

XIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB 2013)
GT 10: Informação e Memória

Comunicação Oral

**FESTAS ÉTNICAS, MEMÓRIA E PATRIMÔNIO CULTURAL:
INFORMAÇÕES SOBRE A *OKTOBERFEST* NOS *SITES* OFICIAIS DE
DIVULGAÇÃO DO EVENTO**

Valdir Jose Morigi – UFRGS
Maria Madalena Zambi de Albuquerque – UFRGS/UFAL
Luis Fernando Massoni – UFRGS

Resumo

Aborda as festas étnicas, celebrações comunitárias que dinamizam a vida social e fazem parte do acervo do patrimônio cultural. Estuda as festas a partir das perspectivas teóricas da cultura popular e suas articulações com a cultura midiática. Percebe as transformações e os processos de mercantilização e espetacularização dos festejos nos contextos urbanos e as suas inter-relações com a memória e o patrimônio cultural. Identifica e analisa quais elementos das festas étnicas são destacados nas informações produzidas e divulgadas aos turistas nos *sites* das *Oktoberfest* realizadas em Blumenau/SC e Santa Cruz do Sul/RS. Estudo realizado no primeiro semestre de 2013 com a análise de conteúdo das informações veiculadas nos *sites* de divulgação oficial dos eventos. A festa como um espaço híbrido é constituída de signos e de símbolos associados à cultura alemã. Os *sites* evidenciam atividades relacionadas a danças, músicas, indumentárias, comidas e bebidas da tradição germânica. Conclui que a ênfase nas informações sobre o caráter da etnicidade das festas é uma forma importante de preservação da memória, do patrimônio e da construção da identidade cultural, pois os *sites* fortalecem as crenças e os valores culturais étnicos.

Palavras-chave: Informação e Cultura Popular. Festa Étnica. *Oktoberfest*. Cultura Midiática.

**ETHNIC FESTIVALS, MEMORY AND CULTURAL HERITAGE: INFORMATION
ABOUT THE OKTOBERFEST IN OFICIAL SITES OF EVENT RELEASE**

Abstract

It deals with the ethnic festivals, community celebrations that move the social life and are part of our cultural heritage. It studies the festivals from the theoretical perspectives of popular culture and its connections with media culture. It hints at the transformations and processes of commodification, and transformation into show, of the festivities in urban contexts; also their interrelationships with memory and cultural heritage. It identifies and analyzes which elements of these ethnic festivals are highlighted in the information produced and disseminated to tourists in sites of the Oktoberfest held in Blumenau/ SC and Santa Cruz do Sul/ RS. The study was conducted in the first semester of 2013, with content analysis of the information provided on the websites officially advertising the events. The event being a hybrid space consisting of signs and symbols associated with the German culture. The sites show activities related to the dances, songs, costumes, food and beverages in the German tradition. It concludes that the emphasis on information about the ethnic character of the festivals is an important way to preserve the memory, heritage and construction of cultural identity, as the sites strengthen ethnic beliefs and cultural values.

Keywords: Information and Popular Culture. Ethnic Festival. *Oktoberfest*. Media Culture.

1 INTRODUÇÃO

Na região Sul do Brasil, existem inúmeras festas populares conhecidas nacionalmente. Sob as mais diversas motivações, elas são espaços de celebração e, ao mesmo tempo em que se constituem lugares da memória, preservam e revitalizam o patrimônio cultural de grupos sociais através dos rituais festivos. A *Oktoberfest* é uma festa popular étnica de origem germânica realizada no mês de outubro, com ampla visibilidade nos meios de comunicação. É através deste evento que os moradores das respectivas localidades não só realizam a passagem do tempo ordinário para o extraordinário, como compartilham com outros atores sociais, via *sites*, imagens com marcas contextuais atreladas à produção dos sentidos de lugar e de pertencimento.

As festas populares analisadas sob uma perspectiva sociológica podem ser caracterizadas como momentos de descontração e entretenimento, de encontro e confraternização, de reuniões com os familiares e amigos, conagração entre os membros de uma comunidade. Elas são espaços de comunicação e compartilhamento de crenças e de valores, enraizados e cultuados pelas tradições. Além disso, as festas são comemorações grupais que procuram preservar a memória das raízes culturais.

Entretanto, as apropriações das tradições mediadas pela cultura midiática geram tensões entre a manutenção que guardaria as raízes e as incorporações de novas representações sobre a etnicidade dos festejos, o que rearticula a noção de patrimônio cultural local, conectada a uma concepção global, através de informações veiculadas nos meios digitais e exposta a transformações.

Este artigo reflete sobre as construções dos sentidos étnicos nas celebrações coletivas através das informações que circulam nos *sites* oficiais das *Oktoberfest* realizadas em Blumenau/SC¹ e Santa Cruz do Sul/RS², e os processos de etnização engendrados pela mediação da cultura midiática. Para tanto, analisa e compara as informações veiculadas através dos *sites* oficiais de divulgação dos festejos. Trata-se de um estudo com abordagem qualitativa com a análise de conteúdo, realizado no primeiro semestre de 2013.

¹ Blumenau está localizada no Nordeste de Santa Catarina, compõe a mesorregião do Vale do Itajaí e ocupa uma área de 519,8 Km², estando 130 Km distante da capital, Florianópolis. É conhecida pela influência germânica, sendo organizadora de grandes eventos e festas populares. Possui o maior Centro de Eventos do Estado, o Parque Vila Germânica. (BLUMENAU, 2013).

