

A revista brasileira em língua alemã *Sankt Paulusblatt* no contexto da Folkcomunicação¹

Cândida SCHAEGLER²

Beatriz DORNELLES³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

A revista brasileira em língua alemã *Sankt Paulusblatt* foi fundada, em 1912, com sede em Porto Alegre (RS), para ser o meio oficial de comunicação entre a Sociedade União Popular e seus associados, ambos formados por teuto-católicos na região sul do Brasil. Pela primeira vez, em 104 anos de existência, a revista é estudada na área de Comunicação Social. Utilizamos, como parâmetros de análise, a história da produção da revista, a diversidade dos temas e o processo de distribuição da mesma, buscando características que pudessem nos amparar na definição do gênero textual da publicação, bem como apresentar uma proposta de periodização da revista. Por meio de pesquisa analítico-descritiva e documental, identificamos características que permitem seu enquadramento à teoria da Folkcomunicação e propomos uma divisão periódica em cinco fases.

Palavras-chave

Comunicação Social; Folkcomunicação; História da imprensa; Imprensa em língua alemã.

Introdução

A revista brasileira em língua alemã *Sankt Paulusblatt*⁴ foi fundada, em 1912, durante um *Katholikentag*⁵, em Venâncio Aires. Contudo, a redação funcionou, desde o início, em Porto Alegre (RS), até 1988, quando foi transferida a Nova Petrópolis (RS), onde permanece até hoje. Criada como meio de comunicação oficial entre a Sociedade União Popular (SUP)⁶

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 26 a 28 de maio de 2016, em Curitiba (PR).

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Famecos/PUCRS e bolsista da Capes. E-mail: candidaschaedler@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho e professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Famecos/PUCRS. Doutora em Jornalismo pela USP, com pós-doutorado em comunicação pela Universidade Fernando Pessoa, de Porto/PO. E-mail: biacpd@puers.br.

⁴ Em tradução literal, Folha de São Paulo.

⁵ *Katholikentage* – em tradução literal, Dias dos Católicos –, eram congressos, geralmente bianuais, em que integrantes da Igreja Católica se reuniam para discutir assuntos de interesse da instituição.

⁶ A Sociedade União Popular foi, de acordo com Rambo (2012), fundada em 26 de fevereiro de 1912, em Venâncio Aires, no IX *Katholikentag*, mesma ocasião na qual também se criou a *Sankt Paulusblatt*. Adiante, apresentaremos mais dados referentes à entidade e sua atuação junto aos associados, que buscava promover o interesse das colônias teutas no sul do Brasil.

e seus associados, formados por teuto-católicos da região sul-brasileira, a revista é, pela primeira vez, pesquisada do ponto de vista da Comunicação Social. Até o momento, apenas historiadores e teólogos haviam se debruçado sobre seu acervo, com o objetivo de compreendê-la como instrumento de integração e de catequização dos imigrantes alemães e descendentes desses imigrantes, no início do século XX – mas, em termos de instrumento de imprensa, a pesquisa que nos propusemos a realizar é inédita.

A metodologia empregada centrou-se em pesquisa descritivo-analítica e documental dos exemplares da revista e revisão bibliográfica do material já publicado a respeito da SUP e da imprensa brasileira em língua alemã⁷. Analisamos dois exemplares aleatórios de cada ano da revista (um do primeiro semestre e outro do segundo), centrando nosso escopo no período de 1912 a 2012, para identificar os gêneros textuais e os assuntos abordados em um século de circulação da *Sankt Paulusblatt*.

Primeiramente realizada como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) para obter o grau de bacharel em Jornalismo, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)⁸, a primeira etapa da pesquisa visou apenas o registro das mudanças da SPB, em 100 anos de publicação, com foco na história da revista. O resultado, porém, mostrou-se vasto e a riqueza do material nos permite análises mais aprofundadas, observando a publicação sob diversos pontos de vista. Pretendemos, portanto, seguir pesquisando-a para desvelar outros aspectos importantes da história da imprensa brasileira e a classificá-la dentro de Teorias da Comunicação.

No presente artigo, apontamos aspectos que nos induzem a classificar a revista como um produto folkcomunicacional, conforme parâmetros estabelecidos por Luiz Beltrão (2014), na formulação de sua teoria intitulada Folkcomunicação. Como a SPB era o meio de comunicação oficial entre uma sociedade (hoje denominada Associação Theodor Amstad, cuja sede é em Nova Petrópolis, na serra gaúcha) e seus associados, e o principal objetivo do veículo era informar os assinantes sobre questões que faziam parte de seu dia a dia, como agropecuária, discriminação das receitas da SUP etc., acreditamos que ela se tornou um meio genuíno de expressão e de comunicação entre um povo que era, na época, deixado de lado pelo Estado. Criar a SUP e a SPB foi uma maneira de se unirem em torno de objetivos em

⁷ A coleção completa da *Sankt Paulusblatt* encontra-se no Acervo Jesuíta da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), em São Leopoldo/RS. Os exemplares, do período de 1912 até 1929, são em forma de xerox das revistas originais, com edições em falta ou incompletas. A partir da década de 1930, as condições melhoram: os exemplares encontram-se legíveis, em bom estado de conservação e completos.

