretaria, sua principal intenção foi “criar um evento turístico de conotação germânica, ao ensejo da Semana da Imigração, que fizesse ressaltar aos olhos do Rio Grande e do Brasil as tradições, a cultura e o trabalho do povo de Santa Cruz do Sul”⁵³.

Expressar e promover a valorização da cultura alemã das mais variadas formas, era o discurso do momento, sob a justificativa de incentivar o turismo de Santa Cruz do Sul. Foi por meio destas alternativas, que a *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul, através de Ademir Mueller e outros incentivadores, começa a ser organizada na tentativa de fazer com que a população santa-cruzense se interessasse e se identificasse com a mesma. Assim, a *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul foi criada sob forte influência de estimular o turismo no município e homenagear os imigrantes, fazendo uso dos valores e costumes da etnia alemã, que já vinham sendo reforçados na cidade através de outros festejos como, a Semana de Imigração Alemã e a Noite do Chucrute. Neste sentido, podemos afirmar que a *Oktoberfest* folcloriza a condição de imigrante, e da cultura alemã, para criar uma identidade étnica, ritualizando valores que se tornaram importantes para um determinado grupo.

2.2 A história da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul

As primeiras edições da *Oktoberfest*, de certa maneira moldaram a festa, promoveram o recorte necessário para que ela fosse mantida e apropriada suas demais edições. Nestas primeiras edições, os visitantes e comunidade local podiam apreciar a feira, os bailes típicos e a gastronomia, elementos existentes até a edição atual, porém hoje com maior aperfeiçoamento. A *Oktoberfest* foi criada no ano de 1984, mas reeditada e recriada anualmente sempre orientada pela criatividade dos organizadores para simbolizar os costumes germânicos.

Os preparativos para a primeira *Oktoberfest* se iniciaram em 1979, com a previsão de realizar a festa para o ano de 1980. Neste ano Mueller articulava com a Secretaria Estadual de Turismo e com o Consulado da Alemanha, a possibilidade de trazer uma banda alemã e manter a troca de idéias para a produção da festa, a exemplo do que a cidade de Munique já realizava. O vice-cônsul da Alemanha, Ulf-Dieter Klemm, assegurou ajuda para os

⁵³ Jornal Gazeta do Sul (25/07/1979).

preparativos da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul, mas a grande preocupação dos organizadores era de levar divertimento às pessoas, através de uma diversificada programação, sem pecar nos quesitos de decoração, trajes e gastronomia, que iriam simbolizar a cultura alemã de Santa Cruz do Sul, para os visitantes.⁵⁴

Mas, naquele momento, o Poder Público não se posicionava de forma motivadora em relação a festa, e o secretário, Ademir Mueller, percebendo este descaso, decide se afastar do cargo no ano de 1980, para reassumi-lo no ano de 1983, com a condição de retomar os projetos da *Oktoberfest*. A partir deste momento, muitas reuniões começaram a ser realizadas com a comunidade, com o secretário do turismo do estado, Horst Volk, e com os secretários de turismo do Vale do Rio Pardo. Em uma destas reuniões, realizada em junho de 1983, Ademir Mueller esclarece a proposta da festa, e faz um grande apelo a todos os setores da comunidade, indústria, comércio, povo em geral e áreas culturais do município, para que a festa fosse um sucesso. Naquele momento, também se mencionava a obtenção de lucros por meio da festa, ou seja, a mesma visava a comercialização, e serviria como uma alternativa para a movimentação da economia local.

Em reportagens do jornal Gazeta do Sul, Ademir Mueller, aparece constantemente com uma postura de motivador para a concretização da *Oktoberfest*, seus discursos apresentavam argumentos para convencer a comunidade e demais influências do município para despertarem nesta área, porque, para ele,

a realização da festa só traria aspectos positivos, porque junto viria à geração de empregos, ocupação de rede hoteleira e de restaurantes, venda de artesanato e de produtos coloniais, venda da imagem de Santa Cruz do Sul, intercâmbio cultural, venda de produtos manufaturados e uma série de outros benefícios.⁵⁵

“Essa fórmula de tomar as tradições culturais regionais e utilizá-las como formas de lazer, espetacularizando as festas, (...) é uma estratégia política e uma maneira simpática, porém não nova, que as autoridades encontraram de gerar e aumentar a receita dos cofres municipais”. (MORIGI, 2007, p. 39). Ainda para o autor, hoje as festas,

⁵⁴ Jornal Gazeta do Sul (11/08/1979).

⁵⁵ Jornal Gazeta do Sul (11/06/1983).

estão reatualizadas em forma de eventos profanos, comerciais, econômicos e políticos plenamente rotinizados e inserido no cotidiano das pessoas. (...) Foram apropriadas pelos dirigentes públicos e empresariais, transformando-se em megaeventos, cujo caráter de empreendimento econômico e comercial tornou-se muito acentuado, (...) constituindo-se uma receita para o sucesso de muitas administrações. (MORIGI, 2007, p. 40).

A expectativa dos organizadores para a realização da primeira *Oktoberfest* aumentava a cada ano. Todo este processo de construção e organização do produto festa é citado de forma entusiasmada nas reportagens da Gazeta do Sul, nos anos e meses que antecedem a primeira edição do evento. Em maio de 1984⁵⁶, por exemplo, a *Oktoberfest* faz o seu primeiro lançamento oficial no município com a presença de membros da comissão organizadora, entre eles, Ademir Mueller; Luís Hofmeister; Armando Wink, Hardy Martin e o prefeito Arno Frantz. Na oportunidade, os organizadores e o prefeito demonstram, em seus discursos, a grande expectativa em torno da festa e reforçam a necessidade de preservar os costumes da cultura germânica. Eles estavam visualizando a festa, como um produto turístico, uma tentativa para lançar Santa Cruz do Sul no cenário estadual e nacional.

Para a organização da primeira edição da festa, cerca de oitenta pessoas da comunidade santa-cruzensense se envolveram, voluntariamente. Este fato demonstra a vontade de um grupo em construir um festejo que mostrasse e afirmasse para os visitantes a cultura de Santa Cruz do Sul atrelada à etnia alemã. *Um brinde à alegria* e a intimação, *Faça com que Santa Cruz do Sul seja a capital da alegria* como títulos de reportagens da Gazeta do Sul, são exemplos de como a festa foi pensada e pronunciada para a comunidade santa-cruzensense no ano de 1984. A partir de entrevistas a rádios, os idealizadores reforçavam este aspecto e já divulgavam as principais atrações que poderiam ser conferidas nos dias do evento. Abaixo, o cartaz de divulgação da 1ª *Oktoberfest*, onde o chope e a gastronomia alemã, composta por lingüiça, chucrute⁵⁷ e carne, são colocados em destaque. Um detalhe significativo é que os cartazes das primeiras festas, diferente dos cartazes das festas atuais, não trazem as cores da Alemanha, ou seja, o vermelho, amarelo e preto.

⁵⁶ Jornal Gazeta do Sul (29/05/1984).

⁵⁷ Repolho picado e fermentado em salmoura, acompanhamento de vários pratos da gastronomia alemã.



Imagem 3 - Cartaz de divulgação da 1ª *Oktoberfest*

Fonte: Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul

Em 26 de julho de 1984, aconteceu o concurso de escolha da rainha e princesas da 1ª *Oktoberfest*. As soberanas escolhidas foram Cristiane Bublitz como rainha e Simone Scholz e Janine Luciana Antonio, como princesas. Como figura emblemática, as soberanas escolhidas simbolizam a descendência de alemães e durante os meses que antecedeu o evento, fizeram a divulgação e os lançamentos da festa em Porto Alegre e no município de Santa Cruz do Sul.



Imagem 4 - Soberanas da 1ª *Oktoberfest*

Fonte: Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul

Em setembro de 1984, o coordenador de promoções da primeira festa, Carlos Rosa, diz em entrevista ao caderno fim de semana do jornal Gazeta do Sul, que “mesmo não sendo filho da terra, sente-se honrado em cooperar com o evento que marcará de forma indelével a localidade”. Ainda em suas palavras,

A Oktoberfest abrirá caminhos para o turismo em Santa Cruz do Sul

A Oktoberfest será a grande festa da alegria, a festa da comida típica germânica, a festa da bandinha e a festa do chopp. (...) A Oktoberfest servirá de marco inicial para um maior desenvolvimento de Santa Cruz do Sul como pólo turístico, sendo a intenção principal atrair para cá o máximo de forasteiros que, além de conhecer o nosso potencial turístico, poderá familiarizar-se com os usos e os costumes de uma tradição que povoa o estado desde 1824. (...) Esta primeira Oktoberfest terá atrações para todos os gostos e elas vão desde competições esportivas – corrida da chama do imigrante, jogos de serradores e lenhadores, etc. – até apresentações culturais de alto nível. (...) A Oktoberfest terá ainda desfile de modas a cargo das etiquetas exclusivamente santa-cruzesenses, teatro infantil, bailes típicos, choperia, casa de Café Colonial, parque de diversões, exposição de artesanato, feira de gado leiteiro, simultânea de xadrez, feira colonial e uma variedade enorme de atrações. (...) Estas dez noites serão pequenas para abrigar o povo santa-cruzeiro e os visitantes, uma vez que ninguém esquecerá o sabor da comida, o chope gelado e as noites acompanhadas do som das bandinhas na execução de polkas, dobrados e valsinhas.⁵⁸

Fica claro, nesta citação, que as intenções da festa iam além da atingir uma boa dimensão turística para o município. Desejava-se reforçar os usos e costumes da etnia alemã, e atrair pessoas que consumissem o suficiente para a festa promovesse lucros. Neste sentido, a festa tornou-se comercial e, já nos preparativos de sua primeira edição, reveste-se de simbolizações. Para Segalen (2002, p. 92) “uma festa é uma ação simbólica”, na medida em que busca ser reconhecida e fixada através de seus símbolos. Muitos elementos são ritualizados e colocados em movimento através de cada atrativo da festa. Assim a *Oktoberfest*, bem como qualquer outra festa, independente de seu gênero, configura-se a partir de elementos introduzidos e estilizados.

Este processo de criação da festa apresentou algumas prioridades sobre o que deveria ou não ser representado a respeito da cultura alemã e, com isso, foi feito um recorte que privilegiou determinados elementos, em detrimento de outros. Neste sentido, recorremos a afirmação de Da Matta (1998, p.74), “tudo numa sociedade é inventado, mas nem tudo é minuciosamente lembrado ou transformado em fantasmas capazes de assaltar a nossa consciência”. Sendo assim, existem limites para a invenção e (re)produção das tradições, ou

⁵⁸ Jornal Gazeta do Sul (22/09/1984, caderno fim de semana).

seja, mesmo as tradições inventadas precisam fazer sentido para uma comunidade, não podem sem apenas impostas.

A iniciativa de criar uma chama do imigrante alemão, como mencionado na citação do coordenador de promoções, que partisse de São Leopoldo e percorresse os municípios de origem germânica, Montenegro, Estrela, Lajeado, Venâncio Aires, Vera Cruz foi uma forte construção simbólica que, além de homenagear a trajetória do imigrante alemão, também possibilitou a construção de uma narrativa que prestasse estima e glamorização aos colonizadores desta etnia no município. Para Morigi (2007), p. 41), “as festas tornaram-se objeto simbólico de consumo e estão vinculadas ao imaginário social, às significações e as construções identitárias, através do conteúdo ideológico que promove um sentimento de pertencimento aos participantes da festa, fazendo-os crer e pertencer imaginariamente a ela e ao seu lugar”. (MORIGI, 2007, p. 41).

Após anos e meses de preparação, de 28 de setembro a 07 de outubro de 1984, Santa Cruz do Sul realizou a sua 1ª *Oktoberfest*. A festa étnica, que pode ser apreciada pela comunidade e visitantes da região aconteceu no Parque da FENAF e reuniu música, alimentação e chope, características que foram subsidiadas e inspiradas na *Oktoberfest* da Alemanha. Ainda, muitos subsídios e artefatos antigos foram buscados na colônia, no interior do município, na tentativa de “resgatar” a história, sensibilizar a comunidade e promover uma familiarização com a festa. Fogos, acrobacias aéreas e a chegada da chama do imigrante também fizeram parte do evento. Durante a primeira noite da festa, as autoridades foram recepcionadas com um jantar típico no restaurante *Bierhaus*⁵⁹ e aconteceu o primeiro baile da festa⁶⁰.

No primeiro fim de semana, a festa já tinha contabilizado um dado satisfatório para os organizadores. Com estilo de festa popular, a *Oktoberfest* reuniu um público de 60 mil pessoas que consumiram 22 mil litros de chope e participaram ativamente das programações do festejo.⁶¹ Em dez dias de festa, a cidade recebeu mais de 100 mil visitantes e o êxito da *Oktoberfest* foi comemorada pelos organizadores, principalmente por ter contribuído para a

⁵⁹ Instalado dentro do Parque da Oktoberfest.

⁶⁰ Jornal Gazeta do Sul (29/09/1984).

⁶¹ Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul.

inserção de Santa Cruz do Sul no mercado turístico.

As reportagens da Gazeta do Sul publicavam uma primeira avaliação da festa. Na reportagem do dia 09 de outubro de 1984, por exemplo, a notícia de capa confirma, *Fim de festa e um bom saldo*, e o secretário de turismo, Ademir Mueller fazia uma análise realista das falhas e dos aspectos positivos da primeira edição do evento. Como falhas citou o despreparo dos restaurantes no primeiro domingo e a falta de bancos para acomodar as pessoas e lixeiras para a limpeza do Parque. Como aspectos positivos, o secretário mencionou a diversificação econômica que Santa Cruz do Sul demonstrou e a boa organização da Vila Típica, que oferecia produtos da cozinha germânica. Para ele, o sucesso do evento permitiria que as próximas edições fossem realizadas. O nome da festa estava sendo ameaçado, já que outras cidades do país que já tinham denominado suas festas de *Oktoberfest*. Mas o secretário do turismo, nesta mesma reportagem, tranquiliza a comunidade a respeito da permanência do nome da festa, argumentando que, assim como podiam existir carnavais por todo país, com este mesmo nome, podia também existir mais de uma festa com o nome de *Oktoberfest*.

Com o sucesso da 1ª *Oktoberfest*, a Festa da Alegria, como foi chamada desde a primeira edição, em 1984, passou a ser reeditada anualmente de forma cíclica, ou seja, repetitiva, aos moldes e praticamente com os mesmos propósitos da primeira edição⁶². Ademir Mueller, alguns anos depois, em 1994, traz o seu depoimento a respeito de suas intenções ao criar a festa,

A minha filosofia era transformar a Oktoberfest na vitrine da loja que Santa Cruz, a fim de fazer rodar o turismo anualmente. Mas, eu já achava que a festa não era suficiente para se obter isso. Era preciso um trabalho mais profundo porque, apesar de termos a vitrine, a loja ainda estava com os produtos desorganizadamente colocados nas prateleiras. Era essencial o esforço comum, em especial dos empresários do comércio, pois turismo sem compra não existe.

Assim, para que a festa fosse completa e o turismo de Santa Cruz do Sul fosse mantido e intensificado, o idealizador defendia que o município deveria cultivar mais as tradições germânicas, criando restaurantes com comidas típicas, casas em estilo germânico, grupos de danças, entre outras iniciativas, e a *Oktoberfest* deveria ser mais um complemento

⁶² Para a edição do ano de 2003, ou seja, para a 19ª *Oktoberfest*, a festa apresentou alterações em seu foco, criando mais alternativas que fortalecessem a questão cultural e não mais tendo o chope em evidência. Mais detalhes serão fornecidos no próximo capítulo.

dessa proposta turística. Por isso, no ano de 1986, através da Secretaria de Turismo, Mueller cria o grupo de danças *Oktoberfanz* sob o objetivo de estimular a dança nas escolas municipais de Santa Cruz do Sul e fazer dele o grupo oficial da *Oktoberfest*⁶³.

Para a 2ª *Oktoberfest*, mais uma vez, a Gazeta do Sul é parceira da festa na tentativa de reforçá-la no município, e faz uma propaganda orgulhosa do próprio município, afirmando ser o que mais cresce no estado, possuir belezas naturais e as tradições germânicas, conforme demonstra a citação da reportagem a seguir,

*Prosit!*⁶⁴

Com o intuito de promover o turismo em Santa Cruz do Sul, ano passado foi realizada a I *Oktoberfest*, mostrando ao Rio Grande do Sul um pouco do que oferece esta que é a cidade que mais cresce no Rio Grande do Sul, tanto em beleza natural, arquitetônica, como também a tradição germânica, resultante de um povo que, em sua maioria, descende dos primeiros imigrantes que chegaram à região. Sucesso absoluto. (...) Depois de todo este sucesso artístico, cultural, comercial, nada mais justo que repetir a dose e, se possível, ampliá-lo ainda mais, propiciando a todos que comparecerem dias inesquecíveis de descontração. Mas para tanto é necessário muito trabalho. Um trabalho que reúne toda comunidade santa-cruzensense, mostrando que este povo, além de ordeiro e trabalhador, também sabe ser hospitaleiro com os que nos visitam. A *Oktoberfest* de 85 está começando hoje e até o dia 6 de outubro tem uma palavra de ordem. Ela é alegria, por isso, divirtam-se e façam este brinde conosco.⁶⁵

Para a edição de 1985, a festa ampliou sua capacidade de infra-estrutura, e foi organizada a partir de alguns aprimoramentos na programação, no Parque e na própria cidade. Um exemplo disso foi a reforma no pórtico de entrada do Parque, que deixou de ser identificado como Parque da FENAF para ser Parque da *Oktoberfest*, como é até os dias de hoje. A obra que custou mais de 50 milhões de cruzeiros foi patrocinada por fumageiras da cidade que, através deste patrocínio, demonstraram seu interesse em apoiar a festa. O pórtico foi projetado pelo arquiteto Ricardo Richter, e propôs um novo visual que identificasse as propostas da festa germânica através do estilo enxaimel⁶⁶.

⁶³ Em 1997 o *Oktoberfanz*, transformou-se em sociedade de dança, por incentivo de Marco Limberger. Hoje a Sociedade é composta por cinco grupos, sendo eles o infantil, juvenil, semi-oficial, oficial e casais. Entrevista informal realizada 16 de janeiro de 2009, com Marco Limberger, presidente da Sociedade *Oktoberfanz*. Segundo o dicionário Michaelis, (2002) *Oktober* significa outubro e *Tanz*, dança, baile. (MICHAELIS: DICIONÁRIO ESCOLAR ALEMÃO, 2002).

⁶⁴ *Interj* à saúde! prosit Neujahr! Feliz Ano Novo! (MICHAELIS: DICIONÁRIO ESCOLAR ALEMÃO, 2002).

⁶⁵ Jornal Gazeta do Sul (26 e 27/09/1985).

⁶⁶ Jornal Gazeta do Sul (15/07/1985, capa).

Naquela segunda edição da festa, os organizadores faziam um esforço enorme para firmar o evento e seus objetivos junto da comunidade e região. Uma prova disso são os convites que o Poder Executivo e Poder Legislativo do município emitiram para a comunidade, através da Gazeta do Sul, do dia 28 de setembro, no caderno especial da *Oktoberfest*. Os convites demonstram forte sentimentalismo e romantismo para com a cultura alemã, conforme demonstrado abaixo.

Convite do Poder Legislativo

A Oktoberfest 85 reconstitui o legado histórico e heróico dos primeiros habitantes deste solo de Santa Cruz. No culto a estas tradições reafirmamos também a admiração aos santa-cruzenses de hoje, partícipes de um progresso admirável. Esperamos que todo o nosso povo venha participar desta grande festa típica e viver bons momentos de alegria. Nos irmanamos à boa gente santa-cruzensa que a Oktoberfest se propõe a uma justa comemoração: desenvolver o turismo como uma atividade econômica produtiva e a exaltar os mais altos valores de nosso passado histórico. Ivo Claudio Weigel, presidente.

Convite do Poder Executivo

Um povo que se preza cultua a sua história e acredita nos valores de sua comunidade.
Hoje, quando inauguramos a Oktoberfest 85, nada mais justo do que unirmos nossos sentimentos num uníssono evocarmos as nossas raízes.
Neste sentido, convidamos os santa-cruzenses para durante 10 dias prestigiarem as festividades do nosso maior evento típico, onde no “Brinde à Alegria”, estaremos também preservando o legado inestimável de hábitos e costumes dos primeiros santa-cruzenses. Ivo Armando Wink, prefeito.

Na abertura da 2ª *Oktoberfest*, além do pórtico, foi inaugurado uma casa típica do chope, ao estilo de um galpão, chamado de *Schwarzes Braeuhaus*⁶⁷. Também foi aperfeiçoada a Vila Típica como um atrativo a mais para a festa. A Vila é composta por dez casas que representam os dez distritos de Santa Cruz do Sul, oferecendo, como acontece até os dias de hoje, produtos coloniais. Foi criada para reunir nela os usos e costumes dos alemães, como uma proposta de valorizar o homem rural, o colono, de forma que ele pudesse ficar “na vitrine”, ou seja, à amostra para os turistas conhecê-lo, e ainda manter contato com a produção primária do município, como os produtos coloniais, sendo eles a lingüiça, o queijo, pães, cucas, compotas, vinho, rapaduras, *schmier*, melado, sabão caseiro e muitos outros

⁶⁷ Jornal Gazeta do Sul (27 e 28 de setembro de 1985, p. 2).

produtos feitos pelos próprios expositores. No ano de 1989 as casas foram reformadas e a Vila passou a ocupar um local fixo dentro do Parque localizado abaixo do Pavilhão Central e acima do Estádio Municipal. A Vila Típica é uma característica presente até os dias de hoje na *Oktoberfest* e podemos afirmar se tratar de uma tentativa de, através das dez casinhas, criar uma pequena réplica da colônia alemã. Abaixo duas imagens que retratam a Vila Típica na época de sua criação e a atual.



Imagem 5 - Vila Típica na década de oitenta e nos dias de hoje

Fonte: Primeira imagem retirada do Jornal Gazeta do Sul (27 e 28/09/1985, caderno especial).

Segunda imagem fotografada pela autora durante a *Oktoberfest* de 2008.

Inovar, atrair, completar a festa, colorir as ruas e contar a história do município através de símbolos, foram os principais motivos que levaram a 2ª *Oktoberfest* a criar o desfile de

carros alegóricos. Neste primeiro desfile, cada carro alegórico apareceu decorado com símbolos que representavam os ideais da festa, como, por exemplo, um coração com a frase, “a maior festa do município”, que pretendia demonstrar a alegria e receptividade do povo santa-cruzense. Outro carro, contendo muitas flores com argolas góticas visava representar as praças e jardins da cidade. As cores vermelho, preto e amarelo foram inseridas nos carros.

Para os organizadores do primeiro desfile, Edson Oiagen e Cláudio Mallmann, o “visual faz com que as imagens sejam mais lembradas do que se a história do município fosse contada através de palestras e outras atividades similares”⁶⁸. Este comentário permite-nos afirmar que a festa, desde a sua 2ª edição, preocupava-se em fortalecer a história e construir um discurso sobre a mesma, através de representações e simbolizações da cultura alemã, e, os organizadores ansiavam por tornar a história e a cultura lembrada e comentada por meio da festa. A partir da edição de 1985, os desfiles passaram a ser frequentes nas programações das demais edições da festa, e neles havia um intenso trabalho de escolas municipais, entidades culturais e recreativas, e distritos do município, que tentavam mostrar aos visitantes e comunidade, através de representações e símbolos dos carros alegóricos, a história, economia e cultura de Santa Cruz do Sul. Da Matta (1985), afirma que o ritual, ou a festa, consistem num discurso simbólico, que salienta algumas características da realidade social. Assim, a festa, entendida como um ritual vai além do cotidiano. Ocorre no espaço público, mas elege elementos da vida diária que são encenados no ambiente compartilhado.

Os desfiles trazem explicações dos hábitos da cultura alemã, através de cada carro alegórico. Neste contexto, é explorado tudo que se imagina sobre o passado e levado ao público que assiste. Então, os desfiles atuam diretamente no imaginário das pessoas e conseguem, assim, promover as mais diversas narrativas identitárias. Neste sentido, Segalen (2002, p.103) assinala que “o rito reforça o laço social da comunidade, tanto na efervescência dos longos meses de preparação, quanto nos desfiles em que a cidade se deixa ver sob um aspecto consensual”. A autora ainda afirma que as festas desenvolvem uma “função política” nas sociedades, na medida em que permitem, para além das clivagens internas numa cidade dividida no plano social, estabelecer uma unanimidade local.

Um detalhe significativo da maior parte das edições da festa, incluindo a segunda edição, é a apelação do chope como principal atrativo de público. Além disso, a festa

⁶⁸ Jornal Gazeta do Sul (27 e 28/09/1985, caderno especial)

vinculava sua imagem de germanismo, de suas tradições germânicas, a bebida. Uma prova disso são as fotos estampadas nos cartazes das primeiras edições da festa. Entre as atrações, também estava incluído gincanas de chope em metro.⁶⁹ As charges expostas na Gazeta do Sul na época das primeiras festas, mostram o Fritz, boneco símbolo da festa, obcecado pela bebida e geralmente bêbado, conforme demonstraremos nas figuras a seguir:



Imagem 6 - Charges da *Oktoberfest* de 1995

Fonte: Jornal Gazeta do Sul (outubro de 1995).

Este foco, que associava o chope à imagem da festa, foi perdendo espaço para a tentativa de ressaltar a cultura alemã. Isso aconteceu mais tarde, a partir da edição de 2000,

⁶⁹ A gincana de chope em metro foi criada pelos organizadores da 6ª edição da festa, ou seja, em 1989. O copo possuía um metro de altura com um bojo na base, seguido de um tubo e uma taça com a capacidade para meio litro de bebida. A competição elegia o vencedor que bebesse mais rápido, sem tirar a boca da taça e sem derramar o chope. (Jornal Gazeta do Sul, (27 e 28/09/1985, caderno especial).

quando desenvolver uma festa mais cultural se tornou mais viável para obtenção de incentivos culturais.

