Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Identidade na mídia: a midiatização da Oktoberfest por parte da revista e da agência Alto Falante[1]

Identity in the media: the midiatization of Oktoberfest by the magazine and the agency Alto Falante

Luana Daniela Ciecelski

Palavras-chave: Midiatização; Identidade; Oktoberfest Santa Cruz do Sul; Alto Falante.

O artigo que estamos propondo é parte dos esforços de construção de um trabalho de dissertação que está em andamento dentro do Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) e que também está ligado ao grupo de pesquisa "Jornalismo Midiatizado e Circulação" do "Grupo de estudos sobre narrativas literárias e midiáticas" (Genalim/CNPQ). Intitulada provisoriamente de "Midiatização da Identidade: a narrativa da revista Alto Falante sobre a Oktoberfest de Santa Cruz do Sul", essa pesquisa pretende compreender como a processualidade da midiatização interferiu na constituição identitária de Santa Cruz do Sul a partir da narrativa da Alto Falante - órgão de imprensa que circulou em Santa Cruz do Sul na

[1] Trabalho apresentado ao IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

década de 1980 e que compreendia uma revista e uma agência de comunicação - sobre a Oktoberfest – a tradicional festa germânica que ocorre anualmente no município.

Parte importante desse trabalho será o levantamento da forma como a Oktoberfest foi midiatizada tanto pela revista, quanto pela agência já citadas, e é justamente o que pretendemos com este artigo, olhando para as gramáticas de produção, e circunscrevendo, então, o nosso olhar ao que possibilitou a emergência da referida processualidade. Sabemos que na década de 1980, quando a Prefeitura de Santa Cruz do Sul decidiu organizar a primeira edição festa, foi esse órgão que se responsabilizou pela divulgação e assessoria de comunicação dela. Sabemos também que a partir disso teve início um forte movimento de midiatização e que isso aconteceu por meio de dois vieses: tanto pela criação de cartazes, selos e até mesmo de bonecos símbolo para a divulgação da festa, trabalho que foi realizado pela Agência Alto Falante, quanto pelo trabalho de narrar esse evento, tarefa que ficou mais a cargo da Revista Alto Falante.

Por meio desses movimentos citados a identidade germânica ganha evidência, narrativas, cores, símbolos, entre outros elementos que passariam a caracterizá-la. Até porque o objetivo da Oktoberfest, quando ela surge em substituição à antiga Festa Nacional do Fumo (Fenaf) que acontecia até então, era justamente o de resgatar as tradições germânicas de colonizadores que vieram da Alemanha no século 19.

Esse trabalho de levantamento iniciará uma por uma revisão bibliográfica a respeito da Midiatização, que é nossa teoria de fundo, a fim de que possamos compreender o que é ela e como ela se dá. Teremos como base os textos teóricos de Eliseo Verón e daqueles que mantêm suas pesquisas na mesma linha de pensamento. Seguimos, por exemplo, a ideia de que a midiatização é uma

> combinatória de conhecimentos e operações estruturadas na forma de tecnologias de informação, que criam novos ambientes, nos quais se produzem novas formas de interações, que têm como referências

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

> lógicas processos discursivos voltados para a produção de mensagens (FAUSTO NETO, 2006, p. 9)

Mas acreditamos também, diferentemente do senso comum - que normalmente aponta a utilização de mediações como um distanciador dos indivíduos – que a midiatização é um processo inerente ao ser humano, que pode ser visto sob uma perspectiva semioantropológica, inclusive, porque a evolução da midiatização é a evolução da forma como o homem se comunica (VERÓN, 2014). Porque para Veron (2013), não existe comunicação sem mediação. Mesmo uma conversa entre dois indivíduos é tida como mediada, porque as ondas sonoras são também um meio de acesso ao sentido daquilo que se quer expressar, por isso, temos um processo de mediação em curso desde o momento em que, como seres humanos, desenvolvemos a fala, a diferença é que agora temos suportes estáveis para essas mensagens, o que dá a elas autonomia e persistência, caracterizando assim a midiatização (VERÓN, 2013).

Tudo começa com o processo de evolução anatômica, fisiológica e neurológica do homem (VERÓN, 2013), que o permitiu compreender os signos e símbolos, e consequentemente, com o passar do tempo, transmitir e receber mensagens e compreendê-las. E quando falamos em signos, estamos nos referindo aqui à concepção peirceana de semiótica, à qual Verón esteve ligado, ou seja, o modelo triádico em que os signos são compostos por três elementos: 1) Representamen - a forma assumida pelo signo (material ou não); 2) Interpretante - o sentido que se faz desse signo; e 3) Objeto - aquilo a que o signo se refere (PEIRCE, 2008).

O que Verón (2013) aponta, é que a capacidade humana de ver um signo e assimilá-lo com o sentido que se faz desse signo e àquilo a que ele se refere, a partir das interações humanas, é que permitiu o desenvolvimento dessas interações e da produção de sentido, permitiu o desenvolvimento da midiatização até o cenário que presenciamos

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

hoje, ou seja, o de uma sociedade imersa em um ambiente altamente tecnologizado, que estabelece assim novas formas de interação entre o homem e a máquina (SOSTER, 2009), e que influencia tanto as nossas vidas, ao ponto de modificar a forma como nos enxergamos, mas também e sobretudo a nossa forma de agir, de sentir e mesmo de ser (MORELLI e RENÓ, 2016).

O passo seguinte será a utilização desse conhecimento para analisar a publicações da revista, a fim de encontrar os elementos que caracterizaram a processualidade da midiatização da Oktoberfest em suas páginas. Utilizaremos como método a catalogação de textos (matérias, reportagens, especiais, anúncios, etc) e imagens (fotografias, anúncios, etc), bem como a separação de excertos de textos considerados importantes. Também nos utilizaremos de entrevistas que foram feitas ao longo dos anos 2018 e 2019 com diversos fundadores, diretores, editores e colaboradores, tanto da revista quanto da agência Alto Falante, a fim de compreender quais foram as atividades da agência em relação a Oktoberfest, fazer um levantamento dessas informações, catalogando os dados coletados durante as conversas gravadas, para posteriormente compreender como se deu a midiatização a partir da agência também. É importante dizer que essas entrevistas foram feitas no âmbito de um projeto de extensão existente na Universidade de Santa Cruz do Sul, intitulada *A Alto Falante e o resgate da memória do jornalismo de revista em Santa Cruz do Sul*, que é coordenada pelo Professor Doutor Demétrio de Azeredo Soster. Sem o trabalho desse grupo seria impossível realizar a presente pesquisa.

Acreditamos que, a partir disso, será possível apresentar com detalhes as formas pelas quais a processualidade da midiatização ajudou a construir a imagem que se tem da Oktoberfest e o papel da revista nesse cenário. Também acreditamos que esse é um passo muito importante para que possamos, posteriormente, com a continuidade do

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

trabalho de dissertação, compreender o efetivo papel que teve a midiatização na reconfiguração do sentido de identidade germânica em Santa Cruz do Sul.

Referências

FAUSTO NETO, Antônio. *Midiatização, prática social - prática de sentido*. Encontro da Rede Prosul: Seminário Sobre Midiatização, Unisinos, São Leopoldo, 2006.

MORELLI, B. T.; RENÓ, D. *Configurações do bios midiático: o papel do YouTube na sociedade midiatizada* | Bios media settings: the role of YouTube in mediatized society. Razón y Palabra, v. 20, n. 1_92, p. 1578-1592, 1 mar. 2016.

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

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

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

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