⁸ O Trabalho de Conclusão de Curso foi orientado pela professora Dra. Beatriz Dornelles, coautora do presente artigo.

comum e de buscar o desenvolvimento das colônias sul-brasileiras, preservando a cultura e a tradição germânicas. A figura do padre Theodor Amstad, que imigrou do território que hoje pertence à Suíça, no final do século XIX, foi identificada como o líder de opinião, pois fazia uma ponte entre os teuto-católicos, a associação e a revista.

Conceito de Folkcomunicação e o líder de opinião

Quando um grupo encontra-se marginalizado e não se vê refletido na imprensa existente, é comum que busque espaço para se expressar de outra maneira. Com frequência, a comunicação e o folclore entrelaçam-se no processo. Termo cunhado por Beltrão (2014), a folkcomunicação refere-se ao intercâmbio de mensagens que tenha ligação com o folclore e às manifestações artísticas de um povo que não está representado em veículos tradicionais. Assim, “entre as suas manifestações, algumas possuem caráter e conteúdo jornalístico, constituindo-se em veículos adequados à promoção da mudança social” (BELTRÃO, 2014, p. 65). Esse tipo de comunicação acontece quando

[...] para cada parcela da comunidade se faz preciso usar uma linguagem especial, adotar um meio adequado, empregar uma técnica distinta, sem o que o diálogo é difícil, senão impossível. Os grupos organizados não entrarão em comunhão com as diversas outras camadas da sociedade, ficando assim privados de plena obtenção dos seus fins, do cumprimento satisfatório da sua missão e, por conseguinte, com os seus interesses definidos ameaçados (BELTRÃO, 2014, p. 51).

Beltrão (2014) classifica como veículos folkcomunicacionais o folheto, a literatura de cordel, o almanaque, os cantadores, os caixeiros-viajantes etc. Cada um com sua informação e modo de comunicar específicos a determinado público, deixa todos a par de situações atuais que são importantes para compreender o contexto de uma época e que se aplicam à realidade dos receptores – e, portanto, também do emissor, que, por si só, está inserido no meio para o qual comunica.

No período colonial brasileiro, quem mais soube utilizar a comunicação para angariar fiéis e doutrinar os indígenas foram os jesuítas, por meio da Companhia de Jesus (BELTRÃO, 2014). Ignácio de Loiola e sua equipe consideraram a notícia como um elemento fundamental para efetivar qualquer empreendimento e perceberam o poder da comunicação antes dos protestantes e dos governos que se opunham a eles. Em vez de limitarem sua visão de mundo, alargavam-na por meio do conhecimento minucioso de tudo o que se passava mundo afora.

Foi a reportagem pormenorizada do que ocorria nos quatro cantos do mundo, onde quer que se infiltrasse a roupeta do jesuíta, que deu à Ordem a admirável plasticidade que a tornou num dos mais importantes fatores da construção do mundo moderno. Reportagem que não era, apenas, uma descrição sensaborona ou carola dos acontecimentos, mas que ultrapassava mesmo os limites do seco relatório para se fazer veículo do comentário, da sugestão, da indicação do rumo, que competiria ao Geral, em última instância, aprovar ou condenar (BELTRÃO, 2014, p. 89).

Na obra missionária dos jesuítas, a comunicação oral, a música, o teatro e a dança tiveram importante papel para a concretização de seus intentos. O primeiro passo no objetivo da evangelização dos indígenas foi aprender a língua nativa, em vez de fazê-los aprenderem a sua (TEIXEIRA, 2008). Os espanhóis não obtiveram sucesso similar na catequização porque rejeitaram completamente a religião e os costumes indígenas. A contribuição jesuíta, de acordo com Teixeira (2008), certamente influenciou Beltrão, uma vez que ele estudou, posteriormente, outras expressões culturais de cunho religioso, como o ex-voto.

Marques de Melo (2008) salienta que, com o tempo, houve ampliação no campo de estudos de *folkcomunicação*. Os pesquisadores passaram a observar todo o tipo de interação entre cultura de elite e cultura popular. Não se limitaram a pesquisar a recodificação da cultura massiva, mas também o processo inverso – ou seja, a incorporação de características populares pela indústria cultural de massa.