² Santa Cruz do Sul está localizada na encosta inferior do Nordeste do Rio Grande do Sul, compondo o Vale do Rio Pardo, distante 155 Km da capital, Porto Alegre, e ocupa uma área de 794,49 km². Possui forte influência da colonização alemã, sendo que, desde 1984, é palco da *Oktoberfest*, que reúne a cada ano milhares de pessoas (SANTA CRUZ DO SUL, 2013).

Através da análise das informações constantes desses ambientes virtuais, percebe-se a construção dos sentidos étnicos que se desdobram sobre as celebrações coletivas. Os *sites* evidenciam atividades relacionadas a danças, músicas, indumentárias, comidas e bebidas da tradição germânica. O estudo conclui que a ênfase nas informações sobre o caráter da etnicidade das festas é uma forma importante de preservação da memória, do patrimônio e da construção da identidade cultural, pois os *sites* fortalecem as crenças e os valores culturais étnicos.

Através dos *sites*, os protagonistas da *Oktoberfest* ativam o reconhecimento desta festa como patrimônio imaterial local, legitimando-a, portanto, em uma esfera mais ampla, como representante da identidade cultural não apenas local, mas brasileira. E o papel desempenhado pela mídia na propagação da imagem da festa como patrimônio local amplifica o compromisso com sua preservação, divulgação e valorização.

2 DA CULTURA POPULAR À MIDIÁTICA: FESTAS ÉTNICAS POPULARES

A cultura popular era considerada um produto de comunidades rurais, às quais eram associadas como práticas “rudes”, “ingênuas”, “incultas”, “tradicionais” e “conservadoras”. A cultura popular era compreendida em oposição à cultura erudita, caracterizada pelos atributos de nobreza como “civilização”, “progresso” e “mudança”.

As expressões da cultura popular só podem ser entendidas se considerados os contextos sociais em que são produzidas. Conforme Ayala e Ayala (1995), o meio físico e o contexto social, onde se inserem os grupos sociais, não podem ser abordados como meros cenários, mas constituem elementos estruturais de análise. Assim, as práticas culturais populares se modificam junto com os contextos em que estão inseridas, sem que isso provoque o seu desaparecimento. As mudanças são inevitáveis dentro da cultura popular, pois não existem culturas “puras”, “autênticas” e tradições “intocadas”. A cultura popular não ocupa um espaço isolado das demais “culturas”. As culturas popular, erudita e midiática dialogam e se afetam mutuamente, cada uma delas se apropria de elementos umas das outras e reelabora o seu repertório que constitui o seu patrimônio cultural.

Lembra Hall (2003) que a cultura popular tem sido associada aos modos tradicionais de vida e que a tradição popular se constitui em uma forma de resistência à imposição de padrões culturais e valores das classes dominantes. Todavia, não se pode confundir as suas transformações, ocorridas no seu interior, com processos de substituição das práticas

populares impostos pela cultura massiva, objetivando apenas os interesses econômicos da indústria cultural. Conforme Hall (2003, p. 248):

A ‘transformação cultural’ é um eufemismo pelo qual algumas formas e práticas culturais são expulsas do centro da vida popular e ativamente marginalizadas. Em vez de simplesmente ‘caírem em desuso’ através da Longa Marcha para a modernização, as coisas foram ativamente descartadas, para que outras pudessem tomar seus lugares.

Segundo Hall (2003), nem sempre as transformações da cultura popular surgem da inclusão de novos elementos, que se articula com a tradição para adquirir novos significados, mas ocorrem com a imposição externa da cultura dominante. Da mesma maneira, que não é um “inventário” de tudo o que o “povo” faz ou pratica pode ser definido como cultura popular. O seu repertório não é fixo: as práticas da cultura popular ascendem na escala cultural e são apropriadas pelas elites, enquanto outras perdem valor e passam para o domínio do popular.

Em outro momento, García-Canclini (1983, p. 110) afirma que a cultura popular pode ser considerada como símbolo de identidade cultural, componente fundamental de coesão e fortalecimento dos grupos subalternos. Entretanto, esses indivíduos precisam assumir o papel de protagonistas para “[...] converter esses ‘resíduos’ do passado em manifestações ‘emergentes’ e contestatórias.” Para o autor, a cultura popular não se concentra apenas nos bens culturais, mas também engloba a produção, a circulação, o consumo e as apropriações dos sujeitos e os significados que os receptores lhes atribuem.

Conforme Strinati (1999, p. 56), os limites traçados entre a cultura popular, a cultura erudita e a de massa “[...] são constantemente desafiados e reconsiderados. Esses limites não são consistentemente objetivos ou historicamente constantes. Pelo contrário, são duvidosos, descontínuos e variáveis.” A indústria cultural se apropria de componentes da cultura popular e da cultura erudita e os reelabora.

A cultura popular é definida a partir da oposição às demais formas culturais – cultura erudita ou dominante e massiva. São as relações em que se evidenciam os conflitos, as tensões e as lutas no interior do campo cultural que definem o que pertence ou não ao domínio da cultura dominante e à cultura popular. De acordo com García-Canclini (1997), apesar dos avanços no reconhecimento dos bens representativos das culturas, predomina na sociedade contemporânea uma hierarquia, na qual os bens dos grupos subalternos têm lugar secundário

no processo do seu reconhecimento. Este fato, para o autor, coloca o patrimônio na condição de um espaço no qual se trava uma luta material e simbólica entre classes, etnias e grupos.