A festa continuou acontecendo anualmente⁷⁰ e muitos aperfeiçoamentos no Parque da *Oktoberfest* e no município foram realizados para projetar a cidade no cenário turístico. Como exemplo, podemos citar o governo do prefeito Edmar Hermany, que, no ano de 1994, repassou 500 mil para a comissão da festa e mais 500 mil para melhorias do Parque. Ainda o seu governo buscou embelezar a cidade, melhorando os pontos turísticos, para que pudessem ser visitados pelos turistas durante os dias do evento, como o Parque da Gruta, a implantação de um mini-zoológico e o primeiro teleférico da região.⁷¹

Já o Parque da *Oktoberfest*, numa área de quatorze hectares, localizado no centro da cidade, hoje é dotado de boa infra-estrutura, dispõe de pavilhões para a realização de exposições de animais, flores e bailes típicos, restaurantes, ginásio para shows, espaço para bares e sanitários móveis, pista de *bicicross*, pista de caminhada, campo de futebol com ampla área verde onde acontecem, entre tantas atrações, os jogos germânicos. Durante o período da festa, a infra-estrutura é ampliada com estandes para exposições, lonções com estrados para bailes, shows e parque de diversões. Como exemplo, podemos citar a edição de 1995, quando a 11ª *Oktoberfest* realizou inúmeras obras, como a ampliação o Pavilhão Central, a inserção de mais banheiros femininos e masculinos e reformas no restaurante *Bierhaus*, e no Ginásio Poliesportivo.⁷²

Importante chamarmos atenção para o fato de que, a partir do ano em que a festa começou a ser realizada no município, durante o mês de outubro de cada ano, o jornal Gazeta do Sul cria cadernos alusivos à festa. As glórias de progresso e desenvolvimento do município de Santa Cruz do Sul sempre acompanharam as reportagens e os materiais de divulgação em que apareciam informações sobre a *Oktoberfest*. A etnicidade alemã sempre esteve associada ao desenvolvimento do município, e da região, e esta associação estampava nos materiais da

⁷⁰ Exceto no ano de 1993 por decisão do prefeito Edmar Hermany e do Conselho Municipal de Turismo (Contur). O prefeito alegou inviabilidade de realizar a festa, porque o município teria outras prioridades e faltava recursos para investir na festa. Mesmo assim, a escolha da rainha foi realizada em setembro daquele ano para que as soberanas contribuíssem com a divulgação da próxima festa que aconteceria em 1994. Jornal Gazeta do Sul (01/07/1993).

⁷¹ Jornal Gazeta do Sul (08 e 09/10/1994)

⁷² Jornal Gazeta do Sul (06/10/1995)

festa. Além disso, os formadores de opinião dos jornais contribuíam para o discurso identitário germânico, associando a etnia a tudo que era positivo. Exemplos disso são as reportagens: *Imigração Alemã, uma forte influência no desenvolvimento do fumo*⁷³ e *Cidade ostenta sucesso da obra dos imigrantes*⁷⁴ ou, ainda, *A determinação do imigrante alemão cria uma terra à sua imagem*. Nesta última, apesar de reconhecer a contribuição da cultura brasileira há um destaque para aquilo que os alemães construíram, conforme mostra a citação,

Estabelecimentos comerciais, indústrias do fumo e manufaturas, farmácias, clubes sociais e novas escolas começaram então a proliferar no município, cuja origem germânica ficou marcada nos traços fisionômicos dos habitantes, nas características urbanas e nos costumes do povo. Por isso, a cidade tenta, através da realização da Oktoberfest, reavivar as tradições dos antepassados, enriquecidas pela cultura brasileira. No passado, ambas se perpetuaram e harmonizaram, como resultado, surgiu a identidade de Santa Cruz do Sul de hoje, uma cidade promissora, que ainda quer crescer muito.⁷⁵

A partir do final dos anos 90, a festa passa por algumas alterações, sendo elas a criação de Associações para organizar a festa juntamente com a Prefeitura Municipal, e a mudança de foco, ressaltando ainda mais a questão cultural. Estas duas situações merecem destaque, antes de iniciarmos a análise da elaboração e realização da festa de 2008, a que o terceiro capítulo deste estudo se destina.

A *Oktoberfest*, desde a sua criação, teve o apoio e foi organizada pela Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul através de investimentos financeiros e pela contribuição das secretarias, em especial da Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer, e Secretaria Municipal de Transportes e Serviços Públicos. Por alguns anos, a festa também contou com o auxílio de clubes de Santa Cruz do Sul. No governo Sérgio Moraes, entre os anos de 1997 e 2003, foi criada, por incentivo das entidades do município, a Associação de Entidades Empresarias de Santa Cruz do Sul (ASSEMP). Essa Associação permitiu que a festa tivesse um maior crescimento e fosse parceira direta da Prefeitura Municipal na organização do evento. Após o mandato de Sérgio Moraes, José Alberto Wenzel, assume a Prefeitura Municipal, e, em 2005, passa a organização da festa para a Associação de Bares e Restaurantes do Rio Grande do Sul (ABHRS), em seguida, em 2006, é criada a ACESC, Associação Cultural e Empresarial de Santa Cruz do Sul para apoiar a organização do evento. Abaixo, este histórico das entidades

⁷³ Jornal Gazeta do Sul (18/09/1987, caderno especial)

⁷⁴ Jornal Gazeta do Sul (28/09/1989)

⁷⁵ Jornal Gazeta do Sul (28/09/1988, p. 2).

que promoveram a *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul desde a sua criação, as feiras que acompanharam a festa e os presidentes que atuaram na festa no decorrer destes vinte e quatro anos.

Tabela 1 - Histórico das Associações e Entidades que promoveram desde a criação

1984 a 1992	A festa foi organizada pela Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul e por clubes do município.
1993	a festa não ocorreu.
1994 a 1997	Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul e Entidades convidadas pelo prefeito, entre elas a Associação Comercial e Industrial (ACI); Câmara dos Dirigentes e Lojistas (CDL); Sindicato dos Lojistas (SINDILOJAS); Sindicato das fumageiras (SINDIFUMOS); Sindicato dos vestuários (SINDIVEST).
1998 a 2004	Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul e Associação de Entidades Empresariais de Santa Cruz do Sul (ASSEMP).
2005	Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul e Associação de Bares e Restaurantes do Rio Grande do Sul (ABHRS).
2006 a 2008	Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul e Associação Cultural e Empresarial de Santa Cruz do Sul, (ACESC).

Fonte: Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul

Tabela 2 - Histórico das Feiras que acompanharam a *Oktoberfest*

FEICAP	1994 à 1999
FEIRASUL	2000 à 2004
OKTOBERFEIRA	2005 à 2008

Fonte: Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul

Tabela 3 - Histórico dos presidentes da festa desde a criação

1984 a 1989	Ademir Mueller
1990 e 1991	Clóvis Hoppe
1992	Ênio Farah
1993	a festa não ocorreu
1994 e 1995	Carlos Brandt
1996	Fábio Borba
1997	Ivo Schaefer
1998	Carlos Brandt
1999	Enio Wermuth
2000	Maurício Keller
2001	Carlos Wetzel
2002 e 2003	Ido Duppont
2004	Romeu Schneider
2005	Elton Griebeler
2006 a 2008	Ruben Toillier

Fonte: Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul

A elaboração da festa também passou a ser norteadada por uma pesquisa realizada pelo Núcleo de Pesquisa Social (NUPES) da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)⁷⁶. A pesquisa foi contratada desde o ano 1997, para dar aos organizadores, entidades promotoras do evento, uma visão mais ampla sobre a festa, e com isso, permitir uma direção mais determinada. Entre outras coisas, a pesquisa define o público-alvo, as atividades que mais e que menos atraem e o envolvimento da cidade. Também solicita sugestões e críticas, além de uma nota entre uma escala de 1 a 10. Neste quesito, a pesquisa demonstrou que a festa das

⁷⁶ O NUPES desenvolve a pesquisa para avaliar a *Oktoberfest* a dez anos, sendo eles: 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2003, 2005, 2006, 2007, 2008.

últimas edições, 2005, 2006 e 2007, atinge médias próximas de 9,0 e 9,5⁷⁷.

A seguir, apenas para sintetizarmos a afirmação acima trazemos alguns resultados apontados pela pesquisa realizada pelo NUPES, a respeito do público-alvo da *Oktoberfest* de 2007.

Tabela 4 - Público alvo da *Oktoberfest* de 2007

Quem é	62,5% mulheres - 37,5% homens
Qual sua idade	25,4% - 15 a 24 anos / 27,3% - 25 a 34 anos 21,8% - 35 a 44 anos / 18,8% - 45 a 59 anos 6,7% 60 ou + anos
De onde vem	52,6% Santa Cruz do Sul - 47,4% Outras cidades
Por que vem	32,2% Festa 23,7% Tradição 16% Oktoberfeira, exposições 14,9% Turismo, descanso, trabalho 13,3% Shows

Fonte: Revista da *Oktoberfest* 2008. “Queremos você na Oktoberfest!”

Assim, por meio da pesquisa, a festa conseguiu definir um novo rumo e foi sendo aperfeiçoada com os resultados de cada edição, voltando-se mais para o apelo cultural, para que fosse reconhecida por este novo foco. Muitas reportagens da Gazeta do Sul, chamam atenção neste sentido, e salientam que a mudança de foco é uma forma de diferenciar a festa e permitir a busca de incentivos culturais para financiá-la. Observamos com esta mudança de foco que, o que esteve em pano de fundo, além de ressaltar as tradições germânicas, foi também a tentativa de desvincular a festa, e a cultura alemã da bebida alcoólica, do chope, como faziam as demais edições da festa. Assim como na década de 70 a FENAF não estava sendo bem vista com o destaque ao fumo, agora, a *Oktoberfest*, também precisava se desvincular do destaque a bebida.

⁷⁷ Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul

No cartaz abaixo, produzido para a divulgação da 23ª *Oktoberfest*, já podemos observar esta mudança, principalmente se comparado com o primeiro cartaz da festa que não destacava as cores da bandeira da Alemanha, vermelho, amarelo e preto. O tema também aparece descrito, sendo ele neste caso, a *Dança*. E a família alemã, também é destaque no cartaz e aparece representada pelos bonecos Fritz e Frida e seus filhos Max e Milli.



Imagem 7 - Cartaz de divulgação da 23ª *Oktoberfest*

Fonte: Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul

José Alberto Wenzel, ex-prefeito de Santa Cruz do Sul, para a *Oktoberfest* de 2007 faz uma comentário no espaço Opinião do jornal Gazeta do Sul, com o título, *Oktoberfest: orgulho santa-cruzensense*, e descreve à respeito do significado da festa para o município,

um espetáculo para os olhos e para o coração, (...) um estímulo para o comércio e para os serviços vinculados ao setor de turismo, (...) um motivo de orgulho porque somos detentores de uma herança cultural imensa. A *Oktoberfest* tem hoje uma grandeza muito maior do que se poderia supor a duas décadas. Essa festa não é apenas diversão, é folclore, é memória, é tradição. Sua continuidade desempenha um papel fundamental na preservação e na promoção das tradições germânicas, fazendo com que a história permaneça viva nos jovens e levando, com certeza, ao fortalecimento de sua identidade.⁷⁸

⁷⁸ Jornal Gazeta do Sul, (sábado e domingo, 12 e 14 de outubro de 2007 p.6).

Esta narrativa do prefeito, que é um formador de opinião no município, por ser uma autoridade, nos permite observar o apelo cultural e faz com que nos apoiemos nas teorias de identidade para explicar que este é um dos fatores de influência para a construção da identidade no decorrer da história. Cunha (1987, p. 107) já afirmava que “a etnicidade pode ser entendida como forma de organização política.” Assim, a identidade se torna influenciada pelas relações de poder, de quem pode “impor” a sua identidade, a fim de definir em uma coletividade e/ou comunidade quem é o “outro”.

Assim sendo, a *Oktoberfest*, apesar de ser uma festa étnica, atrai em sua programação uma grande diversidade de etnias, de classes sociais e de idades. Um público que chegou a quatrocentas mil pessoas nas últimas edições. Isso ocorre porque os organizadores, ao projetar a festa, possuem este propósito de conquistar o maior público possível, para alcançar grandes resultados quanto ao consumo de comida, de bebida, entre outros.

Com os esclarecimentos trazidos neste capítulo, podemos inferir que a criação da *Oktoberfest* no município de Santa Cruz do Sul mobilizou a comunidade para uma postura que serviria tanto para gerar boa impressão ao visitante, como para construir uma comunidade que tivesse uma cultura invejável, desenvolvida, hospitaleira, que demonstrasse beleza e limpeza de praças e jardins, entre outras medidas disciplinadoras da comunidade. Não podemos deixar de considerar a grande influência do jornal *Gazeta do Sul* como ferramenta estrutural na propagação de discursos que viabilizaram a tradução de elementos culturais que favoreceram a invenção de novas tradições, bem como de construírem referenciais simbólicos que contribuíram para o discurso da identidade alemã do município.

CAPÍTULO 3

A OKTOBERFEST DE 2008 E O DISCURSO IDENTITÁRIO GERMÂNICO

*“Um barril de chope é muito pouco pra nós
Dois barris de chope é muito pouco pra nós
Três barris de chope é muito pouco pra nós
Quatro barris de chope
Cinco, seis, sete, oito, nove e dez!”*

(Música muito entoada durante a Oktoberfest de Santa Cruz do Sul)

Este capítulo objetiva, num primeiro momento, descrever a elaboração e realização da 24ª *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul, para, num segundo momento analisar como esta festa étnica, através dos seus elementos/atrativos contribui para a construção do discurso identitário do município de Santa Cruz do Sul.

3.1 A estrutura metodológica

O método empregado na pesquisa foi o da técnica da observação e da entrevista, além da pesquisa a fontes documentais acerca da festa, em especial as edições de 2007 e 2008. As duas edições da festa foram observadas considerando que esta técnica permite “captar uma variedade de situações ou fenômenos que não são obtidos por meio de perguntas, uma vez que, observados diretamente na própria realidade, transmitem o que há de mais imponderável e evasivo na vida real”. (CRUZ NETO, 1994, p. 60). Desta forma, procurou-se estar atenta aos detalhes referentes à organização e aos comentários das pessoas em relação à festa.

Além da observação, inúmeros materiais foram coletados, tais como: panfletos, folhetos, boletins, cartazes, jornais, revistas, folder da programação e materiais publicitários. Outras informações foram obtidas através de entrevistas informais e formais semi-estruturadas, *releases*⁷⁹ emitidos à imprensa antes, durante e depois da festa, e registros fotográficos.

As entrevistas semi-estruturadas foram aplicadas durante os meses de outubro, novembro e dezembro de 2008, com os organizadores da 24ª *Oktoberfest*, e com pessoas que atuaram em outras edições e que tiveram importância na construção da festa. Alguns cuidados como o agendamento prévio com os entrevistados, a gravação das falas em fitas K7 e a transcrição exata das falas dos entrevistados foram considerados importantes. As pessoas entrevistadas foram escolhidas a partir de alguns requisitos como: conhecimento sobre a festa, envolvimento com a mesma, função que representa ou área que coordena e grau de importância desta área na elaboração cultural da festa. Esses requisitos permitiram que 16 pessoas fossem entrevistadas⁸⁰, sendo eles, pessoas da comunidade, ligadas ao comércio, à indústria da cidade ou à prefeitura do município. Atuam para o constante aperfeiçoamento da *Oktoberfest*, e a maioria deles participa da organização da festa há mais de três anos, de forma voluntária⁸¹.

Antes de aplicar as entrevistas, foi criado um roteiro de perguntas para cada entrevistado de acordo com a função que cada um desempenha na festa. As questões foram formuladas visando, primeiramente entender a função e o desenvolvimento do trabalho de

⁷⁹ Texto informativo distribuído à imprensa (escrita, falada ou televisada) por uma instituição privada, governamental, entre outros, para ser divulgado gratuitamente entre as notícias publicadas pelo veículo. Geralmente preparado por equipes de divulgação, assessorias de imprensa, de relações públicas ou de publicidade, o release é enviado às redações ou distribuído pessoalmente aos repórteres que cobrem o setor. (DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO, 2001, p. 635).

⁸⁰ Foram entrevistados: Ademir Mueller (idealizador e organizador das primeiras edições da festa); Silvani Frantz (coordenadora da Recepção da edição de 2008); Janine Paiva (Rainha da edição de 2008); Eriton Vetoretti (coordenador de Marketing da edição de 2008); Arnaldo Altermann (coordenador da Oktoberfeira de 2008); Pedro Thessing (coordenador do Folclore); Maria Luiza Schuster (coordenadora dos Desfiles da edição de 2008); Roberta Pereira (coordenadora de Recreação da edição de 2008); Celi Durante (auxiliar da área de Folclore da edição de 2008); Nestor Raschen (coordenador de Cultura da edição de 2008); Eliceu Scherer (coordenador Jurídico da edição de 2008); Ruben Toillier (Presidente da edição de 2008); Sandro Viana (Assessor de Comunicação da edição de 2008); Renato dos Santos Junior (Assessor de Publicidade da edição de 2008); Hipólito Rosa (coordenador Infra-estrutura da edição de 2008); Guido Kuhn (historiador).

⁸¹ Pelo segundo ano consecutivo, realizou-se na noite do dia 18 de julho de 2008, durante jantar-baile no Pavilhão Central da Oktoberfest, a 2ª edição do Mérito Cultural *Oktoberfest*, que nada mais é que o reconhecimento pelo trabalho voluntário de pessoas, empresas e entidades que consolidam a festa.

cada entrevistado, para depois questioná-lo a respeito dos seguintes assuntos: a) quando cada edição da festa começa a ser elaborada; b) se a festa apresentou mudanças de foco ao longo da história; c) onde a festa não pode deixar a desejar; d) o que a festa representa para o entrevistado e para o município; e) como a festa pode ser definida; f) quais os elementos da festa que mais emocionam e simbolizam o germanismo; g) se a festa consegue recuperar e resgatar a história dos colonizadores; h) se a festa contribui para o discurso da identidade alemã no município e fora dele; i) se a festa remete autenticidade em relação às tradições germânicas; j) se o sujeito se identifica com a etnia alemã por morar em Santa Cruz do Sul ou por ser de descendência germânica, ou pelos dois motivos.

Podemos afirmar que o método empregado trouxe contribuições valiosas na pesquisa empírica. Cada relato, além do significado em si, ainda traz a temporalidade através da construção do imaginário e dos discursos simbólicos da memória. Assim, “a memória é um dos suportes essenciais para o encontrar-se dos sujeitos coletivos, isto é, para a definição dos laços de identidade”. (FELIX, 2004, p.33). Por trás de uma comemoração geralmente encontramos a questão do tempo que se manifesta na relação com o passado, com a história e também com o presente, representado pela produção da memória. Desta maneira, comemorar significa reviver de forma coletiva um acontecimento e os valores de determinado grupo. Assim a memória implica a construção de fronteiras que se associam ao pertencimento grupal e à construção de uma identidade.

A partir da coleta de dados utilizada neste capítulo são descritos e analisados: 1) os preparativos para a elaboração da *Oktoberfest* de 2008 que compreendem: a) escolha da rainha; b) o processo de divulgação; c) os demais preparativos, como: concurso de bandas, de decoração, de redação e desenhos, decoração da cidade, das vitrines das lojas, do Parque onde ocorre a festa, manutenção em trevos, praças e no Parque, entre outros. 2) A realização da 24ª *Oktoberfest*, que compreende: a) a abertura oficial da festa; b) o tema de 2008, *Tradições Germânicas* e o Espaço Cultural; c) os bonecos, como representação da família alemã; d) os jogos germânicos; e) os desfiles; f) as músicas e as danças folclóricas, a religiosidade e a gastronomia; g) os demais acontecimentos como a feira, a exposição de pequenos animais, entre outros; h) o encerramento da 24ª *Oktoberfest*.

O conjunto dos dados levantados permite a análise do papel da festa na construção do discurso identitário regional e suas formas de agenciamento da memória social.

3.2 Os preparativos para a elaboração da *Oktoberfest* de 2008

Os preparativos para cada edição da *Oktoberfest* iniciam quando a edição anterior se encerra, pois, ao finalizar uma festa, a comissão divulga o período e o tema da próxima edição. Assim, no dia do encerramento 23ª edição da *Oktoberfest* em 14 de outubro de 2007, foi divulgado que a 24ª *Oktoberfest* e 4ª Oktoberfeira se realizaria de 9 a 19 de outubro de 2008, com o tema *Tradições Germânicas*. Desta maneira, a festa dá o primeiro passo aos trabalhos de divulgação e, mês a mês, as atividades vão sendo desenvolvidas e intensificadas a partir de julho de cada ano.

A edição de 2008 foi organizada pela ACESC (Associação Cultural e Empresarial de Santa Cruz do Sul)⁸², juntamente com a Prefeitura Municipal e uma comissão escolhida pelo presidente da festa que por sua vez, é nomeado em janeiro de cada ano pelo prefeito do município de Santa Cruz do Sul. Nos últimos anos, 2006, 2007 e 2008, o prefeito no período, José Alberto Wenzel e a vice-prefeita Helena Hermany, indicaram para presidir a *Oktoberfest*, o sr. Ruben Toillier⁸³ que, nesta condição, nomeou a comissão para coordenar as diferentes áreas da festa. Esta comissão, de certa maneira, permaneceu inalterada durante estes anos e este fator, conforme relato de alguns entrevistados, permitiu que a festa apresentasse bons resultados e crescimento em função da integração, engajamento e profissionalismo da equipe. Ao se referir à comissão⁸⁴ da *Oktoberfest* de 2008, o presidente afirma,

⁸² A ACESC é composta por empresários da área de hotéis, bares e restaurantes do município de Santa Cruz do Sul e tem como presidente, Jorge Alberto Antunes da Costa. A associação que anteriormente era chamada de ABHR passou em 2005 a ser chamada de ACESC porque passou a gerir também os eventos do município e porque este nome possibilitava a busca de verbas pela Lei de Incentivo à Cultura. Mas, fazendo um histórico pelas demais *Oktoberfests*, podemos afirmar que ela já foi organizada, somente pela Prefeitura Municipal, por Clubes do município, pela Associação Comercial e Industrial (ACI), pela Associação de entidades empresariais de Santa Cruz do Sul (ASSEMP), pela Associação de Bares, Hotéis e Restaurantes (ABHR), e agora nos últimos quatro anos, pela Associação Cultural e Empresarial de Santa Cruz do Sul, (ACESC).

⁸³ Ruben Toillier está envolvido com a *Oktoberfest* desde quando a festa foi criada, em 1984.

⁸⁴ Já, para a edição da *Oktoberfest* de 2009, a atual prefeita eleita, Keli Moraes, terá a incumbência de nomear o presidente da festa, o que poderá definir se a comissão de 2008 será mantida ou não.

Hoje, a coordenação tem em cada setor um coordenador, por isso ela cresceu tanto e está ficando cada vez mais profissional. Isso a gente está buscando através da prática de conhecimentos e investimentos para torná-la mais cultural e mais familiar, e esse é um grande diferencial que nós temos hoje, a festa está num bom momento, mas é óbvio que ela ainda tem como crescer (...). A cada ano que inicia uma festa você tem no mínimo o compromisso de melhorá-la, distribuí-la melhor e compactá-la se necessário. O novo layout vai dar condições de você mostrar algo diferente, para não ficar praticando a mesmice a todo o momento. (...) A cada ano, você vai adquirindo novas idéias e vai aperfeiçoando. Esse envolvimento é muito legal, você acaba construindo a tua própria história, em cima dos teus conhecimentos. (TOILLIER, 2008).⁸⁵

A comissão que o presidente Ruben Toillier cita acima, foi composta por trinta e oito pessoas que atuaram como coordenadores e assessores nas áreas de: agricultura, desfiles, divulgação, eventos, folclore, gastronomia, infra-estrutura, marketing, obras, Oktoberfeira, patrocínios, proteção à vida, recepção, recreação, segurança, serviços, jurídico, bonecos, bicicleta Zig Zag Zug, assessoria de eventos, assessoria de imprensa e assessoria de publicidade e propaganda. (ANEXO A) Para cada área, no mínimo duas pessoas estiveram envolvidas diretamente e, em alguns casos, como na área de gastronomia, feira e desfiles, cerca de trezentas pessoas se envolveram indiretamente. “Podemos afirmar que uma média de mais de três mil pessoas se envolveram com a elaboração e execução da festa, gerando empregos diretos e indiretos”. (TOILLIER, 2008).

A *Oktoberfest* de 2008, bem como nas demais edições, teve patrocinadores, apoiadores e financiadores, que possibilitaram investimentos em publicidade, decoração das ruas e do Parque, contratação de shows, bandas e outros. As empresas participantes nestes incentivos contribuíram para 24ª *Oktoberfest*, com patrocínios globais, patrocínios, apoios e financiamentos. Com patrocínio global⁸⁶: lojas Quero-Quero, Banrisul, Brahma e Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Conforme a revista elaborada para a busca dos patrocinadores, intitulada: “Queremos você na *Oktoberfest*”, para estes patrocinadores a *Oktoberfest* de 2008 ofereceu grande visibilidade junto aos seguintes veículos de comunicação: jornais e revistas do Estado do Rio Grande do Sul, televisão, mídia impressa, *outdoors*⁸⁷, internet, produtos oficiais da *Oktoberfest*. As fumageiras Souza Cruz e a Philip Morris foram as empresas

⁸⁵ Entrevista realizada em 03/11/2008, com Ruben Toillier, presidente da festa.

⁸⁶ Os patrocinadores globais arcaram com um investimento de R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais).