O jornalismo é continuamente abastecido por esse tipo de interação, embora ela apareça com mais frequência na música e na ficção. Hoje, a mídia tem se ocupado com iniciativas no sentido de projetar culturas nacionais ameaçadas de extinção. O processo de midiaticização do folclore possui, atualmente, duas faces: ao mesmo tempo em que assimila ideias provenientes de outros países, também projeta identidades nacionais (MARQUES DE MELO, 2008).

No caso brasileiro, Marques de Melo (2008) escreve que a miscigenação do povo, oriunda da colonização europeia, do contato com o ameríndio e da absorção de costumes africanos e asiáticos – onde os navios europeus primeiramente aportaram –, torna a formação da identidade brasileira muito heterogênea. No país, o complexo de colonizado faz com que a elite rejeite as expressões nativas. Porém, a Folkcomunicação demonstra resistência às inovações tecnológicas, permanecendo no tempo e no espaço (MARQUES DE MELO, 2008), justamente por serem expressão genuína da cultura de um povo. Nesse contexto, também se mostra importante compreender outros aspectos relativos à teoria, como o líder de opinião.

No processo da comunicação, há atores sociais mais engajados e ativos, que exercem maior influência sobre determinado estrato populacional. Lazarsfeld e outros (1940), citados por Wolf (2013)⁹, fizeram uma pesquisa em que avaliou o impacto de uma campanha presidencial, em uma comunidade no Estado de Ohio, nos Estados Unidos, e descobriram a existência desses mediadores – que conseguiam influenciar eleitores norte-americanos indecisos ou que ainda não tivessem formado sua opinião. Descobriu-se, então, o fluxo de comunicação em dois níveis – dos meios aos líderes e, destes, às pessoas que convivem próximas a eles.

Foi nessa teoria que se inspirou Luiz Beltrão (2014), ao discorrer sobre a figura do líder de opinião em grupos marginalizados. Assim, existe um grupo de pessoas que é mais suscetível à influência dos meios de comunicação de massa e que transmite sua mensagem a um grupo de “liderados”. A teoria atenua, portanto, a ideia de que a mídia atinge a todo mundo da mesma maneira. O líder de opinião, segundo Beltrão (2014, p. 59), é um “personagem quase sempre do mesmo nível social e de franco convívio com os que se deixavam influenciar”. A atribuição da figura de líder também não é arbitrária, visto que é preciso cumprir uma série de requisitos.

Essa conquista da liderança está intimamente ligada à credibilidade que merece no seu ambiente e à habilidade do agente comunicador de codificar a mensagem ao nível de entendimento dos seus receptores. Em função da estrutura social discriminatória mantida em nações como a nossa, a massa camponesa, as populações marginais urbanas e até mesmo extensas áreas proletárias se comunicam através de um vocabulário escasso e organizado dentro de grupos de significados funcionais próprios (BELTRÃO, 2014, p. 61).

Para Guaraldo (2008), a “Folkcomunicação preenche, na análise de Beltrão, as mesmas funções que a comunicação de massa busca desempenhar: informar, promover, educar e divertir”. Não obstante, a teoria cria uma ponte entre a comunicação de massa e a comunicação popular, uma vez que Beltrão reconheceu o universal que subsiste na produção simbólica de grupos sociais não representados na grande mídia.

O comunicador folk, como foi denominado o líder de opinião da folkcomunicação, é alguém que consegue traduzir as mensagens para a audiência, utilizando de linguagem acessível e compartilhando o universo cultural em que o público está inserido (GUARALDO, 2008). O principal papel do líder de opinião foi, pois, retirar todo o suposto poder onipotente

⁹ LAZARFELD, P. e outros. **The People's Choice**. How the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Columbia University Press, 1944.

que a mídia exercia sobre a população. Agora, faz-se necessário inserir a SUP e a SPB dentro da teoria, começando por contextualizar o surgimento e a atuação de ambos.

Sociedade União Popular e surgimento da *Sankt Paulusblatt*

A Sociedade União Popular foi fundada em 26 de fevereiro de 1912, em Venâncio Aires, no IX *Katholikentag* (RAMBO, 2012). Schallenberger (2009) enfatiza que ela foi criada com o objetivo de unir os católicos do sul do Brasil e dar-lhes direção única, além de continuar a promover o desenvolvimento social e econômico das colônias de forma cooperativa. Para manter os associados a par dos acontecimentos, fundou-se, na mesma ocasião, a revista *Sankt Paulusblatt*, espécie de porta-voz oficial da SUP com seus associados. Em relação à organização da sociedade, concedeu-se autonomia a distritos e localidades.

Cada paróquia que servia de núcleo, ou base local da Sociedade, formava um distrito. Nos distritos, as comunidades reunidas em torno das capelas e escolas formavam uma secção. Várias secções constituíam um grupo local. Da reunião de todas as secções, grupos locais e distritos paroquiais resultava a Sociedade como um todo (RAMBO, 2012, p. 68).