Até metade do século XIX, se desenhavam dois tipos distintos de cultura nas sociedades ocidentais: a cultura erudita das elites de um lado, e a cultura popular praticada pelas classes dominadas do outro. Entretanto, o aparecimento da cultura de massa, a explosão dos meios de reprodução técnico-industriais – cinema, jornal, fotografia – acompanhada por outros meios eletrônicos de difusão cultural – rádio e televisão – afetaram enormemente a divisão tradicional de conceber as culturas erudita e popular, abolindo as suas fronteiras. A cultura popular passou a ser produzida industrialmente e comercializada com fins lucrativos para uma sociedade de consumidores. Esses processos, resultado de cruzamentos culturais entre as formas tradicionais e modernas, artesanais e industriais se redefiniram, tornando-se tecidos híbridos (GARCÍA-CANCLINI, 1997; SANTAELLA, 2003).

No século XX, com a crescente industrialização e urbanização, a influência dos meios de comunicação de massa fez crescer as dificuldades de estabelecer as diferenças nítidas entre o erudito, o popular e o massivo. Conforme lembra Santaella (2003, p. 52), essas dificuldades atingem seu auge no início dos anos 80, com o aparecimento de novas formas de consumo cultural, motivadas pelas apropriações das tecnologias “[...] do disponível e do descartável: as fotocopiadoras, videocassetes, videoclips, videogames, o controle remoto, seguido pela indústria dos CDs e a TV a cabo, ou seja, tecnologias para demandas simbólicas heterogêneas, fugazes e mais personalizadas.”

Charaudeau (1997) alega que as mídias são um suporte organizacional que se ampara em informação e comunicação para integrar suas lógicas, quais sejam: econômica (atua em benefício de empresas); tecnológica (atua no despertar da qualidade e quantidade de sua difusão) e simbólica (serve à democracia cidadã). Esse processo tornou-se complexo, devido ao aprofundamento crescente da penetração dos meios de comunicação e informatização em todos os setores da vida social. A sua difusão e a convergência das mídias trouxe novas relações entre si e, ao mesmo tempo, o seu uso possibilitou aos seus consumidores a opção de produtos alternativos. Na concepção de Santaella (2003, p. 53):

[...] basta atentar para os modos como as mesmas informações transitam de uma mídia para outra, distribuindo-se em aparições diferenciadas: partindo do rádio e televisão, continuam nos jornais, repetem-se nas revistas, podendo virar documentário televisivo e até filme ou mesmo livro.

Com a apropriação dos dispositivos tecnológicos digitais, os trânsitos tornaram-se líquidos e fluídos, ultrapassando os territórios específicos dos meios massivos. Eles progrediram pelas esferas outrora denominadas de eruditas e populares, produzindo assim novos hibridismos culturais.

Assim, esclarece a autora, o termo “cultura das mídias”, inicialmente utilizado para designar os fenômenos emergentes e novos da dinâmica cultural distintos da lógica da cultura das massas, passou a ser habitualmente “[...] empregado para se referir a quaisquer meios de comunicação de massa – impressos, visuais, publicitários – até mesmo para se referir a aparelhos, dispositivos e programas auxiliares da comunicação.” (SANTAELLA, 2003, p. 53). Entretanto, a expressão “cultura midiática” foi a que se difundiu, uma vez que a aplicação dos meios massivos (mídias), combinada com outros dispositivos digitais e programas auxiliares de comunicação, instauraram uma nova dinâmica cultural.

Para melhor compreensão acerca das transformações que a cultura midiática trouxe nas tradições culturais, nas quais as festas populares se inserem, cabe caracterizarmos a dinâmica da cultura midiática. Para Santaella (2003, p. 54), esta dinâmica é composta de quatro níveis interligados: “a) o nível da produção em si; b) o da conservação dos produtos culturais, ligado à memória; c) o da circulação e difusão, ligado à distribuição e comunicação dos produtos culturais; c) o da recepção desses produtos.”

Os processos comunicativos das mídias também são atividades culturais, que geram códigos e signos específicos, além de “[...] produzirem efeitos de percepção, processos de recepção e comportamentos sociais que também lhes são próprios.” (SANTAELLA, 1996, p. 29). Cabe destacar que, devido à convergência das mídias, tais como jornais, revistas, noticiários televisivos com dispositivos de rede teleinformáticos, com os *sites* e *blogs* da *web*, estimulou-se a pluralidade de acesso às fontes de informação, ampliando a democracia. Isso possibilitou aos cidadãos formularem sua própria opinião a respeito dos temas nelas veiculados. Esses ambientes virtuais se caracterizam como uma forma de tecnologia digital de difusão de produtos culturais ligados à cultura midiática.

Os dispositivos midiáticos disponibilizam as informações sobre fatos, eventos, pessoas, grupos, objetos entre outros que circulam de forma veloz no mundo contemporâneo. A utilização dos *sites* e *blogs*, entre outros dispositivos digitais pelos agentes institucionais, constitui-se numa forma de difusão cultural.

As festas étnicas populares são um produto cultural híbrido. Elas são configuradas como fenômenos decorrentes da rede de sociabilidade entre os indivíduos que as criam e

mantêm, estando profundamente interligados com as crenças e a afeição de seu povo, visando o festejo aos valores coletivos. Conforme Itani (2003, p. 15), nas festividades:

[...] se incluem tanto os ritos, as celebrações sagradas ou religiosas, como as comemorações políticas, eventos realizados com danças, músicas, brincadeiras, comidas e jogos. Compreender a festa requer, nesse sentido, ver e sentir as representações e imagens materiais e mentais que a envolvem.