⁸⁷ Designação genérica da propaganda ao ar livre designa qualquer propaganda feita fora, exposta em via pública. (DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO, 2001, p. 529).

patrocinadoras⁸⁸. A festa de 2008 expôs a marca das empresas junto aos mesmos veículos dos patrocinadores globais, exceto televisão, e com uma quantidade menor de exibição. Para apoiar a festa, as empresas⁸⁹ Universal Leaf Tabacos, a Companhia Rio-grandense de Saneamento (Corsan), a Companhia Rio-grandense de Mineração (CRM), a Unimed e a Afubra puderam expor suas marcas em jornais do Estado do Rio Grande do Sul, mídia impressa e internet. Os financiamentos da festa foram conseguidos junto ao Governo Federal⁹⁰. O coordenador de marketing de 2008, Eriton Vetoretti, ressalta que os patrocinadores contribuem diretamente para que a divulgação da festa assuma grande dimensão, “eles contribuem para que seja elaborada a vitrine da festa, (...) e sem essa vitrine a festa não teria esse crescimento”. (VETORETTI, 2008)⁹¹.

Abaixo, focaremos o processo de elaboração da *Oktoberfest* de 2008, desde o término da edição de 2007, descrevendo, mês a mês, os principais preparativos para a festa. Como já afirmamos, uma nova festa começa ser elaborada a partir do encerramento da edição anterior. Assim, após o encerramento da festa no dia 14 de outubro de 2007, em novembro deste mesmo ano, foi realizado um jantar com a presença de toda a comissão, com o objetivo de avaliar o que a festa teve de positivo e o que precisava ser melhorado para a edição de 2008. Este momento marca o início de uma nova festa, e é uma das maneiras de fazer com que a *Oktoberfest* seja anualmente aperfeiçoada.

Em dezembro de cada ano a empresa que presta assessoria de comunicação para a festa, a Four Comunicação⁹², entrega para a comissão e para a Prefeitura Municipal, os demonstrativos e relatórios sobre o evento, juntamente com uma pesquisa realizada pelo Núcleo de Pesquisa da Universidade de Santa Cruz do Sul (NUPES). Assim, em dezembro de 2007 foi entregue à comissão o relatório da 23ª edição da *Oktoberfest*, bem como a pesquisa. Esta, por sua vez, foi muito mencionada pelos entrevistados, pois a pesquisa sobre a festa de

⁸⁸ Os patrocinadores arcaram com um investimento de R\$ 90.000,00 (noventa mil reais).

⁸⁹ Os apoiadores arcaram com um investimento de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais).

⁹⁰ Nos materiais de divulgação, a Lei de Incentivo à Cultura (LIC), aparece como financiadora do evento. Porém em matérias de dezembro de 2008 e janeiro de 2009, divulgadas no Jornal Gazeta do Sul, a edição de 2008 da *Oktoberfest* terminou com saldo negativo, em função de que a verba de R\$ 651.266,25 reivindicada junto à LIC ainda não foi aprovada e o recurso não foi repassado até o momento de finalização desta pesquisa.

⁹¹ Entrevista realizada em 18/10/2008, com Eriton Vetoretti, coordenador de marketing da festa.

⁹² A Four Comunicação, assessora o evento *Oktoberfest* a dez anos, de 1997 à 2002, de 2005 a 2008. E emite em dezembro de cada ano o relatório da festa para a comissão e Prefeitura Municipal.

2007 norteou diretamente a organização da festa de 2008.

No dia 21 de janeiro de 2008 foi realizada a primeira reunião da comissão, para dar início aos preparativos da festa, dentro de cada área. A cada mês foram sendo realizadas reuniões que foram se intensificando com a aproximação do mês de outubro. Já a Oktoberfeira, começou a ser pensada a partir de fevereiro, quando Erneldo Altermann, coordenador da Oktoberfeira, iniciou os trabalhos de organização da feira, através da contratação da empresa que monta os estandes e das negociações com expositores para a locação e comercialização dos espaços. Os expositores são principalmente do estado do Rio Grande do Sul. Para Altermann,

a prioridade da feira é a diversificação, trazer empresas de diversos segmentos, (...) diversificar e selecionar o expositor, para alguém que possa fazer um espaço bonito. (...) A feira se consolida forte dentro da festa, primeiro porque perante o público ela significa ter uma visitação de 15% conforme pesquisa realizada pelo NUPES. (...) Num segundo momento a feira faz com que nós consigamos tocar a *Oktoberfest* desde o início do ano com a receita da venda de espaços, que começam ser vendidos em fevereiro. (ALTERMANN, 2008)⁹³.

Também, a partir dos meses de fevereiro e março de 2008, começaram ser repassadas à imprensa estadual e regional algumas informações sobre a 24ª *Oktoberfest*, através da emissão de *releases* a cerca de trezentos veículos de comunicação, entre eles: jornais, rádios e sites. Conforme Sandro Viana⁹⁴, assessor de comunicação da *Oktoberfest*, à medida que a festa se aproxima, mais informações são emitidas para abastecer a imprensa com as informações da *Oktoberfest*, chegando a ser encaminhados até quatro *releases* por dia durante a festa, como aconteceu nesta edição de 2008. As primeiras informações divulgadas foram em relação às pessoas nomeadas pelo presidente Rubem Toillier para compor a comissão de coordenação. Em seguida, à medida que as decisões da comissão eram tomadas, os *releases* eram emitidos à imprensa, com informações sobre a programação, os shows, os desfiles, o Espaço Cultural e outros atrativos.

Outro aspecto da festa que é trabalhado com bastante antecedência são as danças

⁹³ Entrevista realizada em 18/10/2008, com Erneldo Altermann, coordenador da Oktoberfeira da festa.

⁹⁴ Entrevista realizada em 04/11/2008, com Sandro Viana, assessor de comunicação.

folclóricas. Em março de 2008, o Centro Cultural 25 de Julho⁹⁵ abriu os ensaios dos seus cinco grupos de dança: o Polka oficial, grupo de jovens, grupo infantil e grupo mirim, grupo de casais e grupo da terceira idade. Os grupos realizam os ensaios todas as semanas, de março a dezembro. “A gente respira folclore. É o tempo todo”. (DURANTE, 2008)⁹⁶. Os grupos, que também fazem apresentações por todo o estado do Rio Grande do Sul, na *Oktoberfest* de 2008, dedicaram-se em mostrar a cultura da dança alemã, duas vezes por dia, das 15h e às 21h, no pórtico de entrada da festa.

A partir de março e abril, a produção dos materiais publicitários foi produzida. Inúmeras reuniões foram agendadas entre a agência responsável, Tuta Comunicação, e o coordenador de marketing, Eriton Vetoretti. Nestas reuniões foram definidas as principais estratégias para a implementação de um plano de ação com as prioridades da 24ª *Oktoberfest* nesta área de marketing. A partir deste plano, iniciaram-se as criações das mídias impressas, como folder⁹⁷, cartazes, *banners*⁹⁸ e *outdoor*. Posteriormente são feitas as mídias eletrônicas, como televisão, rádio, internet e materiais para outras ações de marketing, como o *Pit Stop*⁹⁹, lançamentos da festa, convites especiais, material de contrapartida para ações de patrocinadores (chapéus, mapas de mão, folhetos, etc.). (SANTOS JUNIOR, 2008).¹⁰⁰

Abaixo um dos materiais criados para a divulgação da festa. Trata-se de um folheto informativo, onde em seu anexo constam todas as atrações, e o que a festa iria oferecer ao público nos dez dias do evento, como: shows, jogos germânicos, Espaço Cultural, parque de diversões, oficinas de dança, culinária e língua alemã, entre outras. No ANEXO C pode ser conferido um cartaz de divulgação enviado às principais agências de viagens do país.

⁹⁵ O Centro Cultural 25 de julho ou Clube 25 de julho como também é chamado, é uma sociedade civil sem fins lucrativos, fundada sob a coordenação do professor de danças, Nelson Bender, em 1986, faz um trabalho de cultura às tradições germânicas, como forma de homenagear os imigrantes alemães que se estabeleceram no município a partir de 1849. O clube ostenta mais de 600 associados ativos, em várias atividades, destacando o folclore, o canto, a música, o esporte e várias diversões sociais das tradições germânicas.

⁹⁶ Entrevista realizada em 27/10/2008, com Celi Durante, auxiliar da área do folclore da festa.

⁹⁷ Folheto constituído por uma só folha impressa, com duas, três ou mais dobras. (DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO, 2001, p. 315).

⁹⁸ Bandeira, estandarte ou flâmula com mensagem publicitária, confeccionado em papel, plástico ou tecido, impresso em um ou em dois lados. O banner é geralmente exposto em espaços públicos ou em pontos de venda, pavilhões de exposições, etc. (DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO, 2001, p. 60).

⁹⁹ Eventos para realizar a distribuição de adesivos e impressos alusivos ao evento, com carros de som ou bandinhas, nas ruas das cidades.

¹⁰⁰ Entrevista realizada em 04/11/2008, com Renato dos Santos Junior, assessor de publicidade da festa.



Imagem 8 - Panfleto informativo da 24ª *Oktoberfest*

Fonte: Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul

Em todos os materiais publicitários, constam o telefone para contatar com a ACESC, com a comissão da *Oktoberfest*, bem como o endereço do site da festa, www.oktoberfestsantacruz.com.br. No site é possível encontrar notícias atualizadas contendo muitas informações sobre a festa e sobre a cidade de Santa Cruz do Sul. Ao acessar o site, o internauta tem a opção de navegar na página ouvindo uma música folclórica alemã que fala sobre a *Oktoberfest*. Ainda, é possível aprender receitas no *link* Receitas do Fritz, jogar o *Eisstock*¹⁰¹ de forma virtual, ver fotos da festa atual e dos anos anteriores e, ainda deixar na página sua opinião sobre a festa.

O site é mais uma considerável alternativa de divulgação da festa e, acima de tudo, um instrumento efetivo de comunicação humana devido a alta velocidade do fluxo de informações e a relação virtual que permite a redução de distâncias. É também um veículo coletivo que possibilita o compartilhamento e a troca de informações instantâneas.

¹⁰¹ Jogo originário da disputa no gelo na Alemanha, a modalidade foi inserida na festa na edição de 2003. Maiores explicações sobre este jogo serão abordados mais adiante.

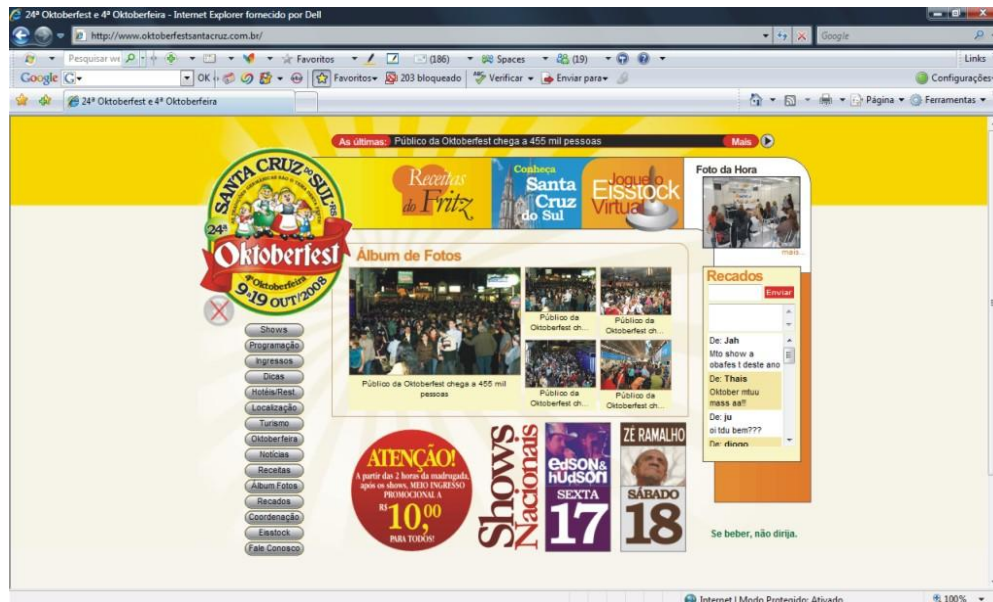


Imagem 9 - Site da 24ª Oktoberfest

Fonte: <http://www.oktoberfestsantacruz.com.br/>

Para Felippi (2007), os meios de comunicação de massa são muito influentes na sociedade atual. Seu papel na criação/recriação ou reforço de identidades é central, ou seja, toda a mídia elaborada contribui para a apropriação da cultura regional, pois, ao devolvê-la ao público com uma nova roupagem, promovem a mercantilização da etnia. Assim, “a mídia pode homogeneizar ou fortalecer as culturas regionais e, portanto, criar novas identidades culturais.” (FELIPPI, 2007, p. 13).

3.2.1 A escolha da rainha da festa

Juntamente com os preparativos da área de marketing iniciaram-se os trabalhos para a escolha das soberanas da festa que são escolhidas no mês de maio para auxiliar na divulgação da festa que inicia em maio e se estende até o mês de outubro.

A escolha da corte da *Oktoberfest* é composta por uma rainha e duas princesas, e esse é o maior evento que antecede a festa propriamente dita. Nesse evento estão engajados organizadores, candidatas, instituições que as candidatas representam, torcidas, jurados, entre outros. Cada candidata pode representar uma escola, entidade, instituição ou empresa do município legalmente constituída. As candidatas passam a ser avaliadas a partir do momento

da inscrição e começam uma rotina de compromissos, muitos deles relacionados a treinamentos de etiqueta e aulas sobre a história e turismo do município de Santa Cruz do Sul. Este procedimento de capacitar todas as candidatas permite que mais pessoas, inclusive as futuras representantes oficiais da festa, conheçam a história dos alemães que é recontada, geralmente de forma romantizada, pelos próprios organizadores, visando construir o discurso formador da identidade alemã do município e da festa. Essa iniciativa permite que as candidatas absorvam os conteúdos relativos à cultura germânica.

O evento da escolha da rainha e princesas da festa é organizado pela Prefeitura Municipal, através da Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Lazer, pela ACESC e pelas agências que prestam a assessoria de comunicação, de publicidade e de eventos da festa. O concurso para eleger as soberanas da 24^o *Oktoberfest* aconteceu na noite do dia 4 de maio, às 20 horas, no Ginásio Poliesportivo localizado junto ao Parque da *Oktoberfest*. As candidatas, como acontece desde as primeiras edições da festa, desfilam com vestidos inspirados na vestimenta da mulher alemã. Conforme afirma o idealizador da festa, Ademir Mueller, muitos subsídios, como no caso dos trajes típicos, foram buscados nas décadas de 70 e 80 do século XX, na Alemanha, numa tentativa de acrescentar originalidade à festa. O desfile com o traje típico para a escolha das soberanas remota à Festa Nacional do Fumo, a FENAF, como descrevemos no capítulo anterior.

Os principais pré-requisitos para se candidatar ao concurso de rainha da *Oktoberfest* são: residir no mínimo há um (01) ano em Santa Cruz do Sul; ser solteira, ter no mínimo 18 anos de idade; ter dinamismo; vontade de aprender e disponibilidade total de horário. Na noite do concurso, as candidatas são avaliadas pela beleza, desempenho em teste de vídeo, conhecimentos gerais na entrevista, elegância em comportamento social, simpatia, harmonia física, passarela com desenvoltura, apresentação ao microfone. Dezesete candidatas concorreram ao título para a edição de 2008, dessas, todas brancas, a maioria loiras e com sobrenome alemão, o que nos indica que a maior parte das candidatas é descendente de alemães. No regulamento e nas palavras dos organizadores não existe o requisito da descendência alemã para concorrer ao título de soberana da festa. No entanto, ao longo da história da festa, observamos que os sobrenomes das rainhas e princesas eleitas possuem ascendência alemã, alguns deles se repetem, como: Muller, Assmann, Bublitz, Kauffmann, conforme mostramos na tabela abaixo.

Tabela 5 - Relação de soberanas da festa

EDIÇÃO E ANO	RAINHA	PRINCESAS
1ª Oktoberfest – 1984	Cristiane Bublitz	Simone Scholz e Janine Luciana Antonio
2ª Oktoberfest – 1985	Márcia Wink	Maristela de Oliveira e Luciane Rabuske
3ª Oktoberfest – 1986	Jeane Mirna Bender	Patricia Knak, Riane Kraether, Sandra Scholz e Liane Müller
4ª Oktoberfest – 1987	Márcia Nyland	Fabiane Krainovic, Adriana Agnes, Maquerli Paulus e Jaqueline Iser
5ª Oktoberfest – 1988	Elaine Müller	Simone Sulzbacher, Cláudia Weigel, Solange de Oliveira e Arlete Thomas
6ª Oktoberfest – 1989	Andréa Staub Wilges	Rosvita Bublitz, Débora Mello, Mariane Eich e Sabrina Maria Kolling
7ª Oktoberfest – 1990	Sinara C. Ensslin	Luciane Dal'Osto e Márcia Helena Sehn
8ª Oktoberfest – 1991	Fabiana Silveira Rathke	Ana Cláudia Brandt e Andréa Schaeffer
9ª Oktoberfest – 1992	Felícia Froelich	Andréa Mundstock e Raquel Kauffmann
10ª Oktoberfest – 1994	Carolina Thaís Müller	Andréa Haeser e Luciane Hentschke
11ª Oktoberfest – 1995	Letícia Sulzbacher Fanfa Nunes	Viviane Gewehr e Aline Rocha
12ª Oktoberfest – 1996	Adriana Zanetti Rohr	Luana de Barros Silveira e Louizi Silva Leão
13ª Oktoberfest – 1997	Lize Isabel Düpont	Catiúscia Viviane Kaufmann e Talita Sulzbacher
14ª Oktoberfest – 1998	Cristina Schuh Kothe	Janine Baumgarten, Ana Paula Medina Konzen e Daiana Regina Baier
15ª Oktoberfest – 1999	Fabiane Schünke	Tayná Boettcher e Cátia Luísa dos Santos

16ª Oktoberfest – 2000	Larissa Moritzen	Rose Beatriz Kuntz e Carolina Martins
17ª Oktoberfest – 2001	Raquel Caspary	Cristiane Waechter e Jaqueline Raffler
18ª Oktoberfest – 2002	Michele Matteis	Elisa Cristina Trinks e Samanta Silveira Alves
19ª Oktoberfest – 2003	Maíra Assmann	Ana Paula Iser e Silvana Sehnem
20ª Oktoberfest – 2004	Rosana E. Hoffmann	Janine Pfaffenzeller e Diane Assmann
21ª Oktoberfest - 2005	Vanessa Muller	Silvia Rejane da Costa e Gabriela Sauer
22ª Oktoberfest - 2006	Flávia Froelich	Jane Sabin e Vanessa Zanette
23ª Oktoberfest - 2007	Naiara Pommerehn	Nicole Garske Weber e Tamara Jaqueline Thom
24ª Oktoberfest - 2008	Janine Alves de Paiva	Deise Beatriz Neumann e Laura Helfer Hoeltgebaum

Fonte: Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul

As soberanas representam além da festa, também o município de Santa Cruz do Sul. A partir da escolha, rainha e princesas passam a integrar a comissão festiva da festa e atuam diretamente na divulgação do evento nas principais cidades do estado e do país. As soberanas também recebem as orientações necessárias sobre como devem proceder em cada momento em relação aos veículos de comunicação, autoridades, lideranças, políticos, e outros. “Elas realmente devem incorporar a festa, saber tudo sobre a festa e dominar todos os assuntos”. (FRANTZ, 2008)¹⁰².

Um público de mais de seis mil pessoas esteve presente no Ginásio Poliesportivo para prestigiar o concurso de soberanas da *Oktoberfest* de 2008. O evento iniciou com a

¹⁰² Entrevista realizada em 28/10/2008, com Silvani Frantz, coordenadora de recepção da festa.

apresentação dos sete jurados¹⁰³ e com o desfile das soberanas de 2007, rainha Naiara Pommerehn e as princesas, Nicole Garske Weber e Tamara Jaqueline Thom. Representando a família alemã, os bonecos Fritz, Frida, Max e Milli, símbolos da festa entraram para animar o concurso, juntamente com os grupos de danças folclóricas do Centro Cultural 25 de Julho e da Sociedade Cultural e Folclórica *Oktoberfanz*. As dezessete candidatas realizaram desfiles coletivos e individuais. Na passagem individual, cada uma se apresentou ao microfone e disse qual o papel de uma soberana da *Oktoberfest*. Este momento permitiu que cada candidata ressaltasse a importância que a festa representa para si mesma. A vencedora foi Janine Paiva, que ressaltou o papel de uma soberana com a seguinte fala: “o principal papel de uma soberana é divulgar da melhor forma possível a garra, as tradições e a alegria da população do nosso município herdadas dos imigrantes alemães que colonizaram nossa região”. (PAIVA, 2008)¹⁰⁴.

O trio escolhido para compor e divulgar a festa de 2008 ficou composto por Janine Alves de Paiva como rainha (21 anos), que recebeu como premiação uma viagem para a Alemanha; já como princesas, Deise Beatriz Neumann (24 anos) e Laura Helfer Hoeltgebaum (21 anos) que receberam um pacote turístico para o Nordeste do Brasil. Todas receberam faixa e um traje oficial composto por coroa, vestido, calçado e acessórios. Para a rainha Janine Alves de Paiva, representar a festa “é um sentimento de muita alegria e de bastante responsabilidade, (...) mas é uma emoção muito grande que não tem como explicar, é muita alegria”. (PAIVA, 2008).

¹⁰³ Sete jurados são indicados pela comissão da festa. Para a edição de 2008 compuseram a mesa de jurados as seguintes autoridades: Fábio André Roselfeld, coordenadora da LIC de Porto Alegre; Andressa Grillo Lovatto, rainha da Festa da Uva de 2008 de Caxias do Sul; Melina Wiebrich, Garota Verão 2006 e secretária da equipe diretiva da Univates, de Lajeado; Tatiana Lisboa, diretora de Turismo de Sobradinho e presidente da 13ª FEJÃO e 5ª ECOFESTA; Maria Helena Müller, coordenadora de planejamento da secretaria de turismo de Porto Alegre; Lenora Horn Schneider, Turismóloga e Coordenadora Regional dos Serviços turísticos do ministério do Turismo do RS; Sílvio Aloísio Rockenbach, jornalista, redator e locutor do consulado Alemão do RS e Santa Catarina.

¹⁰⁴ Entrevista realizada em 18/10/2008, com Janine Alves de Paiva, rainha da festa.



Imagem 10 - Janine Alves de Paiva recebendo a faixa de Naiara Pommerehn

Fonte: Jornal Gazeta do Sul

3.2.2 A divulgação da 24ª *Oktoberfest*

Seguindo a ordem de acontecimentos para os preparativos da festa, após a escolha das soberanas, a partir de junho, são intensificados os trabalhos de divulgação da *Oktoberfest*, compreendendo participações em eventos, divulgação nas empresas e prefeituras dos municípios da região, lançamentos da festa em Santa Cruz do Sul e nas principais cidades do país.

Uma comitiva, representada por coordenadores de divulgação e marketing procuram levar e mostrar um pouco da festa, através de uma “mini *Oktoberfest*” composta pela banda oficial da festa, a banda Munique, pelos bonecos Fritz e Frida e seus filhos, por um grupo de dança do Centro Cultural 25 de Julho e pelas soberanas. Na ocasião, além de danças e muita música, são distribuídos materiais informativos da festa, e oferecido cucas para degustação. As cidades selecionadas para o lançamento da *Oktoberfest* são as que demandam grande quantidade de público para a festa e esta avaliação é feita através da pesquisa realizada pelo NUPES da Universidade de Santa Cruz do Sul.

Na edição de 2008, um dos lançamentos oficiais da festa foi realizado em Santa Cruz do Sul, na noite do dia 20 de agosto de 2008, no restaurante *Bierhaus*, localizado dentro do

Parque da *Oktoberfest*. Contou com as apresentações de danças folclóricas do Centro Cultural 25 de Julho e da Sociedade Cultural e Folclórica *Oktoberanz*¹⁰⁵. O presidente Ruben Toillier fez a seguinte declaração, “teremos uma diversificada programação, aliada à infra-estrutura privilegiada do Parque da *Oktoberfest*. Certamente será uma das maiores festas que nossa cidade já viu”.¹⁰⁶

Outros três lançamentos oficiais da 24ª *Oktoberfest* aconteceram no estado do Rio Grande do Sul: no dia 27 de agosto, em Lajeado; no dia 10 de setembro, em Porto Alegre, e no dia 17 de setembro, em Santa Maria. A comissão da festa também divulgou a *Oktoberfest* de 2008, em outros municípios, porém sem lançamentos oficiais, apenas divulgando a festa em uma reunião da Câmara de Dirigentes Lojistas (ACI) de Caxias do Sul, na Expointer de Esteio, entre outros. No ano de 2008, pela primeira vez a comitiva da festa também participou do 3º Salão Brasileiro do Turismo¹⁰⁷, que aconteceu nos dias 20 e 21 de junho em São Paulo (SP). Neste evento, a comitiva, juntamente com as soberanas da festa, tiveram a oportunidade de divulgar a *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul aos demais estados presentes. A divulgação foi realizada com distribuição de materiais publicitários, com contatos com turistas, agências de viagens e veículos de comunicação especializados em turismo.

3.2.3 Os demais preparativos da festa

A estética urbana de Santa Cruz do Sul e do Parque também são preparadas para a festa e para a recepção dos visitantes. A partir do mês de julho de cada ano, a Prefeitura Municipal, através de cada secretaria, procura desenvolver o trabalho de manutenção das áreas públicas da cidade. O trabalho de infra-estrutura envolve a mão de obra de 150 a 200 pessoas por ano que iniciam as primeiras obras, voltadas para reparos nos trevos de acesso a cidade, para as podas de árvores, pinturas de meio fio, iluminação e outros. “A maior

¹⁰⁵ O grupo de danças *Oktoberanz* foi criado em 1986 pelo secretário do Turismo, Ademir Mueller. Sua criação partiu do objetivo de estimular a dança nas escolas municipais de Santa Cruz do Sul e fazer dele o grupo oficial da *Oktoberfest*. Para manter-se ativo, em 1997 o *Oktoberanz* transformou-se em sociedade de dança, por incentivo de Marco Limberger. Hoje a Sociedade é composta por cinco grupos, sendo eles o infantil, juvenil, semi-oficial, oficial e casais. Entrevista informal realizada 16 de janeiro de 2009, com Marco Limberger, presidente da Sociedade *Oktoberanz*.