Schallenberger (2009, p. 277) detalha que a ascensão social dos associados “dar-se-ia através da escola, da divulgação de boas leituras e da criação de bibliotecas, da realização de reuniões de informação e de formação, da organização de caixas de empréstimo e de depósito e de associações beneficentes”. Cada comunidade deveria dar conta das necessidades locais, enquanto o escritório central da SUP, em Porto Alegre, que se constituiria como local de acompanhamento e aconselhamento, poderia se ocupar com a satisfação dos católicos alemães.

De acordo com Rambo (2012), a atuação da sociedade não se limitou a esse tipo de assistência aos colonos, mas se expandiu por outros projetos sociais. Dentre eles, destacam-se uma agência de empregos – criada para ajudar os teuto-brasileiros após a Primeira Guerra Mundial –, assistência jurídica para auxiliar os associados com questões legais; a construção de um asilo e de um hospital em São Sebastião do Caí; de um leprosário, em Itapuã; e de um orfanato, em Santa Cruz. Todas as construções foram pagas com o dinheiro das Caixas Rurais – cooperativas de empréstimo criadas para ajudar no desenvolvimento das colônias, que hoje deram surgimento ao Sicredi. Além disso, a SUP também abriu fronteiras de colonização.

Durante o Estado Novo, porém, a entidade sofreu um abalo, pois teve de suspender as atividades em função da proibição de entidades étnicas e do uso da língua germânica. Os

reflexos foram sentidos ainda posteriormente, no retorno com dificuldades. Conforme Seibt (2012, p. 159), “a repressão política do ‘Estado Novo’ havia causado um enfraquecimento geral das entidades comunitárias do país, especialmente nas regiões coloniais alemãs e italianas”. Para não deixar as atividades da SUP serem suspensas ou extintas, criou-se, em Nova Petrópolis, em 1989, a Fundação Theodor Amstad, como filial da Sociedade União Popular, cuja sede era em Porto Alegre. As atividades da redação da *Sankt Paulusblatt* foram assumidas por um grupo em Nova Petrópolis, no mesmo ano – após a suspensão da revista, em 1988.

Em 1991, fundiu-se a Associação Theodor Amstad com a SUP, resultando na Sociedade União Popular Theodor Amstad. Em 2005, houve outra modificação. Seibt (2012) explica que, para adequar-se às novas legislações federais, a entidade deveria passar a ser uma associação. Por fim, passou a chamar-se Associação Theodor Amstad, denominação que prevalece até 2016 (SEIBT, 2012).

As atividades que a SUP desenvolvia no passado, todavia, não são mais realizadas no presente pela agora Associação Theodor Amstad, em grande parte porque suas atribuições foram assumidas por outras instâncias, como governos e sindicatos. Além disso, a Campanha de Nacionalização, instituída por Getúlio Vargas, teve impacto muito forte na atualidade: não se fala mais a língua alemã com a mesma frequência no interior do Rio Grande do Sul e de outros estados, o que diminuiu o interesse por uma associação que se ocupasse com questões referentes à preservação da cultura alemã e que zelasse pelos agricultores das áreas coloniais. Aos poucos, a Sociedade União Popular foi perdendo seu espírito original – preservando apenas a publicação mensal da revista *Sankt Paulusblatt*.

Desde o início, a Sociedade União Popular definiu, como uma de suas prioridades, o incentivo à imprensa. Na reformulação dos estatutos, em 1930, um dos objetivos era a “difusão de boas leituras através: do *Skt Paulusblatt*, de livros, de revistas, de jornais e de panfletos” (SCHALLENBERGER, 2009, p. 334). Nota-se que uma das prioridades da associação e da revista, portanto, era divulgar conhecimento para contribuir na educação dos leitores e associados à entidade.

Para Arendt (2007), os principais objetivos da SPB eram formar um elo entre a SUP e seus associados, proporcionar entretenimento com assuntos religiosos e culturais e responder dúvidas sobre agricultura e pecuária. A maior parte da bibliografia consultada salienta que a *Sankt Paulusblatt* era publicada mensalmente – o que se aplica apenas em parte,

pois houve exceções no início e em alguns anos esparsos. A circulação foi interrompida totalmente apenas durante a Segunda Guerra Mundial, de 1941 a 1947 (ARENDRT, 2007).

Conforme Klauck (2002), a revista nasceu do lema de São Paulo, *omnibus omnia*, que significa “tudo a todos”. Carregando essa simbologia do fundador da Igreja Católica, o cabeçalho da publicação estampava a imagem do santo – em 2012, esse aspecto ainda era preservado, mas no índice. Ao mesmo tempo que buscava unir os católicos em torno da leitura, a SUP utilizou-se do exemplo de São Paulo e buscou constituir uma comunidade, tendo a revista como instrumento de união.