Os diversos estudos desenvolvidos sobre o tema apontam que há diferentes comunidades de imigrantes descendentes de alemães, podendo ser ampliado a outras identidades étnicas, como os italianos, poloneses e outros. Tais grupos étnicos, ao se apropriarem das velhas tradições culturais do passado, reelaboram novas comemorações grupais. A reedição de antigos rituais festivos e as comemorações realizadas na terra nativa, inclusive a construção de novos festejos, são fundadas nas representações sobre o “pioneirismo” da imigração no Brasil. Elas são responsáveis pela solidificação e unicidade em torno do coletivo. (FLORES, 1997; RIBEIRO, 2002; ROSSETO, 2007; TEDESCO & ROSSETO, 2007).

As festas étnicas populares se amparam nos saberes comunicados pelas tradições culturais e os costumes associados às práticas alimentares, à língua, à indumentária, às músicas, às danças folclóricas, às crenças, aos valores religiosos e ao artesanato. Eles são os elos condutores que fortalecem a memória social e auxiliam na construção do sentimento de pertença dos sujeitos e no patrimônio cultural dos grupos sociais.

Portanto, os bens culturais estão associados às pessoas e suas representações, que são inúmeras e multifacetadas. Tais gestos, genuínos porque decorrentes da relação estreita do homem com o lugar, testemunham a própria história e, ao mesmo tempo, criam laços que ligam os homens entre si, com outros e com o espaço.

3 INFORMAÇÃO E MEMÓRIA: A ETNICIDADE NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE E DO PATRIMÔNIO CULTURAL

Todas as ações por meio das quais os povos expressam suas formas de ser constituem a sua cultura, um fenômeno humano que engloba tanto a linguagem com que as pessoas se comunicam, contam suas histórias e fazem seus poemas, como a forma como constroem suas casas, preparam seus alimentos, rezam e fazem festas. A cultura e a memória são os elementos que fazem com que as pessoas se identifiquem umas com as outras; formam a

identidade cultural de um grupo social. E a cultura liga-se à representação porque está relacionada à partilha de significados.

Os componentes tangíveis e intangíveis da memória social elegida pelo grupo são as mediadoras simbólicas dos valores das tradições herdadas e cultivadas pelos grupos étnicos, operando como distintivos das construções identitárias e das formas de produzir e perceber o mundo. Assim, tanto os objetos como as suas representações são portadores de referências que qualificam as ações e as experiências dos sujeitos que podem ser compreendidos como definidores de padrões comportamentais étnicos. Nessa perspectiva, Poutignat e Streiff-Fernat (1998, p. 115) asseguram que:

[...] a identidade étnica é definida como um quadro cognitivo comum que constitui um guia para a orientação das relações sociais e a interpretação das situações. Os símbolos e as marcas étnicas são referentes cognitivos manipulados em finalidades pragmáticas de compreensão de sentido comum e mobilizados pelos atores para validar seu comportamento.

Na perspectiva neoculturalista, a etnicidade é o resultado da atividade simbólica através da qual as diferenças socioculturais são socialmente partilhadas e comunicadas, ou seja, “[...] a etnicidade é vista como um idioma por meio do qual são comunicadas diferenças culturais em contextos que variam segundo o grau de significações compartilhadas.” (POUTIGNAT; STREIFF-FENART, 1998, p. 111).

A etnicidade pode ser compreendida como a marca de pertença e de construção de sentidos partilhados que são manifestados e legitimados nas interações sociais. Nesse processo, são produzidas as informações que articulam os sentidos da realidade sociocultural e da existência subjetiva dos pertencimentos sociais que caracterizam os membros do grupo ao mesmo tempo em que estabelecem relações com modos de existência singulares.

Assim, as festas étnicas populares, ao mobilizarem e se apropriarem dos sentidos através das comemorações, dos costumes, das tradições herdadas e da sua ritualização, informam e tensionam as representações sobre os processos imigratórios, nos quais a etnicidade é uma das mais distintas formas de sua expressão.

A informação é entendida na acepção de Le Coadic (1996, p. 5) como “[...] a apreensão de sentidos ou seres em sua significação, ou seja, continua sendo o conhecimento [...]”, sendo passível de compartilhamento, processo que permite a troca de informações entre as pessoas, através de um sistema de signos, elementos da linguagem que associam um

significante a um significado. É um conhecimento comunicado que pode ser gravado sob a forma escrita, oral ou audiovisual.

Conforme Capurro e Hjørland (2007), o conceito de informação não deve ser abordado de forma isolada, mas a partir das suas relações com outros conceitos, entre os quais se destacam o de documento e de mídia. Para os autores, na atualidade, as informações digitais assumiram um caráter significativo. Sob esta perspectiva, os ambientes digitais, em rede, encontram-se presentes em dimensões chave da vida social, modulando as práticas cotidianas dos sujeitos sociais.

Como expresso por Dodebei (2008), no mundo cada vez mais interligado por redes de computadores, surgem complexidades que colaboram para a construção de sentido e do significado de patrimônio virtual e digital. Neste contexto, o conceito de patrimônio se nutre de particularidades como organização de bens patrimoniais digitalizados, digitais, que circulam na memória virtual do mundo. Conforme a autora, “[...] a invenção ou a reinvenção do patrimônio imaterial, a partir da mudança da tecnologia da escrita para a tecnologia da informática mediática, nos aproxima do polo da oralidade mítica, e aproxima também a narrativa da informação.” (p. 8).