¹⁰⁶ Jornal Gazeta do Sul (21/08/2008).

¹⁰⁷ O Salão Brasileiro do Turismo, maior evento do setor do país, teve como tema Roteiros do Brasil e foi realizado de 18 a 22 de junho, no Anhembi, em São Paulo (SP). O evento, promovido pelo Governo Federal por meio do Ministério do Turismo, mostrou o turismo brasileiro para quem deseja viajar ou fechar bons negócios.

prioridade é deixar os acessos da cidade em perfeitas condições e bem sinalizados” (ROSA, 2008)¹⁰⁸. Os trevos de acesso, por exemplo, receberam 60 mil mudas transplantadas, como Petúnia, Xita e Alegria do Jardim. Na frente do Parque, cerca de 10 mil mudas de a Flor-de-mel foram colocadas no ano de 2008. Todo o trabalho foi realizado pela equipe da Secretaria Municipal de Meio Ambiente. “Isso é para embelezar a festa. Nada melhor do que chegar a um lugar e ser recebido por um lindo canteiro de flor. Isso impressiona qualquer pessoa”, ressalta o presidente da *Oktoberfest*, Ruben Toillier¹⁰⁹.

A vontade de impressionar o visitante e até mesmo o morador santa-cruzensense é uma característica da festa. Conforme o assessor de comunicação da festa, Sandro Viana (2008), “os visitantes chegam e vêem os trevos floridos e já dizem: - ah, estamos chegando em Santa Cruz. A cidade tem uma tradição de ser limpa. (...) Então, nós temos uma grande festa e um município que pode receber as pessoas.” Ademir Mueller (2008), idealizador da festa também compartilha deste pensamento ao se referir à Santa Cruz do Sul e à imagem que o município transmite ao buscar o embelezamento. “Passa uma identidade de cidade alemã, de conotação, que se come bem. É uma cidade bonita, não tem gente que venha a Santa Cruz que não ache a cidade bonita, limpinha, organizadinha, todo mundo acha bonito, ‘ah’, os alemães lá trabalham”. A narrativa do idealizador da festa associa a cidade bonita, organizada e limpa como um mérito dos alemães, que tem uma cidade com estas características por que os alemães trabalham.

A intenção de causar boa impressão ao visitante, através do embelezamento da cidade e da limpeza dos locais do município são outros elementos da festa, que contribuem para narrar e colocar em evidência os valores da identidade germânica, que se reforçam tanto para os visitantes quanto para os próprios santa-cruzensenses.

O Parque se transforma num grande canteiro de obras visando à manutenção das redes de hidráulica e elétrica, restaurações, pinturas, podas de árvores, pintura de meio fio, corte de grama, preparação dos canteiros de flores, montagens de estruturas metálicas como pavilhões e pirâmides, montagem de palcos e camarotes, praças de gastronomia e Oktoberfeira finalizando, em setembro e outubro, com as decorações dentro e fora do Parque. Assim, “a

¹⁰⁸ Entrevista realizada em 28/11/2008, com Hipólito Rosa, responsável pela infra-estrutura.

¹⁰⁹ Jornal Gazeta do Sul (08/10/2008, p. 6).

partir de julho é que realmente o município começa a respirar aos poucos a *Oktoberfest*. (...) O que não pode faltar é o comprometimento de corpo e alma com a festa, e, sobretudo, zelar pela segurança e o bem estar do público visitante”. (ROSA, 2008).¹¹⁰

Visando o bem estar do público visitante, a *Oktoberfest*, recruta cerca de 40 recepcionistas por edição, para fornecer informações turísticas e promover a hospitalidade de Santa Cruz do Sul por meio da festa. Para a 24ª *Oktoberfest*, o processo seletivo para as recepcionistas da festa começou em agosto de 2008, com a inscrição de noventa meninas que se interessaram em concorrer às quarenta vagas disponíveis. Estas, primeiramente participaram de um curso de recepção ministrado pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC). Após o curso, quarenta meninas foram selecionadas pela prestadora de serviços GELRE, com contrato temporário e carga horária de seis horas diárias, recebendo salário e benefícios como alimentação e traje típico composto por sapato, tiaras, brincos e maquiagem. O perfil exigido para a vaga de recepção da festa é ter 18 anos de idade, 2º grau completo, ter iniciativa, espírito de equipe, disponibilidade integral durante o evento, boa comunicação e boa postura. Para Silvani Frantz, coordenadora da recepção, “o evento *Oktoberfest* é uma vitrine para as meninas, porque a maioria que não estava trabalhando, hoje está inserida no mercado de trabalho” (FRANTZ, 2008)¹¹¹. Desta forma, trabalhar como recepcionista da maior festa do município é uma maneira de tornar-se conhecida e alcançar novas oportunidades de trabalho com o término da festa.

Com as recepcionistas escolhidas, mais uma etapa dos preparativos da festa é concluída. Em setembro, outras atividades como as obras de manutenção da cidade e do Parque foram finalizadas, deixando a cidade preparada para a *Oktoberfest*. Ainda nesse mesmo mês, mais precisamente no dia 10, outros dois importantes eventos ocorreram: a realização do 7º Festival de Bandas¹¹² e o início das decorações do centro da cidade de Santa Cruz do Sul, com a colocação das placas coloridas e bandeirolas nos arcos luminosos das principais ruas da cidade.

¹¹⁰ Entrevista realizada em 28/11/2008, com Hipólito Rosa, responsável pela infra-estrutura.

¹¹¹ Entrevista realizada em 18/10/2008, com Silvani Frantz, coordenadora da recepção.

¹¹² Em seis edições, desde 2002, o Festival de Bandas fomentou a produção de 240 músicas inéditas por cerca de 50 bandas de diversas cidades do Estado do Rio Grande do Sul. Com a soma das seis coletâneas lançadas, 94 músicas foram selecionadas e devidamente registradas, resultando na circulação total de 24 mil peças de Cds que levam o ritmo da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul aos diversos recantos, inclusive no exterior.

O Festival de Bandas, que no ano de 2008 chegou à sua 7ª edição, é um evento organizado pela Gazeta Grupo de Comunicações, com apoio da ACESC e da Prefeitura de Santa Cruz do Sul. Nesse ano, o Festival contou com mais de 15 bandas, que apresentaram músicas inéditas, com ritmo inerente à tradição germânica. Em relação às edições anteriores, o Festival de Bandas de 2008 teve maior participação de bandas locais, estaduais e até de outros estados. Este Festival contribui para que a *Oktoberfest* lançasse mais um CD Oficial da festa, com músicas de 24 bandas¹¹³. O CD foi lançado na noite de abertura da *Oktoberfest*, ou seja, no dia 9 de outubro de 2008.

Conforme Leandro Siqueira, radialista da rádio Gazeta AM, idealizador e organizador deste evento, o Festival de Bandas tem como objetivos: contribuir com a divulgação da festa; incentivar a produção de novos trabalhos musicais; promover e evidenciar a produção artística das bandas e preservar o gênero musical das “bandinhas”. O festival possui caráter beneficente desde o ano de 2005, com um público superior a cinco mil pessoas contribuindo com alimentos não perecíveis, posteriormente distribuídos para entidades assistenciais. (SIQUEIRA, 2008).¹¹⁴

A decoração da cidade de Santa Cruz do Sul para a festa de 2008, iniciou com a colocação de 400 placas coloridas e bandeirolas nos arcos luminosos das principais ruas da cidade, como: Marechal Floriano, 28 de Setembro, Tenente Coronel Britto, Júlio de Castilhos, além das proximidades do Shopping Santa Cruz e Associação dos Fumicultores do Brasil (AFUBRA). A criação destas peças foi desenvolvida pela agência Tuta Comunicação e patrocinadas por empresas locais, como a Alliance One, Phillip Morris, Souza Cruz, Universal Leaf Tabacos, Banrisul, Ambev, Itaú e Unimed, além da Prefeitura Municipal e da Associação Cultural e Empresarial de Santa Cruz (ACESC).

¹¹³ Alto Astral, Athos, Callendula, Cassino, Cavalinho, Choppão, Cometas, Continental, Doce Desejo, Expresso, Garotos dos Sonhos, Germânia, Happy Brass, Kamarilla, Kativa, Magia, Metais em Brasa, Munique, Nova Atração, Nowa, Os Montanari, San Carlo, Santa Cruz e Scala.

¹¹⁴ Entrevista realizada em 27/11/2008, com Leandro Siqueira, coordenador do Festival de Bandas da *Oktoberfest*..



Imagem 11 - Bandeiras para decoração da cidade

Fonte: Jornal Gazeta do Sul

Outras atividades promovem o embelezamento do centro da cidade de Santa Cruz do Sul e do Parque da *Oktoberfest* a partir da segunda quinzena de setembro. No centro, as lojas e residências, incentivadas pelo concurso de decoração,¹¹⁵ promovido pela própria ACESC, ornamentaram seus ambientes com cores da festa e indumentárias que remetem à cultura alemã. Para Roberta Pereira, coordenadora da área de recreação, “a participação da comunidade com as decorações cresce a cada ano, e nós estamos tentando incentivar cada vez mais, mas é visível o orgulho das pessoas com suas casas e jardins. Por parte dos lojistas também temos recebido belos trabalhos”. (PEREIRA, 2008)¹¹⁶. A *Oktoberfest* também disponibiliza “Kits decorativos”, que compõe cartazes com a imagem dos bonecos Fritz, Frida e filhos, para que os lojistas utilizem em suas vitrines. Dessa forma, o comércio é estimulado a participar e interagir com a festa, pois muitas lojas, além de valer-se das decorações, incentivam suas equipes de funcionários a usarem alguma vestimenta que remeta ao folclore alemão, como uma tiara florida ou o próprio traje típico.

¹¹⁵ O Concurso de decoração tem o apoio da Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL), do Sindicato dos Lojistas (SINDILOJAS) e da Associação Empresarial Arroio Grande e Adjacências (AEMAG). Todos os participantes recebem alguns ingressos e kits de decoração que ilustram a família símbolo da festa, no caso cartazes com o Fritz, a Frida e seus filhos. As inscrições acontecem nas duas semanas que antecedem o evento e a premiação durante o mesmo. O primeiro colocado recebe um troféu e mais 20 ingressos, o segundo e terceiro colocado recebem 15 e 10 ingressos nesta ordem. Os vencedores de residências com jardim foram: primeiro lugar: Milton Miguel Henn, na Rua Martin Lutter, 93, Bairro Higienópolis. Segundo: Clínica Odontológica Kraetter, Rua Fernando Abott, 58, Centro. Terceiro: Lia Teresinha Franke, Rua Vereador Ottmar Münch, 38, Bairro Faxinal. Já os vencedores de decoração das vitrines das lojas foram: primeiro lugar: Spengler S. A., Rua 28 de Setembro, 1.817, Centro. Segundo: Rainha das Noivas, Rua Tenente Coronel Brito, 580, Centro. Terceiro: Iria Calçados, Rua Marechal Floriano, 1.039, Centro

¹¹⁶ Entrevista realizada em 28/10/2008, com Roberta Pereira, coordenadora da recreação.

A realização do concurso de decoração também contribui para a promoção e divulgação da festa, pois incentiva a decoração de lojas, estimula a criatividade, promove a identidade visual da festa com base no tema, e valoriza o cuidado de jardins mediante o cultivo de flores. (PEREIRA, 2008). Esse concurso, que teve quarenta inscritos no ano de 2008, mostra-se como uma forte ação para a manutenção da identidade alemã no município, uma vez que, incentivando a decoração e ornamentação de jardins bem cuidados e floridos, reforça-se um hábito, narrado por descendentes de alemães, como uma tradição desse povo herdada dos colonizadores e que se mantém até a atualidade. Assim a *Oktoberfest*, através do concurso de decoração faz relação com a cultura germânica e incentiva o município de Santa Cruz do Sul a criar um ambiente apropriado para gerar encantamento ao visitante.

Para Fontoura (1999, p.13) “o turismo aparece como movimento humano entre as cidades ou localidades, buscando algo novo para consumir, para experimentar, para vivenciar”. Nesse sentido, a festa, torna-se uma oportunidade para o consumo e a vivência do diferente, já que através de todo um contexto decorado, promove o encantamento dos visitantes quando vêm a Santa Cruz do Sul em época de *Oktoberfest*, contribuindo para o fortalecimento da cultura hegemônica e construção de sua identidade regional.

Neste sentido, torna-se importante destacarmos o envolvimento da população de Santa Cruz do Sul no contexto da festa, o que promove um sentimento de participação e pertencimento da comunidade, mesmo antes de a festa acontecer no município. Assim, através do processo organizativo da *Oktoberfest*, que ocorre durante o ano todo, os laços simbólicos vão sendo (re)construídos aos poucos, através de uma ou outra mobilização dos distintos grupos sociais. Estes grupos participam do contexto da festa e promovem o discurso identitário germânico no município.



Imagem 12 - Vitrine da loja Spengler
Fonte: Spengler S. A

No Parque, a ornamentação aconteceu na última semana que antecedeu o evento. As entradas de acesso ao pórtico receberam vasos com diferentes variedades de flores. O pórtico do Parque foi decorado com imagens de alemães tocando instrumentos musicais, arcos e bandeirolas, e em frente ao Parque da *Oktoberfest*, próximo ao chafariz foram colocados dois canecos de chope gigantes, conforme mostra a imagem abaixo.



Imagem 13 - Pórtico do Parque da *Oktoberfest*
Fonte: Rodrigo / Agência Fotográfica Assmann

A cada ano, a decoração do Parque da *Oktoberfest*, é elaborada respeitando como princípio a relação com o tema da festa. Os patrocinadores globais expõem sua marca e contribuem diretamente com a decoração do Parque. Para isso, cada empresa elabora um projeto de decoração condizente com o tema, cabendo à comissão da festa a avaliação e aprovação do projeto e o *layout* que o Parque deverá apresentar. Este *layout* com as devidas decorações acontecem nos últimos quinze dias antes do evento. (ANEXO B).

A organização de alguns espaços do Parque como os ambientes gastronômicos, o parque de diversões e os lonões obedece a critérios. Hipólito Rosa, responsável pela infraestrutura do Parque, nos explica que os espaços gastronômicos, ou seja, a praça de alimentação é uma estrutura pronta e é adaptada conforme a decisão da comissão sobre o *layout* do Parque. As lanchonetes e os restaurantes devem ser de empresas associadas à ACESC e constituídas em Santa Cruz do Sul. São coordenadas por uma comissão que os fiscaliza durante a festa. Para o parque de diversões, a comissão da *Oktoberfest* solicita aos parques interessados, uma lista dos brinquedos com suas respectivas fotos. Este critério é uma precaução que a festa utiliza para evitar uma imagem desagradável do parque de diversões com o evento. Os demais espaços para bailes, chamados de lonões são espaços que agregam valor ao evento¹¹⁷. A cada ano dois lonões são instalados no Parque e promovem grande animação e diversificação de públicos.

Outra atividade organizada pela *Oktoberfest*, através da ACESC e executada pelo Serviço Social do Comércio (SESC), Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), 6ª Coordenadoria Regional de Educação e Secretaria Municipal de Educação e Cultura (SMEC) de Santa Cruz do Sul, são os concursos de redações e desenhos. Os participantes são alunos matriculados no ensino regular da 1ª à 8ª séries do Ensino Fundamental e Médio das escolas da rede pública e particular de Santa Cruz do Sul. Os concursos são divulgados pela mídia (jornal, rádio, TV e internet), e-mails e correspondências enviadas a todas as escolas municipais, estaduais e particulares. As escolas desenvolvem o trabalho em sala de aula e os professores fazem a pré-seleção dos melhores desenhos e redações e os encaminham à ACESC ou ao SESC. As escolas podem optar por quatro categorias: “A”: Desenho - 1º ano, 2º ano e 2ª série; “B”: Desenho - 3ª e 4ª série; “C”: Redação - 5ª e 6ª série; “D”: Redação - 7ª e 8ª série; “E”: Redação - Ensino Médio.

¹¹⁷ Entrevista realizada em 28/11/2008, com Hipólito Rosa, responsável pela infra-estrutura.

A cada ano, os desenhos e redações devem ser desenvolvidos utilizando a temática da festa, no caso de 2008, o tema *Tradições Germânicas*. Os quesitos para avaliar os desenhos e redações da edição de 2008 do concurso foram: originalidade; fidelidade à temática, qualidade na organização das idéias, criatividade e clareza. A qualidade na organização das imagens e espaço da folha também foram critérios observados no concurso de desenho. Foram inscritos, até o dia 30 de setembro de 2008, cerca de três mil trabalhos, e este número aponta a grande participação e envolvimento das escolas do município com a festa. Foram selecionados 576 para o concurso de desenhos, e 84 para o concurso de redações. O resultado do concurso foi anunciado no dia 10 de outubro do mesmo ano, pela imprensa e no site da 24ª *Oktoberfest*. Os três melhores trabalhos em cada categoria foram premiados e receberam certificado de participação e um kit especial da *Oktoberfest*, composto por 03 ingressos ao Parque da *Oktoberfest* e 05 ingressos para o parque de diversões. Os trabalhos premiados ainda foram expostos no Espaço Cultural, durante a *Oktoberfest*.¹¹⁸

Uma das redações premiadas, a de Lorena Leite Clementino, inicia o texto narrando o pedido da professora de Português para que os alunos desenvolvessem a redação sobre o tema *Tradições Germânicas*. A aluna declara que, por não ter conhecimento nenhum sobre o tema, resolve pedir ajuda a seu pai que lhe explica que *Tradições Germânica* é o chope, a gastronomia, as músicas, as roupas típicas, ou seja, o pai esclarece o tema a partir de muitos dos elementos que compõem a *Oktoberfest*. O pai ainda acrescenta que a Festa das Flores, Festas das Cucas e a própria *Oktoberfest* também podem ser vistas como *Tradições Germânicas*, e a redação é finalizada, com a afirmação de que o trabalho foi feito com a contribuição do pai e a exploração do tema agradou a professora.

¹¹⁸ Categoria A (desenho - 1º ano, 2º ano e 2ª série) - Monique de Borba Beckenkamp, 1º ano, do Colégio Dom Alberto, orientado pela professora Juliane Betina Jaeger - Gabriel Lopes Pedroso, 2ª série, Escola Estadual de Ensino Médio Santa Cruz, orientado pela professora Luciana Funk - Brenda Centa Bolfe, 2ª série, Escola Estadual de Ensino Médio Santa Cruz, orientado pela professora Márcia Rosilene S. Beckenkamp. Categoria B (desenho - 3ª e 4ª série) - Amanda G. da Silva, 4ª série, Escola Estadual de Ensino Médio José Mânica, orientada pela professora Suzana Maria Wick da Silva - Roberta Scremin Juliano, 4ª série, do Colégio Dom Alberto, orientada pela professora Ângela Maria de Andrade Silva - Cristian Aloisio Dupont, 4ª série, Escola Municipal de Ensino Fundamental Vidal de Negreiros, orientado pelas professoras Alcides Winkelmann Cléria Inês Hermes. Categoria C (redação - 5ª e 6ª séries) - Alexander André Schoeninger, 6ª série, Escola Municipal de Ensino Fundamental Cardeal Leme, orientado pela professora Claudete Naue - Bruna Luise Blank, 6ª série, do Colégio Mauá, orientada pela professora Carmen Lúcia Iserhard - Lorena Leite Clementino, 5ª série, do Colégio Mauá, orientada pela professora Carmen Lúcia Iserhard. Categoria D (redação - 7ª e 8ª série) - Roberta de Moura Ertel, 8ª série, do Colégio Mauá, orientada pela professora Agda Baracy Netto - Juliana Lagasse, 7ª série, da Escola Municipal de Ensino Fundamental Cardeal Leme, orientada pela professora Marisa Baron - Cristiano Lucas Moser, 7ª série, da Escola Municipal de Ensino Fundamental Vidal de Negreiros, orientado pela professora Joeci Helena de Moraes.

Assim, os concursos se mostram uma estratégia massiva para envolver as crianças no “espírito” da festa, fazendo com que as crianças e adolescentes pensem sobre a festa, troquem idéias com seus familiares e coloquem em prática o que entendem do tema da festa, por meio de um desenho ou de uma redação. Para Roberta Pereira, coordenadora desta atividade de recreação, os concursos, “além de envolverem a comunidade santa-cruzensa no espírito da *Oktoberfest*, ainda revelam-se como uma maneira de preservar a herança cultural dos imigrantes alemães” (PEREIRA, 2008).¹¹⁹

Como pudemos observar a 24ª *Oktoberfest* e 4ª Oktoberfeira foi preparada no município de Santa Cruz do Sul, durante os meses que antecederam outubro de 2008 com um forte desejo de impressionar os visitantes, por isso, inúmeros cuidados são adotados pelos organizadores, para que a festa alcance bons resultados e as atividades sejam desenvolvidas em tempo hábil.

Observando a elaboração da festa, podemos afirmar se tratar de um momento especial para envolver um amplo público e segmentos, formando uma imensa rede de contatos que estimulam o conhecimento e reconhecimento da cultura alemã. Assim, a *Oktoberfest* acaba se viabilizando ano a ano e consegue reforçar a identidade germânica para mais e mais pessoas que, por se envolverem no processo de elaboração da festa, acabam se sentindo pertencentes à etnia alemã, mesmo não sendo descendente ou não ter tido contato anterior com a etnia, como é o caso de Roberta Pereira, coordenadora de recreação, que afirma: “mesmo não sendo de origem germânica, me apropriei desta identidade, me apaixonei pelas tradições e história dos homens e mulheres que colonizaram esta terra e deixaram tantas histórias bonitas para nós”. (PEREIRA, 2008). O coordenador de marketing, Eriton Vetoretti, de descendência italiana, também demonstra sua identificação com a festa, são suas palavras: “hoje a festa está tão enraizada, que é como se fosse uma filha” (VETORETTI, 2008). Também cabe destacar o relato de Maria Luiza Schuster, coordenadora dos desfiles, “quando a festa se aproxima, muita coisa boa vem a minha mente, e habita o meu coração, porque eu amo de paixão esta festa, eu me identifico muito com ela, tenho muito orgulho de poder ajudar, (...) a alegria fica estampada no meu rosto”. (SCHUSTER, 2008).

Cabe-nos salientar que este sentimento que hoje os organizadores possuem em relação

¹¹⁹ Entrevista realizada em 28/10/2008, com Roberta Pereira, coordenadora da recreação.

à festa, foi um processo construído e elaborado por pessoas que desejavam ver a cultura alemã destacada no município de Santa Cruz do Sul, para diferenciá-la de outros municípios e, com isso, também atrair o turismo local. Neste sentido, torna-se relevante trazer o relato do idealizador da festa, Ademir Mueller. Para ele, Santa Cruz do Sul possuía elementos da cultura alemã, porém estes não estavam organizados. A festa possibilitou esta organização, incentivando a valorização da cultura alemã através da gastronomia, das danças, do chope, entre outros. Nas palavras de Mueller (2008),

nós tínhamos uma dificuldade, nós só tínhamos um grupo de danças que era o Polka e mais nada, a gastronomia existia na colônia, mas nós não tínhamos nenhum restaurante com comida alemã, nenhum restaurante de Santa Cruz oferecia o chope, nada. Mas nós tínhamos uma vantagem, o Excelsior que era um frigorífico aqui de Santa Cruz que matava o porco. Então, as coisas existiam por aí, mas não estavam organizadas. (MUELLER, 2008).

Assim, com estes vinte e quatro anos de festa, a cultura alemã conseguiu, de certa maneira, ser organizada e reinventada no município, possibilitando a manutenção da identidade alemã e contribuindo para a construção do sentimento de pertencimento a esta etnia e os símbolos e significados reconhecidos pela maioria dos participantes da festa. Flores (1994) ao se referir a *Oktoberfest* de Blumenau, explica que todo este cenário turístico que é criado para comemorar a festa, faz com que o visitantes tenham a impressão de que a cidade se reveste de encantamento e valorização à cultura alemã o ano todo, ou seja, o turista vê a cidade preparada para a festa como sua realidade cotidiana. Imagina que o clima da festa se perpetua pelo ano inteiro. Da mesma forma, em Santa Cruz do Sul, o espetáculo da cultura acaba se revelando para o turismo como “autêntico”, não como uma construção que visa ao mercado e reforça os valores de um grupo.

3.3 A realização da 24ª *Oktoberfest* e 4ª *Oktoberfeira*

Neste segundo momento, descreveremos e analisaremos a realização da festa e, considerando a *Oktoberfest* como um produto, que durante um ano foi sendo produzido e neste momento passa a ser vendido para as massas, com uma programação diversificada, e elementos fortalecedores da cultura alemã. A seguinte ordem será obedecida para descrevermos a realização da festa de 2008: a abertura oficial; o tema *Tradições Germânicas* e o Espaço Cultural; os bonecos como representação da família alemã; os jogos germânicos;

os desfiles de carros alegóricos; as músicas; as danças folclóricas e os trajes típicos; a religiosidade e a gastronomia; os demais acontecimentos da festa e a cerimônia de encerramento. Os itens escolhidos foram estes, pois cada um integra as questões da cultura e da identidade germânica, trabalhadas pelos organizadores de forma individual, no conjunto da festa. Assim, à medida em que descrevermos os elementos que compõe a realização da festa de 2008, pretendemos analisar a dimensão dos mesmos para construção e manutenção da identidade alemã do município de Santa Cruz do Sul, bem como fizemos com o processo de elaboração da festa.