No início, a publicação era distribuída de graça aos associados, mas, a partir de 1922, em função dos altos custos de produção, passa a ser cobrada. Entretanto, é difícil dissociar a consolidação da Sociedade União Popular do papel de integração que a *Sankt Paulusblatt* exerceu concomitantemente (KLAUCK, 2009).

Nos primeiros anos de circulação, o público-alvo da revista era formado por líderes comunitários paroquiais, em função de muitos artigos e conteúdos serem assinados por religiosos. Ao mesmo tempo, colonos também a liam, o que pode ser estimado a partir da publicação de conteúdos sobre agricultura, reforçado por informações técnicas a respeito do assunto e pelos classificados da revista, onde é frequente o anúncio de lotes de terra (KLAUCK, 2009).

Outro segmento importante para a *Sankt Paulusblatt* foi, segundo Klauck (2009), quem se dedicava ao magistério paroquial, pois a revista divulgava muitos textos referentes à educação. Por conseguinte, seções específicas a mulheres sugerem que o público feminino recebia instrução nas escolas comunitárias teuto-brasileiras. As crianças também eram indiretamente atingidas pela revista, uma vez que os pais eram assinantes, reforçando o contexto de toda família ser inserida no conceito de boas leituras (KLAUCK, 2009).

Para que a revista chegasse a todos os associados e atingisse o maior número possível de leitores, havia representantes dela em distritos e colônias – o que ainda existe, em 2016, principalmente em localidades do Rio Grande do Sul e do oeste catarinense. Hoje, assinantes estão espalhados pelo Brasil – nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Espírito Santo –, na Argentina, Paraguai, Suíça, Alemanha e Áustria (informação verbal)¹⁰.

¹⁰ Informações fornecidas por Clóvis Weber, administrador da revista, em entrevista por telefone, concedida no dia 6 de novembro de 2015.

Padre Theodor Amstad

Nos primeiros anos de fundação da SUP, o padre Theodor Amstad foi responsável por motivar as comunidades a se engajarem. Para isso, visitava localidades, onde se reunia com os moradores para decidir a fundação ou não de um distrito, após a celebração de uma missa. Se a resposta fosse positiva, colhia as assinaturas, deixava a cargo de um professor o papel de manter unidos todos os colonos, montava em sua mula e seguia para outro distrito (RAMBO, 2012). Amstad foi o primeiro secretário-viajante ou secretário-itinerante (*Reisese Kräter*) da SUP, sendo responsável por visitar as comunidades teuto-católicas e angariar novos associados. Para Silva (2006), os padres que mais tiveram influência sobre a população germânica foram aqueles que exerceram essa função, pois tinham facilidade de difundir suas ideias ao percorrem o interior das colônias no lombo de uma mula.

Amstad emigrou, do território que hoje pertence à Suíça, ao Brasil, em 1885, já com o objetivo de fundar algo que pudesse desenvolver a colônia sul-brasileira (AMSTAD, 1981). Porém, o desejo só se realizou em 1900, ao fundar a Associação de Agricultores, que, em 1912, se tornou a Sociedade União Popular. Amstad sempre esteve à frente da Sociedade e ocupava-se em viajar pelas comunidades para angariar novos associados e aumentar a abrangência da mesma. O padre exerceu a função de secretário-viajante até 1923, quando uma doença, ao cair de sua mula, o impediu de continuar suas atividades (AMSTAD, 1981). Todavia, seguiu em cargos administrativos e na redação da SPB até 1934.

***Sankt Paulusblatt* e folkcomunicação**

Antes de prosseguirmos a análise, é importante ressaltarmos todo o trajeto que percorremos. O método utilizado, como explicitado mais acima, envolveu pesquisa documental e bibliográfica, na qual analisamos um exemplar aleatório do primeiro semestre e um exemplar do segundo semestre da *Sankt Paulusblatt*, entre os anos de 1912 e 2012. O objetivo, a partir disso, foi identificar características da revista, considerando todos seus aspectos. O escopo, embora abranja um período muito extenso, era necessário para que houvesse um panorama da SPB, algo que, até então, nunca havia sido feito. Todas as pesquisas que mencionam a *Sankt Paulusblatt* são focadas em compreender a Sociedade União Popular ou utilizavam a revista como meio de explicar a entidade.

A partir de nossa análise, foi possível dividir toda a história da *Sankt Paulusblatt* em cinco fases, conforme descreveremos a partir de agora, focando nos aspectos que a integram à teoria da Folkcomunicação. A primeira fase, que denominamos de período de surgimento e consolidação, estende-se de 1912 a 1941. Nela, eram publicados, sobretudo, os estatutos da Sociedade União Popular, a receita das Caixas Rurais (cooperativas de crédito que deram surgimento ao hoje Sicredi) e longos textos, divididos em relatos de viagens, contos e romances-folhetim. De modo geral, a publicação prestava um serviço aos associados, com informações sobre a Sociedade União Popular, agricultura e educação, e estava em período de consolidação.