As narrativas dos ambientes virtuais através dos conteúdos informativos visibilizam as interconexões entre as pessoas com o contexto social, possibilitando transformações no modo de pensar. Conforme Morigi e Krebs (2012, p. 135) os *sites* constituem uma prática informacional como “[...] um conjunto de ações e dispositivos que abarca os processos de produção, comunicação e apropriação dos saberes, dos conhecimentos e das informações.” Na concepção dos autores, a comunicação de informações em rede possibilita a criação de pensamentos e significações, que originam novas informações e comunicações.

Na perspectiva do estudo em pauta, as informações que circulam nos *sites* das *Oktoberfest* são tomadas como uma narrativa que realiza a mediação dos sentidos comuns sobre a etnicidade, servindo tanto para a manutenção e reconstrução da identidade cultural étnica, quanto para legitimar as ações e os comportamentos dos atores sociais.

4 INFORMAÇÕES SOBRE A ETNICIDADE NOS *SITES* DAS *OKTOBERFEST*

Os *sites* oficiais de divulgação das *Oktoberfest* de Blumenau e Santa Catarina são ambientes virtuais que possibilitam a disseminação de informações referentes às festas. Os dois *sites* apresentam-se com *design* semelhante, possibilitando ao visitante navegar por uma série de *links*, que contém notícias, fotografias e informações sobre os eventos. Ambos os *sites*

disponibilizam *links* de acesso a outros ambientes de divulgação das festas, como os endereços de *Twitter* e *Facebook* dos eventos.

A linguagem que os *sites* utilizam para a narração da festa é um importante elemento para a construção de sentidos sobre o evento. Como são *sites* de divulgação publicitária das atividades e atrações das festividades, com a finalidade de atrair turistas e o consumo cultural, predomina o uso da comunicação persuasiva.

A análise das narrativas expressas nos *sites* considerou as seguintes dimensões: os personagens, os acontecimentos, o enredo e os espaços. A respeito dos personagens (reais ou fictícios) procurou-se a sua identificação, caracterização (atributos e funções, as suas vestimentas, adereços, os gestos...) e a rede de relações. A partir daí foi possível perceber os estereótipos que circulam nessas mídias. Em relação aos acontecimentos, procurou-se verificar a ordem temporal dos fatos, a história e sua relação com a festa. O enredo se refere ao tema da festa. Os espaços se referem aos lugares onde transcorrem os fatos, o cenário onde ocorrem as diversas atividades das festas. A identidade do lugar está impregnada de elementos emblemáticos, que aferem significados à memória individual e coletiva.

4.1 A NARRATIVA SOBRE OS PERSONAGENS NOS *SITES* DAS FESTAS

Os personagens são importantes elementos das festas populares. Eles são responsáveis pela ação e pelas interações sociais que dinamizam as festividades. Nos *sites* dos eventos, eles estão representados de diversos modos, como se pode observar nas Figuras 1 e 2, através das logomarcas de ambas as festas.

Figura 1 - Logomarca da *Oktoberfest* de Blumenau



Fonte: *Oktoberfest* Blumenau, 2013

Figura 2 – Logomarca da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul



Fonte: *Oktoberfest* Santa Cruz do Sul, 2013

As duas figuras acima remetem ao imaginário dos traços étnicos dos colonizadores germânicos. Destaca-se a união e a alegria das personagens da Figura 2, uma vez que representam uma família feliz, que se reúne na festa para celebrar. Essa representação fortalece a ideia do festejo como lugar de interação, além do fato da *Oktoberfest* ser considerada a Festa da Alegria, como descrito no *site* de Santa Cruz do Sul. Fritz e Frida são mascotes do evento, considerados personagens símbolos da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul. Eles participam nos desfiles da festa e também são empregados na sua divulgação. Conforme o *site*: “Eles representam a paixão pelas tradições germânicas trazidas pelos primeiros colonizadores, que chegaram à região há mais de 160 anos. [...] a hospitalidade e a alegria que os visitantes encontram na *Oktoberfest*!”

A indumentária é outro atributo que auxilia na construção de uma identidade étnica. A identidade visual dos personagens acima mostra os trajes típicos utilizados nos festejos. O *site* de Santa Cruz do Sul não apresenta um *link* específico acerca dos trajes típicos da festa. No entanto, em várias imagens podem-se perceber essas características, como na vestimenta das personagens de sua logomarca.

No ambiente virtual da *Oktoberfest* de Blumenau, as roupas étnicas são evidenciadas explicitamente. A logomarca da festa (Figura 1) apresenta a imagem do chapéu, um dos emblemas da representação dos trajes típicos usados nas festividades.

Figura 3 - Trajes Típicos Representados no Site da *Oktoberfest* de Blumenau



Fonte: adaptado de *Oktoberfest* Blumenau, 2013

Na figura acima, observam-se os traços físicos das personagens, como os olhos azuis, cabelos loiros e pele clara, além das roupas típicas da cultura germânica: mulheres com tiaras floridas, colete por cima da camisa, vestidos ou saias, sapatos fechados e meias na altura do joelho; homens com chapéu, camisa lisa com colarinho, bermuda e meias brancas com sapatos fechados. Conforme Flores (1997), nos desfiles realizados na festa, o turista fica encantado com a beleza do povo, com seus traços culturais tão peculiares, que remetem ao imaginário do imigrante colonizador.