3.3.1 A abertura oficial da festa

A abertura oficial da 24ª *Oktoberfest* aconteceu em dois momentos na noite do dia 09 de outubro de 2008. Às 20 horas, autoridades e convidados foram recepcionados no pavilhão central para a cerimônia restrita. A ocasião foi marcada pela abertura do primeiro barril de chope, dando início à festa. A secretária estadual da Cultura, Mônica Leal, esteve presente na cerimônia representando a governadora do estado do Rio Grande do Sul, Yeda Crusius, juntamente com o presidente da Assembleia Legislativa, deputado Alceu Moreira, que destacaram em seus discursos, a importância da *Oktoberfest* para o estado do Rio Grande do Sul.¹²⁰ O presidente da festa, Ruben Toillier, enfatizou que a *Oktoberfest* tem se consolidado e crescido muito a cada edição. Em suas palavras, “buscamos este ano muitos apoiadores e patrocinadores, e isso fez com que achássemos espaços para acomodar a todos. O Parque está lindo e à espera da comunidade gaúcha”. (TOILLIER, 2008).

Em seguida, às 21 horas, a festa foi aberta ao público em geral, recebido por quarenta recepcionistas vestidas com trajes típicos e posicionadas em fila dupla na entrada do Ginásio Poliesportivo. Esta solenidade foi presidida pelo assessor de comunicação da festa, Sandro Viana, que anunciou, ao som da banda oficial da *Oktoberfest*, a banda Munique, a entrada dos integrantes dos grupos de danças, do Centro Cultural 25 de Julho, da Sociedade Cultural e Folclórica *Oktoberanz*, e das recepcionistas da festa junto com os demais grupos, sendo eles dos organizadores da festa, das soberanas da 24ª *Oktoberfest*, dos bonecos Fritz, Frida e seus filhos Max e Milli, e das rainhas dos municípios da região.

¹²⁰ Jornal Gazeta do Sul (10/10/2008, p.6).

Durante o discurso que visava informar e destacar o tema *Tradições Germânicas*, outros grupos foram chamados para mostrar objetos que representavam o tema. Por exemplo, ao fazer referência à escola como uma tradição da cultura alemã, enquanto um grupo entrava no Ginásio com materiais escolares em mãos, o discurso do assessor de comunicação da festa afirmava o seguinte,

a educação escolar era tratada com muito carinho pelas colônias teutas, as primeiras escolas eram comunitárias e os pais contratavam os professores para garantir o ensino de suas crianças. A escola tinha grande importância para as pequenas comunidades, pois era um espaço onde as crianças não somente aprendiam a ler, escrever e calcular, como também se nutriam dos valores, dos bens culturais e das tradições constituídas através dos tempos. A escola era o centro colonizador da vida comunitária, e tinha a importante função de unir a comunidade, eram aprendizagens importantes para a vida. Chegar a uma nova terra e poder dela produzir os alimentos para o sustento da família era sem dúvida uma grande dádiva, colher os frutos plantados era garantia de uma mesa farta, e a família estaria bem alimentada. Produziam entre outros produtos, o trigo e então tinham o pão tão sagrado na mesa de todos. Na gastronomia temos grandes contribuições dos alemães. (VIANA, 2008)¹²¹

Este trecho, retirado do cerimonial de abertura da festa, faz referência ao passado e à importância que as escolas tinham na transmissão da cultura alemã. A cerimônia pode ser vista como uma tentativa de promover o discurso sobre a cultura e identidade em questão, pois, lembrar significa aflorar à memória o passado, combinado com a realidade corporal e presente da percepção e, assim misturar dados imediatos com lembranças. A memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no processo atual das representações, e é sempre uma construção. (BOSI, 2003).

Após a apresentação do que simboliza as *Tradições Germânicas*, os grupos de danças fizeram uma apresentação folclórica, e todos os demais grupos foram chamados para fazer a dança da integração, conhecida como a *Polonaise*. Para finalizar a cerimônia de abertura, o presidente da festa, Rubem Toillier, fez a contagem regressiva, e declarou aberta a 24ª *Oktoberfest* e 4ª Oktoberfeira. A seguir, os portões do pórtico de entrada do Parque *Oktoberfest* foram abertos e o público presente pode apreciar um show pirotécnico e visitar os estandes do parque gratuitamente.

Interessante destacar, que este momento da abertura oficial da *Oktoberfest*, é uma ocasião ritualizada que procura gerar emoção e encantamento nas pessoas para com a festa.

¹²¹ Discurso de Sandro Viana, assessor de comunicação da *Oktoberfest*, durante a abertura Oficial da edição de 2008.

Os principais recursos utilizados são através da música, da decoração do Ginásio, da alegria transmitida pelos bonecos e pelos grupos de danças. A própria voz do orador e do presidente denotaram muito entusiasmo e emoção, especialmente ao fazer a contagem regressiva para a abertura da festa.

3.3.2 O tema *Tradições Germânicas* e o Espaço Cultural

Os temas foram inseridos na *Oktoberfest* a partir da edição de 2004 porque os organizadores sentiram a necessidade de diferenciar a festa focando-a mais na questão cultural. Esta alternativa permitiria também que verbas fossem buscadas por meio de leis de incentivo à cultura. Com a inserção dos temas, a festa criou um ambiente, chamado de Espaço Cultural, que nada mais é do que uma mostra daquilo que o tema representa, e um prestigiado espaço para fornecer mais informações sobre o tema, a etnia e a cultura alemã aos visitantes.

Importante observar que o primeiro tema escolhido e explorado no Espaço Cultural da festa foi o tema *Família Alemã*, na edição de 2004. Maria Luiza Schuster, coordenadora dos desfiles, justifica a escolha deste tema como primeiro, e o que a família representa na cultura germânica. “A *Oktoberfest* não dá para pensar sem família, porque a *Oktoberfest* é a festa da família, (...) a família sempre foi aquele elo importante onde se buscava arrego nos momentos de alegria e de tristeza, a família sempre trabalhou unida dentro dos imigrantes. (...) A família que rezava unida, trabalhava unida e se divertia unida.” (SCHUSTER, 2008)¹²².

No primeiro capítulo deste estudo foi afirmado que, algumas leis no período da imigração dos alemães para o Brasil, favoreciam a distribuição de terras a homens casados, pois estes teriam maior facilidade de adaptação e contribuiriam para a formação das colônias, e que este era um dos objetivos das leis do Governo Imperial Brasileiro. A mão de obra familiar foi inserida nas atividades do cotidiano dos imigrantes, já que, em tese, não podiam se valer da mão de obra escrava. Todo este histórico contribuiu para uma narrativa de valorização e apego à família e, na festa, a família passou a ser um componente relacionado diretamente às tradições germânicas, apropriando-se deste aspecto para discutir a identidade

¹²² Entrevista realizada em 18/10/2008, com Maria Luiza Schuster, coordenadora do desfiles de carros alegóricos.

alemã no município.

Já no ano de 2005, o tema escolhido para a festa e explorado em forma de exposição no Espaço Cultural foi o tema *Gastronomia*, aspecto mantido nas demais edições, através da escola de culinária. *Música* foi o tema na edição de 2006, e *Dança*, na edição de 2007. Ambos se conservaram no Espaço Cultural da festa de 2008, através da escola de dança. “Então isso tudo é interessante, mostra que as pessoas estão interessadas nisso, se não tivesse tido sucesso ano passado, já não existiria mais nesta edição”. (VIANA, 2008)¹²³.

Como o tema da edição de 2008 foi *Tradições Germânicas*, o Espaço Cultural trouxe a soma dos demais temas já apresentados nas edições anteriores. Assim, nesta edição, o Espaço Cultural contou com um ambiente de exposição sobre o que representam as *Tradições Germânicas*, e outros ambientes como oficinas com aulas de língua alemã, de danças, de cursos de culinária, de jogos germânicos e de venda de café colonial. Conforme o coordenador de cultura da festa, Nestor Raschen, “o Espaço Cultural é um ambiente integrado, onde há várias atividades de resgate dos costumes do povo colonizador”. (RASCHEN, 2008)¹²⁴. Com a criação deste espaço, a festa promove um ambiente lúdico para que o visitante possa interagir com a cultura alemã e conhecer, a partir do que a festa mostra e narra, os costumes dos colonizadores.

Sobre este aspecto, o jornalista Guido Kuhn (2008) ainda salienta,

Os tempos atuais não admitem mais tentativas de imposição étnica e cultural. Creio que cada etnia participa (ou não) dentro da sua própria realidade. A cultura alemã, ainda bem hegemônica em nosso meio, não pretende que todos sejam alemães. Mas quer mostrar as suas virtudes e orgulhar-se delas. A “identidade alemã” de certa forma será preservada, com grande contribuição da Oktoberfest. Dentro dela, especialmente nos últimos anos, este aspecto vem recebendo cada vez mais espaço. A cada ano, é estabelecido um determinado tema, tendo já sido mencionada a culinária, a música, a dança e as tradições germânicas em geral. (KUHN, 2008).¹²⁵

Com este relato confirmamos a observação feita acima e entendemos que todo o contexto de elaboração e realização da *Oktoberfest* mobiliza pessoas que, ao sentirem-se pertencentes à etnia alemã, declaram seu sentimento de amor pela cultura, supervalorizando-a

¹²³ Entrevista realizada em 04/11/2008, com Sandro Viana, assessor de comunicação.

¹²⁴ Jornal Gazeta do Sul (13/10/2008).

¹²⁵ Entrevista realizada em 08/12/2008, com Guido Kuhn, jornalista e pesquisador da história de Santa Cruz do Sul.

quando a festa é realizada. Em todo este contexto, a identidade alemã do município se beneficia, se fortalece e se torna dominante. Nesse sentido, Maurice Halbwachs (1990, p.34) emite um conceito que explica a relação da festa com a contribuição da mesma para a identidade hegemônica.

Não é suficiente reconstruir peça por peça a imagem de um acontecimento do passado para se obter uma lembrança. É necessário que esta reconstrução se opere a partir de dados ou de noções comuns que se encontram tanto no nosso espírito como no dos outros, porque elas passam incessantemente desses para aquele e reciprocamente, o que só é possível se fizeram e continuam a fazer parte de uma mesma sociedade.

A exposição elaborada para simbolizar as *Tradições Germânicas* no Espaço Cultural foi organizada em parceria entre ACESC e Museu do Colégio Mauá¹²⁶ e trouxe artefatos antigos representativos da cultura alemã como livros, mobílias, instrumentos musicais e partituras, objetos de trabalho, espingardas de tiro ao alvo, roupas e ovos de Páscoa pintados. Ainda, neste ambiente, às 18h de todos os dias da festa, era possível aprender a dança folclórica alemã, com instrutores de danças da Universidade de Santa Cruz do Sul.



Imagem 14 - Espaço Cultural da 24ª *Oktoberfest*

Fonte: ACESC – Associação Cultural e Empresarial de Santa Cruz do Sul

¹²⁶ O Museu do Colégio Mauá foi fundado em 20 de setembro de 1966 e possui um acervo significativo sobre a história e a memória da região de Santa Cruz do Sul. O seu acervo ultrapassa 150 mil peças, sendo que estão expostas temporariamente 5 mil peças. Sobre o Colégio Mauá podemos dizer ser, um colégio de grande relevância para Santa Cruz do Sul por que atua a 139 anos no município e está vinculado com a Igreja Evangélica de Confissão Luterana do Brasil já que pertence a Rede Sinodal de Educação. (COLÉGIO MAUÁ E PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA CRUZ DO SUL).

A oficina de língua alemã, através da Escola *Auf gut Deutsch* ensinou aos interessados um pouco sobre a língua alemã. As aulas aconteciam em dois horários, durante os dias da festa: às 15h e às 20h. Para a professora de alemão na festa de 2008, Marinez Ruschel, “como o tema é tradição, as aulas remontam ao que os alemães vêm trazendo, desde a imigração”. Os alunos eram visitantes de diversas cidades, e chegavam achando que a aula seria difícil, mas como as lições eram simples, no final da oficina já mudavam de opinião e pensavam até em estudar o alemão. Algumas expressões com, *Hallo* (Olá), *Willkommen* (Bem-vindos), *Guten morgen* (Bom dia), *Guten tag* (Boa tarde) e *Guten arend* (Boa noite)¹²⁷ foram ensinados durante as aulas.

A Escola de Culinária Alemã é outra ação da festa que envolve o público para aprender os pratos da cultura germânica. Por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC - Santa Cruz do Sul), a escola de culinária, em dois horários, às 16h e às 19h ensinava os visitantes a produzir pratos típicos como receitas de *butter doss* (amanteigados), *apfelkuchem* (torta de maçã), pão de batata, bolo alemão amanteigado, bolachinhas de mel e de aveia, cuca colonial de maçãs, torta de tâmaras com queijo e torta floresta negra. Para o professor de gastronomia da festa de 2008, André Damin, “as receitas são fáceis de fazer e as aulas também são uma forma de despertar o empreendedorismo. No ano anterior um casal acompanhou o curso durante os dez dias e montou um livrinho de receitas. Hoje eles têm uma confeitaria”.¹²⁸ De acordo com Viviane Bertholdi, diretora do SENAC, a Escola de Culinária Alemã contabilizou até o final da festa mais de 320 alunos.¹²⁹

Assim, com diversas ações, a *Oktoberfest* busca firmar a cada ano o seu lado cultural. Para Sandro Viana, assessor de comunicação da festa, o resgate da cultura alemã está evidenciado em diversos momentos da festa, no Espaço Cultural, nas danças folclóricas, nas bandinhas, nos desfiles e até mesmo nos lonões. A inserção dos temas contribuiu no sentido de focar e direcionar a festa para um objetivo mais cultural e para o resgate das tradições germânicas. (VIANA, 2008).

Ainda sobre o tema de 2008, observamos o cuidado da festa em explicar, nos materiais

¹²⁷ Jornal Gazeta do Sul (17/10/2008, p. 7).

¹²⁸ Jornal Gazeta do Sul (16/10/2008, p. 4).

¹²⁹ Ver site da 24ª Oktoberfest. <http://www.oktoberfestsantacruz.com.br/>

publicitários o significado do tema *Tradições Germânicas*, como é o caso da revista de divulgação que a ele se refere como “um conjunto das manifestações de caráter popular e cultural do povo germânico, seus costumes e representações artísticas. A expressão máxima das *Tradições Germânicas* encontra-se na música, dança, nos trajes típicos, nos jogos germânicos e na refinada culinária alemã” (QUEREMOS VOCÊ NA OKTOBERFEST, 2008, p.3)¹³⁰. Ao ser entrevistada Maria Luiza Schuster, coordenadora dos desfiles, afirma que o tema *Tradições Germânicas* está representado através “das flores, a questão das guirlandas como decoração, a música, a própria dança, o canto coral, o canto dentro de um conjunto instrumental, como os nossos conjuntos, as nossas bandinhas, o tocar instrumentos é uma coisa bem da cultura alemã, a religiosidade também, o culto à missa é visível”¹³¹.

Já Nestor Raschen, (2008), coordenador de cultura, explica o tema *Tradições Germânicas* e defende a preservação da língua, porque, além de ser uma tradição, o domínio de outra língua enriquece o universo cultural das pessoas.

as tradições germânicas, reúnem o legado dos imigrantes alemães, aquilo que eles nos deixaram. (...) Acontecem festejos populares no interior do município e nos municípios vizinhos, que são pequenas celebrações das tradições, e que a *Oktoberfest* consegue reunir todos eles, numa grande celebração. Então, na verdade o encontro de sociedades, o encontro de corais, ou mesmo encontros esportivos, são pequenas celebrações de costumes e tradições germânicas. As danças, até o resgate da língua eu acho que está sendo feito de maneira mais intensa, neste momento o município já implementou em várias escolas a oportunidade da língua alemã, há um olhar mais atento sobre a importância desta história e a importância da própria língua. Com o tempo, isso sofreu percalços, acho que a questão da proibição da língua alemã assim como houve também a proibição da língua italiana (...) tudo que é proibido começa ter uma pecha de negativo de não positivo, e as pessoas foram deixando de lado, e houve perdas muito significativas da memória, até porque literaturas foram queimadas e escondidas. Então agora, nós estamos correndo atrás do tempo perdido, sabendo que não é vergonhoso falar alemão (...), hoje se sabe que qualquer dialeto que você fala, é uma segunda língua que você domina, e isso enriquece o teu universo cultural. (RASCHEN, 2008)¹³².

Nesse relato a opinião do coordenador de cultura, Nestor Raschen, mostra o que são as *Tradições Germânicas* e a devida importância dada por ele para o fato de valorizar a língua alemã, como forma de recuperar a época em que a língua foi proibida.

¹³⁰ Queremos você na *Oktoberfest!* Santa Cruz do Sul, apoio Garten Sul, 2008.

¹³¹ Entrevista realizada em 18/10/2008 com Maria Luiza Schuster, coordenadora dos Desfiles.

¹³² Entrevista realizada em 28/10/2008 com Nestor Raschen, coordenador de Cultura.

A questão *autenticidade* dentro do tema *Tradições Germânicas*, merece destaque na pesquisa, pois a maioria dos entrevistados vêem a festa como autêntica, como mostra o relato do presidente da festa, Ruben Toillier, “nós tentamos ser mais transparentes possíveis porque a história nos conta isso, nós temos dentro da nossa coordenação, historiadores que buscam e que conhecem cada passo dos imigrantes, através da sua história” (TOILLIER, 2008). Observamos que a festa é reconhecida como autêntica por parte do presidente, porque se baseia na história. Porém toda festa étnica tem como característica, a tendência de narrar a história de uma comunidade de forma romantizada que com o passar dos anos, torna-se naturalizada e o cultural é visto como um fato da natureza. (BAUMAN, 1998, p.26).

O coordenador do folclore, Pedro Thessing, preocupa-se em afirmar a autenticidade da festa: “em alguns segmentos nós somos mais autênticos que os próprios alemães, que a própria origem.” (THESSING, 2008). Esta afirmação nos faz compreender que a identidade alemã em Santa Cruz do Sul, ao menos para os organizadores da maior festa étnica do município, é uma identidade naturalizada, que se vê e se afirma como sendo mais original que a original. Sob este aspecto, o chileno Jorge Larrain (2003) discute o conceito de identidade cultural a partir de três grandes concepções, a essencialista, a construtivista e a histórico-estrutural. Na visão do autor, a posição essencialista tem esta postura de “naturalização” da cultura, ou seja, vê a identidade cultural como algo dado pelo nascimento, “que está no sangue”, como essência do ser. Os organizadores da festa se apóiam nesta concepção quando vêem a identidade cultural como uma essência, algo dado e folclorizado.

Já a posição construtivista, ao contrário da essencialista, vê a identidade excessivamente discursiva. Como os discursos mudam, a identidade também muda, o que favorece a capacidade de construir tanto as comunidades imaginadas, como os projetos identitários, como o de nação, por exemplo. A posição histórico-estrutural concebe a identidade como algo que está plenamente em construção e reconstrução social na medida em que um indivíduo estabelece relação com outro. (LARRAIN, 2003). Neste sentido, a *Oktoberfest*, também pode ser vista como um processo social construído, porque permite a relação com o outro e faz uso de elementos simbólicos que promovem o discurso da identidade alemã.

Silva (2005, p. 4) afirma que as identidades são dinâmicas e estão em permanente

construção, logo, não há identidade que não seja híbrida, pois não é possível pureza quando se está em movimento, se está vivo. Assim, o hibridismo relaciona-se, antes de qualquer coisa, com o processo de produção de identidades étnicas. Neste sentido, é questionável os processos que concebem as identidades como segregadas, pois “a identidade que se forma por meio do hibridismo não é mais integralmente nenhuma das identidades originais, embora guarde traços delas. (SILVA, 2000, p. 63).

Para o idealizador da festa, Ademir Mueller, a festa não concorda com total *autenticidade* em *Tradições Germânicas*,

eu acho que gerou um pouco de confusão, como por exemplo, a região que os alemães de Santa Cruz vieram, não era, necessariamente a região de Munique, do sul da Alemanha. O nosso alemão aqui do interior, tem as sociedades de damas, o bolão de mesa que as mulheres se reúnem nos sábados, você vê elas com um traje, mas que, não remete nada ao passado, porque o traje é uma camisa preta e uma saia branca. Então, o bolão veio com a tradição, mas não em função disso que as mulheres precisam usar aquele traje bávaro, por que muitos vieram de outras regiões que não usavam este tipo de traje, porque o traje bávaro é da Bavária, então, não tem nada a ver. Mas essa tradição ela continua, o bolão de mesa, tem muito no interior, aquele *schafkopp* que é um jogo de carta que os caras jogam. (...) Então, eu acho que a cultura que tinha aí, e que permaneceu aqui, ela está por aí, mas ela está morrendo cada vez mais, como aconteceu com a sociedade de tiro, antigamente tinha a *schützenverein*, que se justificava na época porque todo mundo tinha arma, todo mundo caçava (...) mas, como não precisavam mais caçar, eles continuaram praticando o tiro nos estandes de tiro, hoje isso está cada vez mais morrendo, não tem mais aquela prática, mudou a cultura neste sentido. Então, essas sociedades de tiro têm uma tendência a se acabar. (MUELLER, 2008).

Os colonizadores de Santa Cruz do Sul vieram das diversas regiões do norte da Alemanha, das províncias que formavam a Confederação Germânica, como o Reno, a Prússia, a Pomerânia, a Turingia, a Saxônia, a Wesrfália, o Hannover e Oldenburg. (NEUMANN, 2006, p. 52). As províncias estavam unidas pelo idioma alemão, mas cultivavam diferentes hábitos. Este relato já aponta o reconhecimento da criação e adaptação dos costumes dos colonizadores, ao se instalarem no solo brasileiro. Os descendentes, com o passar dos anos, construíram uma idéia de passado e de Alemanha reforçada na imaginação de cada um e compartilhada na coletividade. Assim os trajes e jogos, apesar de existirem nas sociedades das colônias de Santa Cruz do Sul, não são necessariamente iguais aos da Alemanha.

Sobre este assunto também citamos o relato do coordenador de Cultura da festa,

Nestor Raschen, que traz uma explicação sobre a cultura alemã da região.

Na verdade, o que aconteceu aqui foi uma aculturação, vieram imigrantes alemães com uma cultura, usos e costumes, e ao se assentarem em solo brasileiro, fizeram a sua história e começaram a fazer as suas práticas com interferências, pelo fato de estar em outro país houve a adaptação, mas isso tudo é natural. Então, o que nós temos hoje, que nós chamamos de típico germânico, ele é sim típico por causa de sua herança, mas, ele está contaminado e viciado, porque isso aconteceu em solo brasileiro. Inclusive, a própria língua que nós falamos aqui, se nós não tomarmos cuidado de falar o alemão erudito, nós acabamos utilizando uma palavra em português no meio da fala. (RASCHEN, 2008).

Morigi (2007, p. 138), ao se referir ao “Maior São João do Mundo”, realizado no Nordeste, afirma que “as pessoas imaginam que a ‘raiz’, a tradição da festa e sua essência, a aura e autenticidade encontram-se no passado. Por isso, é necessário recuperá-lo, pois nele está a “essência” do significado do que é nordestino. Neste sentido a festa se constitui um espaço nostálgico, da saudade”. Da mesma forma, podemos dizer que a *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul se diz autêntica porque diz buscar os costumes do passado. A afirmação de Kuhn (2008) nos confirma isso ao defender as ações construídas para compor a *Oktoberfest*. “É a isto que se chama recuperar a história, que é a nossa raiz, e sem raiz nenhuma árvore sobrevive, porque é dela que vem a seiva. É na soma de esforços que estas coisas se constroem, paulatinamente”.¹³³

Importante destacar que a escolha do tema e dos dias da próxima edição acontece por votação dos componentes da comissão que, durante a organização da festa, vão sugerindo e propondo idéias de possíveis temas. Para a edição de 2008, a sugestão inicial era trabalhar com o tema *Flores* mas, por este tema não dar os subsídios necessários para a criação da festa, foi votado e aprovado pela comissão tema *Tradições Germânicas* já que, dentro deste muitos itens poderiam ser abordados. (THEISEN, 2008)¹³⁴. No encerramento da edição de 2008, a comissão informou à comunidade que a edição de 2009 se realizará de 8 a 18 de outubro, e contemplará o seguinte tema: “*Nossa História: o brilho desta festa, do passado até os momentos atuais*”. O tema foi escolhido porque a festa está completando 25 anos e o município comemora 160 anos de colonização alemã.

¹³³ Entrevista realizada em 08/12/2008, com Guido Kuhn, jornalista e pesquisador da história de Santa Cruz do Sul.

¹³⁴ Entrevista informal realizada em 18/12/2008, com Valéria Theisen, coordenadora do recepção juntamente com Silvani Frantz.

3.3.3 Os bonecos como representação da família alemã

Os bonecos foram criados para promover a representação da família alemã e com a finalidade de acrescentar um toque germânico e popular à festa, especialmente para as crianças e idosos. Este par símbolo, como também é chamado, serve a *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul desde a 4ª edição da festa, ou seja, no ano de 1987. Foram idealizados pela equipe que organizava a *Oktoberfest* na época¹³⁵, pessoas envolvidas com a Secretaria de Turismo de Santa Cruz do Sul, como Ademir Mueller, Luís Hofmeister e Guinther Jaeger. Mas a inspiração veio do boneco Vovô Chopão que já existia na *Oktoberfest* de Blumenau.

Os nomes, Fritz e Frida, foram sugeridos pelos organizadores, por que para eles, Fritz e Frida era nomes incorporados a cultura alemã, no Brasil, para se referir ao homem e a mulher de descendência alemã. Os primeiros a vestirem a pesada indumentária de Fritz e Frida foram os funcionários municipais José Carlos da Silveira e Maria Inês Goulart. (KUHN, 2008)¹³⁶.