O conteúdo, de maneira geral, mostrava-se ainda muito institucional, o que foi mudando nas décadas posteriores. Muito fiel era a publicação, em todas as edições, do “*Reisebericht des Generalsekretärs des Volksvereins*” (relato de viagem do secretário-geral da Sociedade Popular), escrito, na época inicial, pelo padre Theodor Amstad, que ocupava a função e descrevia, detalhadamente, as colônias e picadas que percorreu, na intenção de fundar distritos da SUP. Portanto, a primeira fase marca a consolidação da publicação, que serve como elo de união entre a SUP e seus associados, através de relatos de viagens de Amstad e de informações voltadas ao entretenimento dos leitores, como a página de humor, que continha piadas e anedotas. Predominava, contudo, o tom mais institucional.

Durante a Segunda Guerra Mundial, quando foi deflagrada a Campanha de Nacionalização, a revista suspendeu a circulação entre 1941 e 1947, pela impossibilidade de ser redigida em língua estrangeira. No retorno, damos início à segunda fase, que abrange os anos de 1948 a 1956, no qual identificamos a predominância dos contos e de romances-folhetim. No período, diminuí o número de matérias institucionais, mas seguem presentes as dicas de manejo nas lavouras, com reportagens extensas sobre o assunto; dicas de saúde e as páginas de humor. Assim, ela tomou contornos mais culturais e menos institucionais, mas preservou a escrita em língua alemã e os conteúdos de interesse do público-alvo.

Na terceira fase, que delimitamos de 1957 a 1974, os aspectos literários foram substituídos por noticiosos. Surge a seção “*Neuigkeiten aus Brasilien*” (Novidades do Brasil), que marca essa transição. Nela, eram publicadas notas a respeito de situações que aconteciam no país, envolvendo política, economia, sociedade e agricultura, por exemplo.

A discriminação das receitas da SUP (publicação do dinheiro que entrava e saía da entidade), por sua vez, aparece com menor frequência, mas ganha uma página fixa ao final da revista, chamada de “*Bestätigung von Geldeingänge*” (Confirmação de recebimentos), que

publicava as receitas que entravam no caixa da entidade. Surge, ainda, em 1960, a seção “*Kolonieberichte*” (Relatos da colônia), com cartas ou textos e notas relatando a vida em colônias da SUP, como Venâncio Aires, Santa Cruz, Porto Novo, Lajeado, Campina das Missões etc.

Em 1966, aparece a seção “*Neues aus aller Welt*” (Novidades do mundo todo), com notas a respeito de questões políticas, sociais e econômicas do mundo inteiro. Muitas seções surgiam e desapareciam em um ou dois anos, dificultando nossa análise. Porém, mesmo isso pode indicar que a revista se movia ao humor de quem a redigia. Em 1969, aparecem textos históricos em diversas partes, com relatos detalhados, que se estendiam por mais de uma edição, sobre episódios importantes para os imigrantes alemães, como A Revolta dos *Mucker*, por exemplo. A partir de 1970, surgem as seções “*Goldene Hochzeit*” (Bodas de ouro) e “*Diamentene Hochzeit*” (Bodas de diamante), que persistem até hoje. Nelas, são publicadas a foto de um casal que esteja comemorando bodas, com o nome e informações sobre ambos, explicando quando se deram as núpcias e o número de filhos, netos e bisnetos do casal.

A quarta fase, definida por nós, vai de 1975 a 1988. Nela observamos a predominância de textos de cunho religioso, uma vez que as notícias dão espaço à divulgação da cristandade e, também, a obituários mais longos e frequentes. Em carta endereçada à redação, e publicada em fevereiro de 1980, na seção *Kolonieberichte*, o leitor Bruno Valentim Dresch, de Centro Novo, no município de Planalto (PR), explicita a função da *Sankt Paulusblatt* junto aos leitores na época.

Entre nós sempre prevalece uma grande alegria quando a *Sankt Paulusblatt* chega, da qual ficamos muito amigos, porque o que vem nela são comentários e temos uma e outra notícia de parentes, amigos e conhecidos da velha picada e que se tornam claras para nós. [...] Os jovens não conseguem mais ler em alemão e se envergonham, eu acredito, de ainda falar alemão. [...] A língua alemã é, para mim, o maior legado que meus pais puderam me deixar (DRESCH. In: *Sankt Paulusblatt*, n. 2, 1980, p. 49, tradução nossa).¹¹

Em 1978, na edição de junho, aparece, pela primeira vez, uma seção chamada “*Vier Generationen*” (Quatro gerações), em que a revista publica a foto de uma família com quatro