4.2 A NARRATIVA DOS *SITES* SOBRE OS ACONTECIMENTOS DA FESTA

Ambos os *sites* de divulgação dos eventos, fortalecendo a identidade étnica germânica da festa, destacam a sua origem, em Munique, Alemanha:

Tudo começou em 12 de outubro de 1810, quando o Rei Luis I, mais tarde Rei da Baviera, casou-se com a Princesa Tereza da Saxônia e para festejar o enlace organizou uma corrida de cavalos. O sucesso foi tanto, que a festa passou a ser realizada todos os anos com a participação do povo da região. [...] A festa ganhou uma nova dimensão em 1840, quando chegou a Munique o primeiro trem transportando visitantes para o evento. Passaram a ser montadas barracas e promovidas várias atrações. (OKTOBERFEST BLUMENAU, 2013).

A *Oktoberfest* caracteriza-se como uma festa popular étnica, advinda das tradições germânicas, que se expressam através das músicas, danças, trajes típicos, jogos e culinária alemã (OKTOBERFEST SANTA CRUZ DO SUL, 2013).

As narrativas dos *sites*, em relação aos acontecimentos das festas, evidenciam a programação dos eventos, destacando elementos musicais, como as apresentações de grupos

folclóricos. Uma característica a se destacar, que advém da hibridização da festa, devido à articulação entre cultura popular e de massa, é o fato de que não apenas grupos étnicos se apresentam no festejo, mas também bandas e artistas com estilos musicais diferentes, como os cantores Latino, O Rappa, Luan Santana e Naldo, como partes da programação da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul.

Durante o período da festa, ocorrem os desfiles de carros alegóricos do festejo, momentos mais esperados pelo público visitante e pela comunidade. Conforme o *site* de Santa Cruz do Sul (2013), na visão dos organizadores, os carros têm a finalidade de encantar as pessoas e resgatar o espírito germânico. As casas e lojas da cidade ficam enfeitadas para a *Oktoberfest*, sendo essa a intenção dos moradores: “Queremos mostrar a integridade, a maneira de viver e os valores do nosso povo através da cultura.” Através dos desfiles, procura-se recuperar as festividades tradicionais das comunidades de origem germânica. “Cada carro vai ilustrar uma festa tradicional na cultura alemã, como os Bailes de Sociedade, os jogos de cartas ou bolão, os corais e grupos de dança, além da festa da colheita (Erntedankfest).

Também são citadas pelos *sites* as competições realizadas durante o período dos festejos. Pode-se destacar, por exemplo, o “Rei do Tiro”, organizada pelos *Schützenvereine* (Sociedades de Atiradores) de Blumenau, que se trata de uma modalidade esportiva de tiro ao alvo. Em ambas as cidades são realizadas competições entre belas moças para a escolha das rainhas das festas (Soberanas, na *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul). Conforme relata o *site* da *Oktoberfest* de Blumenau, a festa:

[...] teve sua primeira edição em 1984 e logo demonstrou que seria um evento para entrar na história. Em apenas 10 dias de festa, 102 mil pessoas foram ao, então Pavilhão A da Proeb, número que na ocasião representava mais da metade da população da cidade. O consumo de chopp foi de quase um litro por pessoa. No ano seguinte, a festa despertou o interesse de comunidades vizinhas e de outras cidades do país. O evento passou, então, a ser realizado em dois pavilhões. O sucesso da *Oktoberfest* consolidou-se na terceira edição e tornou-se necessário a construção de mais um pavilhão e a utilização do ginásio de esportes Sebastião da Cruz - o Galeão - para abrigar os turistas vindos de várias partes do Brasil, principalmente da região Sudeste, e também de países vizinhos. (OKTOBERFEST BLUMENAU, 2013).

4.3 A NARRATIVA DOS *SITES* SOBRE O ENREDO DA FESTA

O enredo das festas trata da continuidade e manutenção das tradições germânicas, pois revitalizam a memória e a identidade étnica. A *Oktoberfest* em si é uma festa temática, mas, como se pode observar nos *sites*, para cada edição anual da *Oktoberfest*, existe um tema principal. Em Santa Cruz do Sul, o tema da edição da 29ª *Oktoberfest* é “Festejando Nossas

Tradições”. A temática do evento procura recuperar o passado, através das tradições germânicas. Nelas estão incluídos outros rituais festivos como a festa da colheita, as quermesses, o *kerb*, os encontros de sociedades, dos grupos de dança, dos corais, a música, os jogos e a língua alemã. Essas celebrações ocorrem com muita animação e alegria: danças, trajés típicos coloridos, música de bandinhas locais, comidas típicas, promovendo a integração entre familiares e amigos.

Em Blumenau, a divulgação e promoção da edição histórica da festa vêm ocorrendo desde 2012. O tema da *Oktoberfest* em 2013 é os “30 anos da maior festa alemã brasileira” (Figura 7). A frase expressa claramente o seu caráter étnico como “festa alemã”. Os 30 anos das festividades se referem à monumentalidade e à espetacularidade que o evento assumiu:

É por essa característica que a festa blumenauense, versão consagrada da Oktoberfest de Munique, transformou-se, a partir de 1988, numa promoção que reúne mais de 600 mil pessoas por ano. E foi, também, a partir dela que outras festas surgiram em Santa Catarina, tendo a promoção de Blumenau como carro-chefe, fato que acabou por tornar o território catarinense no caminho preferido dos turistas no mês de outubro. (OKTOBERFEST BLUMENAU, 2013).

4.4 A NARRATIVA DOS *SITES* SOBRE O CENÁRIO DA FESTA

Ambos os ambientes apresentam em suas telas principais informações básicas a respeito das festas, que são as datas de realização dos eventos (3 a 20 de outubro, em Blumenau e 2 a 13 de outubro, em Santa Cruz do Sul). A contagem regressiva para o início das festas também ganha destaque nos *sites*, como se observa nas Figuras 4 e 5.

Figura 4 – Layout do Site Oficial da Oktoberfest de Blumenau



Fonte: *Oktoberfest* Blumenau, 2013.

Figura 5 – Layout do Site Oficial da Oktoberfest de Santa Cruz do Sul



Fonte: *Oktoberfest* Santa Cruz do Sul, 2013.

O *site* da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul, ao informar sobre o cenário da festa, menciona a cidade e o fato dessa ser fortemente influenciada pela colonização alemã. Nele não se encontraram outras referências textuais ou fotográficas sobre o estilo arquitetônico das casas e dos prédios. O *site* da festa de Blumenau destaca a arquitetura da cidade, sobretudo o estilo “enxaimel” das edificações como se pode perceber na Figura 6.

Figura 6- Arquitetura de Estilo “Enxaimel”



Fonte: *Oktoberfest* Blumenau, 2013

As músicas e as danças também fazem parte do cenário da festa. Nos *sites* de ambas as *Oktoberfest*, há a referência explícita à musicalidade da cultura germânica. Um dos recursos oferecidos pelo *site* é a possibilidade de ativar um dispositivo sonoro que reproduz músicas e ritmos. Com as mensagens “Clique e ouça a Rádio do Fritz” (OKTOBERFEST SANTA CRUZ DO SUL, 2013) e “Conheça as músicas que embalam a Oktoberfest” (OKTOBERFEST BLUMENAU, 2013), os ambientes convidam o visitante a navegar pelos *sites* enquanto ouvem os ritmos étnicos da festa.

O *site* de Blumenau apresenta diversas referências, tanto textuais como imagéticas, sobre as apresentações musicais do evento, além de ser divulgada antecipadamente a programação das bandas, retretas e grupos folclóricos. Também são destacados os desfiles,

que “Encantam a todos por sua riqueza cultural, apresentando carros de grupos folclóricos, de caça e tiro, a Realeza da Oktoberfest, além de brinquedos exóticos, bandas e fanfarras.” (OKTOBERFEST BLUMENAU, 2013).

No espaço da festa, a comida é outro aspecto que singulariza a *Oktoberfest* quando sinaliza para um estilo de se alimentar. O *site* da festa de Blumenau possui um *link* específico denominado “Gastronomia”, que engloba informações a respeito das comidas consumidas no evento. Nesse *link*, encontra-se a informação de que, em vários locais da “Vila Germânica”, espaço onde é realizado o evento, está presente a diversidade da culinária típica, composta por pratos e lanches alemães e regionais, bem como os doces, que são tradicionalmente servidos nos cafés coloniais. O *site* destaca três pratos “típicos” de origem tradicional germânica: *Kassler*³, *Eisbein*⁴ e o “Marreco recheado”⁵. Ou seja, destaca-se no *site* o tipo de comida alemã que põe em foco a tradição; que define a identidade e o domínio dos imigrantes no tempo e no espaço.

Não foi encontrado nenhum *link* específico que remeta explicitamente à gastronomia da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul. Entretanto, uma das principais personagens femininas da festa - Frida - segura uma colher, fazendo menção ao preparo da comida, conforme a Figura 2.

Ao longo do tempo, nada parece representar tão bem a *Oktoberfest* como o tradicional chope⁶. Conforme Flores (1997), apenas é iniciada a festa depois da abertura de um barril de chope trazido de Munique, na Alemanha. Um rito que não só marca a passagem para o tempo da festa, como valoriza esse tipo de bebida, como outro alimento de um modo de ser.

No *site* da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul (2013), não se encontrou nenhuma referência explícita sobre o chope. Já o *site* de Blumenau dá destaque à bebida através de textos e imagens. Um exemplo é a Figura 7, na qual canecos de chope representando um brinde parecem desencadear gestos mais duradouros e nutrir o hibridismo entre as culturas do Brasil e da Alemanha.

³ É um prato composto por costeleta de porco, salsichas branca e vermelha, purê e chucrute, que é uma espécie de conserva de repolho.

⁴ Prato que tem na sua composição Joelão de porco, purê, chucrute e salsichas branca e vermelha.

⁵ Prato popular na festa, é servido com arroz, repolho roxo e purês de batata e de maçã.

⁶ O chope é tão apreciado no festejo que há até competições em torno da bebida. Por exemplo, o “Chopp em Metro” é destacado no *site* de Blumenau como um concurso entre participantes da festa que premia o concorrente que conseguir beber um metro de chope (600ml), no menor tempo possível. Outro exemplo da representatividade do chope entre os participantes é o “Bierwagen” que consiste em um desfile diário com distribuição gratuita de chope nas ruas da cidade, no período vespertino.

Figura 7 – Representação Étnica do Chope na *Oktoberfest* de Blumenau



Fonte: *Oktoberfest* Blumenau, 2013

A partir da análise destas quatro dimensões, que se entrelaçam, foi possível identificar os principais elementos da *Oktoberfest*, considerados marcas da cultura germânica, destacados na produção das informações que privilegiam o seu caráter étnico. Conforme Poutignat e Streiff-Fernat (1998), a identidade étnica é constituída de símbolos dos quais derivam as representações comuns. Elas servem de referentes cognitivos e, ao mesmo tempo, orientam as ações dos sujeitos nas suas relações sociais e a interpretação das situações vividas. Essas representações medeiam a construção do imaginário sobre a identidade cultural étnica alemã. Através da navegação pelos *links* dos *sites* de divulgação das *Oktoberfest* de Blumenau e de Santa Cruz do Sul, estão acessíveis informações que remetem aos componentes étnicos da cultura germânica. Os signos associados ao evento auxiliam na manutenção e reconstrução da identidade étnica.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme os estudos, o processo de imigração histórica no Brasil produziu e ainda produz comemorações que destacam a positividade étnica. Elas edificam identidade étnica através dos mitos, dos ritos e das histórias do grupo, o que se pode denominar de saga da imigração. É comum nos eventos comemorativos étnicos encontrar aspectos relacionados à exaltação do “pioneirismo” dos imigrantes. Esta prática promove continuidade da reprodução das tradições culturais e suas representações e estereótipos, criados em torno da autorepresentação identitária que os grupos fazem de si. Elas colaboram para a construção da memória social e do imaginário sobre o fenômeno da imigração.

O conjunto de informações que circulam nos *sites* dos eventos estudados inclui relatos, vídeos, sons, imagens fotográficas e informações sobre o local da festa. Eles se constituem documentos estratégicos ou arquivos de uma memória comunitária. A partir das mediações dos dispositivos midiáticos, é possível pensar as novas configurações das identidades culturais

étnicas como uma esfera pública interconectada, visibilizando as demandas, os intercâmbios entre os sujeitos sociais e o compartilhamento de memória.

As informações veiculadas nos *sites* dos eventos sobre as festas étnicas populares enfatizam as características da tradição da cultura alemã, bens patrimoniais como as comidas típicas, artesanatos locais e danças folclóricas. Tais elementos auxiliam a fortalecer o sentimento de pertencimento do sujeito ao grupo social. Ao mesmo tempo, esses ambientes virtuais possibilitam a dinamização do patrimônio cultural, interconectado com a cultura global, o corresponderia a uma nova forma de visibilidade, de atuação, interação e de percepção do mundo.

Pode-se considerar a *Oktoberfest* um patrimônio cultural, pois é reconhecida pelo grupo social como referência de sua cultura, de sua história, algo que está presente na memória das pessoas do lugar e que faz parte de seu cotidiano. As pessoas de Blumenau e Santa Cruz do Sul escolheram *Oktoberfest* como bem patrimonial por ela ser a festa mais representativa da sua identidade, da sua história, da sua cultura. Além da festa em questão ter desdobramentos mercadológicos e de espetáculo, é uma atividade tradicional que, a cada ano, renova-se e reafirma-se como elemento fundamental para a memória e a identidade cultural de grupos sociais que habitam significativamente esta parte Sul do país.

REFERÊNCIAS

AYALA, M.; AYALA, M. I. N. **Cultura Popular no Brasil: perspectivas de análise**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1995.

BLUMENAU. Prefeitura Municipal. **[Site institucional]**. Blumenau, SC, 2013. Disponível em: < <http://www.blumenau.sc.gov.br/> >. Acesso em: 17 jul. 2013.

CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O Conceito de Informação. Tradução Ana Maria Pereira Cardoso; Maria da Glória Achtschin Ferreira; Marco Antônio de Azevedo. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007.

CHARAUDEAU, P. **O Discurso da Informação Midiática: a construção do espelho social**. Paris: Nathan, 1997.

DODEBEI, Vera; ABREU, Regina. (Orgs.). **E o Patrimônio?** Rio de Janeiro: Programa de Pós-graduação em Memória Social da Unirio, 2008.

FLORES, M. B. R. **Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do chopp**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997.

GARCÍA CANCLINI, N. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

GARCÍA-CANCLINI, N. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1997.

HALL, S. Notas Sobre a Desconstrução do “Popular”. In: **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

ITANI, A. **Festas e Calendários**. São Paulo: Unesp, 2003.

LE COADIC, I. F. **A Ciência da Informação**. Tradução Maria Yêda F. S. de Filgueiras Gomes. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1996.

MORIGI, V. J.; KREBS, L. M. Redes de Mobilização Social: as práticas informacionais do Greenpeace. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 22, n. 3, p. 133-142, set./dez. 2012.

OKTOBERFEST BLUMENAU. **[Site institucional]**. Blumenau, 2013. Disponível em: < <http://www.oktoberfestblumenau.com.br> >. Acesso em: 23 maio 2013.

OKTOBERFEST SANTA CRUZ DO SUL. **[Site institucional]**. Santa Cruz do Sul: 2013. Disponível em: < <http://www.oktoberfestsantacruz.com.br> >. Acesso em: 24 jun. 2013.

POUTIGNAT, P.; STREIFF-FENART, J. **Teorias da etnicidade: seguido de grupos étnicos e suas fronteiras de Fredrik Barth**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1998.

RIBEIRO, C. M. P. J. **Festa & Identidade: como se faz a Festa da Uva**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

ROSSETO, V. **Memória e Cultura étnica: a Festalia de Serafina Corrêa-RS**. Passo Fundo: UPF, 2007.

SANTA CRUZ DO SUL. Prefeitura Municipal. **[Site institucional]**. Santa Cruz do Sul, RS, 2013. Disponível em: < <http://www.santacruz.rs.gov.br> >. Acesso em: 18 jul. 2013.

SANTAELLA, L. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SANTAELLA, L. **Culturas e Artes do Pós-Humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

STRINATI, D. **Cultura Popular: uma introdução**. São Paulo: Hedra, 1999.

TEDESCO, J. C.; ROSSETO, V. **Festas e saberes: artesanatos, genealogias e memória imaterial na região colonial do Rio Grande do Sul**. Passo Fundo: Méritos, 2007.