Em 1º de outubro de 2003, Max e Milli foram incorporados à 19ª *Oktoberfest* como filhos de Fritz e Frida. Foi uma iniciativa apropriada para a edição do evento que tinha a família como tema central. Para escolha destes nomes, foi realizado um concurso, do qual a Sra. Ilse O'Meagher foi a vencedora e também madrinha dos bonecos numa cerimônia de batismo realizado pelo Padre Alfredo Lenz. Além de figurarem nos cartazes de divulgação da *Oktoberfest*, a família alemã representada pelos bonecos, circula pela festa e auxilia na divulgação. Ainda, para Guido Kuhn,

a presença desses símbolos da festa é fundamental, principalmente por causa de sua grande empatia com as crianças, que às vezes têm algum receio deles, mas correm atrás com uma grande ansiedade, são fotografadas pelos pais e criam uma afeição à própria festa, que poderá ajudar a perpetuá-la. Esses bonecos simbolizam muito bem a idéia de família, que foi uma das bases, ao lado da fé, da educação e do trabalho, no desenvolvimento integral de Santa Cruz desde o início da Colônia, em 1849. (KUHN, 2008).

¹³⁵ A arte dos bonecos Fritz e a Frida foi desenvolvida pelo publicitário Renato dos Santos Junior, que no dia 28 de agosto apresentou a proposta à comissão da festa do ano de 1987. Porém, a produção visual dos bonecos foi desenvolvida pela agência Inventiva, de Porto Alegre.

¹³⁶ Entrevista realizada em 08/12/2008, com Guido Kuhn, jornalista e pesquisador da história de Santa Cruz do Sul.

Já para Renato dos Santos Junior, assessor de publicidade da festa¹³⁷, “Os bonecos Fritz e Frida despertam o lado infantil até da pessoa mais séria, são adorados pelos visitantes da *Oktoberfest*, que vêem neles a personificação da Festa da Alegria”. (SANTOS JUNIOR, 2008)¹³⁸. Com base nestas citações, podemos fazer a seguinte análise. Os bonecos foram criados para representar a família alemã, mas também conseguem gerar encantamento e emoção aos demais públicos. Através de símbolos como estes, a festa se ritualiza ano a ano e consegue reforçar e sedimentar as relações e o imaginário, promovendo afeição e intimidade entre ambos, público e festa.

Em frente ao Pavilhão Central da festa, os visitantes têm a opção de sentirem-se um pouco Fritz e Frida, tirando uma foto com seu próprio rosto numa estrutura que serve para representar os bonecos. São desenhados e pintados na madeira e servem para interagir com os turistas e visitantes, que queiram vestir imaginariamente os personagens do casal da festa. Para Morigi (2007, p. 98) “ao colocar o rosto, ele transforma o espaço vazio em espaço real, (...) ocupando e corroborando o espaço imaginário e a retórica da festa”.

Os bonecos tornaram-se um símbolo tão presente no município de Santa Cruz do Sul que na data de 12 de dezembro de 1997, foram inaugurados, no principal trevo de acesso à cidade, dois monumentos, com quatro metros de altura cada um. Desta forma, Santa Cruz do Sul reforça a imagem de que o município possui uma identidade hegemônica, a alemã. Também é uma maneira de manter na lembrança dos visitantes ou de quem apenas passa pela rodovia, que a cidade realiza uma festa alemã, a *Oktoberfest*. Na época da festa, a Secretaria do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul constrói uma casa de informações no local para informar e recepcionar os visitantes¹³⁹.

¹³⁷ Renato dos Santos Junior, através da agência de comunicação Tuta Comunicação assessora a publicidade da *Oktoberfest* á 10 anos.

¹³⁸ Entrevista realizada em 18/11/2008, com Renato dos Santos Junior, assessor de publicidade.

¹³⁹ Conforme Silvani Frantz, coordenadora de recepção da festa, afirma em entrevista realizada em 28/10/2008 que “esta estrutura que é montada junto aos bonecos, é provisória, há um projeto em andamento para construirmos uma casa de informações turísticas, não só do município de Santa Cruz do Sul, mas também com informações dos municípios da região, que contemplam o Vale do Rio Pardo”.



Imagem 15 - Símbolos da festa em forma de monumentos, localizado em um dos acessos da cidade de Santa Cruz do Sul
Fonte: Inor Assmann/ Agência Assmann

3.3.4 Os jogos germânicos

Os jogos germânicos são narrados na festa, como grandes heranças que os descendentes de alemães receberam dos seus colonizadores vindos da Alemanha, como aponta a fala de Nestor Raschen, coordenador de cultura da 24ª *Oktoberfest*, “os jogos germânicos foram trazidos pelos imigrantes, eram, e ainda são desenvolvidos por sociedades”. Alguns jogos germânicos como o jogo de cartas, o bolão de mesa e o jogo das argolas, entre outros, surgiram nas sociedades, e serviam para reunir os imigrantes aos domingos, em momentos de lazer. Os jogos mais tradicionais encontrados em Santa Cruz do Sul são o bolão de mesa, praticado por Sociedades de Damas; bolão de bola presa, praticado tanto por homens quanto mulheres, sendo mais comum entre as mulheres; bolão em cancha, praticado basicamente por homens, mas há grupos de mulheres e de casais; tiro ao alvo, praticados em Sociedades de Tiro; o jogo das argolas; o serrar madeira; o corona, e o *Eisstoksport*. O corona e o *Eisstoksport* são jogos trazidos recentemente da Alemanha por Renê Emmel. (RASCHEN, 2008).¹⁴⁰

¹⁴⁰ Entrevista realizada em 28/10/2008 com Nestor Raschen, coordenador de Cultura.

O *Eisstoksport* é uma disputa parecida com o jogo de bocha, onde as bolas são substituídas por uma espécie de disco com um taco. O jogador que tiver a melhor mira e atirar o disco mais próximo do *balinho*, que corresponde à bola menor da bocha, vence a disputa. O objetivo de trazer este jogo para Santa Cruz do Sul é permitir a sua popularização.¹⁴¹ O jogo foi inserido na *Oktoberfest* de 2003 e neste mesmo ano, foi construída uma quadra junto ao Centro Cultural 25 de Julho. Todos os discos foram cedidos pela *Internationale Federation Eisstocksport*, responsável pela modalidade na Alemanha. Este jogo foi inserido na festa como sendo mais uma *Tradição Germânica*, porém, este fato apresenta-se como contraditório, uma vez que o jogo foi recentemente trazido da Alemanha. Assim, podemos fazer a seguinte análise: a festa como um todo, com inserção de elementos, busca subsídios na cultura alemã para se fortalecer e, ao mesmo tempo, inserir hábitos da cultura alemã a partir do que é atual e não “herdado”. Porém, com o passar dos anos, todos estes elementos se tornarão naturalizados e passarão a fazer parte dos demais discursos e narrativas, como sendo mais uma das *Tradições Germânicas*.

Uma prova disso é o relato do idealizador da festa, Ademir Mueller (2008)¹⁴², que afirma que ao menos alguns dos jogos, foram criados como um atrativo a mais para a festa. “Eu criei uma coisa chamada jogos germânicos. Os jogos germânicos foram uma invenção nossa, porque não existia no interior aquele negócio de sentar e serrar a madeira. Pode ter existido no passado, mas acho que nem no passado apareceu isso, porque, pelo menos a história não contou isso.” Ainda, Ademir descreve o processo de criação dos jogos.

Em 1984 tinha uma sociedade em Rio Pardinho, e lá nasceram os Ulanos¹⁴³, aí eu fiquei sabendo da história dos Ulanos e fui naquela sociedade e disse o seguinte: - Vamos recriar depois de 100 anos parados a sociedade Ulanos, que era uma espécie de uma cópia da cavalaria ligeira Prussiana, só que a recriação aqui foi com o intuito recreativo e lúdico, de jogar, o chamado jogo da argolinha, é um negócio assim, com disco de 1 a 13, com vários buracos, onde o 13 é no meio, tu vem a cavalo andando com uma lança e tem que lançar num daqueles buracos, se tu acertar bem no meio, no 13, é 13 pontos. Então faz isso várias vezes, como em alguns lugares o cavalo não existia mais aí foi criada com uma cadeira e roldana. (...) Então, eu tive a felicidade de recriar, dei os trajes e tudo para eles, criei assim os Ulanos e em toda *Oktoberfest* e também quando tinha a escolha das rainhas, eles vinham e faziam a

¹⁴¹ Jornal Gazeta do Sul (05/10/2003).

¹⁴² Entrevista realizada em 17/10/2008.

¹⁴³ Ulano é uma palavra polonês que significa Homem Jovem. A Sociedade dos Ulanos foram organizadas aos moldes da cavalaria alemã, predominando em toda a sua organização a indumentária em estilo militar. No Rio Grande do Sul, existiram oito sociedades de cavalaria, sendo três de Santa Cruz do Sul e cinco de Venâncio Aires, mas foram extintas em 1939, devido as medidas da Campanha de Nacionalização. (Fonte: Secretaria Municipal do Turismo, Esporte e Lazer de Santa Cruz do Sul).

guarda Ulana, tudo trajadinho. Lá nos desfiles, eles vinham com os cavalos deles, então a gente criou os Ulanos também.

Com este relato percebemos que a festa, por meio de muitos elementos, entre eles, os jogos germânicos se constroem e inventam tradições. Como já vimos, é o que Hobsbawn e Ranger (1984) chamam de “invenção das tradições”, através de um processo de formalização e ritualização, caracterizado por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição.



Imagem 16 - Jogo de Lanceiros
Fonte: Site da 24ª *Oktoberfest*

3.3.5 Os desfiles de carros alegóricos

O desfile de carros alegóricos da *Oktoberfest*, como é chamado, é um momento em que a festa vai para a rua. Nele os espectadores podem ver as danças, ouvir as bandinhas, ver a corte de rainhas e ex-rainhas da festa, degustar o chope e as cucas e apreciar a beleza dos carros decorados. Na opinião do coordenador de marketing, Eriton Vetoretto (2008), “a festa, através dos desfiles, consegue resgatar a história e a cultura. (...) Tem coisas que nem a gente sabe, mas a gente faz o possível para trazer a história e divulgar isso como um todo nos desfiles”. Este relato confirma o esforço da comissão para mostrar na festa a história, numa tentativa de “recuperação” da cultura alemã.

Assim os desfiles se mostram como oportunidade de promover o discurso identitário e transmitir informações sobre a cultura alemã, como uma espécie de resumo de toda a simbologia que a festa almeja mostrar. Os desfiles se tornaram um ritual para a festa, porque acontecem desde a 2ª edição, ou seja, desde 1985 e, todos os anos, são esperados e apreciados pela comunidade. Para Douglas (1976, p.82) o ritual “focaliza a atenção por enquadramento; ele anima a memória e liga o presente com o passado relevante”.

Conforme a coordenadora dos desfiles, Maria Luiza Schuster, as temáticas criadas para cada edição da festa favoreceram a qualificação dos desfiles,

das primeiras festas para cá, a gente pode dizer que o desfile se profissionalizou muito, porque a qualidade que os carros alegóricos apresentam hoje superou muitíssimo os primeiros carros, onde cada comunidade fazia seu carro de maneira simplória, as vezes não bonito ou então até com determinado deboche, aparecia até cachorro de óculos, umas coisas nada a ver com a cultura alemã. (...) Evoluiu muito, e o tema facilita sempre o desenvolvimento, (...) porque você pode focar, e enriquecer as pessoas com aquilo que você resgata. (SCHUSTER, 2008).

Os desfiles estão inseridos na programação da festa, em duas exhibições com o mesmo roteiro, aos domingos, em que a festa acontece. Os carros alegóricos, bem como as pessoas que desfilam a pé, percorrem a principal rua do município, a Rua Marechal Floriano, por cerca de dez quadras, até chegar ao Parque da *Oktoberfest*. Uma estrutura é preparada na Praça da Bandeira, onde também está localizada a Prefeitura Municipal, para transmitir as informações sobre o cortejo do desfile, nos demais pontos que o desfile percorre, são distribuídos folders que trazem explicações de cada carro alegórico e sua relação com a história dos alemães no município de Santa Cruz do Sul.

No desfile participam pessoas ligadas a grupos de dança do município e da região, grupos de terceira idade, grupos das empresas locais, figurantes que atuam em apresentações teatrais e pessoas ligadas de alguma maneira à festa. O número de participantes varia de acordo com o dia, mas cerca de mil e quinhentos figurantes desfilaram por cerca de uma hora e meia, durante os domingos da festa, até chegar ao Parque da *Oktoberfest*. A comissão dá preferência para a participação de grupos, porque os grupos trazem coreografias prontas, a maioria das pessoas são da comunidade, “pessoas que tem a identidade com a questão germânica, ou que até não tem a descendência germânica, mas simpatizam e ligam para a gente, porque querem participar”. (SCHUSTER, 2008). Aqui vale destacar que a identificação com a questão germânica aproxima pessoas de outras etnias para se coadunar com a festa.

Ao longo do percurso os figurantes que participaram dos desfiles da edição de 2008 foram encenando e tentando, de alguma maneira, homenagear os imigrantes dentro do tema, *Tradições Germânicas*, e assim, fazem desta ocasião um momento de encantamento para quem desfila e para quem assiste. Desta maneira, os desfiles são uma maneira “mágica” que a festa encontrou para afirmar a história da etnia alemã no município, e com isso, promover um discurso hegemônico de identidade.

O desfile da *Oktoberfest* de 2008 iniciou com a entrada das recepcionistas da festa, cerca de quarenta meninas formavam esta comissão de frente. Ao som de uma banda que seguia junto, elas fizeram a abertura da festa, dançando, cantando e fazendo coreografias de danças do folclore alemão. Em torno de oito bandas acompanharam o desfile com a apresentação de músicas, estas músicas proporcionavam a animação do desfile, e a apresentação de coreografias dos grupos de dança, que seguiam entre cada carro alegórico.

Antes da entrada dos carros alegóricos, a Comissão Executiva da festa, também faz sua apresentação, seguida pela família símbolo da festa, os bonecos Fritz, Frida e seus filhos, Max e Milli. “Os bonecos foi um acréscimo muito interessante na festa. (...) os adultos se tornam crianças, este é um aspecto muito bonito, muito interessante” (SCHUSTER, 2008)¹⁴⁴.

Onze carros alegóricos compuseram o desfile da *Oktoberfest* de 2008, retratando um pouco da história e do que representava o tema, *Tradições Germânicas*. Os carros são patrocinados pelo comércio ou indústria da cidade¹⁴⁵, como uma forma de apoiar a festa e o desfile. Foram apresentados no desfile com o seguinte nome e ordem:

Carro 01 - No Baú, a esperança;

Carro 02 - O mundo encantado dos contos de fada;

Carro 03 - Escola, um grande valor;

Carro 04 - Alegria dos jardins floridos;

Carro 05 - O incremento econômico através da produção agrícola;

¹⁴⁴ Entrevista realizada em 18/10/2008 com Maria Luiza Schuster, coordenadora dos Desfiles.

¹⁴⁵ No ano de 2008, cinco empresas compraram cinco dos onze carros, sendo elas, Afubra, Corsan, Aliance One, Souza Cruz e Unimed.

Carro 06 - O trabalho gerou o progresso através da indústria;

Carro 07 - Jogos Germânicos;

Carro 08 - Animação dos bailes;

Carro 09 - A alegria da ressurreição na festa da Páscoa;

Carro 10 - A magia do Natal e sua saborosa culinária;

Carro 11 – A importante produção do trigo, da cevada e outros produtos.

O primeiro carro alegórico chamado de, “No Baú, a esperança”, é uma réplica de uma embarcação que simboliza a vinda dos primeiros imigrantes alemães, com detalhe para o ano de 1849, ano que a história registrou a colonização alemã em Santa Cruz do Sul. No folder, que traz a explicação sobre cada carro, podemos ler a seguinte narrativa,

A esperança de uma vida melhor enchia o coração dos imigrantes. Em seus baús de viagens trouxeram os seus conhecimentos, seu mundo cultural permeados pela língua alemã, suas tradições e seus costumes. Adotaram a nova terra e nela trabalharam com afinco promovendo o progresso. Enriqueceram a cultura gaúcha com suas escolas comunitárias, com sua culinária, danças, suas festas e seus bailes, suas sociedades, seu artesanato, sua língua e seus costumes. Junto às picadas abertas, nos locais ocupados por eles, começaram a surgir prósperas colônias. (FOLDER DO DESFILE DA OKTOBERFEST DE 2008).

A referência do que fizemos no primeiro capítulo, quanto ao discurso de trazer a cultura alemã numa bagagem é aqui fortalecido, e se reforça no imaginário de todos, principalmente das crianças que constroem o seu entendimento sobre a história a partir desta narrativa. Podemos afirmar que a festa e os desfiles, conseguem generalizar a cultura existente no município hoje, como se tudo que existe fosse herança dos imigrantes alemães.

Este primeiro carro simboliza para os espectadores uma representação da chegada dos imigrantes. Trata-se de um teatro em movimento, construído a partir da imaginação de cada figurante, que encena da forma como acredita ter acontecido durante a chegada dos colonizadores. Este momento permite que a imaginação de quem assiste seja construída a partir do que é mostrado, já que toda simbologia é composta de magia e encantamento.



Imagem 17 - Primeiro carro alegórico do desfile

Fonte: registro da autora

Um detalhe significativo tanto dentro no Parque, quanto nos desfiles é a presença de um grande número de crianças, elas comparecem vestidas com roupas típicas, no colo de suas mães ou avós que também estão tipicamente adornadas, desfilam ou estão junto à platéia, assistindo o desfile. Isto demonstra que os próprios pais investem e incentivam a participação dos filhos, para que eles pertençam e se familiarizem com a cultura alemã por meio da festa. Celi Durante, (2008), justifica que o fato de haver a participação de mais crianças na festa e nos desfiles é porque as pessoas estão tendo uma maior consciência cultural, pois “isso demonstra que agora os pais estão pensando mais nisso, e isso ajuda bastante no resgate da cultura”¹⁴⁶. Este relato confirma a tentativa da festa em “resgatar” a cultura alemã e se os pais estão participando com seus filhos, é porque a festa está alcançando este objetivo junto da comunidade e promovendo o que Durante (2008) afirma ser uma maior consciência cultural.

Roberta Pereira (2008)¹⁴⁷ também faz esta relação ao afirmar com toda certeza, que a festa está conseguindo preservar a herança cultural dos antepassados porque, “cada vez mais jovens e crianças estão envolvidos nessa preservação cultural”. Abaixo duas imagens que elucidam estes relatos, onde as crianças estão tipicamente vestidas e remetem a descendência alemã.

¹⁴⁶ Entrevista realizada em 27/10/2008, com Celi Durante, auxiliar da área de folclore.

¹⁴⁷ Entrevista realizada em 28/10/2008, com Roberta Pereira, coordenadora da recreação.



Imagem 18 - Presença das crianças no desfile da 24ª *Oktoberfest*

Fonte: Primeira Imagem, registro da autora. Segunda imagem, Jornal Gazeta do Sul

Assim, os valores são incutidos desde cedo e o indivíduo é construído através do grupo. Segundo Dumont apud Santos “A percepção de nós mesmos como indivíduos não é inata, mas aprendida. Em última análise, ela nos é prescrita, imposta pela sociedade em que vivemos” (SANTOS, 2004, p.254).

O segundo carro alegórico, chamado de, “O mundo encantado dos contos de fada” traz às soberanas da festa. O carro possui escadarias feitas para lembrar as escadarias dos castelos encantados. A rainha Janine Paiva aparece no alto do carro e as princesas, Deise Beatriz Neumann e Laura Helfer Hoeltgebaum aparecem em alguns degraus abaixo da rainha. Em seguida, aparece um grupo caracterizado como colonos, com ferramentas de trabalho. Estes foram inseridos no desfile para demonstrar o início da colonização do município e as ferramentas de trabalho que eram utilizadas para o cultivo da agricultura.

A bicicleta Zig Zag Zug¹⁴⁸ é outra criação da festa para o desfile, inspirada num veículo similar da *Oktoberfest* de Munique e de Blumenau (SC), surgiu no ano de 2002, na

¹⁴⁸ A bicicleta Zig Zag Zug no ano de 2008 foi patrocinada por empresas comerciais como: Lojas Tevah, Dermatologe, Gazeta Grupo de Comunicações, Pedro Cardoso, Ideal, Banda Cassino, Lúdica, Haeser Seguros, SESC, Four Comunicação, Expresso Sinimbu, Schena, Bradesco, Mauá, Acesc, entre outros.

18º *Oktoberfest* com o número de 18 bicicletas interligadas, onde cada uma representava uma festa. A bicicleta foi fabricada pela Metalúrgica Zuchetto de Santa Cruz do Sul e a primeira bicicleta além de dar lugar para 18 pessoas, também possuía, em cada uma, um sistema de sonorização para que fosse animada. O nome Zig Zag Zug foi votado pela comunidade santa-cruzense numa promoção realizada pela RBSTV de Santa Cruz do Sul, por ser uma bicicleta que anda em movimento ziguezagueado.

Porém, como as 18 bicicletas interligadas não comportavam uma boa movimentação nas ruas da cidade de Santa Cruz do Sul, por ser muito extensa, para a 19ª edição da festa, a bicicleta foi dividida em duas, contendo cada uma 10 bicicletas acopladas. Quando questionamos um dos idealizadores da bicicleta, Marco Jardim, sobre o que a ela representava para a festa, ele responde, “a bicicleta é um brilho à mais no desfile, representava todas as festas, um símbolo de todas as *Oktoberfest* e também leva alegria para animar o público nos desfiles”. Assim, a bicicleta, constitui-se como mais um elemento lúdico da festa, e faz com que o descendente de alemão seja associado à alegria.



Imagem 19 - Bicicleta Zig Zag Zug

Fonte: registro da autora

O terceiro carro mostra a importância da escola, e o quarto carro representa os jardins floridos, ambos retratados como *Tradições Germânicas*, que foram herdadas dos imigrantes, conforme as narrativas abaixo, retiradas do folder que trazia explicações dos carros.

Terceiro carro “Escola, um grande valor”

A educação foi considerada pelos imigrantes uma prioridade. A escola tinha grande importância para as pequenas comunidades, pois era o espaço em que as crianças não somente aprendiam a ler, a escrever e calcular, como também se nutriam dos valores, dos bens culturais e tradições constituídos através dos tempos. A escola era o centro polarizador da vida comunitária e tinha importante função de unir a comunidade contra a degeneração cultural iminente. Eram aprendizagens importantes para a vida. Os primeiros professores foram contratados pelos pais nas inúmeras escolas comunitárias, que proliferaram nas comunidades teutas. Garantiram, assim, a erradicação do analfabetismo, quando a média nacional, em regiões rurais ainda beirava os 80%, em 1930. As aulas eram ministradas em língua alemã até a 2ª Guerra Mundial.

A escola comunitária alemã servia a formação integral do ser humano e não apenas para a alfabetização. Queria se formar personalidade como um todo. Era estruturada sobre bases e princípios éticos, morais e religiosos, fortes o suficiente para evitarem a desintegração cultural. (Carro adquirido pela empresa Alliance One). (FOLDER DO DESFILE DA OKTOBERFEST DE 2008).

Quarto carro “A alegria dos jardins floridos”

Um jardim florido, diante da residência era e continua sendo a demonstração do capricho e dedicação da dona de casa. Muitas flores coloridas ornamentavam este recanto que se enchia de aves, abelhas, borboletas. Nos jardins e nas hortas eram cultivadas, com carinho, as mudas de flores, chás e hortaliças trocadas com as vizinhas e comadres. As flores do jardim davam um aspecto alegre e romântico para um ambiente familiar e eram usadas para decorar o lar. Nestes espaços, as flores são símbolo de renovação da vida. O mel também é ingrediente importante para incrementar os quitutes da cozinha alemã, que fazem vibrar a criançada. Neste carro vem também, para a alegria das crianças o tradicional himbeersaft, gostoso suco de framboesa (carro adquirido pela Unimed). (FOLDER DO DESFILE DA OKTOBERFEST DE 2008).

Em seguida, o grupo de danças, chamado *Kronentanz*, se apresentou caracterizado com vestimentas que representavam os colonizadores e traziam objetos que simbolizavam os valores construídos como sendo *Tradições Germânicas*, como a Bíblia para simbolizar a religiosidade, as malas, para simbolizar a imigração, as flores para simbolizar o cuidado com os jardins, a enxada, para simbolizar o trabalho nas lavouras, entre outros, como podemos observar na imagem que segue.



Imagem 20 - Representação dos imigrantes alemães

Fonte: registro da autora

O quinto carro a desfilar desejou mostrar que o incremento econômico do município se deu pelo desenvolvimento da produção agrícola. O carro buscou transmitir a mensagem de que, através do cultivo do solo nas pequenas propriedades, era possível produzir alimentos para a sobrevivência das famílias, e para a comercialização. “Em suas propriedades cultivavam feijão, abóboras, trigo, uva, fumo, centeio, cevada entre outros produtos. Da uva faziam o vinho para o consumo família e, ainda hoje, seus descendentes produzem vinho para consumo próprio” (FOLDER DOS DESFILES, 2008). Na alegoria aparece um carro de bois arando a terra e alguns figurantes vestidos de animais representavam a natureza.

O sexto carro alegórico mostra o progresso industrial do município através do trabalho dos alemães. Chama atenção para os moinhos que garantiam a fabricação da farinha de trigo e milho para a produção de pão e outros alimentos. “Os moinhos eram importantes nas localidades onde estavam instalados e eram movidos pela roda d’água, e mais tarde, com energia elétrica”. (FOLDER DOS DESFILES, 2008). Já o carro com o título “O trabalho gerou o progresso através da indústria”, trazia um forno à lenha para a fabricação caseira de pães, num elogio ao trabalho dos alemães como é comum vermos nas representações sobre a imigração.