¹¹ No original: “Bei uns herrscht immer grosse Freude wenn das ‚Sankt Paulusblatt‘ ankommt, wodurch wir gute Freunde geworden sind, weil wir das, was darin kommt unter uns kommentieren und wodurch man auf die eine oder die andere Art Neuigkeiten von Verwandten, Freunden und Bekannten aus den alten Pikaden und Schneisen gewahr wird. [...] Die Jugend kann nicht mehr deutschlesen und schämen sich, glaube ich, noch deutsch zu sprechen. [...] Die deutsche Sprache ist für mich das grösste Erbe, was meine Eltern mir hinterlassen konnten”.

gerações, geralmente a partir da bisavó ou do bisavô (mas há ocorrências de trisavôs ou trisavós), indo ao avô ou à avó, mãe/pai e, por fim, filho/filha. O texto vem em forma de nota, com o nome de todos da foto. Nessa época, quase não há mais informações agrícolas, mas espaço extenso à saúde e relatos históricos, entrando também mais reportagens institucionais e religiosas. A seção de saúde chega a ocupar cinco páginas, falando de assuntos diversos, como câncer de próstata, diabetes e alimentação adequada para dentes saudáveis. Embora a seção sempre existisse e aparecesse em outros períodos, nessa fase ela se sobressai.

Com a crise que se abateu sobre a *Sankt Paulusblatt*, em função do pedido de saída de José Rücker (o redator, na época), por motivos de saúde, a revista teve de ser suspensa, no final de 1988, pela impossibilidade de achar um substituto. Em 1989, ela foi retomada, com a redação em Nova Petrópolis (RS), o que se configura na última fase (quinta) definida por nós, que se estende até 2012 – escopo de nossa pesquisa. Embora a revista mantivesse o foco na religião, nas bodas, no obituário e na preservação da língua alemã, houve modificações importantes.

O conteúdo continuou, basicamente, o mesmo, com menos informações agrícolas, mais espaço à saúde, comportamento e relatos de viagem. Porém, lentamente, começa a haver o predomínio de relatos históricos, de bodas, festas de família, fotos de gerações e obituário. Nesse período, a publicidade começa a minguar e o número de assinantes também cai, de forma gradual. Em 2012, a revista contava com 1.500 exemplares mensais (WEBER, 2015)¹². A informação que constava no expediente de 1989 era de tiragem de 5.800 exemplares – e essas foram as únicas informações de circulação que obtivemos, visto que os números nunca eram informados na própria revista e não houve registro deles (com exceção de edição em 1935, em que constava que a tiragem era de 6.500 exemplares). A revista também contava – ainda em 2012 – com agentes que representavam a SPB em colônias e distritos, para distribuí-la e fazê-la chegar aos cantos mais remotos do sul do Brasil.

A redução no número de leitores foi sentida financeiramente. Em 2012, a revista já não dava mais lucro para a Editora Amstad, que a publica, englobando a Associação Theodor Amstad. A revista é paga com o dinheiro da editora na impressão de livros, panfletos e outros artigos em geral. A *Sankt Paulusblatt* sobrevive, portanto, como forma de preservar uma tradição e compartilhar histórias que concernem ao universo da imigração alemã e familiar. Contudo, está fadada ao desaparecimento com o passar dos anos, visto que o número de

¹² Informações fornecidas por Clóvis Weber, administrador da revista, em entrevista por telefone, concedida no dia 6 de novembro de 2015.

leitores vem caindo e se constitui, com base em nossa pesquisa, de um público de idade mais avançada, que ainda lê em alemão e se interessa pelo conteúdo da publicação.

Considerações finais

A *Sankt Paulusblatt* atuou dentro de um contexto em que era o meio de comunicação entre a Sociedade União Popular e seus associados – mas transcendia a própria função primária que havia sido estabelecida em sua fundação. Portanto, também auxiliou na preservação da tradição e da língua germânicas, na comunicação de comunidades marginalizadas e esquecidas pelo governo e contribuiu para o desenvolvimento e união dessas regiões coloniais.

Ao identificarmos a figura central do líder de opinião no padre Theodor Amstad, fica evidente que ele era uma espécie de ponte entre a Sociedade União Popular e seus associados, utilizando visitas nas comunidades para angariar novos assinantes, com o objetivo de desenvolver as colônias sul-brasileiras – levando sempre em conta a religião e a preservação da língua, sem, no entanto, mantê-los à parte da sociedade brasileira. A SUP e, conseqüentemente, a *Sankt Paulusblatt*, foram instrumentos de união e de socialização, embora a característica confessional possa gerar desconfianças em um primeiro momento. É preciso compreender, todavia, que a SUP surgiu em um contexto no qual a Igreja Católica buscava reconquistar fiéis e recuperar seu poder junto à sociedade, o que a instituição considerava ameaçado pela intervenção estatal.