A seguir, entra em cena o desfile do Grupo Étnico Madre Paulina (GEMP), que veio da cidade de Crissiumal para fazer um show de danças no Pavilhão Central do Parque, no dia

18 de outubro, como um dos desfiles da *Oktoberfest* aconteceria no dia 19, o grupo solicitou a participação e a comissão entendeu que seria interessante e educativo mostrar culturas diversas na festa alemã. “Não vivemos sozinhos, precisamos das outras etnias, dos outros grupos para construir uma sociedade cada dia melhor, mais cultural, respeitando a diversidade”. (SCHUSTER, 2008).¹⁴⁹ Assim, o grupo de Crissiumal exibiu a cultura de dez nações no segundo desfile da festa. Nas danças encenadas por mais de 20 bailarinos, o espetáculo transitou entre a milenar dança de Xi Zhang, da China e o virtuosismo do Flamenco Andaluz. Com isso, a festa e o desfile comprovam ser caracterizados pelo hibridismo, pois permitem a entrada de outras manifestações étnicas.



Imagem 21 - Grupo Étnico Madre Paulina
Fonte: registro da autora

O sétimo carro reforça a questão dos jogos germânicos no município. Entre os jogos que puderam ser vistos no carro apareceram o bolão, o bolão de mesa e de bola presa, jogos de cartas, como o *schaftkoph*, o jogo de bolão de damas e o tiro ao alvo. O carro também traz a representação das sociedades de atiradores, de lanceiros e de canto, além de uma bandinha, a explicação que o folder do desfile traz sobre este carro é o seguinte,

¹⁴⁹ Entrevista informal realizada no dia 03/11/2008, com Maria Luiza Schuster, coordenadora dos desfiles.

O lazer para os integrantes das comunidades girava principalmente em torno das festas religiosas como *erntedankfest*, festa da ação de graças, e dos encontros em sociedade. Nestes encontros partilhavam a vida, as experiências e se aliviavam do cansaço do trabalho. Valiosos momentos de lazer onde os integrantes das comunidades praticavam jogos trazidos da terra natal. (...) A partir da proibição da língua e da cultura, durante a guerra, e devido às perseguições sofridas, muitas das sociedades se extinguíram. Algumas foram retomadas posteriormente e são ainda difundidas em nossa região. Existem ainda aproximadamente 140 sociedades esportivas em atividade. (FOLDER DO DESFILE).

Atrás deste sétimo carro, alguns jogadores do *Eisstoksport* simulam o jogo no chão da rua, por onde o desfile passa. Como já comentado, este é um jogo que foi trazido da Alemanha nos últimos anos, e aparece na festa e no desfile como mais um elemento da cultura alemã.

O oitavo carro alegórico, chamado de “Animação dos bailes”, mostra um salão de baile, onde acontecia, uma vez ao ano, uma festa alemã, que recebia decoração com guirlandas naturais e flores feitas com papel crepom. A narrativa deste carro mostra que os bailes eram um grande acontecimento local, muito aguardado por todos, depois de um ano de trabalho. Já o nono carro, com o nome, “A alegria da ressurreição na festa da páscoa” mostra uma igreja com um figurante representando um padre. Este carro simboliza o enfoque religioso como da Páscoa e com os ovos coloridos que representavam vida nova.

O décimo carro também enfoca religiosidade e apresenta “A magia do natal e sua saborosa culinária”. A narrativa que a festa reproduz através deste carro, mostra o natal, ou o *weihnachtsfest*, como uma das mais belas festas comemoradas entre os alemães, pois os preparativos, durante o advento, aconteciam com a participação de toda família. A decoração do pinheiro, as bolachas natalinas, os *weihnachtsdoss*, o bolo de mel, *lebkuchen*, e as especiarias como baunilha, canela e cravo. “Para a confraternização familiar, não podia faltar pratos especiais na culinária alemã, como assados, chucrute, batata à vapor, lingüiça, carnes defumadas, doces, cucas, tortas entre outros quitutes presentes na mesa dos descendentes de alemães”. (FOLDER DOS DESFILES, 2008). A narrativa também aponta que os alemães trouxeram o hábito de fazer conservas e compotas, já que na Europa o inverno dificultava a produção de alimentos, e as conservas garantiam a variedade de produtos em outras épocas do ano.

O último carro, intitulado de “Importante produção do trigo, da *ceva* e outros

produtos” nada mais é que o carro também chamado de *Bierwagen*, que em alemão significa carro da cerveja. É uma presença marcante nas atividades da *Oktoberfest*, porque garçons caracterizados com vestimentas germânicas distribuem chope ao público adulto, durante o desfile e em outros momentos da festa. Já as crianças, através do carro *Himbeerwagen*, recebem suco de framboesa.

Ainda entre os últimos carros, um grupo de italianos do Círculo Cultural Bella Itália, de Santa Cruz do Sul, desfilou exibindo uma faixa que homenageava a *Oktoberfest*. Este grupo foi inserido nos desfiles desde o ano de 2007. “O povo gaúcho é o resultado de todas as culturas que aqui se aquerenciaram, os italianos mostraram interesse em participar dos desfiles e achamos que era possível. Ao se integrarem, fazem sempre agradecimento por também poder conviver com a cultura germânica”. (SCHUSTER, 2008).¹⁵⁰

Se a *Oktoberfest* permite a entrada dos demais grupos étnicos, tanto aqueles já mencionados, vindos de Crissiumal, quanto dos grupos existentes no município, é porque estes não ameaçam a cultura alemã. Pelo contrário, com suas participações fortalecem ainda mais a cultura hegemônica do município, porque promovem o reconhecimento e a exaltação desta. Neste sentido, podemos afirmar que um contexto social e cultural acaba invadindo a festa, até porque muitos dos organizadores são oriundos dessas “outras” etnias e também por que o evento em si é estratégico, quando busca, de diversas maneiras, ampliar o potencial de público visitante e conquistar maior número de simpatizantes do evento.

3.3.6 As músicas, as danças folclóricas, os trajes típicos, a religiosidade e a gastronomia

Os mais variados tipos de música e as danças folclóricas aparecem na festa e são alguns traços da identidade germânica que procuram ser construídos e ressaltados na *Oktoberfest* para que esta seja caracterizada como uma festa alegre, que tem o gosto pela dança, pela festas, pela música, pela diversão, ente outros. Neste sentido, tanto as músicas quanto as danças servem para agregar valor e animação a festa. Todos os anos, além dos shows nacionais, que levam milhares de pessoas ao parque, inúmeras bandinhas são contratadas para garantir a animação do visitante. Toillier (2008) ressalta que "a programação

¹⁵⁰ Entrevista informal realizada no dia 03/11/2008, com Maria Luiza Schuster, coordenadora dos desfiles.

é diversificada e pensada de forma que todos os públicos sejam contemplados na *Oktoberfest*".¹⁵¹

Para a edição de 2008, trinta e duas bandas foram contratadas para promover cerca de seiscentas horas de música, e noventa e cinco danças foram apresentadas nos lonões 1, 2 e Pavilhão Central. No dia onze de outubro, a festa promoveu a Noite das Bandas com a participação de grupos de baile de todo o Estado¹⁵². A novidade da edição de 2008 foi que, além da música no Parque, a Coordenação Executiva da festa preparou dois palcos para animar a área central da cidade. Estes foram montados e devidamente ornamentados, um junto à Praça Getúlio Vargas e outro na Praça da Bandeira.

Os maiores shows da 24ª edição da festa, com maior número de público, ficaram por conta de grupos que não reproduzem músicas germânicas como, o Grupo Tradição na noite do dia 10 de outubro; Roupas Nova, dia 11; Os Peraltas, dia 12; Armandinho e banda, dia 15; Edson e Hudson, dia 17 e Zé Ramalho, dia 18.

Em referência aos grupos de dança folclórica, nos meses que antecedem a festa, os grupos de dança fazem a preparação das danças que serão apresentadas na festa. O coordenador do folclore, Pedro Thessing, ressalta que em Santa Cruz do Sul existe uma associação de grupos folclóricos que realiza reuniões periódicas, pesquisas para a criação dos trajes, entre outras atividades. São pesquisadas as regiões da Alemanha, por meio da internet, televisão e livros, e estas buscas dão subsídios necessários para a realização da festa na área do folclore. Maria Luiza Schuster, coordenadora dos desfiles, revela o seu sentimento ao usar o traje típico,

Eu tenho orgulho de usar um traje típico, me sinto muito feliz usando ele, eu acho que eu estou resgatando alguma coisa do meu passado, da minha raiz, tenho honra de usar e não gosto quando dizem que o alemão usa uma farda ou que usa uma fantasia, porque fantasia é coisa de carnaval. Eu tenho lido muito sobre trajes típicos, e tenho buscado conhecer um pouquinho mais, porque há uma grande variedade e uma grande gama de estilos. Cada região da Alemanha tem um tipo de traje, e a gente sempre procura resgatar, eu tenho trajes que são réplicas tradicionais da Alemanha, assim como a gente tem os mais simplesinhos que a gente olhou alguém usando por aí e também fez um. Eu procuro usar com orgulho e sempre sei dizer alguma coisa sobre aquilo que estou vestindo, não é uma fantasia não. (SCHUSTER, 2008).

¹⁵¹ Site da *Oktoberfest* (www.oktoberfestsantacruz.com.br)

¹⁵² Entre as bandas estiveram, a Banda Cavalinho, Rota Luminosa, Tchê Barbaridade, Alma Nova e Banda 2001.

Ao usar o traje típico e buscar informações na Alemanha sobre o mesmo, a pessoa além de prestigiar o evento e a cultura alemã, também se torna um(a) figurante da festa, e comprova que o traje não pertence aos costumes dos antepassados imigrantes e, sim, a uma busca atual ao que existe em cada região da Alemanha. Neste sentido, o traje é mais um elemento construído e incentivado pelos organizadores, pois, quem o usa, tem entrada livre, gratuita ao Parque. Este fator reforça o imaginário de passado e colabora diretamente com a manutenção do discurso identitário no município. Sobre este fato, Ademir Mueller nos traz a seguinte revelação, “a festa contribui para a construção da identidade em Santa cruz do Sul porque, se eu não tivesse criado esta festa ninguém aqui em Santa Cruz ou muito poucos teriam usado um traje típico, não teriam se orgulhado da tradição dos nossos antepassados, do nosso trabalho, das nossas conquistas”. (MUELLER, 2008).

Neste sentido, podemos afirmar que a festa é um produto inventado, e Hobsbawn (1997) explica o conceito de tradição inventada da seguinte maneira:

por “tradição inventada” entende-se 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. (HOBSBAWN, 1997, p.9).

Portanto, tradições são apropriações de repertórios simbólicos do passado atualizados e refletidos no presente, para dar a idéia de comunhão e marcar pertencimentos de grupos. É criada, no presente, uma versão *a posteriori* que organiza e confere sentido a fatos e eventos isolados. Segundo Hall (1999 p.13), desde o nascimento até a morte, cada pessoa constrói uma “narrativa do eu” e é essa narrativa faz com que cada um tenha a sensação de possuir uma identidade unificada. Mas, complementa ele, “identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia”, ou seja, “não é uma questão do que as tradições fazem de nós, mas daquilo que nós fazemos das nossas tradições.” (HALL, 2003 p.44).

A *Oktoberfest* de 2008, além de contar com os grupos de dança da cidade, que somam aproximadamente dez, sendo eles do Centro Cultural 25 de Julho, da Sociedade Cultural e Folclórica *Oktoberanz*, do Grupo de Danças *Kronentanz*, e das escolas municipais, a festa também recebe grupos de praticamente todas as regiões do Rio Grande do Sul. Estes grupos agendam a participação com o Centro Cultural 25 de Julho, antecipam o tipo de dança que

será apresentada e o número de componentes de cada grupo. Os grupos de dança, que vem para a *Oktoberfest* têm entrada livre no Parque, e recebem vale alimentação. Para Pedro Thessing¹⁵³, coordenador de folclore da 24ª *Oktoberfest*, “a vinda destes grupos representa a importância da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul dentro do cenário cultural gaúcho”. No ano de 2008, foram mais de noventa grupos de danças folclóricas que somaram cerca de 2,8 mil dançarinos que se apresentaram nos palcos da festa.

Já sobre as músicas, as mais tocadas durante os dias da festa são *Oh! Isabela; Um barril de chopp; Lore, Lore, Lore; Schneewalser*, entre muitas outras. Mais uma vez observamos na fala dos organizadores, que para eles estas músicas também foram herdadas, trazidas para a região pelos alemães, pelos imigrantes, mas não há registros que confirmem estas declarações. Conforme Maria Luiza Schuster, coordenadora dos desfiles, “há uma série de músicas que são tocadas durante a festa, que foram criadas pelos descendentes ou trazidas da Alemanha posteriormente, como é o caso da música *Heimatlos*”. (SCHUSTER, 2008). Podemos assim supor que as músicas criadas pelos descendentes, ou trazidas posteriormente da Alemanha e tocadas durante a festa, são enquadradas como músicas trazidas pelos imigrantes. Este fato contribui para que o imaginário sobre o passado seja celebrado e visto como original no presente, fortalecendo constantemente o mito em torno da cultura alemã.

Abaixo, a tradução da música *Heimatlos* para o português, realizada pela professora de alemão Marlene Dahlke¹⁵⁴.

Desterrados

Desterrados tem muitos no mundo, desterrados e solitários como eu

Em todas os lugares ganho o meu dinheiro, pois ninguém espera por mim

¹⁵³ Ver no site <http://www.oktoberfestsantacruz.com.br/>

¹⁵⁴ *Heimatlos sind viele auf der Welt, heimatlos und einsam wie ich. Überall verdiene ich mein Geld, doch es wartet keiner auf mich.*

Keine Freunde, keine Liebe, keiner denkt an mich das ganze Jahr.

Keine Freunde, keine Liebe, wie es früher, früher einmal war.

Hoffnungslos ist keiner auf der Welt. Einmal kommt für jeden die Zeit.

Und ich weiß, ich weiß das Schicksal halt auch für mich noch einmal bereit:

Ein paar Freunde, eine Liebe, daran denke ich das ganze Jahr.

Ein paar Freunde, eine Liebe, wie es früher, früher einmal war.

Ein paar Freunde, eine Liebe, ein zu hause, ein Glück.

(Música muito tocada na festa, que foi gravada e popularizada pelo cantor Freddy Quinn. Tradução realizada pela professora de alemão, Marlene Dahlke).

Não tenho amigos, não tenho amores, ninguém lembra de mim o ano inteiro
 Não tenho amigos, não tenho amores, como era antigamente

Desesperado não tem no mundo, um dia, o tempo virá para cada um
 Eu sei, eu sei, o destino segura, também para mim mais uma vez preparado
 Uma dupla de amigos e um amor, disso eu me lembro o ano inteiro
 Uma dupla de amigos e um amor, como era antigamente

Uma dupla de amigos, um amor, um lar, a felicidade (DAHLKE, 2008).

Interessante observar que a letra se refere às pessoas que ficaram sem terra, ou seja, desterrados, que ficaram sem amigos, abandonados, sem amores e sem lar, mas possuem a esperança de que um dia, o destino trará amigos, amor, lar e a felicidade, como fora antigamente. Esta música descreve o abandono, as dificuldades e o sofrimento de uma pessoa sem pátria, sem terra, abandonada num mundo novo. Ao ser tocada durante a festa, esta música, assim como as demais, permite que o cenário de valorização da cultura alemã se complete e seja fortalecido.

Além das músicas e das danças, a religiosidade e a gastronomia são outras características marcantes de que a *Oktoberfest* de 2008, bem como as demais edições se valeu para evidenciar a cultura alemã. Segundo os organizadores, a religião é bastante cultivada pelos imigrantes e mantida até hoje pelos seus descendentes. Nos dois domingos compreendidos pela 24ª *Oktoberfest* e 4ª Oktoberfeira, a programação incluiu em um, uma missa e, em outro um culto, ambos proferidos em língua alemã. A missa foi celebrada na Catedral São João Batista, no dia 12 de outubro, (primeiro domingo da festa), e o culto aconteceu na Igreja Evangélica do Centro da cidade, no dia 19 de outubro (segundo domingo da festa). Tanto a missa quanto o culto foram assistidos pela comunidade santa-cruzense, pela comissão de organização da festa e suas soberanas.

A religiosidade, colocada em dois momentos da programação da festa, permite que seja vista como mais um elemento significativo e complementar das tradições germânicas. Ainda, para a coordenadora dos desfiles, Maria Luiza Schuster (2008), a religião está presente desde o momento de elaboração da festa, porque, “nós nunca começamos uma reunião de

coordenação sem antes fazermos uma oração. Então, a religiosidade está presente desde o momento da organização” (SHUSTER, 2008).



Imagem 22 - Missa em Língua Alemã
Fonte: Site da 24ª Oktoberfest

Outro elemento de destaque na festa é a gastronomia germânica. Para a edição de 2008, vinte e nove pontos de alimentação foram espalhados pelo Parque, apresentando ao visitante uma gama de opções desde as tradicionais cucas com lingüiça, até outros lanches que não são da cultura alemã, como crepes, xis burger, torradas, entre outros. Junto ao Pavilhão Central, o restaurante Thomas, um dos que presta serviço na festa, ofereceu ao visitante, pratos da culinária alemã, como o *eisbein* (joelho de porco), *sauerkraut* (chucrute), e cucas, além de várias opções de saladas verdes e em conserva. Mas, é interessante observar que em Santa Cruz do Sul não existe nenhum restaurante de comida típica alemã. O que podemos encontrar em alguns restaurantes da cidade são um ou outro prato típico, mas somente durante a festa o visitante e a comunidade podem usufruir dos pratos mais completos da culinária germânica.

Apesar disso, a gastronomia alemã é sempre destaque e muito valorizada durante a festa, inclusive mencionada nos discursos como mais um elemento da tradição germânica, tanto que, na a edição da festa de 2005, a Gastronomia foi o tema da edição. Assim a culinária alemã é mais um elemento da festa, e a partir dele é possível amarrar um discurso que dá

sentido e constrói a memória, como de algo que obedece, em parte, os costumes dos antepassados e precisa ser mantido, cultuado tal e qual.



Imagem 23 - Gastronomia germânica

Fonte: Agência Assmann

O site da *Oktoberfest* também reforça a gastronomia da festa. Usado como um instrumento para divulgar a *Oktoberfest*, no site o internauta pode receber informações sobre a cultura alemã, estabelecendo uma ligação entre ambos, um remetendo ao outro e reforçando aspectos da cultura e identidade. Como exemplo, podemos citar o *link* do site chamado de *Receitas do Fritz*, que trazem informações sobre como elaborar as principais receitas da culinária alemã, como o chucrute (*Sauerkraut*), galinha com nhoque (*Klöße Mit Huhn*), lombo de porco defumado (*Kasseler Alter Art*), bolinhos com presunto (*Knobel*), torta alemã (*Deutsche torte*), entre muitas outras.

3.3.7 Os demais acontecimentos da festa

A festa, apesar do seu cunho étnico e de suas ações estarem explicitamente voltadas para o discurso germânico, possui uma série de outros elementos que, em nada, ou pouco representam a cultura alemã. Um exemplo disso é a presença de um público que contempla

diversas etnias, que possuem interesses diversos, e não necessariamente interesse ao cultivo dos valores que a festa aborda. A programação é outro elemento por ser composta de shows nacionais com ritmos variados; a Oktoberfeira¹⁵⁵ que contempla mostra de produtos, comércio e serviços; a exposição de pequenos animais; a exposição de flores; o parque de diversões, o espaço organizado pelo SESC, chamado de *kinderplatz*¹⁵⁶; a escola de trânsito; a arquitetura do Parque que não é totalmente típica; os alimentos comercializados na Vila Típica da festa, como da culinária italiana na Casa do Italiano; a própria língua falada dentro do Parque, entre outros, são exemplos de iniciativas existentes na festa que não estão relacionados com a cultura alemã.

Entendemos, com isso, que a *Oktoberfest* possui dois vieses relacionados entre si: um deles é o forte apelo cultural, que busca o “resgate” da cultura alemã por meio da história e do que entende ser as tradições germânicas, o outro é a tentativa de superação do público, já que a festa é um empreendimento econômico para a cidade, cria opções de entretenimento que possam agradar o máximo de pessoas. Esse último faz com que as atrações sejam diversificadas e fujam um pouco da questão do germanismo. Esta relação entre a defesa da cultura e a busca pela diversificação, se mostra como uma contradição da festa e dos discursos da mesma, pois ora quer se ancorar na cultura como sua essência, e ora quer colocá-la como pano de fundo para atrair o maior público com uma variada programação. Para o idealizador da festa, Ademir Mueller, “as festas alemãs são festas e neste sentido precisam da diversificação, mas sem deixar de lado o veio cultural.” (MUELLER, 2008). Já o assessor de comunicação da festa, Sandro Viana, expõe sua opinião sobre o que não é da cultura alemã, mas está presente na festa, principalmente em relação aos shows, “eu acho que não pode ficar restrito só na cultura alemã, a gente sempre diz nos nossos materiais que é uma festa para todos os gostos, é uma festa para a família.” (VIANA, 2008).

Com base nestes relatos, analisamos que a festa apresenta caráter ou cultura híbrida, tanto pela sua variada programação, quanto pela presença de diversos grupos que se concentram durante os fins de semana no Parque, nos desfiles, nos bailes, nos lonões e entre outros momentos. Sabemos que há festas que zelam pela pureza, como é o caso dos eventos

¹⁵⁵ Na Oktoberfeira de 2008, 170 expositores estiveram representando os setores industrial, comercial, agropecuário e de serviços, com participação de um grande número de empresas locais.

¹⁵⁶ Espaço com brinquedos fornecidos pelo SESC nomeados de *Kinderplatz* durante a festa.

realizados pelos Centros de Tradições Gaúchas (CTGs). Mas, mesmo estes eventos não conseguem formar uma identidade pura, porque, conforme Canclini (1997) e Silva (2005) o processo de formação das identidades promove o hibridismo, ou seja, “não é possível pureza quando se está em movimento, se está vivo”. (SILVA, 2005, p.4). Podemos então dizer que a festa é resultado de uma mestiçagem, terminologia usada por Martín-Barbero, (2003), estes conceitos são usados pelos autores para explicar a convivência de diversas culturas, gerando novas culturas que não podem mais serem entendidas como puras.

Baseados nestes conceitos reafirmamos que a identidade não é um “produto” acabado, mas sim, um permanente processo de construção, ou seja, todas as culturas são de fronteira (CANCLINI, 1997), com suas identidades sempre influenciadas pela hibridização. Com isso, a memória social acaba por sofrer um processo de negociação, onde a memória individual se confronta com a memória de outros, para então contribuir na formação de uma nova identidade, então híbrida.

3.3.8 A cerimônia de encerramento

O encerramento da festa é uma ocasião em que se formaliza o fechamento do produto festa, que foi elaborado e produzido detalhadamente durante um ano pelos organizadores, como vimos no início deste capítulo. A cerimônia final, assim como cada momento da realização da festa, é uma ocasião em que a cultura alemã é exaltada com entusiasmo por parte de um ou de outro discurso. Nesta cerimônia, é declarado o fim da festa e das principais ações que fortalecem a identidade hegemônica de Santa Cruz do Sul por meio da valorização do germanismo. Como vimos, a festa através das inúmeras ações que desenvolve, se tornou uma das grandes fontes que alimentam esta identidade no município.

Na edição de 2008, o encerramento foi realizado no Pavilhão Central do Parque com as últimas apresentações de danças folclóricas realizadas por dois grupos do Centro Cultural 25 de Julho, a prática das apresentações de dança é muito comum, em todos os momentos da festa. Na ocasião, diferente da Abertura, não há convidados especiais, é uma cerimônia curta e aberta ao público. Foi realizada uma homenagem ao presidente Ruben Toillier, e aos demais colaboradores do evento e também apresentados aos presentes, alguns resultados relacionados

ao número de pessoas que visitaram o Parque durante os dez dias de festa, o consumo de bebida e comida da 24ª edição.¹⁵⁷

Ainda, como acontece desde o ano de 2004, quando surgiram os temas, a divulgação do tema e os dias da próxima festa acontecem neste momento de encerramento. Como em 2009 o município completa 160 anos de imigração alemã e 25 anos de *Oktoberfest*, o tema escolhido foi: *Nossa História, o Brilho desta Festa até os Momentos atuais, 25 anos de Oktoberfest*, e os dias do evento ficaram estabelecidos para acontecer entre 8 e 18 de outubro de 2009. O presidente de 2008, Ruben Toiller, ressaltou em entrevista que a próxima edição promete ser uma festa com muita prata, em comemoração às bodas de prata da festa. Porém, como a comissão deverá ser alterada, em função da mudança de governo municipal, tanto o tema como os dias da festa serão reavaliados pela nova comissão.

Após a cerimônia, foram realizados alguns discursos de despedida e aconteceu o último baile show com a banda Os Atuais. A cerimônia foi breve para que o público pudesse aproveitar este último momento de comemoração. É importante destacarmos que, finalizada a festa, uma nova começa a ser elaborada a partir da avaliação de acertos e erros feita pela comissão atual, representando o ponto de partida da próxima edição da *Oktoberfest*.

¹⁵⁷ Em 2008, em 11 dias de programação a *Oktoberfest* reuniu um público de 455 mil pessoas, foram consumidos cerca de 227,5 mil litros de chope e 182 toneladas de alimentos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O discurso étnico produzido pela comunidade de Santa Cruz do Sul, majoritariamente veiculado pela imprensa e por suas elites político-culturais, é alavancado e reestruturado após o final dos anos 1970, quando os desdobramentos da chamada Campanha de Nacionalização (1937 a 1945), haviam chegado a termo. Nesse sentido, assistimos, principalmente a partir dos anos 1980, uma série de iniciativas que visavam revigorar e repercutir as manifestações folclóricas e culturais profundamente marcadas pelo discurso étnico germânico. Nesse processo, as tradições são reinventadas na tentativa de serem naturalizadas, criando e reforçando laços de pertencimento identitários. Algumas iniciativas que propunham este resgate são claramente identificadas no município de Santa Cruz do Sul, como a criação de centros e associações culturais, publicações de livros e reportagens veiculados na imprensa local com predomínio do discurso de valorização do “mito do pioneiro imigrante” e da cultura alemã. Dentre os eventos dinamizados, destaca-se, em 1984, a criação da *Oktoberfest* como uma manifestação cultural, norteadas pelo fenômeno identitário germânico.