Considerando também o pressuposto de que a teoria de Luiz Beltrão precisa ser atualizada de acordo com novas descobertas, a *Sankt Paulusblatt* se encaixa, a nosso ver, dentro da folkcomunicação, não apenas por utilizar o folclore germânico e auxiliar na adaptação dos imigrantes e de seus descendentes no Brasil, mas porque emprega a linguagem que é de conhecimento daquele público, mantendo-o a par do que necessita, sem deixar de entretê-lo e de contextualizá-lo dentro dos códigos da sociedade da época. Atualmente, embora tenha mudado bastante desde sua fundação, em 1912, a *Sankt Paulusblatt* ainda atua dentro de determinado grupo, contribuindo para a divulgação do que consideram “boas leituras” e na preservação da história dos imigrantes alemães e da cultura germânica.

Com relação à periodização da revista, encontramos cinco fases bem definidas ao longo dos cem anos pesquisados. Para dividi-las, nos valem de uma análise em torno de seus exemplares, tendo como referência o tipo de texto produzido, a época, as características editoriais e o que mais se sobressaía, de modo geral. No primeiro período, era clara a fase de

consolidação que a *Sankt Paulusblatt* enfrentava, com a predominância dos relatos de viagem do secretário-geral (Theodor Amstad), discriminação das receitas, publicação dos estatutos da SUP e anúncio de reuniões da entidade. No segundo período, prevaleceram os textos literários em detrimento dos institucionais. No terceiro, as notícias eram muito mais numerosas do que antes e ocupavam, às vezes, metade das páginas de toda a publicação. No quarto período, por sua vez, saltava aos olhos a religião e os textos de cunho confessional, enquanto, a partir de 1989, a revista mudou bastante com a transferência a Nova Petrópolis, ressaltando a parte que se refere à preservação da memória e da história da imigração alemã.

Analisando-a como um todo, por meio dessa divisão periódica, acreditamos contribuir na preservação da história de uma revista escrita em língua alemã, que circula desde 1912 até hoje – cujo valor histórico é, portanto, grandioso e riquíssimo. Ademais, também consideramos fundamental enquadrá-la como folkcomunicação para entender, ainda mais, o papel que desenvolveu, do ponto de vista da Comunicação Social, junto aos imigrantes e descendentes teutos.

Referências

AMSTAD, Theodor. **Memórias autobiográficas**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 1981.

ARENDETT, Isabel Cristina. Pe. Balduino Rambo e a revista *Sankt Paulusblatt*: afirmação de defesa da germanidade. In: ARENDETT, Isabel Cristina; GRÜTZMANN, Imgart; RAMBO, Arthur Blásio. **Pe. Balduino Rambo – a pluralidade na unidade**: memória, religião, ciência e cultura. São Leopoldo: Editora da UNISINOS, 2007, p. 171-187.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

DRESCH, Bruno Valentim. Kolonieberichte. **Sankt Paulusblatt**, Porto Alegre, n. 2, p. 49, 1980.

GUARALDO, Tamara. O papel do líder de opinião na teoria da folkcomunicação. **Razón y Palabra**, México, v. extr., n. 60, 2008. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n60/tguaraldo.html>>. Acesso em: 08 mar. 2016.

KLAUCK, Samuel. **O apostolado da imprensa**: a revista St. Paulus-Blatt como instrumento de informação, formação e catequese no Rio Grande do Sul (1912-1934). 2009, 272 f. Tese (Doutorado em História) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Paraná, 2009.

MARQUES DE MELO, José. Mutações em folkcomunicação: revisitando o legado beltraniano. **Razón y palabra**, México, v. extr. 1, n. 60, 2008. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n60/mmelo.html>>. Acesso em: 14 out. 2015.

RAMBO, Arthur Blásio. A Sociedade União Popular | Projeto de promoção humana. Capítulo I. In: ARENDT, Isabel Cristina. RAMBO, Arthur Blásio (Org.). **Cooperar para prosperar: a terceira via**. Porto Alegre: Sescop/RS, 2012. p. 51-104.

SCHALLENBERGER, Erneldo. **Associativismo cristão e desenvolvimento comunitário: imigração e produção social do espaço colonial no sul do Brasil**. Cascavel: Edunioeste, 2009.

SEIBT, Renato Urbano. A transferência do “Volksverein” para Nova Petrópolis. In: ARENDT, Isabel Cristina. RAMBO, Arthur Blásio (Org.). **Cooperar para prosperar: a terceira via**. Porto Alegre: Sescop/RS, 2012. p. 157-164.

TEIXEIRA, Antonio. Raízes culturais e religiosas da folkcomunicação no Brasil: heranças da catequese jesuítica. **Razón y palabra**, México, v. extr. 1, n. 60, 2008. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n60/ateixeira.html>>. Acesso em: 14 out. 2015.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.