Assim, a *Oktoberfest* surge num contexto social em que a expressão e valorização das tradições germânicas são colocadas em evidência no município e este fato permitiu que a festa criasse e reinventasse novas tradições por meio da inserção de inúmeros atrativos/elementos que representassem a cultura alemã. É preciso notar que muitos desses elementos articulados e inseridos na *Oktoberfest*, foram criações coevas, traduzidas de outros contextos da própria Alemanha e mesmo da vida colonial, pois não eram existentes na cultura local. É o caso da busca de subsídios na *Oktoberfest* de Munique, na Alemanha e na de Blumenau, de Santa Catarina, papel esse exercido, como vimos, pelos diversos grupos de organizadores das festas que buscaram em festas de outras regiões a inspiração para elaborar a *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul. Destacam-se entre esses elementos, a organização de grupos de danças, da culinária alemã, a criação dos trajes típicos inspirados e adaptados dos existentes em cada

região da Alemanha. Da festa de Blumenau foram copiados os símbolos da festa, os bonecos Fritz e Frida inspirados no boneco Vovô Chopão, além da bicicleta coletiva, o carro do chope chamado de *Bierwagen*, entre outros. Esses elementos que articulam a memória social são alguns dos exemplos que nos permitem inferir o quanto o jogo entre inventividade e memória são articulados, ou seja, nos levam a considerar o caráter deslizante das identidades bem como os processos inventivos que costuram temporalidades e espacialidades num todo que se pretende coerente.

A memória social construída na festa nos coloca frente ao processo de invenção das tradições, mas é preciso considerar que essas tradições, mesmo híbridas, promovem sentido e significam a cultura regional num acentuado processo de naturalização das identidades culturais e étnicas. A *Oktoberfest* é um bom exemplo da fluidez e do hibridismo identitário, assim como demonstra o quanto as relações de poder são marcantes nessa construção. Ao misturar elementos dos mais variados, a festa produz uma memória que se aloca na comunidade como elo de pertencimento, na mesma medida em que a memória produz e seleciona a partir do esquecimento e da seletividade, o que merece ou não ser memorado, o que permite o cimento constitutivo da comunidade.

No mais a *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul, desde as primeiras edições propunha alcançar o maior número de público possível, pois foi criada para ser uma festa para o povo, sob a justificativa de também promover o turismo do município. Para isso, as atrações sempre foram amplas e diversificadas, o que permitia a expansão de idéias e criações de elementos que pudessem ser expostos na festa. Uma delas foi a busca de artefatos antigos, buscados no interior do município, para promover um “resgate” ao passado, uma suposta familiarização das pessoas com a festa, a partir de objetos antigos. Os jogos germânicos foi outra criação dos idealizadores para promover o entretenimento e a atração de pessoas, mas o que comprovamos foi que a festa narra os jogos como uma herança dos colonizadores e como mais um elemento que se refere às tradições germânicas. Assim, a festa, como um empreendimento de caráter comercial tornou-se um elemento articulador da identidade alemã na região.

Foi desta maneira que os organizadores da festa caracterizaram o cenário da *Oktoberfest* com referência ao passado, aos costumes dos colonizadores, mas também com o

propósito de promover o encantamento e manter o discurso da identidade alemã por meio do “produto festa”. Com isso, a festa, desde a sua criação, atua com elementos que promovem o discurso identitário germânico e reforçam os laços sociais, os valores simbólicos, os mitos e os costumes. Entre os símbolos que compoem este cenário destaca-se a caracterização da cidade “desenvolvida, próspera, organizada, bonita” que, por ser colonizada por alemães, tem “o trabalho, a família, a limpeza de jardins, praças e ruas como valores morais de identificação étnica. Estas características são reforçadas nos elementos que compõe a elaboração e realização da *Oktoberfest*.

Todos os processos de organização da festa contemplam um ritual que repetidamente envolve e reforça os relacionamentos com a comunidade. Isso ocorre tanto nos meses de preparação da festa, como no período de realização da festividade. A comunidade é incentivada pelos organizadores a participar da festa e “entrar no clima” por meio de concursos de decorações, desenhos e redações, de escolha das soberanas. Os concursos de decorações, por exemplo, mobilizam a comunidade de Santa Cruz do Sul a promover um ambiente apropriado para encantar os visitantes e fazer a relação com a cultura alemã. Da mesma forma, o concurso de desenhos e redações envolvem as escolas a participar da festa. Só em 2008 cerca de três mil trabalhos foram inscritos. Esta iniciativa fez com que crianças e adolescentes pensassem na festa, trocassem idéias com familiares e colocassem em prática nas redações e desenhos o seu entendimento sobre o tema da festa, no caso de 2008, as *Tradições Germânicas*. Entendemos que estas iniciativas geram uma familiarização com o evento e, mais do que isso, promovem o discurso identitário na comunidade e reforçam um hábito da cultura alemã, como sendo tradição, herança dos imigrantes alemães.

É importante considerar que esta pesquisa não se encerra com este estudo, pois ambicionou avançar, na medida do possível, na análise sobre as questões que relacionam desenvolvimento e identidade regional. Procurou abrir mais questionamentos que efetivamente conduzir a um fechamento.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. *Festa à brasileira: significado do festejar, no país que “não é sério”*. Tese, Departamento de Antropologia da FFLCH-USP, São Paulo, 1998.
- AZAMBUJA, Lissi Iria Bender. *Língua Alemã: um legado dos imigrantes alemães para Santa Cruz do Sul – RS*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.
- AZEVEDO, Monica Velloso. *O imigrante alemão no contexto das relações Brasil – Alemanha (1937 – 1945): a campanha de nacionalização*. Disponível em: <http://www.rj.anpuh.org/Anais/2002/Comunicacoes/Azevedo%20Monica%20Velloso.doc>. Acesso em 12/01/2009.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.
- BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. 10. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais de globalização*. Trad. Maurício Santana Dias. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 1997.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Democracia e Mass Media*. SP: Fundação Memorial da América Latina, 1998.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de massa sem massa*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1986.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 6. ed. rev. e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- COHEN, Abner. *O homem bidimensional*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- CORREA, Sílvio Marcus de Souza. Identidade étnica em meio urbano. *Ágora*, Santa Cruz do Sul, v.7, n.2, p.119-132, jul./dez. 2001.

_____. *Urbanização e identidade étnica*. Anais do IV Seminário das Comunidades Teuto-brasileiras. Lajeado: Associação Nacional de pesquisadores da história das comunidades teuto-brasileiras, 2002, p. 81-90.

CRUZ NETO, Otávio. O trabalho de campo como descoberta e criação. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). *Pesquisa social*. Teoria, método e criatividade. – Petrópolis: Vozes, 1994.

CUNHA, Manuela Carneiro da. *Antropologia do Brasil*: Mito, história, etnicidade. São Paulo, Brasiliense, 1987, 2ª ed.

CUNHA, Jorge Luiz. *Os Colonos Alemães de Santa Cruz do Sul e a Fumicultura*. Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul 1849-1881. Santa Cruz do Sul: FISC, 1991.

DA MATTA, Roberto. *As mensagens das festas*: reflexões em torno do sistema ritual e da identidade brasileira, In : *Sexta-feira* , número 2, ano 2, abril de 1998. p.72-81

_____. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de janeiro: Rocco, 1986.

DE LUCA, Tânia Regina de. *Fontes impressas: História dos, nos e por meio dos periódicos*. In PINSKY, C. B (Org.). *Fontes históricas*. São Paulo: Contexto, 2005.

DESIGN BRANDING MAGAZINE, ano XIII, dezembro de 2007.

DESLANDES, Suely Ferreira; CRUZ NETO, Otávio; GOMES, Romeu. *Pesquisa social*: teoria, método e criatividade. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO / Gustavo Barbosa, Carlos Alberto Rabaça. - 2. ed. ver. e atualizada. - Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DOUGLAS, Mary (1976) *Pureza e perigo*. São Paulo: Perspectiva

FELIPPI, Ângela. *Jornalismo e identidade cultural*: construção da identidade gaúcha em Zero Hora. 2006. 178 f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2006.

FÉLIX, Loiva Otero. *História e memória: a problemática da pesquisa*. 2. ed. Passo Fundo: UPF, 2004.

FLORES, Maria Bernardete Ramos. *A Oktoberfest de Blumenau: turismo e identidade étnica na invenção de uma tradição*. In. MAUCH, Claudia; VASCONCELOS, Naira (organizadoras). *Os alemães no sul do Brasil: cultura, etnicidade e história*. Canoas: Ed, ULBRA, 1994.

FLORES, Maria Bernardete Ramos. *Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do chopp*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997. 188 p (Coleção teses ; 3)

FONTOURA, Sandra Regina Haas da. *A cultura no desenvolvimento do turismo em Santa Cruz do Sul*. 1999. 298 f. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em

Desenvolvimento Regional.

GÄRTNER, Angelika. *O alemão no Rio Grande do Sul: aspectos científicos e político-lingüísticos*. Revista REDES 150 Anos de Colonização Alemã em Santa Cruz do Sul, 1849-1999, Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 1999.

GERTZ, René E. *O perigo alemão*. Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 1991.

GIRON, Loraine Slomp; RADÜNZ, Roberto (Org.). *Imigração e cultura*. Caxias do Sul: EDUCS, 2007.

GOIDANICH, Oswaldo. A saga do turismo no Rio Grande do Sul. In: FLORES, Hilda Agnes Hübner. *Turismo no Rio Grande do Sul: 50 anos de pioneirismo no Brasil*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1993.

GROSSELLI, Renzo Maria (1987) *Vencer ou Morrer. Camponeses Trentinos (Venêtos e Lombardos) nas florestas brasileiras*, Florianópolis: UFSC.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2004.

HOBBSAWM, E. J.; RANGER, Terence (Org.). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

HALL, Stuart. *Da Diáspora: Identidades e Mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Unesco, 2003.

KELLER, Alfred J. *Michaelis: dicionário escolar alemão : alemão-português e português-alemão*. São Paulo: Melhoramentos, 2002. 631 p. (Dicionários Michaelis).

KIPPER, Maria Hope. *Campanha de nacionalização do Estado Novo em Santa Cruz do Sul. (1937 - 1945)*. Associação Pró-Ensino de Santa Cruz do Sul. 1979, p. 60.

KRAUSE, Silvana. *Economia, política e religião em Santa Cruz do Sul na República Velha*. Porto Alegre: Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade do rio Grande do Sul, 1991. (Dissertação mestrado em Ciência Política).

LANDO, A M.; BARROS, E.C. *Capitalismo e Colonização - Os Alemães no Rio Grande do Sul*. In: *RS: imigração e colonização*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.

LARRAIN, Jorge. El concepto de identidad. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 21, p. 30-42, ago. 2003.

MAGALHÃES, Marionilde Brepohl de. *Pangermanismo e nazismo: a trajetória alemã rumo ao Brasil*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP/FAPESP, 1998.

MARTÍN BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MARTIN, Hardy Elmiro. *Santa Cruz do Sul: colônia e freguesia, 1849 – 1859*. Santa Cruz do Sul, Associação Pró-Ensino em Santa Cruz do Sul, 1879.

MEYER, Dagmar E. Estermann. *Identidades Traduzidas: cultura e docência teuto-brasileiro evangélica no Rio Grande do Sul*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, São Leopoldo: Editora Sinodal, 2000.

MORIGI, Valdir José. *Narrativas do encantamento: o maior São João do mundo, mídia e cultura regional*. Porto Alegre: Armazém Digital, 2007.

NEUMANN, Marinês Teresinha. *Narrativas identitárias e associativismo de tradição germânica de Santa Cruz do Sul: o discurso da identidade regional (1850 – 1950)*. Santa Cruz do Sul, Edunisc, 2006. (Dissertação mestrado em Desenvolvimento Regional).

NORONHA, Andrius Estevam. *Instituições e elite política de Santa Cruz do Sul no contexto de internacionalização da economia fumageira (1960-1970)*. 2006. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado) - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2006.

ORTIZ, R A *Moderna Tradição Brasileira*. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ORTIZ, R. *Mundialização e Cultura*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PELLANDA, Ernesto. *A imigração e colonização alemã*. In: DUARTE, Eduardo, org. O Centenário da Colonização Alemã no Rio Grande do Sul: 1824-1924. 1946, p. 14 – 36.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História do Rio Grande do Sul*. 4. ed. Porto Alegre. Mercado aberto, 1985.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *O imigrante na política Rio-Grandense*. DACANAL, José Hildebrando (Org.). RS: *imigração & colonização*. 2. ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1992.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. RS: *a economia e o poder nos anos 30*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.

PICCOLO, Helga I. L. (org.) (1998). *Coletânea de Discursos Parlamentares da Assembléia Legislativa da Província de São Pedro do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre, Assembléia Legislativa do RS.

POLLAK, Michael. *Memória e identidade social*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5, nº 10, 1992, p. 200-212.

PRADO, Junior Caio. *História Econômica do Brasil*. 12. ed. São Paulo: Brasiliense, 1970.

RAMBO, Arthur Blasio. *Nacionalidade e cidadania*. MAUCH, Cláudia; VASCONCELLOS, Naira (Org.). *Os alemães no sul do Brasil : cultura, etnicidade, historia*. Canoas: ULBRA, 1994, p. 43-54.

RENK, Arlene. *A reprodução social camponesa e suas representações*. O caso de Palmitos – SC. (Tese Doutorado). Rio de Janeiro: MN/UFRJ, 1997.

ROCKENBACH, Sílvio Aloysio; FLORES, Hilda Agnes Hübner. *Imigração Alemã 180*

anos: história e cultura. Porto Alegre: CORAG, 2004.

SANTOS, Milton. *A urbanização brasileira*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1994.

SANTOS, Mirian de Oliveira. *Bendito é o fruto: Festa da Uva e Identidade entre os Descendentes de Imigrantes Italianos de Caxias do Sul-RS*; 2004. 327 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

SASSE, Marita Deeke. *Oktoberfest: a festa da cerveja*. Rio de Janeiro, Ultraset, 1991.

SEGALEN, Martine. *Ritos e rituais contemporâneos*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2002. 161 p.

SEYFERTH, Giralda. “*Identidade étnica, assimilação e cidadania. A imigração alemã e o Estado Brasileiro*” RBCS, nº 26, ano 9, outubro de 1994.

SEYFERTH, Giralda. *Os imigrantes e a campanha de nacionalização do Estado Novo*. In Repensando o Estado Novo. Dulce Chaves Pandolfi (org). Rio de Janeiro, Editora FGV, 1999, p. 202.

SEYFERTH, Giralda. *Identidade Camponesa e Identidade Étnica* (Um estudo de caso), Anuário Antropológico 91 – 1993.

SEYFERTH, Giralda. *Construindo a nação: Hierarquias raciais e o papel do racismo na política de imigração e colonização*. In: MAIO, Marco Chôr (Org.) *Raça, Ciência e Sociedade*. Rio de Janeiro; Editora Fiocruz/CCBB, 1996.

SEYFERTH, Giralda. *A colonização alemã no Vale do Itajaí-mirim*. Porto Alegre, Movimento, 1974.

SEYFERTH, Giralda. *Nacionalismo e identidade étnica*. Florianópolis: Fundação Catarinense de Cultura, 1982.

SILVA, Mozart Linhares da. *Educação, etnicidade e preconceito no Brasil*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007.

SILVA, Mozart Linhares da. *Identidade cultural e alteridade: uma crítica ao essencialismo*. Anais do V Fórum Nacional de Educação e VIII Seminário Regional de Educação Básica: educação, mídia e valores. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

SOUZA, Carlos Alberto de. *O fundo do espelho é outro: quem liga a RBS liga a Globo*. Itajaí: Ed. da Univali, 1999.

SKOLAUDE, Matheus. *Identidades rasuradas: o caso da comunidade afro-descendente de Santa Cruz do Sul (1970-2000)*. 2008. 146 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado) - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2008

STÜRMER, Adriana. *A casa da vovó na TV: a captura de uma identidade étnica e sua representação televisiva*. UNirevista (UNISINOS. Online), São Leopoldo, 2006. v. I, nº 3, Meio digital. <http://www.unirevista.unisinos.br>.

STÜRMER, Adriana. *Representação identitária e promessas de diversão: o logo da Oktoberfest 2005 de Santa Cruz do Sul*. In: VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul - Intercom Sul, 2007.

SILVEIRA, Rogério Leandro Lima da. *Cidade, corporação e periferia urbana: acumulação de capital e segregação espacial na (re)produção do espaço urbano*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.

SILVEIRA, Rogério Leandro Lima da (Org.). *Vale do Rio Pardo: (re)conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2001.

TEICHMANN, Suzana Maria. *Desenvolvendo o turismo: resgate histórico da FENAF - Festa Nacional do Fumo em Santa Cruz do Sul - RS*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.

TINHORÃO, José Ramos. *As festas no Brasil colonial*. São Paulo: Ed. 34, 2000.

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

VOGT, Olgário Paulo. *Germanismo e Nacionalização em Santa Cruz do Sul*, RS. *Ágora*, Santa Cruz do Sul, v. 7, n. 2, p. 49-92, jul./dez. 2001.

WASSERMAN, Cláudia. *Identidade: conceito, teoria e história*. *Ágora*, Santa Cruz do Sul, v. 7, n.2, p.7-19, jul./dez. 2001.

WEBER, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. 12 ed., São Paulo, Pioneira. 1997.

WOORTMANN, Ellen F.(1988) *Colonos e Sitiantes: um estudo comparativo do parentesco e da reprodução social camponesa*. Tese de Doutorado, Brasília, UNB.

WITT, Osmar Luiz. *Igreja na migração e colonização*. São Leopoldo: Sinodal, 1996 (série de teses e dissertações).

WILLEMS, Emilio. *Assimilação e populações marginais no Brasil: estudo sociológico dos imigrantes germânicos e seus descendentes*. São Paulo: Nacional, 1940.

FONTES PRIMÁRIAS:

Jornal Gazeta do Sul. A pesquisa foi realizada no arquivo do Jornal Gazeta do Sul, de 1970 a 2009.

SITES UTILIZADOS:

OKTOBERFEST. Desenvolvido pela Associação Cultural e Empresarial de Santa Cruz do

Sul, (ACESC). Apresenta informações gerais sobre a Oktoberfest. Disponível em <http://www.oktoberfestsantacruz.com.br>. Acesso de setembro a dezembro de 2008, e janeiro a março de 2009.

JORNAL GAZETA DO SUL. Pesquisa de reportagens atuais, principalmente do ano de 2007 a 2009. Disponível em <http://www.gazetadosul.com.br>. Acesso de 2007 a 2009.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA CRUZ DO SUL. Desenvolvido pela Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul. Apresenta informações gerais sobre o município. Disponível em: www.pmscs.rs.gov.br. Acesso de setembro a dezembro de 2008, e janeiro a março de 2009.

COLÉGIO MAUÁ. Desenvolvido pela Rede Sinodal. Apresenta informações gerais sobre a instituição. Disponível em: <http://www.maua.g12.br>. Acesso em: janeiro de 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA. Disponível em www.ibge.gov.br. Acesso em maio de 2008.

ENTREVISTADOS

- 1) Ademir Mueller - idealizador e organizador das primeiras edições da festa. Entrevista realizada em 17/10/2008.
- 2) Silvani Frantz - coordenadora da Recepção da edição de 2008. Entrevista realizada em 18/10/2008.
- 3) Janine Paiva - Rainha da edição de 2008. Entrevista realizada em 18/10/2008.
- 4) Eriton Vetoretto - coordenador de Marketing da edição de 2008. Entrevista realizada em 18/10/2008.
- 5) Arnaldo Altermann - coordenador da Oktoberfeira de 2008. Entrevista realizada em 18/10/2008.
- 6) Pedro Thessing - coordenador do Folclore. Entrevista realizada em 18/10/2008.
- 7) Maria Luiza Schuster - coordenadora dos Desfiles da edição de 2008. Entrevista realizada em 18/10/2008.
- 8) Roberta Pereira - coordenadora de Recreação da edição de 2008. Entrevista realizada em 28/10/2008.
- 9) Celi Durante - auxiliar da área de Folclore da edição de 2008. Entrevista realizada em 27/10/2008.
- 10) Nestor Raschen - coordenador de Cultura da edição de 2008. Entrevista realizada em 28/10/2008.
- 11) Eliceu Scherer - coordenador Jurídico da edição de 2008. Entrevista realizada em 28/10/2008.
- 12) Ruben Toillier - Presidente da edição de 2008. Entrevista realizada em 03/11/2008.
- 13) Sandro Viana - Assessor de Comunicação da edição de 2008. Entrevista realizada em

04/11/2008.

14) Renato dos Santos Junior - Assessor de Publicidade da edição de 2008). Entrevista realizada em 18/11/2008.

15) Hipólito Rosa (coordenador Infra-estrutura da edição de 2008). Entrevista realizada em 28/11/2008.

16) Guido Kuhn (jornalista e historiador de Santa Cruz do Sul). Entrevista realizada em 08/12/2008.

ROTEIRO DA ENTREVISTA

NOME DO ENTREVISTADO (A):

FUNÇÃO:

DATA DA ENTREVISTA:

1. Como começou o seu envolvimento com a Oktoberfest
2. Quando a festa definitivamente começa a ser elaborada no município
3. Fale-me da sua rotina de trabalho durante a festa, até a conclusão.
4. Quantas pessoas são contratadas para trabalhar na sua área de atuação. Estas pessoas são treinadas por quanto tempo e por quem?
5. Olhando para as demais edições da festa já realizadas, você acha que a festa teve alterações de foco ou tornou-se repetitiva. Por quê?
6. Onde a festa não pode deixar a desejar, o que precisa se manter de um ano para o outro porque tornou-se fundamental em todas as edições da festa
7. A Oktoberfest possui uma série de elementos simbólicos que caracterizam a festa. Para você quais deles simbolizam mais o germanismo e te emocionam?
8. Para você a festa consegue recuperar a história e os costumes da etnia alemã, proibidos pela Campanha de Nacionalização?
9. Como você definiria a festa
10. A festa remete a autenticidade sobre as tradições germânicas?
13. Você vê a festa como contribuinte do discurso identitário germânico de Santa Cruz do Sul?
14. Você acha que a festa contribui para o seu sentimento de pertencimento a este grupo étnico, você se define com identidade alemã pela descendência ou por morar em Santa Cruz do Sul, ou pelos dois motivos?
15. O que a festa representa para você e como se sente em época de realização?
16. O que a festa representa para o município de Santa Cruz do Sul?

ANEXOS

ANEXO A – Comissão da 24ª Oktoberfest

Coordenação	Coordenador
Presidente Executivo	Ruben Toillier
Vice-Presidente Executivo	Carlos Agnes
Vice-Presidente Financeiro	Dilar Delmo Ellwanger
Assessor	Edinete Freitas
Coordenação da Agricultura	Paulo Werner
Coordenação de Cultura	Nestor Raschen
Coordenação de Desfiles	Maria Luíza Rauber Schuster
Coordenação de Desfiles	Ricardo Scherer
Coordenação de Divulgação	Juliano Cardoso
Assessor de Divulgação	Elise Sehnem
Coordenação de Eventos	ACESC
Coordenação de Folclore	Pedro Carlos Thessing
Coordenação de Gastronomia	ACESC
Coordenação de Infra-Estrutura	Enoir Rodrigues Machado
Coordenação de Marketing	Eriton Vetoretti
Coordenação de Obras	Ernesto Doerr
Assessor de Obras	Luis Augusto Koppe
Coordenação da Oktoberfeira	Ernelo Carlos Altermann
Coordenação de Patrocínios	ACESC
Coordenação de Proteção a Vida	Ten. Cel. Henrique V. Lampert
Coordenação de Proteção a Vida	Major César Eduardo Bonfanti
Coordenação de Recepção	Silvani Frantz

Coordenação de Recepção	Valéria Theisen
Coordenação de Recreação	Roberta Pereira
Coordenação de Segurança	Cel. Dalvo Werner Friedrich
Coordenação de Segurança	Delegado Julci Severo
Coordenação de Segurança	Tem. Cel. Edson Chaves
Coordenação de Segurança	Major Valmir J. dos Reis
Assessor de Segurança	Major Claudio Roberto da Rosa
Coordenação de Serviços	Paulo Rocha
Coordenação de Serviços	Noredi Cardoso
Coordenação Jurídica	Eliceu Werner Scherer
Responsável pelos Bonecos Símbolos da Festa	Vera Gassen
Responsável pelas Bicicletas Zig-zag-zug	Armando Lange
Assessoria de Eventos	Lúdika Produção de Eventos & Locações
Assessoria de Imprensa e Comunicação	Four Comunicação
Assessoria de Publicidade e Propaganda	Tuta Comunicação
Assessor	Jorge Alberto Antunes da Costa

ANEXO C – Cartaz enviado a agências de viagens

Edição Especial para
Agentes de Turismo

Uma oportunidade que já é tradição!

As Tradições Germânicas são o tema desta Festa! Santa Cruz do Sul apresenta a você a 24ª Oktoberfest e 4ª Oktoberfeira, a Maior Festa do RS e Melhor Festa Cultural do Brasil!

Um evento imperdível com 11 dias de programação intensa: Shows Nacionais, apresentações de Grupos Folclóricos, Bailes Típicos, Escola de Culinária Alemã, Desfiles de Carros Alegóricos, Rondas Folclóricas, Espaço Cultural, Jogos Germânicos, Café Colonial Panorâmico e muito mais para o seu cliente curtir e se deliciar!

Santa Cruz do Sul possui ampla estrutura turística e hoteleira, com atrações de encher os olhos! Traga seus clientes para a Oktoberfest e Oktoberfeira!

Contate-nos pelo fone 51 3719 3107

Em breve disponibilizaremos nossa programação pela Internet:

www.oktoberfestsantacruz.com.br

De **9ª a 19ª** Out. 2008
Santa Cruz do Sul



Realização:



PREFEITURA
MUNICIPAL de
SANTA CRUZ
DO SUL

Patrocínio:

