

WILLIAN RADÜNZ

“POR QUE NÃO UNIR O ÚTIL AO AGRADÁVEL?”: MOBILIZAÇÕES SIMBÓLICAS
DE LINGUAGEM COMO VALOR ECONÔMICO NA FESTA DO COLONO DE UM
MUNICÍPIO NO SUL DO BRASIL EM QUE A LÍNGUA DE IMIGRAÇÃO ALEMÃ
HUNSRÜCKISCH É COOFICIAL

PORTO ALEGRE

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: ESTUDOS DE LINGUAGEM
LINHA DE PESQUISA: LINGUÍSTICA APLICADA

WILLIAN RADÜNZ

ORIENTADOR: PROF. PEDRO DE MORAES GARCEZ, Ph.D.

“POR QUE NÃO UNIR O ÚTIL AO AGRADÁVEL?”: MOBILIZAÇÕES SIMBÓLICAS
DE LINGUAGEM COMO VALOR ECONÔMICO NA FESTA DO COLONO DE UM
MUNICÍPIO NO SUL DO BRASIL EM QUE A LÍNGUA DE IMIGRAÇÃO ALEMÃ
HUNSRÜCKISCH É COOFICIAL

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras, pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

PORTO ALEGRE

2018

CIP - Catalogação na Publicação

RADÚNZ, WILLIAN

"POR QUE NÃO UNIR O ÚTIL AO AGRADÁVEL?": MOBILIZAÇÕES SIMBÓLICAS DE LINGUAGEM COMO VALOR ECONÔMICO NA FESTA DO COLONO DE UM MUNICÍPIO NO SUL DO BRASIL EM QUE A LÍNGUA DE IMIGRAÇÃO ALEMÃ HUNSRÜCKISCH É COOFICIAL / WILLIAN RADÚNZ. -- 2018.

108 f.

Orientador: Pedro de Moraes Garcez.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Letras, Programa de Pós-Graduação em Letras, Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. Mercantilização de linguagem. 2. Línguas minoritárias. 3. Festa do Colono. 4. Políticas Linguísticas. 5. Etnografia Crítica de Linguagem. I. de Moraes Garcez, Pedro, orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Estes dois anos de investigação, interlocução, ensino e aprendizagem em linguagem foram feitos com muitas pessoas e para muitas pessoas. Registro minha sincera gratidão especialmente:

Àqueles que se engajam pela form(ação) de qualidade e responsável do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Aos muitos colegas e professores da Letras que se engajam na construção de uma sociedade de amor, respeito e de diferentes vozes e saberes.

Aos professores do PPG-Letras Cleo Vilson Altenhofen, Margarete Schlatter, Luciene Simões, Juliana Schoffen e Pedro de Moraes Garcez, pela inspiração e oportunidades significativas de interlocução e construção de conhecimento crítico e aplicado ao longo das disciplinas do mestrado.

Ao professor Pedro de Moraes Garcez, meu orientador, pela companhia mais próxima em pensar e fazer junto.

Aos participantes desta pesquisa, pelos ensinamentos, interlocução e acolhimento.

À Alana, Cecília, Dania e Giane, por compartilharem interesses e muitos encontros de pesquisa.

À Ana, Lucas, Rafael e Raphael, pela amizade e disponibilidade próxima e incondicional em participar dos confrontamentos desta dissertação.

À Talissa pela companhia mais próxima na escrita.

À excelente trupe das Montanhas da Nova Guiné.

À Natália pela companhia, cuidado e interlocução desde o vestibular

À banca examinadora, Simone Sarmento, Karen Pupp Spinassé e Neiva Jung, por tão atenta e importante leitura para este trabalho.

Aos colegas e amigos do Colégio Farroupilha e do Colégio de Aplicação da UFRGS, em especial à Gabriela, pela parceria, inspiração, compartilhamento de objetivos e belo exemplo profissional.

À minha mãe, pelas ligações, por se responsabilizar, pelo carinho e dedicação de suas cucas e chimias, de cuja doçura compartilhei com muitos de meus colegas e amigos ao longo do mestrado.

Às minhas irmãs, Adriane e Cleidi, por se responsabilizarem e por serem, cada vez mais, para mim, o que me enche o peito na palavra família.

À minha madrinha, Edith, por participar, com o seu brilho, dessa trajetória.

Aos padrinhos e madrinhas Champions, meus afilhados, Lis e Lucas, por inaugurarem algo novo e bonito na minha vida durante esse período.

Ao Marcelo, pela parceria semeada nesses dois anos.

Ao Rafael e ao Lucas, por serem meus maninhos.

À casa Bracho, ao Renan, à Priscila e à Larissa, pelas vivências, amor e fraterna amizade.

Ao David, Luis, Vanessa, Juan, Diego, Cristina e Sabina, pelo espanhol, pelo Peru e pela amizade.

Às pessoas que plantam, colhem e comercializam a erva-mate. É difícil de imaginar este período sem um chimarrão!

À resistência!

À minha perseverança!

RESUMO

Nesta dissertação são examinados fenômenos de mercantilização de linguagem na Festa do Colono de um município no Sul do Brasil em que a língua brasileira de imigração alemã Hunsrückisch é cooficial. Conceptualiza-se como mercantilização de linguagem mobilizações de repertório linguístico em trocas convencionais de mercado de larga escala. Busca-se neste trabalho descrever e interpretar casos de mercantilização de linguagem na Festa do Colono a partir de uma pesquisa exploratória de base etnográfica crítica de curta duração, com geração de dados ao longo de oito dias na organização do evento e durante os dois dias da Festa, em 22 e 23 de julho de 2017. A geração de dados contou com entrevistas, conversas informais, observação participante, registro de fotos, coleta de documentos e observação não-participante em mídias digitais. A análise dos dados foi organizada de modo a relatar fenômenos de mercantilização de linguagem como *softskill* em conexão a políticas linguísticas da localidade estudada, e fenômenos de mercantilização de linguagem como valor agregado na Festa do Colono. O exame dos dados sinaliza perspectivas contrastantes no que tange a itens do repertório linguístico local como recurso econômico para a Festa do Colono. Verificam-se aventamentos de mercantilização de Hunsrückisch como *softskill* e mercantilização de bilinguismo e da política linguística de cooficialização do Hunsrückisch como possível valor agregado da Festa do Colono. Por outro lado, verificam-se também perspectivas que aventam a mercantilização de “alemão oficial” como uma possível habilidade técnica local. Fenômenos de mobilização de linguagem como valor agregado na Festa do Colono envolvem tensões de legitimidade, distintividade, do que é autenticamente local e de gestão de diferentes públicos consumidores da festa quanto a *commodities* linguísticas e identitárias ofertadas. Verifica-se que o repertório linguístico da localidade estudada agrega valor à produtos e à própria Festa do Colono principalmente por meio de atributos de “autenticidade” e de “local”.

Palavras-chave. Mercantilização de linguagem. Línguas minoritárias. Festa do Colono. Políticas Linguísticas. Etnografia crítica de linguagem.

ZUSAMMENFASSUNG

In dieser Arbeit werden Praktiken und Diskursen untersucht, die Phänomene der Kommodifizierung in der Kulturtouristenveranstaltung *Festa do Colono* umschreiben, in einer Gemeinde im Süden Brasiliens, wo die deutsche Einwanderersprache Hunsrückisch co-offiziell ist. Das Phänomen der Mobilisierung sprachlichen Repertoires in konventionellen Marktbörsen wird hier als Kommodifizierung von Sprache konzipiert. In dieser Untersuchung suchen wir: a) zu verstehen, ob es Fälle von Kommodifizierung in der *Festa do Colono* gibt, und falls ja, eine beschreibende Zusammenstellung von Praktiken und Diskursen dieses Phänomens für den Fall zu erstellen; b) zu berichten, was in dem untersuchten Szenario beobachtet wurde, mit dem, was die neuere soziolinguistische Literatur zur Sprachkommodifizierung berichtet. Dazu wurde eine Forschung mit einer ethnografisch-methodisch-analytischen Basis, explorativ und von kurzer Dauer, mit Datengenerierung acht Tage vor der Veranstaltung und entlang der zwei Tage der Veranstaltung, am 22. und 23. Juli 2017, durchgeführt. Die Datengenerierung umfasste Interviews, informelle Gespräche, Teilnehmerbeobachtung, Fotoregistrierung, Dokumentensammlung und nicht-teilnehmende Beobachtung in digitalen Medien. Die Datenanalyse wurde organisiert, um Phänomene der Kommodifizierung als Softskill- oder technische Fertigkeiten und Kommodifizierungsphänomene als Mehrwert in der Kulturtouristenveranstaltung *Festa do Colono* zu berichten. Es gibt Kommodifizierung von Hunsrückisch und Kommodifizierung der Sprachenpolitik der Co-offizialisierung des Hunsrückisches als möglichen Mehrwert der *Festa do Colono*. Phänomene, die in der symbolischen und wirtschaftlichen Mobilisierung der Sprache als Mehrwert in der *Festa do Colono* aufgegriffen werden, beinhalten Attribute von "Authentizität" und "lokal".

Schlüsselwörter: Kommodifizierung der Sprache. Minderheitensprachen. Sprachenpolitik. Sprache und Tourismus. Kritische Ethnographie der Sprache.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Seleção de registros da Festa do Colono de 2017 de José Bonifácio	11
Figura 2 – Panfleto de divulgação do Baile do Chopp de Três de Maio.....	14
Figura 3 – Reportagem sobre a Festa do Colono	45
Figura 4 – Panfleto oficial de divulgação com a programação da Festa do Colono	51
Figura 5 – Panfleto oficial de divulgação com a programação da Festa do Colono	52
Figura 6 – Lei Legislativa de Cooficialização do Hunsrückisch no município de José Bonifácio	61
Figura 7 – Justificativa da Lei 132/2010 anexada ao projeto de lei	62
Figura 8 – Mobilizações linguísticas e étnico-identitárias na Festa do Colono	82
Figura 9 – Quadros de tela de postagens de Facebook.....	83
Figura 10 – Cartaz de divulgação da música "Tobata Rebaixada" do Grupo Fritz 4.....	84
Figura 11 – Cartaz de divulgação da música “Pixinho Totoso” da banda Fritz 4.....	84
Figura 12 – Comentários selecionados da postagem da página Mil Grau.....	85
Figura 13 – Tobatas enfeitadas da Festa do Colono.....	87
Figura 14 – Bolachas decoradas vendidas na Festa do Colono.....	88
Figura 15 – Logotipo da empresa.....	88
Figura 16 – Itens da paisagem linguística da Festa do Colono	89

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Mercantilização de linguagem.....	22
Quadro 2 – Perspectiva metodológica-analítica e noções analíticas	28
Quadro 3 – Síntese sobre mercantilização de linguagem no Turismo	33
Quadro 4 – Mercantilização de linguagem e políticas linguísticas	38
Quadro 5 – Sinopse do trabalho de campo	53

SUMÁRIO

1 “WILLKOMMEN”	11
2 LINGUAGEM COMO RECURSO ECONÔMICO E SIMBÓLICO: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS E ANALÍTICOS	16
2.1 LINGUAGEM COMO RECURSO ECONÔMICO E SIMBÓLICO	16
2.2 MOBILIZAÇÕES SIMBÓLICAS E INSTRUMENTAIS DE RECURSOS LINGÜÍSTICOS EM TROCAS CONVENCIONAIS DE MERCADO: ESTUDOS DE MERCANTILIZAÇÃO DE LINGUAGEM	18
2.3 LINGUAGEM COMO RECURSO IDENTITÁRIO E ECONÔMICO: PRESSUPOSTOS ANALÍTICOS	22
2.4 LINGUAGEM COMO RECURSO IDENTITÁRIO E ECONÔMICO NO TURISMO ..	28
2.5 LINGUAGEM COMO RECURSO IDENTITÁRIO E ECONÔMICO EM POLÍTICAS LINGÜÍSTICAS DE MINORIAS E LINGUAS NOMEADAS	34
3 O PALCO DA FESTA E COMO A HISTÓRIA FOI PRODUZIDA: O CAMPO DE PESQUISA E OS PRESSUPOSTOS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	39
3.1 CENÁRIO DA HISTÓRIA: O CAMPO DE PESQUISA	39
3.2 PRODUZINDO UMA HISTÓRIA CRÍTICA: PRESSUPOSTOS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	47
4 “POR QUE NÃO UNIR O ÚTIL AO AGRADÁVEL?”: MOBILIZAÇÕES SIMBÓLICAS DE LINGUAGEM COMO <i>SOFTSKILL</i> E COMO VALOR AGREGADO NA FESTA DO COLONO	58
4.1 POLÍTICA DE COOFICIALIZAÇÃO E MERCANTILIZAÇÃO DE LINGUAGEM: DE DISCURSOS DE LINGUAGEM COMO PATRIMÔNIO AOS DE LINGUAGEM COMO RECURSO ECONÔMICO	59
4.1.1 Discursos de <i>endangerment</i> , <i>pride</i> e de língua como patrimônio imaterial: a Lei de Cooficialização do Hunsrückisch em José Bonifácio	59
4.1.2 “Além do valor cultural que a língua tem na sua identidade, se olhar do ponto de vista econômico...”: mercantilização de linguagem e mercantilização da política lingüística de cooficialização, na perspectiva do autor da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch.....	66
4.1.3 “A gente não pode ser nostálgico né...”: mercantilização de linguagem como habilidade técnica na perspectiva do gestor da pasta de Cultura do município.....	70

4.2 DISCURSOS E PRÁTICAS DE MERCANTILIZAÇÃO DE LINGUAGEM COMO VALOR AGREGADO NA FESTA DO COLONO	73
4.2.1 Mercantilização de linguagem como valor agregado e tensões de autenticidade e distintividade da Festa do Colono	74
4.2.2 “Nós não falamos, é uma pena, mas tentamos manter a cultura com a empresa”: mercantilização de linguagem como marcador de distintividade e valor agregado de autenticidade na feira da Festa do Colono	86
4.3 RESPONDENDO A PERGUNTA DE PESQUISA PRINCIPAL	91
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	94
REFERÊNCIAS	97
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	102
APÊNDICE B – CARTA DE ANUÊNCIA	104
APÊNDICE C – CARTA DE ANUÊNCIA DO STTR.....	105
APÊNDICE D – ROTEIRO DE PERGUNTAS PREVISTAS EM RADÜNZ (2017)....	106

1 “WILLKOMMEN”

Conta-se, aqui, uma história sobre mobilizações simbólicas do repertório linguístico dos cidadãos de um pequeno município do Sul do Brasil, de língua minoritária e cooficial Hunsrückisch. Essa história se passa no maior e mais antigo evento turístico cultural da localidade: a Festa do Colono.

Figura 1 – Seleção de registros da Festa do Colono de 2017 de José Bonifácio¹



Fonte: Registradas pelo autor.

A Figura 1 apresenta um panorama dos registros desta pesquisa. Cada imagem desvela pistas iniciais ao leitor sobre o que em particular versará este relato. O título deste capítulo foi também especialmente selecionado com esse propósito: trata-se de um item da paisagem linguística de um estabelecimento comercial de José Bonifácio. Embora muito particular, esta história de linguagem assemelha-se, na literatura sociolinguística, à de outros tantos lugares nas contemporâneas condições de economia política: línguas minoritárias, de já minguados empregos instrumentais, são empregadas simbolicamente no turismo como recursos econômicos em variadas trocas de mercado. Pietikäinen et al. (2016), por exemplo, relatam o

¹ Nome fictício atribuído ao município onde realizei esta pesquisa.

caso da mobilização simbólica e econômica da língua minoritária Sami, na empresa Hotel Tradicional Kultahovi,² na Lapônia, Finlândia. Sami, de já estreito uso instrumental na região, é articulada simbólica e economicamente no Hotel em vários âmbitos, como no cardápio ou na paisagem linguística do restaurante. Os empregos da língua, antes repositório de identidade étnica minoritária resistindo à hegemonia das línguas nacionais dominantes, agora se configuram também como formas de agregar valor econômico, como marcas do que é “autenticamente local” nos produtos oferecidos.

O trecho “Por que não unir o útil ao agradável?”, retirado da entrevista de um dos participantes deste estudo, sintetiza, no título desta dissertação, movimentos semelhantes aos descritos por Pietikäinen et al. (2016) flagrados em meus registros num pequeno município do Sul do Brasil. Argemiro, autor da Lei de Cooficialização da língua de imigração alemã Hunsrückisch em José Bonifácio, aventa, nesse trecho, a possibilidade de articulação da revitalização de usos instrumentais da língua Hunsrückisch (o agradável) com a sua mobilização econômica e simbólica (o útil) na Festa do Colono. Em Sociolinguística, vem sendo denominada essa mobilização econômica de linguagem em trocas convencionais de mercado como mercantilização de linguagem (HELLER, 2010b), o fenômeno central sob exame neste relato.

Embora investigações de linguagem como recurso econômico e simbólico tenham longa tradição,³ o recente desvelo em relação ao fenômeno de mercantilização de linguagem e suas conexões com a economia política atual vêm reorientando e intensificando esses debates. Por um lado, sociolinguistas advogam que opera um crescente processo contemporâneo de mercantilização que alberga não apenas aspectos de linguagem, mas todas ou quase todas as dimensões da vida (KELLY-HOLMES, 2016). E, por outro, reivindica-se, também, não apenas uma nova orientação ou epistemologia em estudos sociolinguísticos, mas principalmente o próprio entendimento de como a linguagem existe no mundo real enquanto fenômeno (GAL, 1989; HELLER, 2010b; SHANKAR; CAVANAUGH, 2012). Essas discussões, contudo, são ainda recentes e relativamente pouco exploradas em Sociolinguística, e menos ainda no Brasil. Em especial, no que tange a pesquisas de mercantilização de linguagem em espaços turísticos, foco deste trabalho, Hall-Lew e Lew (2014) afirmam que esses estudos ainda se encontram em seus primeiros passos, tanto nos estudos de Sociolinguística quanto nos estudos de Turismo. No Brasil, investigações em mercantilização de linguagem, de modo geral, carecem ainda de referências básicas. Assim, posiciono como

² Página oficial: <<http://www.hotelkultahovi.fi/>>. Acesso em: 03 jul. 2018.

³ Esses estudos, como discutiremos no Capítulo 2, remontam ao sociólogo e antropólogo Pierre Bourdieu.

justificativa interna central desta investigação contribuir no preenchimento dessas lacunas de pesquisa em estudos de linguagem. Já a justificativa externa principal é, por meio deste relato, fornecer subsídios para discussões aplicadas de políticas linguísticas, ensino de línguas, turismo cultural; em linhas gerais, iniciativas que envolvam mercantilização de linguagem na sociedade.

Nos últimos anos, no Sul do Brasil, observa-se que muitos municípios vêm utilizando-se, cada vez mais, de recursos linguísticos e identitários locais para agregar valor a empresas, eventos culturais e programas turísticos municipais. Weber (2006) analisa, por exemplo, como a história e as construções identitárias de municípios que integram a Rota Romântica, no Rio Grande do Sul, são mobilizados turisticamente.⁴ Propagandas como “o município mais alemão do Brasil”, empregada por Pomerode (SC),⁵ também exemplificam projeções discursivas que sinalizam mobilizações identitárias e linguísticas em espaços turísticos. Em visitas à minha família em Três de Maio (RS), observo, com frequência, outras manifestações desses fenômenos e a sua recente vitalidade. Em 2013, por exemplo, foi inaugurada na cidade a Cervejaria Hettwer Bier,⁶ que “produz cervejas artesanais com extrema qualidade, guiadas pela *Lei de Pureza Alemã*⁷ de 1516”. Já em 2017,⁸ conheci um dos eventos promovidos pelo grupo de danças Maiblume, Coral Sonnenschein Chor e a Associação Cultural Alemã de Três de Maio, todos eles fundados em 2009. Uma das integrantes do grupo Maiblume⁹ comentou comigo, em visita que realizei à sua casa, que o evento tinha por objetivo, por um lado, “preservar a cultura” e, por outro, principalmente levantar recursos para contribuir nos custos do grupo na participação de eventos no Brasil de dança e canto coral “alemão”. A Figura 2 sugere pistas adicionais ao leitor quanto às mobilizações simbólicas e econômicas de linguagem de que tratarei nesta dissertação.

⁴ A Rota Romântica é uma rota turística cênica que passa por catorze municípios brasileiros localizados na serra gaúcha, estado do Rio Grande do Sul. O site oficial da rota está disponível em: <<http://www.rotaromantica.com.br/>>. Acesso em: 01 maio 2018.

⁵ Site da prefeitura disponível em: <<http://www.pomerode.sc.gov.br/>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

⁶ Site oficial disponível em: <<http://www.hettwerbier.com.br/>>. Acesso em: 03 jul. 2018.

⁷ Destaque meu.

⁸ Durante esta oportunidade estava também coletando informações para o Inventário Brasileiro do Hunsrückisch.

⁹ Um agradecimento especial a Zilar Meincke pela gentil e agradável recepção e troca de experiências.

Figura 2 – Panfleto de divulgação do Baile do Chopp de Três de Maio



Fonte: Organização da “Deutsches Fest”

O panfleto de divulgação do Baile do Chopp de Três de Maio mobiliza econômica e simbolicamente linguagem na denominação da festa, “Deutsches Fest”, como valor agregado do evento. Trajes “típicos”, músicas “alemãs”, bem como muitas conversas sobre a ascendência alemã das famílias locais também marcaram o evento. Usos instrumentais de “alemão” entre os participantes, contudo, pouco observei.

O evento em torno do qual investigo fenômenos de mercantilização de linguagem nesta dissertação, entretanto, é a Festa do Colono de José Bonifácio, nome fictício empregado como referência a um pequeno município que tem, desde 2010, como cooficial, juntamente ao português, a língua brasileira de imigração alemã Hunsrückisch. O município integra uma região metropolitana no Sul do Brasil e apresenta uma expressiva parcela da população composta por descendentes de imigrantes alemães que ali se instalaram no século XIX. Desde há algumas décadas, boa parte deles vêm se dedicando predominantemente à produção de hortifrutigranjeiros. A partir da década de setenta, como recurso de divulgação dos produtos agrícolas locais, essa atividade econômica passou a ser tematizada nas festas que hoje são consideradas os principais eventos turísticos do município: a Festa do Colono e a Festa das Hortaliças.

Neste estudo, realizei uma pesquisa exploratória com um breve, mas intenso, trabalho de campo etnográfico que se estendeu por dez dias, culminando na Festa do Colono. O evento conta com uma programação variada de dois dias, incluindo shows, bailes, feira de produtos coloniais e um desfile de máquinas agrícolas enfeitadas com a produção agrícola e colonial local.

São objetivos deste estudo descrever e interpretar indícios de mercantilização de linguagem, multilinguismo e políticas linguísticas na organização e na Festa do Colono, relacionando o que se observou no cenário estudado com o que relata a literatura sociolinguística recente sobre mercantilização de linguagem. Para tanto, examinei registros reunidos por meio de entrevistas, conversas informais, observação participante – antes e durante a festa – e observação não participante em mídias digitais. Essas metas serão perseguidas, no decorrer deste relato, por meio de asserções empíricas, sugeridas já nos títulos das seções do Capítulo 4, como respostas para a principal pergunta desta pesquisa: *Verificam-se fenômenos de mercantilização de linguagem, multilinguismo e políticas linguísticas na Festa do Colono de José Bonifácio? Em caso afirmativo, que configurações assumem esses fenômenos e que debates envolvem?*

Tendo apresentado em linhas gerais neste capítulo o problema de pesquisa, as justificativas, objetivos e a pergunta central desta dissertação, nos capítulos que seguem organizo este relato em mais três grandes partes. No Capítulo 2, situo o leitor nos aspectos substanciais da discussão teórica, dos conceitos e da perspectiva analítica mobilizada nesta dissertação. No Capítulo 3, apresento o cenário da pesquisa e os pressupostos e procedimentos metodológicos. Já no Capítulo 4, relato e examino fenômenos de mercantilização de linguagem flagrados na Festa do Colono. Na seção 4.1, analiso episódios e perspectivas contrastantes de mercantilização de linguagem como *softskill*, e, na seção 4.2, examino discursos e práticas de mercantilização de linguagem como valor agregado. Na seção 4.3, a partir das análises das seções 4.1 e 4.2, apresento sinopticamente respostas à pergunta de pesquisa principal desta dissertação e, por fim, nas considerações finais, fecho esta dissertação com uma discussão sobre as limitações deste estudo exploratório, suas perspectivas e contribuições.

2 LINGUAGEM COMO RECURSO ECONÔMICO E SIMBÓLICO: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS E ANALÍTICOS

Neste capítulo, apresento as bases teóricas e analíticas para o exame de fenômenos de mercantilização de linguagem relatados nesta dissertação. Circunscrevo os objetos de pesquisa por meio de revisão teórica e definição de noções e conceitos relevantes, bem como caracterizo a perspectiva, as noções e os conceitos assumidos na análise empreendida.

A fim de situar o leitor, delineio, a seguir, como as seções deste capítulo estão organizadas. Na seção 2.1, reviso a articulação de Estudos de Linguagem e Economia Política, discorrendo sobre linguagem como recurso econômico e simbólico. Na seção 2.2, reviso a concepção de mercantilização de linguagem em Sociolinguística. Já na seção 2.3, me detenho em apresentar a perspectiva metodológico-analítica adotada nesta pesquisa e as noções teórico-analíticas centrais de discursos de *pride*, *profit*, patrimônio e *endangerment*. Na seção 2.4, reviso a teorização sobre mercantilização de linguagem em espaços turísticos e, por fim, na seção 2.5, discorro sobre a articulação de políticas linguísticas, mercantilização de linguagem e línguas nomeadas.

2.1 LINGUAGEM COMO RECURSO ECONÔMICO E SIMBÓLICO

A terceira edição de 2016 da revista *Journal of Ethnographic Theory*,¹⁰ em seção especial e comemorativa do artigo de Gal (1989) intitulado *Linguagem e Economia Política*, revisita a publicação, as investigações do campo desenvolvidas em 25 anos e as principais pautas contemporâneas da articulação entre estudos de linguagem e economia política. No texto de abertura da edição, Graan (2016) relaciona o surgimento da perspectiva teórica com um conjunto principal de estudos em Antropologia (IRVINE, 1989; GAL, 1989; BOURDIEU, 1977) que passaram a manifestar, no final da década de 1980 e início da década de 1990, como destaca também a própria Gal (2016, p. 331), insatisfação com a separação institucional e conceitual de estudos de forma linguística, interação social e processos sócio-históricos e político-econômicos.

No texto *A Economia das Trocas Linguísticas*, do antropólogo e sociólogo Bourdieu (1977), confrontam-se criticamente conceitos linguísticos e sociológicos. Bourdieu concebe linguagem a partir do seu caráter simbólico de representação do mundo e do seu caráter

¹⁰ A edição especial da revista foi organizada por Andrew Graan a partir da conferência *Linguagem e Economia Política Revisitada*.

agentivo. Para o autor, símbolos seriam entidades não inertes ou transparentes, mas, sim, de densidade sócio-histórica, política, ideológica e econômica. É nesse sentido que, para Bourdieu (1977, p. 646), conceitos convencionalmente linguísticos, como relações de comunicação (interações simbólicas), poderiam ser compreendidos sociologicamente como relações de poder (simbólico), questões de sentido poderiam ser pensadas como questões de valor e, por fim, práticas, discursos ou competência linguística pensadas como formas de capital simbólico. Assim, de modo precursor, Bourdieu (1977) teoriza a própria linguagem como capital simbólico, que potencialmente assume valores diferentes em mercados e espaços sócio-históricos diferentes, podendo ser intercambiada por capitais materiais.

No campo da Antropologia da Linguagem, Irvine (1989) e Gal (1989), com o objetivo de moverem-se para além da dicotomia saussuriana de signo linguístico e materialidade, também empreendem estudos considerando a articulação do caráter simbólico e agentivo da linguagem, em conformidade com Bourdieu (1977). Os textos cotejam explicitamente estudos de linguagem (estrutura, usos, discursos e ideologias) com o campo de Economia Política. A título de ilustração, Irvine (1989) analisa um caso em que linguagem e performances são intercambiadas por dinheiro e bens materiais. Gal (2016), ao abordar aspectos do contexto histórico que a motivaram a escrever, considera que, no final da década de oitenta, se buscava compreender criticamente como práticas linguísticas, discursos e ideologias linguísticas relacionavam-se à economia política e a categorias sociológicas como produção de diferença, desigualdade e poder.

A partir de Bourdieu (1977), Irvine (1989) e Gal (1989), estabeleceram as bases de uma compreensão de Linguagem e Economia Política como campos de investigação interconectados e interdependentes, situando o exame de fenômenos de linguagem declaradamente em condições materiais e em processos mais amplos que envolvem desigualdade e produção de diferença. Assim, linguagem é compreendida nesse campo de interseção como um recurso simbólico e econômico, que pode ser cambiado por outros recursos simbólicos e materiais (HELLER, 2010b; DEL PERCIO; FLUBACHER; DUCHÊNE, 2016). Diferentemente da concepção saussuriana dicotômica de signo linguístico apartado do mundo material, que aponta para correlações com variáveis sócio-históricas, a linguagem é delineada nesses estudos como prática social situada, de caráter conjuntamente agentivo e simbólico. Já a Economia Política é conceituada como as tecnologias e processos que governam a valoração, a produção, a circulação e o consumo desses recursos em dadas condições espaço-temporais (DEL PERCIO; FLUBACHER; DUCHÊNE, 2016).

Nesta seção, razoei a articulação de Estudos de Linguagem e Economia Política, conceituando linguagem, nessa perspectiva, como um recurso econômico e simbólico de caráter agentivo e situado. A seguir, discorro em específico sobre investigações que conceptualizam linguagem como uma *commodity*.

2.2 MOBILIZAÇÕES SIMBÓLICAS E INSTRUMENTAIS DE RECURSOS LINGÜÍSTICOS EM TROCAS CONVENCIONAIS DE MERCADO: ESTUDOS DE MERCANTILIZAÇÃO DE LINGUAGEM

Passados mais de 25 anos do movimento de articulação explícita entre Economia Política e Linguagem como um campo de investigação e crítica, desenvolveram-se novas pautas de pesquisa em Economia Política e Sociolinguística. Graan (2016) aborda panoramicamente quatro desses confrontamentos de investigação, considerando um contexto contemporâneo de novas condições de economia política, em que a linguagem passa a ser conceptualizada como economicamente relevante de maneiras variadas (HELLER; DUCHÊNE, 2012, 2016; GAL, 2016; HELLER, 2010b; MCGILL, 2013). Tendo em vista os propósitos desta dissertação, considerarei nessa linha, a seguir, o lugar de linguagem contemporaneamente em processos de mercantilização (em inglês, *commodification*).¹¹

Embora atualmente bastante difundidas, diversificadas e com motivações variadas, as investigações de mercantilização em estudos de linguagem emergem mais sistematicamente a partir do grupo de pesquisadores no entorno de Monica Heller e Alexandre Duchêne. Como os próprios autores relatam em trecho que apresento a seguir, foram suas pesquisas etnográficas sobre linguagem e nacionalismo no contexto do Canadá e da Suíça que os conduziram a captar esse fenômeno por meio de discursos econômicos que colocavam em cheque discursos dominantes de direitos políticos e cidadania:

¹¹ A mais adequada tradução é ainda ponto de discussão. Embora outros termos como *comodificação*, *comoditização*, *capitalização* e *monetização* tenham, entre suas acepções, o sentido aqui pretendido, a saber, o de processo de transformação de bens e práticas em *commodities*, optou-se pelo termo *mercantilização*, principalmente por: a) não apresentar ambiguidade de acepção no que tange a processos de mercado – comoditização e comodificação, por exemplo, podem descrever o processo em que bens que tinham certo valor econômico a partir de atributos próprios considerados únicos, especiais, perdem esse valor e passam a se tornar simples *commodities* no olhar do mercado ou dos consumidores; b) por ter um termo cognato com uso amplo em estudos de linguagem e economia política (ver, a título de exemplo, HELLER; PUJOLAR; DUCHENE, 2014); c) por se tratar de um termo dicionarizado em português com a acepção pretendida. O dicionário online Aulete, por exemplo, define mercantilização como “transformação em mercadoria, em objeto de comércio, visando a interesses particulares (mercantilização da educação/da saúde pública)” (MERCANTILIZAÇÃO, c2018b). Já o dicionário online Priberam, define mercantilização como o processo de “tornar (uma coisa) artigo mercantil” (MERCANTILIZAÇÃO, c2018a).

O nosso interesse de longa data em diferentes formas de nacionalismo nos levou a rastrear formas pelas quais discursos sobre linguagem e práticas linguísticas estão ligadas à produção de ideias de nação e de Estado-nação e, portanto, ao exame dos espaços discursivos em que tais discursos e práticas são produzidas (e contestadas) e dos atores sociais que as produzem (ou contestam). Como observamos, discursos dominantes de direitos políticos, cidadania e governança tornaram-se cada vez mais desafiados por discursos de desenvolvimento econômico, nos quais o material linguístico de uma variedade de formas foi cada vez mais apresentado como um elemento de troca econômica. (HELLER; DUCHÊNE, 2016, p. 140).¹²

Essas observações etnográficas conduziram os pesquisadores a interpretar o que estava acontecendo¹³ em termos de fenômenos de mercantilização, sinalizando visões de linguagem como *commodity*, isto é, como um recurso econômico produzido, distribuído e consumido em larga escala.

O que estamos vendo, então, no Canadá francófono, é uma mudança da compreensão de linguagem como sendo primariamente um marcador da identidade étnico-nacional, para a compreensão de linguagem como uma *commodity* comercializável por si só, distinta da identidade. (HELLER, 2003, p. 474).¹⁴

*Globalização, a nova economia e mercantilização de identidade e linguagem*¹⁵ (tradução minha) é uma das primeiras publicações de Heller (2003) em que a autora relata suas observações etnográficas em torno de linguagem e formas de nacionalismo no Canadá francófono, nas quais a linguagem vinha sendo mobilizada simbolicamente não somente como um marcador étnico-nacional de identidade, mas também como um recurso econômico em trocas de mercado, ou ainda, como *commodity*. Esse processo de

¹² *Our longstanding interest in different forms of nationalism has meant tracking ways in which discourses on language and linguistic practices are tied to the production of ideas of the nation and of the nation-state, and so to examination of the discursive spaces in which such discourses and practices are produced (and contested) and of the social actors who produce (or contest) them. As we watched, dominant discourses of political rights, citizenship, and governance became increasingly challenged by discourses of economic development, in which linguistic material of a variety of forms was increasingly presented as an element of economic exchange. It was this process that, as we will summarize, led us to look for away to understand what was happening.*

¹³ Como relatei em outras palavras no capítulo de introdução, uma das minhas principais motivações para esta investigação tem também a ver com observações, no âmbito de municípios com política de cooficialização de línguas minoritárias no Sul do Brasil, de discursos desafiados: por um lado, as falas de ativistas linguísticos e, por outro, os discursos academicamente hegemônicos no que tange a direitos linguísticos e língua como patrimônio. Tais discursos desafiados remetiam frequentemente a questionamentos como: “para que salvar uma língua falada por poucas pessoas?”, “onde se vai usar a língua?”, “o que se ganha com isso?”, “o que eu ganho com isso?”. Esta pesquisa relata o que aprendi sobre perguntas como essas na Festa do Colono de José Bonifácio.

¹⁴ *What we are seeing then, in Francophone Canada, is a shift from understanding language as being primarily a marker of ethnonational identity, to understanding language as being a marketable commodity on its own, distinct from identity.*

¹⁵ *Globalization, the new economy, and the commodification of language and identity. (HELLER, 2003).*

correspondência/transformação situada de recursos linguísticos em recursos econômicos e a sua disponibilização em trocas convencionais de mercado, Heller (2010a) conceitua como mercantilização de linguagem. Sob esse ângulo, recursos linguísticos, assim como quaisquer outros bens simbólicos (BOURDIEU, 1977), podem ser cambiáveis por bens materiais e financeiros e, potencialmente, também agregar valor a outros bens simbólicos/materiais, que, por sua vez, também podem ser cambiados por outros bens simbólicos, materiais ou financeiros.¹⁶ Heller (2010a) argumenta que linguagem e multilinguismo, nas condições recentes de economia política, vêm sendo mobilizados como *commodity* principalmente como um meio de agregar valor a produtos, eventos, estabelecimentos comerciais ou pessoas, por meio de atributos (autêntico, local, exótico) disparados por usos de linguagem; ou ainda, como uma habilidade técnica, uma habilidade individual de alto valor de troca em diferentes mercados que valorizam conhecimentos em diferentes línguas.

Esses fenômenos, conforme Heller (2010b) e Heller e Duchêne (2012, 2016), vêm apresentando saliência na modernidade tardia, especialmente em campos contemporâneos da ação humana, como turismo, marketing, ensino de línguas, tradução e comunicações; por um lado, devido a novos papéis assumidos pela linguagem nas condições recentes de economia política do capitalismo tardio:

[...] como Bourdieu apontou há muito tempo (Bourdieu, 1982), ainda que a linguagem tenha sempre feito parte de sistemas complexos de trocas entre recursos simbólicos e materiais, com valores diferentes dependendo das condições sócio-históricas do mercado, as condições do capitalismo tardio ampliam a mercantilização da linguagem de maneiras a torná-la disponível para trabalhos que não tinha que fazer antes. (HELLER; DUCHÊNE, 2016, p. 140).¹⁷

Por outro lado, Del Percio, Flubacher e Duchêne (2016) ressaltam também que a linguagem vem assumindo relevo em campos contemporâneos da ação humana devido ao seu papel na reprodução de bens simbólicos:

Enquanto a linguagem sempre desempenhou um papel principal na regulação de um acesso individual à produção, distribuição e consumo de

¹⁶ Apesar de discussões em torno de um uso mais literal ou metafórico sobre o câmbio de linguagem por dinheiro (HELLER; DUCHÊNE, 2016; MCGILL, 2013), estudos sociolinguísticos recentes têm mostrado diferentes maneiras como a linguagem vem sendo mobilizada para atrair dinheiro e/ou aumentar o preço de produtos, eventos etc. Ver: Schedel (2018).

¹⁷ [...] as Bourdieu pointed out long ago (Bourdieu 1982), while language has always been part of complex systems of exchange among symbolic and material resources, with differing values depending on the sociohistorical conditions of the market, the conditions of late capitalism extend the commodification of language in ways that make it available for work it has not had to do before.

recursos (ver, e.g., Cohen, 1996; Gal, 2012; Tabouret-Keller, 2011), as atuais condições político-econômicas produzem um terreno frutífero para a linguagem agir como ferramenta principal na reprodução do capital. (Duchêne e Heller, 2012a, 2012b; Heller, 2003, 2010a). (DEL PERCIO; FLUBACHER; DUCHÊNE, 2016, p. 58).¹⁸

A citada ampliação da relevância da linguagem na reprodução de capitais vem sendo teorizada a partir da consideração do mercado como um paradigma dominante na sociedade contemporânea:

O mercado não está mais restrito a um domínio específico, mas impacta potencialmente todos os aspectos da linguagem em sociedade. Isso corresponde a uma transição societária de mercados como espaços físicos circunscritos para um conceito de sociedade de mercado (Slater e Tonkiss, 2001), e uma aceitação entre os teóricos sociais e sociolinguistas da mercantilização crescente de todos os aspectos da vida, incluindo os aspectos linguísticos. (KELLY-HOLMES, 2016, p. 157).¹⁹

Por fim, a ampliação da relevância da linguagem nas novas condições de economia política vem sendo associada também à terceirização da economia no capitalismo tardio, em outras palavras, ao:

[...] desenvolvimento do setor econômico que, diferentemente do foco do setor primário na extração de recursos primários (alimentos, metais, madeira, etc.), ou da concentração do setor secundário em transformações industriais desses recursos, é centrado, em vez disso, em informações, serviços e bens simbólicos. (HELLER; DUCHÊNE, 2012, p. 9).²⁰

Segundos os mesmos autores, o desenvolvimento desse setor associa-se principalmente ao vigoroso mercado de produção, circulação e consumo de bens simbólicos e de produtos com valor simbólico agregado, facilitado por recentes tecnologias de comunicação e deslocamento.

Nesta seção apresentei as bases dos estudos de mercantilização de linguagem considerados nesta dissertação, balizando noções e conceitos-chave e situando o fenômeno

¹⁸ *While language has always played a major role for the regulation of an individual's access to the production, distribution, and consumption of resources (see e.g., Cohen, 1996; Gal, 2012; Tabouret-Keller, 2011), current political-economic conditions produce a particularly fruitful terrain for language to act as a key tool in the reproduction of capital (Duchêne and Heller, 2012a, 2012b; Heller, 2003, 2010a).*

¹⁹ *The market is no longer restricted to a particular domain, but potentially impacts on all aspects of language in society. This corresponds with a societal transition from marketplaces as bounded physical spaces to a concept of the marketised society (Slater and Tonkiss 2001), and an acceptance among social theorists and sociolinguists of the increasing commodification of all aspects of life, including linguistic aspects.*

²⁰ *[...] development of the economic sector that, unlike the primary sector's focus on extraction of primary resources (food, metals, wood, etc.), or the secondary sector's concentration on their industrial transformation, is instead centered on information, services and symbolic goods.*

nas condições contemporâneas de economia política. O Quadro 1 oferece uma síntese de pontos importantes desta seção.

Quadro 1 – Mercantilização de linguagem



Fonte: Elaborado pelo autor.

Apresentados os pressupostos teóricos básicos, na seção seguinte aprofundo a discussão de mercantilização de linguagem, delineando pressupostos e noções analíticas.

2.3 LINGUAGEM COMO RECURSO IDENTITÁRIO E ECONÔMICO: PRESSUPOSTOS ANALÍTICOS

Em conformidade com as bases epistemológicas dos estudos de mercantilização de linguagem relatados, esta pesquisa orienta-se pela perspectiva teórico-analítica da etnografia crítica, informada pela Economia Política (HELLER, 2011). Trata-se de uma perspectiva que se apoia em investigações etnográficas com extenso trabalho de observação participante atento a fenômenos de linguagem, buscando identificar e explicar relações de poder e produção de diferença social. Nas palavras de Heller (2011, p. 10):

O argumento para a etnografia é a sua capacidade de descobrir como a linguagem funciona como uma prática social situada e como ela está ligada à organização social. O argumento para a economia política é a importância de entender a base material da organização social e como as condições materiais restringem a maneira como significamos as coisas. Em outros termos, trata-se de uma abordagem que permite descobrir como a ação social

está vinculada à estruturação social (Giddens, 1984; Heller, 2001a), entendendo ação e estruturação como processos sociais que se desenvolvem no tempo e no espaço, e não reinos conceitualmente e empiricamente distintos de fenômenos micro e macrosociais.²¹

O emprego da abordagem teórico-analítica crítica neste estudo é guiado principalmente pela busca explícita em não tomar como pressupostas categorias (linguísticas, identitárias e ideológicas) e discursos hegemônicos associados, mas, sim, averiguá-las “como construtos ideológicos, invenções ou discursos que são seletivos, parciais, interessados, situados e políticos” (JAFFE, 2011, p. 208).²² Apesar da inquirição crítica em linguagem contemplar uma ampla gama de teorias, métodos e questões (PIETIKÄINEN et al., 2016), o aspecto “crítico” desta pesquisa consiste em questionar, descrever e explicar: a) como estão distribuídas diferentes práticas sociais de linguagem (formas de poder simbólico) entre atores situados; b) quem tem e quem não tem a legitimidade de mobilizar essas práticas; c) como a legitimidade é construída em algum contexto de economia política em particular.

Em termos analíticos, empenho-me, conforme Heller (2011), em contar uma história sobre discursos e práticas de linguagem que esteja atenta à perspectiva dos participantes, informada pela economia política e que busca ser explicitamente crítica, nos termos apontados acima. Por meio dos procedimentos analíticos consagrados de etnografia crítica (HELLER, 2011), busco contar uma história considerando formas discursivas mais ou menos estáveis como instrumentos analíticos (HELLER; DUCHÊNE, 2012). Em acordo com Bakhtin (1997), o termo *discurso* é mobilizado aqui como formas de linguagem mais ou menos estáveis vinculadas a falantes, às suas práticas, às suas ideologias e ao contexto sócio-histórico e político-econômico que os circundam. Também se considera que:

[...] discursos são formas de constituir conhecimento, juntamente com as práticas sociais, são formas de subjetividade e relações de poder inerentes a tais conhecimentos e relações entre eles. Essa conceituação inclui a própria ideia de que os discursos têm um poder material e sistematicamente formam, moldam e alteram as definições de objetos que circulam dentro deles.

²¹ *I argue for an ethnographic approach to sociolinguistics as a form of critical practice, informed by political economy. The argument for ethnography is its ability to discover how language works as a situated social practice and how it is tied to social organization. The argument for political economy is the importance of understanding the material basis of social organization, and how material conditions constrain how we make sense of things. Put in other terms, it is an approach that allows for the discovery of how social action is tied to social structuration (Giddens 1984; Heller 2001a), by understanding both action and structuration to be social processes unfolding over time and across space, rather than conceptually and empirically distinct realms of micro and macro-social phenomena.*

²² *[...] treats it as a ideological construct: an invention or discourse that is selective, partial, interested, situated and political.*

(Pennycook 2010; Määttä e Pietikäinen 2014). (PIETIKÄINEN et al., 2016, p. 266).²³

Heller e Duchêne (2012) argumentam ainda que práticas de mercantilização de linguagem, nas condições contemporâneas de economia política, articulam-se a discursos econômicos mais ou menos estáveis. Essas formações discursivas são apontadas pelos autores em casos etnograficamente multissituados como: a) a criação de uma instituição de desenvolvimento econômico no Canadá francófono, que entrevê o bilinguismo local como valor simbólico agregado; b) discursos sobre multilinguismo e língua como habilidade técnica em uma conferência de ensino de línguas de herança para “imigrantes” e “trabalhadores convidados” na Suíça; e c) no repertório linguístico e identitário mobilizado economicamente de modos simbólicos e instrumentais em um programa turístico de uma minoria étnico-linguística de Yunnan, sudoeste da China (HELLER; DUCHÊNE, 2012). Heller e Duchêne (2012) propõem que essas observações sinalizam mudanças recentes mais amplas nas formações discursivas, práticas e ideologias, e no próprio papel da linguagem nas condições político-econômicas do capitalismo tardio, devido, substancialmente, aos novos papéis assumidos pelo Estado nacional na regulação do capital:

Utilizamos esses três exemplos para mostrar que, durante a década de 1990 e no século XXI, estamos testemunhando o surgimento generalizado de elementos discursivos que tratam linguagem e cultura principalmente em termos econômicos. Esse discurso não interrompe abrupta ou inteiramente ou substitui os discursos mais antigos que tratam a linguagem como política e cultural, associando-a à formação do Estado-nação; em vez disso, os dois estão interligados de maneiras complexas. No entanto, argumentaremos aqui, está acontecendo algo novo, algo que muda os termos nos quais a diferença social é feita e sobre quais relações de poder são construídas. Este livro é uma tentativa de descrever o que é isso, bem como desenvolver hipóteses sobre o que explica isso, observando a relação entre as características do capitalismo tardio e as ideologias e práticas de linguagem que ajudam a organizá-las e legitimá-las. (HELLER; DUCHÊNE, 2012, p. 3).²⁴

²³ [...] discourses are ways of constituting knowledge, together with the social practices, forms of subjectivity, and power relations that inhere in such knowledges and relations between them. This conceptualization includes the very idea that discourses have a material power and systematically form, shape, and change the definitions of objects circulating within them (Pennycook, 2010; Määttä and Pietikäinen, 2014).

²⁴ We use these three examples to show that during the 1990s and into the twenty-first century, we are witnessing the widespread emergence of discursive elements that treat language and culture primarily in economic terms. This discourse does not abruptly or entirely interrupt or replace older discourses which treat language as political and cultural, associating it with the formation of the nation-state; rather, the two are intertwined in complex ways. Nonetheless, we will argue here, something new is happening, something that shifts the terms on which social difference is made and on which relations of power are constructed. This book is an attempt to describe what that is, as well as to develop hypotheses as to what explains it, by looking at the relationship between the characteristics of late capitalism and the ideologies and practices of language which help to organize and legitimize them.

A fim de conceptualizar contrastivamente esses fenômenos, os autores circunscrevem a noção de *pride* a discursos, práticas e ideologias de lógica nacionalista que envolvem – frequentemente em minorias étnico-linguísticas – discursos de direitos linguísticos, linguagem como patrimônio e linguagem como marcador identitário; e a noção de *profit* a discursos, práticas e ideologias de linguagem na lógica do mercado, como recurso econômico. Mais especificamente, a noção de *profit* é delineada como forma discursiva mais ou menos estável associada às condições de economia política do capitalismo tardio, articulada a ideologias de linguagem que valorizam repertórios multilíngues, a linguagem como recurso e as habilidades linguísticas como valor agregado, como *softskill*. Assim, discursos de *profit* pressuporiam o estabelecimento de relações econômicas entre sujeito e linguagem. Já discursos de *pride* são delineados como discursos mais ou menos estáveis característicos das condições de economia política do capitalismo moderno, e são associados à ideologia de linguagem dominante desde a formação do Estado-nação moderno organizado em monolingüismo – sistema linguístico integral, nomeável e de relações inflexíveis entre sujeito, nação, identidade e língua. Discursos de *pride*, portanto, presumiriam relações identitárias mais ou menos rígidas do sujeito com códigos linguísticos. Heller e Duchêne (2012, p. 3) argumentam

[...] que o discurso dominante e a ideologia de língua como um sistema integral e circunscrito, indissociavelmente ligado a identidade e território, é fundamental para a legitimação do Estado-nação como um modo histórico particular de regulação do capital. Mas o capitalismo tem como uma das suas características fundamentais a expansão contínua e a saturação em série dos mercados. Conforme Giddens (1984), Appadurai (1996), Harvey (2006) e outros, argumentamos que nos encontramos agora em um momento particular desse processo, que chamamos de capitalismo tardio, e isso estende o sistema de regulação nacional de mercados até os seus limites e, possivelmente, para além deles.²⁵

Essa discussão é especialmente relevante para esta pesquisa por contemplar especialmente cenários de línguas minoritárias identificadas com formações identitárias étnico-nacionais. O termo línguas minoritárias é empregado neste trabalho em consonância aos debates de nacionalismo que investigam língua como componente central na construção de uma nação (ANDERSON, 1991) e que consideram como aspecto definidor relações de poder (de lógicas nacionalistas), e não as relações numéricas. (HELLER, 2006). Lógicas

²⁵ [...] that the dominant discourse and ideology of language as whole, bounded system inextricably tied to identity and territory is central to the legitimization of the nation-state as a particular historical mode of regulation of capital. But capitalism has as one of its fundamental characteristics the continual expansion and serial saturation of markets. Following Giddens (1984), Appadurai (1996) and Harvey (2006), and others, we argue that we find ourselves now at a particular moment in this process that we can call late capitalism, and that stretches the system of national regulation of markets to and possibly beyond its limits.

nacionalistas, contudo, operaram não somente na minorização de línguas e grupos, mas também fundamentaram discursos de direitos linguísticos e de língua como patrimônio de movimentos de revitalização de línguas, principalmente a partir do pós-Segunda Guerra Mundial, como meios de resistência, preservação e de continuidade de minorias. Esses discursos, entretanto, vêm sendo desafiados e remodelados por discursos de mercado nas recentes condições de economia política. Neste trabalho, emprego as formas discursivas de *pride* e *profit* como instrumentos interpretativos para investigar mobilizações econômicas de linguagem na Festa do Colono de José Bonifácio, município que tem a língua minoritária de imigração alemã Hunsrückisch como cooficial.

Com vistas a situar o leitor nesse propósito, retomo o caso relatado por Heller e Duchêne (2012) quanto a discursos de patrimônio e direitos linguísticos em políticas linguísticas para o ensino de línguas de herança para “trabalhadores convidados” e “imigrantes” na Suíça:

A maioria dos países de origem, de fato, estabeleceu programas de língua de herança, que foram tolerados pelo Estado como um meio de facilitar a reintegração das crianças após seu retorno “para casa” e apoiados pela esquerda suíça como um direito das crianças residentes na Suíça de aprender sua língua nativa e aprender sobre o seu país de origem, a fim de promover o desenvolvimento saudável de identidade e orgulho étnico. Esse discurso foi fortalecido à medida que os “trabalhadores convidados” tentavam se remodelar como “imigrantes”. (HELLER; DUCHÊNE, 2012, p. 12).²⁶

A partir de novas condições de imigração, discursos estritos de ensino de português como herança e patrimônio (*pride*), nesse contexto, por exemplo, passaram a ser postos em xeque e remodelados por discursos de ensino de língua de herança como *softskill*, ou seja, como uma habilidade individual simbólica de potenciais empregos econômicos (discurso de *profit*), com vistas a “salvar o mercado”, ou seja, com vistas a manter o programa de ensino de línguas:

As escolas de línguas de herança já não eram capazes de atrair o tipo de filho de “imigrante português” para o qual foram criadas, não porque as pessoas não tivessem filhos, mas porque aquelas crianças já não eram entendidas como necessariamente destinadas a um “regresso a casa”. Eles não estão

²⁶ *Most countries of origin in fact established heritage language programs, which were tolerated by the state as a means to facilitate children’s eventual reintegration upon their return “home,” and supported by the Swiss left as a matter of children’s right as residents of Switzerland to learn their native tongue and to learn about their country of origin, in order to foster healthy identity development and ethnic pride. This discourse was strengthened as “guest workers” attempted to recast themselves as ‘immigrants’.*

mais interessados em formas de educação nacional que possam facilitar esse retorno. As escolas, portanto, encontraram um problema de legitimidade. O exemplo mostra uma nova estratégia: a retomada de línguas de herança como valor agregado. O discurso de “*profit*” do “multilinguismo” salva o mercado sob condições que, de outro modo, veriam tais programas desaparecerem. Essa mudança não é, portanto, discursiva em um sentido simples: ela está relacionada a mudanças estruturais nas condições econômicas políticas, e afeta materialmente os meios de subsistência das pessoas, orienta suas atividades e enquadra como elas fazem sentido das coisas e se sentem a respeito delas (daí a anterior referência a “*habitus*”). (HELLER; DUCHÊNE, 2012, p. 18).²⁷

Nesse sentido é que os autores delineiam as formas discursivas de *pride* e *profit* como imbricadas e mutuamente constitutivas: discursos de patrimônio/herança e direitos linguísticos, de lógicas nacionalistas, antes estritamente *pride*, vinculam-se, no capitalismo tardio, de modos variados e complexos, a discursos de mercado (*profit*), sinalizando, assim, para possíveis novos lugares e papéis assumidos pela linguagem nas condições contemporâneas de economia política. Como aponte na introdução deste relato, investigo nesta dissertação, em especial, momentos em que linguagem assume relevância como um recurso econômico (*profit*) na Festa do Colono. Como veremos, contudo, fenômenos flagrados em meus registros de linguagem como um recurso econômico envolvem necessariamente perspectivas de linguagem como um recurso identitário local (*pride*) e também mercantilização de identidade. Em consonância com a literatura de mercantilização de linguagem aqui mobilizada, que tem como base estudos de teóricos sociais, como Bourdieu (1977) e Giddens (1984), e de sociolinguística interacional, como Gumperz (1982), assume-se nesta pesquisa a noção de que identidades não são fixas ou essenciais, mas, sim, múltiplas e variadas, ligadas à prática social e continuamente construídas e atualizadas no aqui e agora. Concebe-se que indivíduos podem pertencer a grupos variados, assumindo múltiplas identidades, e que, sob uma perspectiva crítica, categorias identitárias podem ser interpretadas por diferentes perspectivas de maneiras interessadas, ideológicas e políticas. Considera-se especialmente também nesta discussão que o repertório linguístico de minorias – que, nas condições de economia política do capitalismo moderno, era interpretado como um

²⁷ *The heritage language schools were no longer able to attract the kind of ‘Portuguese immigrant’ child they were set up for, not because people were not having children, but because those children were no longer understood as necessarily destined for a ‘return home.’ They are therefore no longer interested in forms of national education that would facilitate that return. The schools therefore encountered a problem of legitimacy. The example shows a new strategy: the recasting of heritage language education as value-added. The “profit” discourse of ‘multilingualism’ saves the market under conditions that would otherwise see such programs disappear. This shift is, therefore, not discursive in a simple sense: it is related to structural changes in political economic conditions, and it materially concerns people’s livelihoods, orients their activities and frames how they make sense out of and feel about things (hence the previous reference to ‘habitus’).*

capital identitário – nas recentes condições de economia política neoliberal, em que os repertórios identitário e linguístico assumem novos papéis na economia terceirizada, passa a ser interpretado e empregado como recurso econômico na produção de distinções de mercado.

O Quadro 2 apresenta os principais aspectos das noções analíticas discutidas nesta seção.

Quadro 2 – Perspectiva metodológica-analítica e noções analíticas

PERSPECTIVA METODOLÓGICA-ANALÍTICA – ETNOGRAFIA CRÍTICA

- Conta uma história situada atenta a perspectiva dos participantes da pesquisa.
- Considera linguagem uma prática social situada em condições de economia política.
- Considera categorias como linguagem, identidade, patrimônio objetos de inquirição, não empregando-os como pressupostos.

NOÇÕES ANALÍTICAS PRINCIPAIS

Discursos de <i>pride</i>	←————→	Discursos de <i>profit</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Característicos das condições de economia política do capitalismo moderno. • Pressupõe relações identitárias mais ou menos rígidas entre sujeito e códigos linguísticos. • Vinculados a discursos nacionalistas de linguagem que valorizam monolinguismo, língua como sistema integral, nomeável e discreto. • Vinculados a discursos de linguagem como patrimônio. 		<ul style="list-style-type: none"> • Característicos das condições de economia política do capitalismo tardio. • Pressupõe relações econômicas entre sujeito e códigos linguísticos. • Vinculados a discursos contemporâneos de linguagem que valorizam multilinguismo, repertório linguístico e usos simbólicos de linguagem. • Vinculados a discursos contemporâneos de linguagem como softskill ou valor agregado.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na próxima seção deste capítulo, alargo as noções analíticas de *pride* e *profit*, percorrendo sobre fenômenos de mercantilização de linguagem no campo do turismo.

2.4 LINGUAGEM COMO RECURSO IDENTITÁRIO E ECONÔMICO NO TURISMO

Pietikäinen et al. (2016), Heller (2010b), Heller e Duchêne (2012) e Heller, Pujolar e Duchêne (2014) apresentam o campo do turismo em espaços multilíngues periféricos, na modernidade tardia, como especialmente saliente e interessante para a investigação de fenômenos envolvendo a mobilização de linguagem como recurso identitário e econômico. Heller (2010b, p. 108) sublinha que o turismo:

[...] é uma das atividades canônicas de crescimento da nova economia globalizada (Rojek e Urry, 1997). Como indústria, o turismo passou do produto padronizado (por exemplo, o pacote turístico) com foco no lazer,

para nichos de mercado com foco no patrimônio, experiência (por exemplo, esportes radicais) e meio ambiente. Tornou-se atraente para as regiões economicamente periféricas, que são também aquelas de onde foram produzidas, por formas de nacionalismo de estado herdadas do século XIX, as minorias linguísticas, e que agora buscam mercantilizar identidades produzidas politicamente (MacDonald 1997, Coupland et al. 2005, Rinaudo 2005).²⁸

Como ilustração, Heller, Pujolar e Duchêne (2014) investigam, em estudo transversal e etnográfico, como linguagem e multilinguismo são mobilizados como recursos étnico-identitários e econômicos em contextos turísticos periféricos de línguas minoritárias. Seguindo esses autores, considera-se nesta pesquisa que linguagem e multilinguismo vêm sendo mercantilizados simbolicamente no turismo contemporâneo principalmente como forma de agregar valor a produtos, empresas, eventos, regiões e pessoas, por meio de marcadores/atributos de autenticidade e de “local” (HELLER; DUCHÊNE, 2016). Esse processo de vinculação simbólica de atributos subsidia também reorientações de discursos de patrimônio e *pride* na direção de *profit*, justificando-se, em termos de mercado, pela constante busca de distintividade em nichos de um mercado turístico cada vez mais saturado. Pode-se, assim, observar, em fenômenos de mercantilização de linguagem de espaços turísticos, tanto diferentes formas da conjunção de atributos quanto diferentes formas de coarticulação de discursos de patrimônio, direitos linguísticos e discursos de mercado para produzir distintividade. Como ilustração disso, Heller, Pujolar e Duchêne (2014) relatam um caso de produção de distintividade na Catalunha, local de turismo predominantemente urbano, a partir da mobilização da língua catalã como atributo de autenticidade “local” no turismo rural que explora uma rede de arquivos e centros culturais com foco na literatura catalã. Os empreendedores, nesse contexto, legitimam/justificam suas atividades em nome da preservação do “patrimônio escrito da localidade”, articulando discursos de mercado e discursos de patrimônio. É justamente nesse sentido que Pietikäinen et al. (2016) reivindicam o que caracterizam como novas oportunidades para as línguas minoritárias na modernidade tardia: diferentemente do que vinha acontecendo, tem-se observado contemporaneamente mobilizações de identidade, repertório linguístico e multilinguismo cada vez mais como recursos econômicos e como formas de poder simbólico dessas minorias. Privilegiadamente

²⁸ [...] is one of the canonical growth activities of the globalized new economy (Rojek and Urry 1997). As an industry, tourism has gone from the standardized product (e.g., the package tour) focusing on leisure, to niche markets focusing on heritage, experience (e.g., extreme sports), and the environment. It has become attractive to economically peripheral regions, which are also those from which linguistic minorities were produced by forms of state nationalism inherited from the nineteenth century, and who now seek to commodify politically produced identities (Macdonald 1997, Coupland et al. 2005, Rinaudo 2005).

em campos como o turismo, linguagem vem sendo mobilizada simbolicamente em eventos e espaços comerciais como modo de produzir distintividades em nichos de mercado, coarticulando, para isso, ganhos financeiros/desenvolvimento econômico com a manutenção/revitalização de línguas e identidades étnicas.

Essa articulação, contudo, não é feita sem tensões. Heller, Pujolar e Duchêne (2014) apontam criticamente três dimensões dessas tensões em seu estudo etnográfico multissituado de três línguas minoritárias no campo turístico. Surgem tensões, por exemplo, no que se refere à autenticidade e outros possíveis atributos vinculados à mercantilização de linguagem; surgem também tensões relacionadas a quais componentes do repertório identitário e linguístico podem ou devem ser mercantilizados e quem tem legitimidade de produzir a *commodity*; ou, ainda, tensões envolvendo a legitimação da *commodity* por diferentes públicos. Essas tensões relacionam-se a variados e multiformes fenômenos que envolvem, também, processos de mercado como, por exemplo, a cocriação. O termo *cocriação de valor linguístico* é empregado em referência ao processo de mercado caracterizado por Prahalad e Ramaswamy (2004) no qual produtores, comerciantes e consumidores participam conjuntamente da formação do valor agregado a itens de repertórios linguísticos e identitários em contextos de mercado.

A fim de aproximar o leitor à essas práticas sociolinguísticas, processos e tensões envolvendo mobilização de linguagem em contextos de mercado, apresento um caso de cocriação de autenticidade que tem aproximações com o cenário da minha pesquisa, na reportagem veiculada pela empresa pública alemã de radiodifusão *Deutsche Welle* em outubro de 2017 sobre o evento turístico da 34ª Oktoberfest de Blumenau.²⁹ Na reportagem, o jornalista Thomas Fischermann (2017) relata sua experiência em Blumenau por meio de uma crítica à alegada falta de autenticidade do evento:

Pé na Praia: Entre falsos bávaros

Por que uma cultura no Sul do Brasil – neste caso a teutônica – não se transforma e abre para novas influências? Principalmente em uma terra culturalmente tão rica e cheia de vida como o Brasil.

Fiquei um pouco malquisto entre as pessoas de Santa Catarina. Tem a ver com eu ter me comportado mal em Blumenau umas semanas atrás. E também com eu, como visitante alemão, ter achado a cultura local (de trajes típicos e cerveja) um pouco estranha. Mas não se deve evitar os conflitos. Assim, uns dias atrás acabei numa carroça enfeitada de flores. Seguíamos

²⁹ Um indício sobre projeções identitárias e linguísticas de Blumenau pode ser observado no *slogan* oficial do município: “Blumenau – o Brasil de alma Alemã”.

pelas ruas principais de Blumenau. Eu usava uma *lederhose*, sapatos apropriados para pastos e um colete folclórico. Eu sorria, acenava e jogava flores para as garotas mais bonitas.

Era preciso fazer isso, senão teria problemas com Sylvio Zimmermann. O político blumenauense, de 41 anos de idade, estava sentado ao meu lado na carruagem e falava de vez em quando: "Tenta ser simpático!". Mais tarde escreveu a mesma coisa por Whatsapp, provavelmente como um conselho para esta coluna, e me senti confuso. Simpático? Eu sou um alemão!

De qualquer jeito, achei gentil que o Zimmermann – um vereador jovem e muito engajado – tenha convidado esse repórter crítico e um pouco rabugento. Encomendei a *lederhose*, já que havia três anos que tinha vestido uma dessas, e chegou em cima da hora.

Mesmo assim quis saber por que a minha coluna há algumas semanas teve reações tão fortes de Blumenau. "Seu alemão de merda vc vem a Blumenau criticar", escreveu um certo Rogério, outros leitores me desaconselharam radicalmente a voltar a Santa Catarina. "Os alemães nem são mais alemães", escreveu um leitor, "existe uma completa perda de valores na Alemanha." Somente poucos leitores foram de acordo com a minha opinião de que os germânicos no Sul do Brasil vivem presos em uma nostalgia, congelados em uma cultura do passado, ao invés de se atreverem a renovar. "O que os teuto-brasileiros fazem no sul é certo, não podemos perder nossos valores centenários", dizia um dos comentários que recebi.

Pode-se ver isso assim, mas me pareceu estarem na defensiva. Por que uma cultura no Sul do Brasil – neste caso a teutônica – não deveria se transformar e abrir para novas influências? Principalmente em uma terra culturalmente tão rica e cheia de vida como o Brasil? Mas vi muito durante minha visita a Blumenau a veneração a coisas antigas da Alemanha e a rejeição de tudo que é novo. Até mesmo na rua, em um café, pelo qual eu passeava com Sylvio, o vereador, na manhã do desfile. "Vocês têm que parar com a imigração para a Alemanha!" gritaram dois senhores mais velhos, que eram em parte descendentes de alemães, em parte de italianos. O fluxo de refugiados de guerra alemães para a Alemanha tem que parar! Senão, em pouco tempo, a Alemanha não será mais alemã! Foi interessante ouvir este tipo de coisas sobre meu país. Dos dois senhores, nenhum deles havia jamais viajado para o meu país, e mesmo assim tinham medo de perder alguma coisa.

"Muito desta mentalidade daqui tem a ver com a repressão muito forte", disse Sylvio, o vereador. Ele se referia aos anos 30, quando o governo Getúlio Vargas tentava criar no Brasil uma nova consciência nacional, e mais tarde então com ainda mais intensidade, quando Brasil e Alemanha se tornaram inimigos na Segunda Guerra Mundial. "Blumenau sofreu muito", ele me disse.

É verdade. A área da cidade, antigamente com mais de 10 milhões de metros quadrados, foi dividida em vários distritos e entregues para intendentess fiéis ao governo. Escolas alemãs foram fechadas, foram proibidas as "Schützenvereine", o "Theaterverein Frohsinn" teve o nome mudado para Teatro Carlos Gomes.

O avo do Sylvio foi mandado para a prisão por um tempo – o vereador fala de modo vago sobre os motivos, mas aparentemente ele falava alemão, assim como toda a sua família o fazia: os primeiros ascendentes da família vieram para essa terra em 1836. A avó de Sylvio queimou todos os livros, cartas, periódicos e até mesmo a bíblia em alemão, para que a polícia não os pudesse acusar de nada. Ela só manteve um livro, bem escondido, um guia católico com conselhos práticos para o cotidiano: orações contra bruxarias, orações contra ladrões e coisas deste tipo. A avó fechava as janelas antes de

cantar as canções de natal. "Primeiro as pessoas tinham medo de ser alemãs, depois tinham vergonha", Sylvio disse.

Sylvio, o vereador, tem outra teoria também: que a Oktoberfest de Blumenau tenha ajudado a recuperar a autoconfiança dos germânicos do Sul do Brasil. As pessoas "encontraram uma razão para voltar, até um pouco de orgulho", ele me disse. Eu olhei para ele desconfiado. A Oktoberfest em Blumenau? Este pastiche com motivos bávaros e *lederhosen* e fanfarras e milhões de litros de cerveja? Até onde eu sei, em Blumenau quase não tem nenhum imigrante da Baviera. A maioria vem da Pomerânia, que hoje fica na Polônia. Outros vêm de Hamburgo, etc. Nenhum desses lugares tem a tradição de *lederhosen* e tal adoração por cerveja.

"Ah, nós não somos tão criteriosos assim", me disse um funcionário da secretaria de Turismo em Blumenau, "o bávaro representa para nós toda a Alemanha". E Sylvio aparentemente também via isso dessa forma, quando me dava conselhos para o desfile mais tarde – onde eu apareci, falso bávaro entre falsos bávaros, com meias de lã até os joelhos, em plenos trópicos, com um caneco de cerveja gigantesco na mão, que estava sempre cheio como que num passe de mágica.

"Nós não temos uma cultura alemã", ele me disse e riu, "temos uma cultura brasileira com influência germânica tropicalizada." Olhei para ele, porque estava tentando decifrar a frase comprida. Ele completou o pensamento. "Os alemães aqui são quase como os alemães da Alemanha – só bem-humorados!" (FISCHERMANN, 2017).

De acordo com a perspectiva do vereador Sylvio, a mobilização de recursos identitários e linguísticos "alemães" na 34ª Oktoberfest de Blumenau desempenha um papel de resgate do "orgulho" da identidade local para além da finalidade primária do evento, que é o lucro. O jornalista, contudo, como participante da festa externo à localidade e cidadão alemão, não legitima, em sua reportagem, as apropriações linguísticas e étnico-identitárias do evento, questionando, principalmente, numa lógica realista exclusivamente orientada por *pride*, questões de autenticidade ("Até onde eu sei, em Blumenau quase não tem nenhum imigrante da Baviera. A maioria vem da Pomerânia, que hoje fica na Polônia. Outros vêm de Hamburgo, etc. Nenhum desses lugares tem a tradição de *lederhosen* e tal adoração por cerveja"). Assim, o valor de atributos associados a identidades e à linguagem local, mobilizados na Oktoberfest de Blumenau, é criado não somente a partir dos organizadores do evento, mas também, em específico neste caso, por meio da própria reportagem *Pés-na-Praia: Entre falsos bávaros*. Como consequência, o jornalista relata que seus amigos brasileiros o aconselharam a não retornar mais a Blumenau, pois o seu "comportamento" o tornara malquisto na localidade, na medida em que ele não legitima a autenticidade das mobilizações de linguagem e identidade apresentadas como recursos locais. Tendo em vista processos de mercado como a cocriação de valor, é que Heller (2010a, p. 108) argumenta que a mobilização econômica de recursos simbólicos nas condições contemporâneas de economia política

[...] não está isenta de contradições próprias, porque a mercantilização de formas de linguagem e cultura produzidas sob a modernidade industrial deve enfrentar novas plateias, novos públicos e novos Outros quando mobilizadas como fontes de lucro. Isso pode ser sentido como uma tensão entre autenticidade e alienação (Taylor 2001), seja em subjetividades individuais (Bunten 2008) ou mais amplamente no quadro de um problema de redefinição de projetos coletivos de empoderamento político em projetos de desenvolvimento econômico (Phillips 2000, Roy & Gélinas 2004, Moise et al. 2006, Malaborza & McLaughlin 2008, Heller & Pujolar 2009).³⁰

A partir do exposto, apresento a seguir uma síntese para salientar aspectos centrais desta revisão teórica que orientam a perspectiva analítica deste trabalho.

Quadro 3 – Síntese sobre mercantilização de linguagem no Turismo

Mercantilização de linguagem no Turismo

- Linguagem vem sendo contemporaneamente empregada cada vez mais como um recurso simbólico de produção de distintividade em nichos de mercados turísticos de minorias linguísticas.
- Mobilização simbólicas e instrumentais de linguagem em nichos turísticos apresentam-se atualmente como oportunidades econômicas de desenvolvimento local e oportunidades para manutenção/revitalização de línguas minoritárias.
- Distintividade pode ser produzida por meio de mobilizações linguísticas e identitárias, bem como diferentes processos de mercado de criação e cocriação de valor agregado.
- O valor agregado disparado por mobilizações simbólicas de linguagem e identidade associa-se a complexos arranjos de atributos.
- "Autêntico" e "local" são atributos relevantemente distintivos em mobilizações de linguagem em espaços turísticos de minorias linguísticas, disparando também, de maneiras complexas, discursos de *pride* e *profit* co-articuladamente, o que produz com frequência tensões.

← Discursos de Príde Discursos de Profit →

Fonte: Elaborado pelo autor.

A seguir, encerrando a discussão teórica sobre mobilizações econômicas de linguagem, situo o leitor nos debates que investigam fenômenos de mercantilização de linguagem articulados a políticas para línguas minoritárias e línguas nomeadas.

³⁰ [...] is not without its own contradictions because the commodification of forms of language and culture produced under industrial modernity must face new audiences, new publics, and new Others when mobilized as sources of profit. This can be felt as a tension between authenticity and alienation (Taylor 2001), whether in individual subjectivity (Bunten 2008) or more broadly within the frame of a problem of redefining collective projects of political empowerment into projects of economic development (Phillips 2000, Roy & Gélinas 2004, Moise et al. 2006, Malaborza & McLaughlin 2008, Heller & Pujolar 2009).

2.5 LINGUAGEM COMO RECURSO IDENTITÁRIO E ECONÔMICO EM POLÍTICAS LINGUÍSTICAS DE MINORIAS E LINGUAS NOMEADAS

Nesta seção, delinheiro discussões relevantes para a interpretação de fenômenos de mercantilização de linguagem, flagrados em meus registros, articulados a discursos e práticas de políticas linguísticas. Discorro especialmente sobre como discursos estritos de patrimônio/herança, direitos linguísticos, *pride* e *endangerment*, em políticas linguísticas, nas condições contemporâneas do capitalismo tardio, vêm sendo reorientados na direção de discursos de *profit*. Por fim, nessa trama, apresento a discussão de línguas nomeadas.

As políticas para línguas minoritárias em leis, portarias e práticas situadas empregaram e desenvolveram em suas pautas, predominantemente, no pós-Segunda Guerra Mundial, discursos de proteção, direitos linguísticos e identitários, *endangerment* e patrimônio linguístico na esteira de discursos de proteção, reparo, direitos e cidadania de minorias étnicas. Discursos globais de *endangerment* (perigo, ameaça), conforme Duchêne e Heller (2008), dizem respeito a variadas formas discursivas, mais ou menos estáveis, que sinalizam a necessidade de proteção e defesa de línguas contra vários tipos de perigos. Discursos de *endangerment* são empregados frequentemente em textos de políticas linguísticas na construção de argumentos em favor de políticas de revitalização de línguas minoritárias, por exemplo. Nesses contextos, são mobilizadas comumente expressões como “línguas ameaçadas” ou “em perigo de desaparecer”. Essas formas discursivas constroem a linguagem como entidade autônoma, muitas vezes até como organismos vivos, que necessitam ser defendidos e protegidos. Duchêne e Heller (2008), sob um ângulo crítico, apontam que discursos de *endangerment* de línguas, que no contexto do pós-guerra tiveram como sentido de mobilização principal a proteção de minorias, vêm reproduzindo contemporaneamente essencialismos e lógicas nacionalistas ao focalizar a proteção estrita de línguas minoritárias em oposição às próprias minorias, às próprias pessoas!³¹

Por outro lado, face a novas condições de economia política, vem sendo apontado na literatura que a mobilização, no campo de políticas linguísticas de minorias, de discursos dominantes de *endangerment*, patrimônio e direitos linguísticos vem sendo também vinculada a discursos de mercado:

³¹ Nessas discussões costuma estar em jogo também quem, preferencialmente, tem o direito de preservação: línguas ou pessoas? Por mais assustador que pareça, isso não é evidente e consenso.

Movimentos de minorias linguísticas, como na Bretanha, no País de Gales, na Córsega ou no Quebec, basearam sua mobilização, nos últimos 40 anos aproximadamente, em discursos de nacionalidade emprestados dos Estados centralizadores a cujo poder eles resistem. No período pós-Segunda Guerra Mundial, os Estados Ocidentais foram legitimados como Estados de bem-estar social e trataram das reivindicações das minorias por meio da negociação de direitos e do fornecimento de apoio econômico (em nome de sua proteção ou sobrevivência). A maioria desses Estados desde então tem se afastado do modelo do bem-estar social (ou liberalismo de bem-estar social) para o neoliberalismo, acompanhado de um menor entusiasmo pelos direitos linguísticos minoritários e de uma reorientação para o desenvolvimento de repositórios laborais e de mercados de trabalho (Tickell & Peck 1995, Gee et al. 1996, Castells 2000, Harvey 2005, Heller 2007). (DA SILVA; HELLER, 2009, p. 96).

Da Silva e Heller (2009) examinam o entrelaçamento de discursos de mercado, patrimônio e direitos linguísticos em políticas linguísticas do Canadá francófono rural, apontando a alteração do papel do Estado – de protetor a produtor. Como consequência de novas condições de economia política (neoliberal), discursos de minorias linguísticas antes orientados em termos de direitos, de sobrevivência e proteção de patrimônio/herança coletiva, foram reorientados/remodelados de modo a servir em proporcionar oportunidades econômicas individuais em campos contemporâneos do neoliberalismo (turismo, economia de conhecimento tradicional), com o propósito de, no contexto, “evitar o êxodo rural”³² e garantir a sobrevivência da comunidade. Compreende-se, assim, que discursos étnico-linguísticos de sobrevivência, proteção e de relações identitárias mais ou menos rígidas entre sujeitos e códigos linguísticos (*pride*), em face das condições contemporâneas de economia política, não são substituídos, mas sim remodelados, vinculando-se a discursos de mercado (*profit*). Formam-se, assim, em domínios de políticas linguísticas, discursos imbricados e complexos, que coarticulam formas discursivas de *endangerment*, *pride*, direito e patrimônio (linguístico) a discursos de mercado. Em era de terciarização da economia e de neoliberalismo, ideologias nacionalistas subjacentes a discursos estritos de patrimônio/herança e direitos linguísticos não se sustentam mais por si só, de modo desprendido dos discursos de mercado. Assim, como apontam Da Silva e Heller (2009, p. 112):

O caso do Canadá francófono (fora de Quebec) ilustra como é difícil sustentar as ideologias nacionalistas que fundamentam a maior parte das políticas linguísticas minoritárias nos últimos 40 anos. Em parte, isso é paradoxal, uma vez que o propósito de boa parte dessas políticas tem sido

³² Destaco esse trecho em aspas por se tratar de uma das explicações naturalizadas da comunidade francófona, discutidas em Da Silva e Heller (2009) para a mudança do discurso político no sentido de *profit*.

facilitar o acesso das minorias linguísticas às estruturas políticas modernas e aos modos contemporâneos de produção capitalista. Na medida em que tal acesso foi obtido, as minorias se veem confrontadas com o mesmo problema dos Estados centralizadores a cujo poder elas resistem: a saber, o fato de que os mercados industriais e de recursos primários que os sustentam estão agora mudando para modos mais globalizados de produção e consumo além do alcance do controle do Estado, e para a crescente produção de bens simbólicos produzidos nos centros urbanos pelas populações móveis. O resultado, em todo caso, é a adoção no campo político dos discursos econômicos, tanto como ideologias legitimadoras, como também como um meio de dar sentido a um modo materialmente retrabalhado de distribuição de recursos.³³

Registre-se, contudo, que o cenário de políticas de línguas minoritárias discutido nesta dissertação é dessemelhante ao caso francófono de que tratam os autores da passagem, em linhas gerais, principalmente em termos de políticas linguísticas para minorias e características/condições econômicas. Apenas recentemente tem-se empregado discursos de *endangerment*, patrimônio e direitos linguísticos no Brasil em favor de políticas linguísticas de minorias e acesso destas a instrumentos contemporâneos de cidadania linguística (OLIVEIRA, 2015; WEE, 2016). Apesar disso, como sinalizarei em minhas análises, defendo que políticas linguísticas no contexto brasileiro também vêm sendo defrontadas por discursos econômicos e fenômenos de mercado de terciarização da economia. Como será discutido no Capítulo 4, debates em políticas de patrimônio e direitos linguísticos em José Bonifácio contemplam discursos de mercado. Essa associação, contudo, também não é feita sem tensões. Questões de autenticidade e legitimidade no emprego de itens do repertório linguístico e identitário local como recurso econômico integram, em particular, os debates de políticas linguísticas no cenário investigado. Como veremos, a própria política linguística de cooficialização do Hunsrückisch no município é aventada como possível *commodity* a ser explorada na Festa do Colono.

Assume-se o termo *políticas linguísticas* neste trabalho indicando gestão de línguas por meio de leis, portarias escritas, mas também práticas de linguagem, crenças e decisões individuais ou de grupos, cotidianas “tácitas ou explícitas, sobre como proceder, sobre o que é

³³ *The case of francophone Canada (outside Quebec) illustrates how difficult it is to sustain the nationalist ideologies that underlie the major part of minority language policy in the last 40 years or so. In part, this is paradoxical, since the point of much of this policy has been to facilitate the access of linguistic minorities to modern political structures and to contemporary modes of capitalist production. To the extent that such access has been gained, minorities find themselves faced with the same problem as that of the centralizing States whose power they resist: namely, the fact that the industrial and primary resource markets which sustained them are now shifting to more globalized modes of production and consumption beyond the reach of State control, and to the increasing production of symbolic goods produced in urban centres by mobile populations. The result, in any case, is the adoption in the political field of economic discourses, both as legitimating ideologies, but also as a means of making sense out of a materially re-worked mode of resource distribution.*

aceitável ou não” (GARCEZ; SCHULZ, 2016, p. 2) sobre linguagem. Em minha pesquisa que persegue mobilizações de linguagem como um recurso econômico na Festa do Colono, foram flagradas diferentes formas de políticas linguísticas, aventando diferentes itens do repertório linguístico de José Bonifácio como potencial recurso econômico local.

Nesse contexto, nomeações para esses itens do repertório linguístico assumiram também relevância. A discussão de “línguas nomeadas” que passo a caracterizar a seguir emergiu, como discutirei especialmente na seção 4.2.2, das minhas análises preliminares de mercantilização de linguagem. Sob uma perspectiva crítica (HELLER, 2011), considero inquirições que miram segmentações nomeadas do repertório linguístico não como um dado apriorístico, pressuposto, mas como um algo a descobrir, como um fenômeno a debater e investigar. Considero a invenção e nomeação do que, de fato, são variedades heteroglóssicas (e usualmente não nomeadas) de línguas faladas consonante a ideologias de Estado-nação (RICENTO, 2013, p. 527), interpretando linguagem “através de mitos de autonomia, sistematicidade e natureza regular, privilegiando o conhecimento linguístico científico supostamente especializado sobre as compreensões cotidianas da linguagem”³⁴ (MAKONI; PENNYCOOK, 2007, p. 18-19). Línguas nomeadas são requisito central para a formação (política e ideológica) de identidades de orientações nacionais e influenciam o modo como as pessoas, inclusive os especialistas, pensam e discorrem sobre a linguagem. Otherguy, García e Reid (2015) apontam esse aspecto de “perspectiva na nomeação de itens de repertório linguístico”, salientando o papel do *outsider*:

Enquanto que o idioleto de um indivíduo em particular é um objeto linguístico definido em termos de características lexicais e estruturais, a língua nomeada de uma nação ou grupo social não é; seus limites e integrantes não podem ser estabelecidos com base em características lexicais e estruturais. As duas línguas nomeadas do bilíngue existem apenas na perspectiva do *outsider*. Da perspectiva do *insider*, há apenas o idioleto ou repertório completo dele ou dela, que pertence apenas ao falante e não a qualquer idioma nomeado. (OTHERGUY; GARCÍA; REID, 2015, p. 281).³⁵

Um episódio pessoal ilustrativo disso (e próximo ao contexto desta pesquisa) foi quando, na graduação de Letras Português-Alemão, “descobri” que “o alemão” falado por

³⁴ [...] through its myths about autonomy, systematicity and the rule-bound nature of language, privileging supposedly expert scientific linguistic knowledge over everyday understandings of language. (MAKONI; PENNYCOOK, 2007, p.18-19).

³⁵ Whereas the idiolect of a particular individual is a linguistic object defined in terms of lexical and structural features, the named language of a nation or social group is not; its boundaries and membership cannot be established on the basis of lexical and structural features. The two named languages of the bilingual exist only in the outsider's view. From the insider's perspective of the speaker, there is only his or her full idiolect or repertoire, which belongs only to the speaker, not to any named language.

meus pais, em Três de Maio, e, especialmente, por meus familiares em São José do Inhacorá tinha outro nome: Hunsrückisch. Comentei o meu “achado” com a minha família, em provável tom de certeza e sabedoria, e fui belamente galhofado: “O guri da capital já sabe mais sobre nós do que nós mesmos... (risos). Nós não falamos isso aqui, aqui falamos alemão!”. A nomeação Hunsrückisch e, em português, hunsriqueano, é amplamente empregada na literatura especializada³⁶ para designar a coine linguística falada e escrita no Brasil por imigrantes e seus descendentes oriundos da região do Hunsrück, na Alemanha (ALTENHOFEN, 1996).

O Quadro 4 oferece uma síntese de aspectos-chave da discussão desenvolvida nesta seção.

Quadro 4 – Mercantilização de linguagem e políticas linguísticas

Políticas linguísticas de minorias nas condições de economia política do pós- Segunda Guerra

- Preservação e proteção de minorias por meio de suporte financeiro assistencial.
- Mobilização de discursos de *endangerment*, *pride*, patrimônio e direitos linguísticos com orientações nacionalistas, com vistas a preservação de línguas.

Políticas linguísticas de minorias nas novas condições de economia política

- Capacitação de comunidades minoritárias a produzir distintividade de mercado por meio de seus recursos linguísticos e identitários, no neoliberalismo.
- Vinculação complexa e tensa de discursos de *pride*, *endangerment*, patrimônio e direitos linguísticos a discursos de *profit*.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A seguir, no próximo capítulo, caracterizo o cenário da pesquisa, o trabalho de campo e apresento os principais procedimentos metodológicos empregados.

³⁶ A nomeação e a própria pesquisa em torno da língua minoritária Hunsrückisch desenvolveu-se no entorno das investigações de Cléo Wilson Altenhofen.

3 O PALCO DA FESTA E COMO A HISTÓRIA FOI PRODUZIDA: O CAMPO DE PESQUISA E OS PRESSUPOSTOS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção, apresento ao leitor o cenário, os pressupostos e os procedimentos de pesquisa desta história. Assim, na seção 3.1, discorro sobre aspectos geográficos, históricos, econômicos, identitários e político-linguísticos de José Bonifácio, situando e apresentando a Festa do Colono. Já na seção 3.2, descrevo os procedimentos metodológico-analíticos de pesquisa empregados.

3.1 CENÁRIO DA HISTÓRIA: O CAMPO DE PESQUISA

A geração de dados para esta pesquisa ocorreu intensamente ao longo de dez dias ininterruptos em José Bonifácio, município que integra uma das regiões metropolitanas no Sul do Brasil. A localidade conta com aproximadamente oito mil habitantes e é referida aqui por pseudônimo. Emancipada politicamente em 1963, conta atualmente com 11 distritos. Conforme Schetz (2015), a historiografia relata que, a partir de 1830, a região de José Bonifácio passou a ser ocupada e colonizada majoritariamente por imigrantes alemães originários do estado alemão da Renânia – Palatinado, especialmente do altiplano Hunsrück,³⁷ e que falavam a variedade de imigração alemã Hunsrückisch. Todavia, açorianos e africanos já habitavam porções da região. A respeito da contribuição de diferentes grupos étnico-nacionais na formação de José Bonifácio, Schetz (2015, p. 127) criticamente salienta que:

O que tem sido feito [na historiografia] é declarar que houve a presença de africanos, libaneses, açorianos e indígenas na região, mas ao falar de cultura, como algo que une a população sob uma ótica de igualdade étnica, já que a cultura ali é quase sinônimo de etnicidade, percebe-se que apenas a cultura dita alemã é lembrada.

Ao longo das primeiras décadas do século XIX, a economia de José Bonifácio era substancialmente agrícola e de subsistência familiar, predominando a cana de açúcar, a mandioca, a produção de farinha de trigo e a criação de gado. Contudo, por volta de 1970, a produção de hortaliças, principalmente empreendida por famílias de descendentes de imigrantes alemães, passou a apresentar bons resultados e predominar na localidade como

³⁷ O site da prefeitura caracteriza da seguinte maneira o “legado/patrimônio” dos primeiros imigrantes alemães: “O maior legado deixado pelo imigrante alemão foi a força destemida para o trabalho nas terras de [nome do município]. Seus descendentes construíram ao longo do Século XX um patrimônio cultural bastante expressivo. Mantiveram os principais costumes e ergueram o município com ordem e determinação”.

cultura agrícola, abastecendo municípios vizinhos – principalmente a capital do estado – e gerando destacado desenvolvimento local. Em consulta realizada em março de 2018, o site oficial da prefeitura de José Bonifácio caracterizava a localidade como a maior produtora de hortaliças do estado, salientando a produção média anual de 150 mil toneladas. A agricultura é caracterizada como o principal setor da economia, sendo que ao menos 80% das famílias da localidade vivem da produção e comercialização de hortifrutigranjeiros. Outro fator que garante a constante demanda por produtos agrícolas,³⁸ conforme já mencionado, é a localização do município, próxima à capital, integrando o cinturão verde da região metropolitana. Por outro lado, o êxito econômico que passou a experimentar José Bonifácio deve-se também, em grande medida, ao marketing dos produtos locais e à projeção identitária do município no âmbito do turismo identitário e cultural (SCHETZ, 2015, p. 25), a exemplo da própria Festa do Colono. De acordo com Schetz (2015, p. 67), recentemente o turismo tem se tornando um importante setor na economia local, principalmente por meio de empreendimentos de parques aquáticos, do turismo rural, das festas locais e do turismo cultural de identidade étnica alemã.³⁹ Como sinalização disso, por exemplo, o site da Secretaria do município⁴⁰ destaca ao potencial público visitante de José Bonifácio que, apesar do contínuo e próximo contato com a capital, a localidade “ainda mantém características marcantes da colonização como fé e cultura familiar, culinária, dialeto ainda hoje falado e a arquitetura preservada que dá charme à cidade”. Já o site oficial da Secretaria de Turismo do estado⁴¹ aponta que, no município, encontram-se: “[...] traços da colonização alemã nos costumes e na culinária [...]”. A respeito da mobilização de identidades “alemã” e de produtor rural no turismo cultural de festas da localidade, Schetz (2015, p. 42) salienta que:

A cidade da Festa da Cachaça, Festa da Hortaliça e Festa do Colono, acaba atraindo visitantes e moradores/as que conferem de perto a apresentação que se faz sobre o ideal de colono-imigrante-agricultor e de como a família é importante em todo o processo do trabalho no campo.

A autora interpreta ainda que têm sido mobilizados recentemente, em José Bonifácio, discursos identitários de “povo trabalhador”, “produtores de alimentos”, de homogeneidade

³⁸ O destacado sucesso da economia rural de José Bonifácio é fator decisivo para a permanência de jovens no município e, assim, para o reduzido êxodo rural. Conforme o site da prefeitura, “A maioria (dos jovens) opta pela garantia da qualidade de vida”.

³⁹ José Bonifácio integra também uma rota regional de turismo histórico e cultural com a denominação de Caminhos da Imigração Alemã. Emprega-se na divulgação do programa o slogan “Hier Leb ich gern!”; em português (tradução minha), “Aqui gosto de viver!”.

⁴⁰ Dados da publicação da informação não informados por questões de ética de pesquisa.

⁴¹ Dados da publicação da informação não informados por questões de ética de pesquisa.

étnico-linguística “alemã” e discursos de legado como ferramenta de reafirmação de uma identidade étnica alemã local (SCHETZ, 2015, p. 53).

Os discursos sobre identidades e memórias são percebidos, ainda, nas reportagens sobre a cidade, inclusive naquelas que falam sobre a produção de hortifrutigranjeiros em [nome do município], apresentando-o, muitas vezes, como o maior produtor do gênero na região, ou do Estado (dado este apresentado pela Prefeitura Municipal de [nome do município]). Tais discursos não estão ligados apenas a questões étnicas e culturais, mas também a um discurso de trabalhadores/as que não se eximiriam de cumprir com sua tarefa: de produzir alimentos para toda a região. O “legado” dos/as antepassados/as alemães/ãs pode ser visto também nas placas indicativas dos nomes das ruas em estilo colonial, nas lixeiras e nas paradas de ônibus. Os discursos apresentados na cidade não se anulam: somam-se e dão a ideia de que há uma homogeneidade populacional. (SCHETZ, 2015, p. 27-28; modificado para a supressão do nome do município).

Schetz (2015) argumenta que esse movimento discursivo de positivação identitária é recente na historiografia de José Bonifácio, intensificando-se principalmente com o sucesso econômico-agrícola e com o surgimento de festas comunitárias. Para a autora, a articulação desses discursos em textos memorialísticos conversa de perto com a reivindicação histórica de colonos descendentes de imigrantes alemães, mas locais, brasileiros, de José Bonifácio.⁴²

Aproximando o olhar para [nome do município], vê-se a agricultura na cidade se fortalecendo, sendo esta, também, carregada de significados identitários e memorialísticos; é nesse período que a Festa do Colono vai ganhando destaque na região e a Festa da Cachaça começa a ser realizada. É também o momento em que escritores de [nome do município] começam a se debruçar sobre o passado da cidade, indo para os períodos de imigração, relatando das dificuldades e a importância da chegada dos imigrantes alemães para a região, exaltando a cultura germânica, reivindicando-a como uma cultura local. (SCHETZ, 2015, p. 25; modificado para a supressão do nome do município).

Assim, se por um lado a autora entende que, historiograficamente, no município, identidades “alemãs” vêm sendo positivadas discursivamente como uma reivindicação de cultura local e nacional; por outro, discursos identitários vêm sendo mobilizados sob lógicas de exclusão, pretendendo-se identidades étnicas homogêneas e representativas de toda a população de José Bonifácio.

⁴² A afirmação de nacionalidade brasileira, de local, remete a um embate discursivo, principalmente do início do século XX no Brasil, quando se debatia – em tom de alerta no contexto de guerras – que colônias alemãs não se assimilavam e alinhavam-se a propósitos nacionalistas alemães. Ver Gertz (1987) sobre o assunto. Esses debates formaram as bases dos discursos mobilizados nas políticas de nacionalização do Estado Novo. Essas políticas envolveram, dentre outras práticas, a proibição do ensino de línguas “estrangeiras”, como a língua alemã-padrão, e a proibição de fala de outras línguas que não fossem o português em espaços públicos.

Nesse sentido, Schetz (2015) vincula discursos recentes de “legado” e patrimônio cultural e linguístico a discursos de reafirmação de atributos de local, de brasileiro. Assim, a autora pondera criticamente os esforços recentes de cooficialização da língua nomeada como brasileira (local)⁴³ e de imigração alemã – Hunsrückisch: “Afiml: quem fala e de onde fala? É o Hunsrückisch “apenas” um idioma? Ou pretende ser um marcador identitário e cultural? Quais os caminhos que a co-oficialização, enquanto política pública, vem tomando?” (SCHETZ, 2015, p. 80). O projeto de lei de cooficialização do Hunsrückisch de José Bonifácio foi elaborado e proposto, em 2010, por Argemiro – vereador e professor de história e filosofia da localidade, tomando como base o projeto de lei análogo no município de Santa Maria do Jequitibá (ES). A Lei de Cooficialização do Hunsrückisch foi sancionada e publicada em outubro de 2010 pela Câmara Legislativa de José Bonifácio, após terem sido realizadas discussões do projeto em audiências públicas de três comunidades do município.⁴⁴ Em 2013, o município foi contemplado com 100 mil reais de um edital da Secretaria de Turismo e Cultura do estado, a partir do projeto intitulado *Patrimônio Imaterial Hunsrückisch*. O projeto, com assessoria técnica do IPOL (Instituto de Políticas Linguísticas),⁴⁵ consistia em realizar um censo diagnóstico no município a fim de produzir indicadores sociolinguísticos, principalmente para orientar decisões sobre a implementação de uma ortografia e ensino da língua.⁴⁶

A cooficialização de línguas minoritárias em nível municipal é uma política linguística recente no Brasil. O primeiro município a cooficializar línguas de uso local (a saber, as línguas indígenas tucano, baniwa e nheengatu) foi São Gabriel da Cachoeira, no Amazonas, em 2002, abrindo caminho jurídico para a cooficialização de línguas indígenas e de imigração em diversos outros municípios (MORELLO, 2015b). Ao lado da política do Inventário Nacional da Diversidade Linguística (Decreto n.º 7837 [BRASIL, 2010]) e da Lei n.º 5.626 (BRASIL, 2005), que regulamenta a Língua Brasileira de Sinais e as disposições da

⁴³ No Inventário Nacional de Diversidade Linguística (INDL) é objetivo central reconhecer (em termos de status jurídico) variedades linguísticas faladas no Brasil como línguas brasileiras, para declará-las como patrimônio imaterial brasileiro. Para além de um movimento em José Bonifácio de reconhecer identidades e línguas “alemãs” como locais e brasileiras, na linha do que diz Schetz (2015), e, com base no que discutiremos no capítulo a seguir, entende-se que há também um movimento de revalorização etnonacional e etnolinguística “alemão” como uma forma recente de estabelecer distinção em nichos de mercados econômicos.

⁴⁴ No próximo capítulo analisaremos em detalhe os discursos envolvidos na Lei e Justificativa da Cooficialização do Hunsrückisch, bem como traremos indícios sobre as possíveis vinculações discursivas do texto e da ação propositiva de Argemiro. Argemiro foi um dos participantes desta pesquisa.

⁴⁵ Website disponível em: <<http://e-ipol.org/inventario-hunsruckisch/>>. Acesso em: 02 maio 2018.

⁴⁶ Em 2017, quando da minha geração de dados na festa do município, ao visitar a prefeitura, fui informado de que o censo diagnóstico não tinha sido realizado em tempo hábil e que o dinheiro recebido pela Secretaria de Turismo e Cultura teve que ser devolvido. Assim, não foi possível produzir dados conclusivos e realizar a publicação dos resultados.

constituição de 1988 sobre línguas indígenas, pode-se considerar a política de cooficialização de línguas no âmbito municipal como uma das principais ferramentas jurídicas vigentes de política linguística para promoção e manutenção de línguas de herança/de minorias no Brasil. Como sinalizado, este estudo investiga essa política vinculada à mobilização econômica de linguagem através da Festa do Colono do município de José Bonifácio. No que tange às especificidades da cooficialização em José Bonifácio, Schetz (2015) salienta a mobilização dessa política em articulação com discursos que tratam a língua como patrimônio e modo de reafirmação de identidades étnicas “alemãs”:

A co-oficialização dessa língua intenta incentivar o aprendizado do Hunsrückisch nas escolas públicas municipais; sendo a justificativa para tal o anseio de querer recuperá-la, já que é considerada patrimônio imaterial e, ao que parece, na tentativa de (re)afirmar a presença da cultura alemã na cidade. (SCHETZ, 2015, p. 79).

Por outro lado, Schetz (2015) também aponta que a política linguística de cooficialização de José Bonifácio está circunscrita em discursos, como indiquei anteriormente, de posituação de uma memória e identidade étnica local, representativa de toda a população de José Bonifácio (“nossa”), não “estrangeira”:

A língua tem sido, em alguns momentos, vista como um marcador de diferenças até mesmo biológicas, não apenas identitárias. Percebe-se que nem sempre a manutenção de identidades se dá conscientemente. Pensando nos grupos atuantes na cidade de [nome do município], que seriam os/as efetivamente falantes, os/as não falantes e os/as que trabalham em prol da co-oficialização e manutenção desse idioma, talvez o último grupo seja o que de fato atua efetivamente de maneira consciente nesse espaço. Quando na justificativa de lei que co-oficializa o Hunsrückisch Argemiro, em entrevista cedida em 2013 afirma que “A intenção aqui é recuperar, manter uma língua nossa. Não é mais estrangeira, ela é nossa”, a questão de destaque em sua fala é: de quem é essa língua que ele afirma ser “nossa”? Ela só é “pertencente” a alguém desde que a pessoa se identifique com sua história, com seus usos, com seu léxico, pois esta é sim um marco identitário. Um diferenciador e um aproximador. (SCHETZ, 2015, p. 91; modificado para a supressão do nome do município).

Como apontarei na seção 4.1.1, Hunsrückisch, na Lei de Cooficialização de José Bonifácio, é, de fato, apresentado como um patrimônio identitário representativo de toda a população de José Bonifácio, tal como afirma Schetz (2015). Por outro lado, em registros dessemelhantes, o repertório linguístico e a própria política linguística de cooficialização são também mobilizados ou aventados como recursos econômicos.

Por fim, passo a caracterizar, em linhas gerais, a Festa do Colono, salientando aspectos históricos, a organização e estrutura do evento. A Festa do Colono teve a sua primeira edição em 1978, numa iniciativa do Sindicato dos Trabalhadores Rurais para dar maior visibilidade à produção agrícola de José Bonifácio.⁴⁷ O evento, desde então, é realizado anualmente, homenageando o produtor de alimentos local, e ocorre no entorno das comemorações à data considerada de chegada dos primeiros imigrantes alemães no Brasil, em São Leopoldo, Rio Grande do Sul, no dia 25 de julho de 1824. A festividade normalmente conta com dois dias de eventos. No primeiro, após missa católica, a festa é aberta com a escolha da rainha e baile de música tradicionalista gaúcha. No segundo dia, há missa católica às 8h da manhã, seguida de desfile de máquinas agrícolas enfeitadas; entre 10h e 12h, há feira de hortaliças, frutas e produtos coloniais produzidos no município e, por fim, pela parte da tarde, há shows gratuitos e baile. Chegando à quadragésima edição e sendo reconhecido localmente como o maior e mais “tradicional” evento de turismo cultural da localidade, a Festa do Colono ainda é organizada e promovida pelo Sindicato dos Trabalhadores Rurais. O atual presidente do sindicato, Gelson,⁴⁸ seu filho, Welson, sua esposa e as duas secretárias do sindicato, Ana e Larissa, são reconhecidos localmente como os principais responsáveis por “fazer a festa acontecer”. No entanto, como notei em minha experiência de campo, cada integrante da diretoria do sindicato – formada por produtores rurais locais, predominantemente de ascendência alemã – tem atribuições específicas na organização da festa. Todos eles são voluntários, participando também do desfile e vendendo seus produtos coloniais na feira da Festa do Colono.

A seguir, a fim de apresentar ao leitor mais elementos e visões da Festa do Colono, bem como indicar preliminarmente mobilizações simbólicas de identidade como valor agregado flagradas em meus registros na festa, apresento uma reportagem televisiva de divulgação da Festa do Colono veiculada no dia 21 de julho de 2017 no JA (Jornal do Almoço) pela emissora RBS TV. Conforme a âncora da reportagem, a matéria “chama a atenção do público da região metropolitana para a festa”⁴⁹.

⁴⁷ Esse relato é geralmente veiculado em reportagens de mídias regionais sobre a Festa do Colono. Tomei como base na escrita deste trecho, contudo, principalmente trechos do meu diário de campo, que ratificam esses relatos.

⁴⁸ Nas primeiras edições da festa, Gelson foi secretário do seu pai, presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Ao conversar sobre a história do sindicato com Gelson, ele mostra evidente orgulho de estar promovendo a festa e ser presidente do sindicato, segundo o que ele destaca, democraticamente, há tanto tempo. Todo o dinheiro levantado na Festa do Colono é utilizado para os propósitos dos associados ao Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Geralmente, divulga-se os valores recebidos pela festa na missa da Igreja Católica.

⁴⁹ Acompanhei a produção da reportagem em minha pesquisa de campo no dia 21/10/2017.

Figura 3 – Reportagem sobre a Festa do Colono



Fonte: Registradas pelo autor.

Transcrição da reportagem do Jornal do Almoço exibida originalmente em 21 de julho de 2017:

Apresentadora: E o fim de semana vai ser especial na cidade de [nome do município]. A cidade se prepara para receber milhares de pessoas para a Festa do Colono.

Apresentador: É, festa boa. Tudo organizado, feito aí de forma voluntária [ênfatisou] por agricultores e moradores do município. A festa começa amanhã, mas a gente já foi conferir o que podemos esperar deste evento.

Repórter: Há três gerações a família do Seu José está no campo. No interior de [nome do município] ele planta mais de 15 variedades de hortaliças que abastecem toda a região metropolitana. Hoje ele acordou mais uma vez cedinho, mas não foi só para colher as verduras e sim para enfeitar este carro aqui, que vai ser destaque no desfile da Festa do Colono de [nome do município], uma tradição que o agricultor repete desde criança.

Produtor Rural: É. Eu queria ir, né, aí o meu pai ajudava, né, para... para ir na Festa do Colono. É uma alegria, o cara, né, expor os legumes na festa para todo mundo ver. Dá emoção até, né?

Repórter: Pelo menos 80 máquinas agrícolas enfeitadas devem participar do desfile que vai passar por essa rua no centro do Município de [nome do município] na manhã de domingo. Todas as verduras expostas no desfile são vendidas depois lá mesmo. A Festa que está comemorando 40 anos celebra o Dia do Colono e do Motorista, uma data importante para a cidade, onde 80 por cento da população vive da agricultura familiar.

Coordenador da festa: É mostrar como é o dia a dia do agricultor, é fazer o aparato geral do que eles fazem no seu dia, e trazer isso tudo para a festa. Então na festa a gente vai ter de tudo: vai ter shows, vai ter bailes, vai ter comida típica feita pelos agricultores.

Repórter: E todo mundo ajuda um pouco, são mais de 400 voluntários com a mão na massa. E outro destaque da Festa do Colono de [nome do município] está justamente aqui na cozinha. São as receitas típicas alemãs. Foram usados aqui mais de 800 quilos de farinha para produzir tudo entre pães, bolachas aí, bolos. E as voluntárias estão trabalhando desde o início da semana, como a Maria que a gente encontrou aqui, né? Maria, conta para a gente o que vai ter de bom para comer aqui na festa.

Voluntária: Na nossa festa vai ter tudo de bom para comer. Além do nosso bolo amanteigado, vamos também ter os nossos docinhos, Santa Fé, bolo de aipim, aquele tradicional bolinho de aipim da vovó, a nossa massa, que é também a massa, o pãozinho da vovó lá de antigamente.

Repórter: A programação da Festa do Colono de [nome do município] começa no sábado à noite e encerra no domingo com almoço festivo depois do desfile das máquinas agrícolas. Todos os pratos podem ser comprados separadamente pelos visitantes.

Apresentador: A programação completa da Festa do Colono de [nome do município] você encontra aqui, ó: no site do G1.

A Festa do Colono, na reportagem, é posicionada como uma festa conhecida da região metropolitana, com atributos identitários de comunitária, de étnica-alemã (em referência à culinária) e tradicional. O desfile de máquinas agrícolas enfeitadas, por exemplo, é apresentado como “tradicional” na localidade, envolvendo várias gerações e apresentando os

produtos e a “criatividade” “local”. Apresentador, repórter, voluntária e organizador da festa contribuem na criação do valor simbólico agregado à festa, mobilizando e salientando atributos identitários da localidade e da festividade na reportagem, a fim de atrair visitantes ao evento. Note-se, por exemplo, que é a repórter quem salienta as receitas como “típicas alemãs”, e não a voluntária ou o organizador da festa.

Nesta seção, foram sinalizados ao leitor aspectos relevantes para compreensão do cenário onde se passa esta pesquisa. Na seção seguinte, esclareço os pressupostos e procedimentos analíticos assumidos.

3.2 PRODUZINDO UMA HISTÓRIA CRÍTICA: PRESSUPOSTOS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com vistas a compreender o que se passa no campo de pesquisa e contar uma história⁵⁰ sobre como linguagem é mobilizada como recurso econômico na Festa do Colono de José Bonifácio, conduzi uma pesquisa exploratória qualitativa e interpretativa (ERICKSON, 1990; MASON, 2002), de base etnográfica crítica, informada por fenômenos de economia política (HELLER, 2011; HORNBERGER; JOHNSON, 2011; JAFFE, 2011). Conforme Mason (2002), entendo que a pesquisa qualitativa engloba os modos de interpretação, compreensão, vivência, produção e constituição do mundo social que se baseiam em geração de dados em trabalho de campo. Já a abordagem interpretativa indicia o exercício de captar o que estava acontecendo, a experiência continuada dos participantes a partir dos sentidos construídos pelos próprios participantes no aqui e agora de nossos encontros.⁵¹ Por fim, o préstimo da abordagem etnográfica crítica, condizente com os pressupostos metodológicos das investigações em mercantilização de linguagem evocados nesta pesquisa, sustenta-se, por um lado, no entendimento de linguagem como uma prática social e uma prática político-econômica, e, por outro lado, na convicção de que a etnografia possibilita contar uma história sobre os sentidos envolvidos nessas práticas “devido a sua

⁵⁰ As características narrativas deste relatório, que se propõe a contar uma história particular de linguagem, atentam ao ponto de vista dos participantes, em concordância com a perspectiva da etnografia crítica (HELLER, 2011).

⁵¹ O que está acontecendo pode estar opaco para os participantes. Captar isso é uma das tarefas centrais da pesquisa interpretativa. Nesse sentido, conforme Erickson (1990, p. 106), entendo adicionalmente que “a tarefa do pesquisador interpretativo é descobrir as maneiras específicas em que as formas locais e não locais de organização social e cultural se relacionam com as atividades de pessoas específicas no processo de fazer escolhas e conduzir a ação social em conjunto”.

ênfase em processos interpretativos e na natureza situada desses processos”⁵² (MARTIN-JONES, 2011, p. 3).

Feitas essas considerações, passo a esclarecer o caráter exploratório deste estudo de linguagem de base etnográfica. O trabalho de campo foi realizado ao longo de apenas dez dias ininterruptos (13 a 23 de julho de 2017), antes e durante a Festa do Colono, que ocorreu nos dias 22 e 23 de julho de 2017. Nos oito dias que antecederam a festa, foram gerados dados referentes à organização, participação, divulgação e decoração da festa. Já durante a Festa do Colono, foram gerados dados principalmente no desfile, na feira de hortaliças e nos shows ao ar livre. O caráter exploratório desta pesquisa prende-se às suas pretensões singelas de familiarização do pesquisador com os fenômenos de mobilizações econômicas de linguagem em cenários de línguas minoritárias no Brasil, que, como salientamos na introdução, carece de investigações. Assim, busco com esta pesquisa principalmente constituir bases empíricas de fenômenos envolvendo mercantilização de linguagem que possam apontar para hipóteses e técnicas mais adequadas para investigações mais maduras. A abordagem de pesquisa crítica etnográfica da linguagem atenta para relações de poder, não tomando categorias (língua, identidade, patrimônio) e discursos hegemônicos como pressupostos, mas, sim, perscrutando suas mobilizações como construtos teóricos, ideológicos e políticos interessados e parciais, de produção de diferença social.

Apresentadas as linhas gerais das bases teórico-metodológicas deste estudo, passo a relatar o percurso do desenho desta pesquisa, a negociação de acesso à Festa do Colono, o tratamento de questões de ética em pesquisa, os procedimentos metodológicos de geração de dados e os procedimentos analíticos.

Minha primeira versão do projeto desta pesquisa, em consonância com indagações de minha trajetória de investigação de línguas minoritárias de imigração alemã no projeto ALMA-H⁵³ e na disciplina de Políticas Linguísticas,⁵⁴ previa investigar fenômenos envolvendo a cooficialização do Hunsrückisch em José Bonifácio, principalmente devido às minhas observações empíricas na localidade de tensões entre discursos de reparação, direitos linguísticos, língua como patrimônio e utilidade econômica da política. Esse desenho inicial, após leituras sobre estudos de nacionalismo e mercantilização de linguagem em disciplinas do mestrado, deu lugar ao projeto final de pesquisa, que foi submetido ao Comitê de Ética em

⁵² [...] *because of its emphasis on the interpretative processes and on the situated nature of such processes.*

⁵³ Website: <<https://www.ufrgs.br/projalma/>>. De modo sucinto, o projeto investiga amplamente a variação da língua Hunsrückisch no Sul do Brasil, Argentina e Paraguai.

⁵⁴ Disciplina ministrada na Graduação de Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul pelo professor Pedro de Moraes Garcez.

Pesquisa da UFRGS. Os objetivos e perguntas de pesquisa desta investigação, contudo, são versões amadurecidas, por trabalho de campo, da versão projetada (RADÜNZ, 2017).

A negociação para o acesso a campo envolveu, principalmente, a solicitação de anuência de pesquisa junto ao Sindicato dos Trabalhadores Rurais (Apêndice B),⁵⁵ aprovação quanto ao mérito do projeto de pesquisa pela Comissão de Pesquisa do Instituto de Letras da UFRGS, e quanto à ética em pesquisa, pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP-UFRGS). Em relação à ética em pesquisa, os participantes entrevistados assinaram duas vias do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE),⁵⁶ ficando uma das vias com o participante e outra com o pesquisador.⁵⁷ Os participantes foram, em todas as situações, informados desde o primeiro contato com o entrevistador que possuíam total liberdade de se recusar a participar da pesquisa, ou, ainda, de que poderiam retirar seu consentimento em qualquer momento, sem penalização ou prejuízo próprio. As entrevistas foram preferencialmente realizadas antes do início da Festa do Colono, com vistas, principalmente, a reduzir o desconforto e o incômodo dos participantes. Para entrevistas e conversas informais com registros de notas de campo durante a festa, a geração de dados foi realizada em momentos e situações julgadas pelo pesquisador como as menos incômodas ou desconfortáveis possíveis. Os participantes também foram devidamente informados e fez-se o uso do TCLE quando se julgou apropriado no aqui e agora da situação. Considerou-se que esta pesquisa apresentou riscos mínimos, dizendo respeito, principalmente, à exposição pública dos participantes e à intervenção do pesquisador no ambiente pesquisado. Para minimizar os potenciais riscos gerados, fiz uso dos seguintes procedimentos:

- a) preservação da identidade dos participantes: os nomes de todos os participantes da investigação foram substituídos por pseudônimos. Foram utilizados recursos gráficos também para anonimizar fotos e documentos;
- b) estratégias de minimização do desconforto com a presença do pesquisador: procurei estabelecer contatos na localidade por meio de pessoas já conhecidas. A permanência pelo período de alguns dias (e muitos eventos vivenciados) possibilitou aos participantes se acostumarem com a minha circulação no local,

⁵⁵ Para obtenção da anuência, inicialmente troquei e-mails com contatos que tenho na localidade, esclarecendo os objetivos da investigação, bem como alguns dos seus aspectos éticos. Esses contatos facilitaram a minha aproximação com os organizadores da Festa do Colono, no Sindicato dos Trabalhadores Rurais do município. A partir disso, por telefone, falei com alguns responsáveis pela organização da Festa do Colono. Informei sobre o tema da pesquisa, sempre enfatizando que procuraria não atrapalhar a organização e o evento e que a anuência poderia ser retirada a qualquer momento. Por fim, enviei por e-mail a solicitação de anuência ao Sindicato dos Trabalhadores Rurais, que foi atendida conforme consta no documento assinado que se encontra no Apêndice B.

⁵⁶ Apêndice C.

⁵⁷ Apenas adultos maiores de idade foram entrevistados.

com minhas fotos, vídeos, registros em diário de campo e conversas. Procurei me manter discreto na geração desses dados, aproveitando lugares e situações reconhecidas no aqui e agora como adequadas para realizar entrevistas em lugares pouco movimentados ou sem exposição do entrevistado;

- c) desidentificação das referências à localidade: realizei manipulação visual de materiais em que constasse a identificação da localidade, da Festa do Colono e/ou das instituições da localidade.

Em conformidade com o que sugere Bernard (2006) para pesquisas etnográficas de curta duração, e tendo em vista uma pesquisa exploratória com a maior qualidade possível, procurei focalizar de modo consistente a geração de dados articulados, principalmente, à pergunta de pesquisa principal: *verificam-se fenômenos de mercantilização de linguagem, multilinguismo e políticas linguísticas na Festa do Colono de José Bonifácio? Em caso afirmativo, que configurações assumem esses fenômenos e que debates envolvem?*

Assim, mirando mobilizações econômicas de linguagem em conexão com a formação de um quadro descritivo do evento, gerei dados nos oito dias que antecederam a festa, principalmente no Sindicato dos Trabalhadores Rurais, na Cozinha da Festa do Colono, e nos espaços utilizados e preparados para a festa. Os registros feitos relacionam-se, centralmente, com os preparativos finais para o evento: montagem de estruturas para shows, preparação de comidas, compras de bebidas, etapas finais de divulgação e decoração da festa. Os métodos de geração de dados desse primeiro momento foram: observação participante e conversas informais⁵⁸ com registros de notas de campo; cinco entrevistas com integrantes do Sindicato dos Trabalhadores Rurais, uma entrevista com um voluntário da localidade na organização da festa, uma entrevista com o Secretário da Cultura e Turismo do município e uma entrevista com o proponente da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch; coleta de documentos e dados em áudio e vídeo (documentos da cooficialização, materiais de divulgação, matérias, anúncios e reportagens sobre a Festa do Colono); registros fotográficos; e observação direta não participante de mídias digitais no site eletrônico da Festa do Colono. Por intermédio de um constante exercício de reflexividade em campo, o roteiro de perguntas previstas em Radünz (2017) (Apêndice D) também foi modificado ao longo da geração de dados, dando lugar a

⁵⁸ Tenho convicção que, principalmente, mostrar interesse em conversar sobre agricultura local, chegar todos os dias às 07h da manhã no Sindicato e falar “alemão” tenha facilitado muito meu acesso aos participantes da localidade. Gelson frequentemente me pedia para falar em “alemão” com moradores da localidade e me apresentava sempre destacando que eu era professor de “alemão” e vim “fazer um estudo” disso na Festa do Colono.

questionamentos mais sensíveis, adequados e específicos à principal pergunta de pesquisa que persegui. Como estratégia de geração de dados, nesse primeiro momento da pesquisa, optei por realizar observação participante principalmente no Sindicato dos Trabalhadores Rurais, na companhia de Welson, Gelson e suas secretárias, Ana e Larissa. Lá, tive várias oportunidades de interação, formando assim um quadro descritivo mais aproximado e adequado ao evento. Por gentileza e atenção dos participantes, fui frequentemente convidado a acompanhá-los a outros espaços da festa para “conhecer a organização da festa” e para que fosse apresentado às pessoas da localidade.

Nos dias de evento da Festa do Colono, dias 22 e 23 de julho, os dados foram gerados, principalmente, por meio de registro de fotos e vídeos, observação participante⁵⁹, observação não participante em mídias digitais e conversas informais com participantes da Festa do Colono. Os dados gerados por observação participante foram registrados em notas de campo e as duas entrevistas realizadas com participantes da Festa do Colono, que acamparam no município com *motorhome* (casa móvel), foram registradas em áudio. Conversas informais durante a festa também foram registradas em notas de campo. As Figuras 4 e 5 (panfletos oficiais de divulgação da festa) apresentam ao leitor os eventos principais da Festa do Colono de 2017 de José Bonifácio.

Figura 4 – Panfleto oficial de divulgação com a programação da Festa do Colono



Fonte: Organização da Festa do Colono. Referências à localidade foram suprimidas.

No texto do panfleto lê-se o seguinte:

Chegamos a quadragésima edição da Festa do Colono de [nome do município] numa linha de crescimento progressiva se firmando na tradição cultural do município, através do desfile de máquinas agrícolas aonde os

⁵⁹ Realizei observação participante em todos os eventos da Festa do Colono. Fez parte da investigação conversar bastante, comer as comidas “típicas”, beber e dançar. Principalmente, no baile gaúcho com João Luiz Correia.

agricultores enfeitam suas máquinas com muita criatividade e retratam seu dia a dia na lavoura.

Após o desfile, os agricultores comercializam sua produção de hortifrutigranjeiros. O evento vai se realizar nos dias 22 e 23 de julho de 2017, com uma programação variada que inclui Escolha da Rainha da Festa, Shows gratuitos, Bailes, Tradicional Desfile de Máquinas Agrícolas, Exposição de produtos da cidade, Feira Multissetorial e muita Gastronomia Típica.

A Festa é promovida pelo Sindicato dos Trabalhadores(as) de [nome do município] cuja renda é em benefício aos Trabalhadores Rurais. Venha comemorar conosco os 40 anos de festa!

Figura 5 – Panfleto oficial de divulgação com a programação da Festa do Colono



Fonte: Organização da Festa do Colono. Referências à localidade foram manipuladas visualmente.

A fim de melhor situar o leitor na geração de dados deste trabalho, apresento a seguir dois trechos do meu diário de campo e um quadro sinóptico do trabalho realizado em campo. O primeiro trecho traz elementos de minha busca, nos momentos iniciais da pesquisa, por estabelecer confiança com os organizadores do evento, me mantendo ativamente atento a fim de produzir conduta adequada às expectativas que identificava e procurando produzir o menor desconforto possível para os participantes em decorrência da minha presença continuada no Sindicato dos Trabalhadores Rurais. O segundo trecho mostra uma das conversas que tive com Gelson, no sindicato, em que registro indícios da perspectiva do organizador do evento sobre a economia local e o sucesso dos colonos de José Bonifácio.

Comecei o dia cedo a fim de reescrever as notas de campo e reorganizar o que aprendi em torno da pergunta de pesquisa principal. Procurei também refletir, a partir das possibilidades que já tenho, quais serão os focos da observação de hoje. Estou com dor de garganta, mas estou hesitando em ir ao posto de saúde da cidade. Talvez seja interessante para a pesquisa para ter outros insights. Decido passar a manhã no Sindicato, depois ir ao posto de saúde e à biblioteca da cidade. Chego no sindicato, cumprimento Ana e Larissa. Ambas estão em uma sala mais ao fundo do sindicato. Pergunto se

posso ficar com elas na sala de atendimento para ouvir o que se passa em relação a organização da Festa do Colono. Ambas concordam gentilmente. É o segundo dia que fico nesta sala, a entendi como o espaço mais estratégico para gerar dados sobre mobilizações econômicas de linguagem na organização da Festa do Colono e, eventualmente, fazer perguntas aos organizadores. É o segundo dia, ainda estamos nos conhecendo, estabelecendo confiança, não conheço como é a relação entre as meninas, a relação entre Gelson e Welson, não sei o quão ansiosos eles estão para o evento. Não quero atrapalhar. Tento estar bastante atento às minhas ações, minha postura na sala, tom de voz, contato visual e quando, como e quantas perguntas faço. (Trecho do diário de campo, 15 de julho de 2017).

Gelson chega no Sindicato e me cumprimenta. Pergunta como está indo a minha pesquisa. Com um sorriso digo que Larissa e Ana estão sendo muito gentis e me ajudando bastante a conhecer mais coisas sobre a Festa do Colono. Comento também que queria entender um pouco mais da economia local, do sucesso da localidade com verduras e hortaliças. Gelson comenta aproximadamente comigo sobre o tema: os colonos plantam e distribuem eles mesmos as hortaliças em sacolões, feiras e CEASA. Eles têm caminhões e distribuem por quase todas as cidades próximas os produtos. Antigamente se plantava mandioca, fumo. Plantar hortaliças é o que dá mais dinheiro hoje. Tenho um conhecido que vive só com meio hectare de terra, plantando só verdinho. (Trecho do diário de campo, 17 de julho de 2017).

Quadro 5 – Sinopse do trabalho de campo

TRABALHO DE CAMPO	
14/07 – Sexta-feira: Entrada em campo. Apresentação da pesquisa. Confirmação do consentimento para a pesquisa. Observação participante.	15/07 – Sábado: Entrada em Campo. Observação participante. Registros fotográficos iniciais na localidade. Conversas informais. Observação não participante em mídias digitais da Festa do Colono.
<p>Chegada ao hotel e café da manhã no Restaurante do “Alemão”. Primeiras impressões sobre a produção agrícola local e sobre mobilizações econômicas de identidade e linguagem na paisagem linguística local.</p> <p>Reunião com os funcionários do Sindicato dos Trabalhadores Rurais e principais organizadores da Festa do Colono (Welson, Gelson, Larissa e Ana). Apresentação da pesquisa e seus objetivos, combinações, esclarecimentos sobre observação participante, combinação de datas e horas para a realização de entrevistas.</p> <p>Observação participante no Sindicato dos Trabalhadores Rurais com frequentes interações.</p> <p>Gelson me “alerta” que tem “pouco alemão na Festa do Colono”. Tenho primeiros indícios sobre a perspectiva dos</p>	<p>Visita a espaços comerciais, gastronômicos, prefeitura, e centros culturais da localidade. Primeiras impressões e registros sistemáticos sobre a paisagem linguística local, que apresenta múltiplas mobilizações em língua alemã. Registros iniciais sobre a divulgação e estruturas da Festa do Colono. Conversas informais e primeiras impressões sobre as percepções locais sobre economia local, línguas, identidade e empregos econômicos de identidade e linguagem.</p> <p>Até esse momento, não ouvi ainda a língua “alemã” local. Em interações que tive no comércio da localidade, verifico perspectivas que afirmam que “alemão” é falado somente pelas gerações mais velhas de algumas comunidades rurais do município.</p>

<p>organizadores da Festa do Colono sobre mobilizações econômicas de linguagem e identidade no evento.</p>	
<p>16/07 – Domingo: Observação participante em eventos sociais de José Bonifácio. Registros fotográficos. Observação não participante em mídias digitais da Festa do Colono.</p>	<p>17/07 – Segunda-feira. Observação participante no Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Conversas informais.</p>
<p>Observação participante na Missa Católica da localidade. Observação participante no encontro de automóveis antigos. Conversas informais ocasionais e alguns registros sobre empregos econômicos de linguagem e identidade na comercialização de produtos.</p>	<p>Observação participante no Sindicato dos Trabalhadores Rurais com frequentes interações com Ana e Larissa. Procuro ativamente estabelecer confiança com os organizadores da Festa e reduzir o desconforto com minha presença continuada. Tendo como base as perguntas previstas em Radünz (2017), busco, por um lado, formar um quadro descritivo inicial da organização da Festa do Colono, dos principais colaboradores e da história do evento. E, por outro lado, persigo mobilizações econômicas de linguagem. Conversas informais com Gelson e Welson foram importantes nesses propósitos.</p>
<p>18/07 – Terça-feira: Observação participante no Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Entrevista com Argemiro.</p>	<p>19/07 – Quarta-feira: Observação participante na cozinha da Festa do Colono. Conversas informais. Entrevistas. Recolha de documentos.</p>
<p>Observação participante no Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Conheço mais a partir de episódios registrados sobre a participação voluntária na Festa do Colono dos jurados do desfile, tradição local da escolha da rainha, movimentação financeira da festa, de onde compra-se produtos.</p> <p>Gelson me convida para acompanhá-lo para conhecer mais de perto o comércio da localidade e resolver com ele algumas questões da Festa do Colono. Registro impressões sobre como a Festa do Colono beneficia a localidade e como a legitimidade do evento é cocriada localmente.</p> <p>Sou convidado para participar como jurado da escolha da rainha da Festa do Colono. Aceito o convite e tenho a oportunidade de aprender mais sobre os significados e mobilizações identitárias envolvidas nesse evento.</p> <p>Durante a tarde, entrevisto Argemiro, professor, ex-secretário municipal e autor da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch. Aprendo a partir da perspectiva do participante mais sobre os empregos</p>	<p>Observação participante na cozinha da Festa do Colono a convite de Gelson. Conversas informais com voluntárias da Festa que fazem bolos,ucas, Santa Fé e a galinha com recheio alemão. Primeiro episódio em que escuto Hunsrückisch falado na localidade. Compreendo mais sobre o trabalho voluntário na Festa do Colono e sobre visões de identidade e língua no evento.</p> <p>No Sindicato dos Trabalhadores Rurais, durante a tarde, realizo entrevistas com Ana e Larissa, secretárias do Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Ambas são filhas de produtores rurais da localidade e tem 22 e 24 anos, respectivamente.</p> <p>Após as entrevistas, continuo no sindicato. Observo um jornal regional contatar Welson com a finalidade de divulgar o evento. Com conversas informais sobre o tema com Welson, aprendo mais sobre o que de simbólico se divulga da Festa do Colono e em que mídias.</p>

<p>econômicos de Hunsrückisch e da política linguística na Festa do Colono e na localidade.</p>	
<p>20/07 – Quinta-feira: Observação participante no Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Conversas informais. Entrevistas. Recolha de documentos. Observação não participante em mídias digitais da Festa do Colono.</p>	<p>21/07 – Sexta-feira: Observação participante na realização de uma reportagem da festa do Colono. Conversas informais. Entrevistas. Recolha de documentos. Observação não participante em mídias digitais da Festa do Colono.</p>
<p>Sigo com observações no Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Welson me apresenta os cartazes de divulgação das 40 edições da Festa do Colono.</p> <p>Evidencia-se que manifestações culturais “alemãs” passam a integrar explicitamente a programação da Festa do Colono em 2013 a partir das comemorações dos 180 anos de imigração alemã no município e do anseio de Welson e Gelson de incluir no evento elementos identitários e linguísticos “alemães” de José Bonifácio.</p> <p>Durante a tarde, entrevisto Welson, principal responsável da divulgação dos eventos artísticos da Festa do Colono. Tenho indícios importantes sobre quais questões envolvem mobilizações econômicas de linguagem e identidade na festa.</p> <p>Durante a noite entrevisto Márcia, mãe de Welson e esposa de Gelson, uma das principais voluntárias na organização da Festa do Colono.</p> <p>Também durante a noite entrevisto Nádia, principal cozinheira da Festa do Colono. Com idade de 67 anos, foi a primeira participante que falou comigo em “alemão” de José Bonifácio. Aprendo mais sobre visões do que é ser “colono” na localidade.</p>	<p>Observação participante em reportagem da RBS-TV sobre a Festa do Colono. Aprendo e compreendo um pouco mais sobre mobilizações simbólicas de linguagem e identidade na divulgação do evento.</p> <p>Tenho mais indícios também sobre processos de co-construção de valor agregado simbólico e de legitimidade da Festa do Colono com mídias.</p> <p>Durante a tarde, entrevisto Cláudio, secretário de cultura, turismo e educação de José Bonifácio. Tenho novos indícios sobre a relevância de questões de autenticidade e legitimidade para a mercantilização de linguagem em eventos turísticos de José Bonifácio.</p> <p>Tendo sempre em vista a principal pergunta de pesquisa deste trabalho, percebo, ao final dessa etapa de pesquisa, múltiplos empregos simbólicos e poucos empregos instrumentais de linguagem ao longo de meus registros.</p>
<p>22/07 – Sábado. Observação participante. Entrevistas. Conversas informais. Intensos registros fotográficos e em vídeo.</p>	<p>23/07 – Domingo: Observação participante. Intensos registros fotográficos e em vídeo. Conversas informais. Saída de campo.</p>
<p>Durante a manhã e início da tarde acompanho os preparativos finais para a Festa do Colono. Entrevisto Gelson.</p> <p>Durante a tarde, entrevisto dois participantes da Festa do Colono que acampam na localidade com seu <i>motorhome</i> (casa móvel). Conheço perspectivas de fora da localidade sobre os valores simbólicos agregados à Festa do Colono.</p> <p>No início da noite, realizo observação</p>	<p>Durante a manhã, realizo observação participante, registros fotográficos e em vídeo e tenho conversas informais no Desfile e na Feira da Festa do Colono.</p> <p>Durante a tarde, tenho conversas informais com feirantes, comerciantes e participantes da Festa do Colono.</p> <p>Tenho conversas informais com integrantes da banda Chopão.</p> <p>Verificam-se múltiplas mobilizações simbólicas de linguagem e de identidade local como valor agregado</p>

<p>participante como jurado da escolha da Rainha da Festa do Colono. Entrevisto a rainha da Festa do Colono de 2016. Durante a noite, realizo observação participante no baile gaúcho (o melhor que já fui), provo quitutes da festa, como a galinha com recheio “alemão”. A cada pessoa a quem era apresentado ou conhecia, tinha nova oportunidade de investigar, em conversas informais, percepções locais. Mobilizações de linguagem e repertório identitário local evidenciam-se com frequência em falas de apresentadores de eventos ao longo das apresentações artísticas da Festa do Colono.</p>	<p>na Festa do Colono.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------

Fonte: Diário de Campo.

Após a geração dos dados, dei continuidade a reflexões interpretativas dos fenômenos de mobilização econômica de linguagem da Festa do Colono nas atividades de escrita final do diário de campo, segmentação inicial dos registros (GARCEZ; BULLA; LODER, 2014), transcrições com grafia modificada de entrevistas e, por fim, análises preliminares, produzindo sistematicamente as primeiras asserções empíricas. Considero que a etapa da análise dos dados “envolve procedimentos interpretativos que não são essencialmente diferentes de procedimentos ordinários [e presentes em outras etapas da pesquisa] mas que necessitam ser responsáveis e sistemáticos”⁶⁰ (HELLER; PIETIKÄINEN; PUJOLAR, 2018, p. 123). Contar uma história em perspectiva crítica, amarrando os tantos e diversos registros desta pesquisa exploratória de modo a fazer justiça à perspectiva dos participantes, experiências vivenciadas e à produção intelectual de colegas, foi exercício árduo para mim, demandando várias e várias revisitas. Submeti minhas primeiras análises a meu grupo de pesquisa com grandes dificuldades de relacionar o que havia sido segmentado e interpretado por mim com a discussão teórica de mercantilização de linguagem que partilhávamos. Como procedimento para contornar essas dificuldades, deixei de lado os dados, gerenciei minhas ansiedades, e reli os principais textos teóricos de mercantilização de linguagem, procurando estabelecer sistematicamente relações com o contexto investigado, podendo, assim, revisitá-lo com outros enquadramentos. Ao longo desse movimento, retornava com frequência aos dados, ouvindo entrevistas, relendo meu diário⁶¹ e atualizando hipóteses. No enfrentamento dessas dificuldades, discuti novamente uma proposta de índices e categorias de análises,

⁶⁰ *Analysis involves procedures of interpretation not essentially different from ordinary ones but that need to be accountable and systematic.*

⁶¹ Considerou-se os procedimentos descritos por Coupland, Garrett e Bishop (2005) no que se refere a procedimentos de análise de diários de campo.

apresentando também, em texto, um exemplo de análise ao orientador. Após apreciação conjunta do exercício analítico e da seleção dos dados, me debrucei a fundo na análise dos dados, considerando, conforme Heller, Pietikainen e Pujolar (2018), especialmente os seguintes processos:

- a) mapeamentos: identificação de categorias-chave a fim de formar um quadro descritivo do que será examinado mais detidamente;
- b) rastreamentos: seguir categorias-chave no tempo e espaço;
- c) conexões: ligar categorias identificadas com quadros interpretativos/teóricos mais amplos, de modo que a pesquisa não seja uma mera caracterização de um contexto. Pode-se fazer isso também, por exemplo, investigando e relacionando os vários fenômenos relacionados a uma categoria ou relacionando os fenômenos observados com pesquisas prévias;
- d) reivindicações: é o processo de formulação de asserções mais abrangentes, expressando as contribuições da análise ao campo de estudos. Em consonância também com Erickson (1990, p. 108), considerei, nesse processo, que “a tarefa do analista é expor as diferentes camadas de universalidade e de particularidade que apresenta o caso específico examinado”.

Assim, recorro tanto quanto possível nessa pesquisa exploratória à estratégia de triangulação de dados, buscando dar ao leitor oportunidades de avaliar o que interpreto nos meus registros. As análises dos dados apresentadas no próximo capítulo foram organizadas de modo a contemplar a apresentação de asserções já nos próprios títulos das seções, seguidas da contextualização e apresentação do dado examinado, caracterização da sua tipicidade e, por fim, a análise e discussão teórica e interpretativa dos índices em que se sustentam as asserções.

4 “POR QUE NÃO UNIR O ÚTIL AO AGRADÁVEL?”: MOBILIZAÇÕES SIMBÓLICAS DE LINGUAGEM COMO *SOFTSKILL* E COMO VALOR AGREGADO NA FESTA DO COLONO

Neste capítulo são examinados discursos e práticas flagradas em minha investigação de base etnográfica exploratória que trazem indícios substanciais para responder à pergunta de pesquisa principal desta dissertação: verificam-se fenômenos de mercantilização de linguagem, multilinguismo e políticas linguísticas na Festa do Colono de José Bonifácio? Em caso afirmativo, que configurações assumem esses fenômenos e que debates envolvem?

O exame de dados com vistas a responder essa pergunta está apresentado em duas seções. Na seção 4.1 relato discursos de mercantilização de linguagem como *softskill* circunscritos a debates e perspectivas de patrimônio linguístico e políticas linguísticas em José Bonifácio. Já na seção 4.2, examino discursos e práticas de mercantilização simbólica de linguagem como valor agregado da Festa do Colono e de produtos da Festa do Colono. Justifico essa divisão na apresentação dos dados pelas duas próprias formas com que, para Heller (2010), a linguagem pode ser mercantilizada: como um *softskill* (URCIOLI, 2008), ou seja, como um recurso ou habilidade simbólica individual de potenciais empregos produtivos nas condições recentes de economia de mercado; ou como um valor simbólico agregado a produtos, eventos e/ou empresas. Trata-se da maneira mais consequente aferida em minhas análises para organizar os fenômenos de mercantilização de linguagem percebidos em conexão com a literatura sociolinguística mobilizada. Justifico também essa divisão e a seleção dos registros que apresentarei a seguir a partir do desenho inicial desta pesquisa (RADÜNZ, 2017), em que enfatizei a investigação, por um lado, do Hunsrückisch e da política linguística de cooficialização do Hunsrückisch como um recurso econômico da Festa do Colono e de José Bonifácio e, por outro lado, outras mobilizações de repertório linguístico como recurso econômico na Festa do Colono, bem como debates e tensões aos quais essas mobilizações estavam circunscritas.

Tendo sinalizado, em linhas gerais, a maneira como meus registros foram selecionados e serão apresentados, convido agora o leitor a investigar comigo os fenômenos de mobilização econômica de linguagem na Festa do Colono contados nesta história.

4.1 POLÍTICA DE COOFICIALIZAÇÃO E MERCANTILIZAÇÃO DE LINGUAGEM: DE DISCURSOS DE LINGUAGEM COMO PATRIMÔNIO AOS DE LINGUAGEM COMO RECURSO ECONÔMICO

É proibido falar os idiomas alemão, italiano e japonês. No Brasil fala-se somente o português. Os Infratores serão punidos com todo o rigor da lei.⁶²

O idioma é uma lembrança de meus pais, e eu quero manter essas origens. Não sou menos brasileiro por isso.

Leonídio Zimmerman

As epígrafes e os subtítulos desta seção sugerem pistas ao leitor de discursos e práticas que permeiam substancialmente fenômenos flagrados em meus registros de mercantilização de linguagem e políticas linguísticas. De maneira discordante ao que havia sido previsto em Radünz (2017) como hipótese de pesquisa, contudo, ouvi poucos usos de Hunsrückisch em meus registros, assim como flagrei pouco conhecimento da política de cooficialização entre os organizadores e voluntários da festa, o que me conduziu a investigar as razões disso. A fim de contar essa história, no que segue, na seção 4.1.1, apresento e faço a análise documental da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch de José Bonifácio; na seção 4.1.2, analiso um trecho da entrevista com o autor da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch; e, por fim, na seção 4.1.3, examino um trecho da entrevista com o secretário da pasta de Cultura de José Bonifácio por ocasião da Festa do Colono.

4.1.1 Discursos de *endangerment*, *pride* e de língua como patrimônio imaterial: a Lei de Cooficialização do Hunsrückisch em José Bonifácio

Nesta seção, examino o texto da Justificativa da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch de José Bonifácio, com vistas a apresentar ao leitor formas discursivas relevantes para a compreensão de perspectivas flagradas em meus registros na Festa do Colono e que envolvem mercantilização de linguagem e políticas linguísticas locais. Como

⁶² Palavras que integram placa obrigatoriamente exposta em casas comerciais, repartições públicas, clubes, ou em locais de aglomeração pública. Produzido pela Delegacia de São Lourenço do Sul, RS, em 2 de março de 1942, atendendo à legislação da Ditadura Vargas quanto à proibição de se falar línguas estrangeiras em público, em especial dos países do Eixo, da Segunda Guerra Mundial: Alemanha, Japão e Itália (ACERVO..., 2018).

discutido no Capítulo 1, discursos estritos de *pride*, língua como patrimônio e direitos linguísticos desarticulados de discursos de *profit* não se sustentam nas condições recentes de economia política. De maneira semelhante, em um contexto de economia terciarizada, discursos de *profit* não substituem simplesmente discursos de *pride*, direitos linguísticos e língua como patrimônio – mas, sim, coarticulam-se de maneiras complexas e múltiplas a eles, o que se verifica especialmente em políticas linguísticas de minorias linguísticas (DA SILVA; HELLER, 2009). Os textos da Lei de Cooficialização e da Justificativa da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch de José Bonifácio apresentados e examinados a seguir, como veremos, contudo, evidenciam discursos estritos de *pride*, *endangerment* e patrimônio linguístico, não sinalizando possíveis empregos econômicos da política e do repertório linguístico local.

Figura 6 – Lei Legislativa de Cooficialização do Hunsrückisch no município de José Bonifácio⁶³



**ESTADO DE
CÂMARA MUNICIPAL DE**

Rua
CEP:

-07 sala 06, Centro- Fone/Fax: ()

LEI LEGISLATIVA 132/2010

**“Dispõe sobre a cooficialização da língua
Hunsrückisch no Município de**

, Presidente da Câmara Municipal de
, no uso de suas atribuições legais, faz saber a todos os habitantes deste
Município, que a Câmara Municipal aprovou a seguinte Lei:

Art. 1º A língua portuguesa é o idioma oficial da República Federativa do Brasil.

Parágrafo Único – Fica instituído o Hunsrückisch como língua cooficial no Município de

Art. 2º O status de língua cooficial estabelecido por esta lei, visa incentivar e apoiar o aprendizado e o uso da língua nas escolas da rede pública municipal.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, ficando o poder Executivo Municipal, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, responsável pela sua regulamentação e elaboração de leis complementares que porventura sejam necessárias.

Art. 4º Ficam revogadas as disposições em contrário.

, 21 de setembro de 2010.

Vereador autor da lei

Presidente

Prefeito Municipal

Lei sancionada e publicada no dia 05 de outubro de 2010.

Fonte: Câmara Municipal.⁶⁴

⁶³ Por questões de ética de pesquisa, as possíveis identificações foram apagadas.

⁶⁴ Por questões de ética de pesquisa, as possíveis identificações foram apagadas.

Figura 7 – Justificativa da Lei 132/2010 anexada ao projeto de lei⁶⁵

JUSTIFICATIVA

*"Línguas são artefatos históricos, construídos coletivamente ao longo de centenas ou milhares de anos. É através das línguas que as sociedades humanas, definidas como "comunidades linguísticas", produzem a maior parte do conhecimento de que dispõem e é através da língua que são construídos os sistemas simbólicos de segunda ordem, como a escrita ou as matemáticas, e que permitem a ação humana sobre a natureza e sobre os outros homens."*¹

As línguas constituem-se, portanto, em importante componente da cultura imaterial dos diferentes povos. Assim sendo, é de suma importância que os falantes das diferentes línguas tenham condições de preservá-las e desenvolvê-las. Temos no mundo, aproximadamente 6.800 línguas. Só no "Brasil são faladas cerca de 210 línguas por cerca de um milhão de cidadãos brasileiros que não têm o português como língua materna, e que nem por isso são menos brasileiros. Cerca de 190 línguas são autóctones, isto é, línguas indígenas de vários troncos linguísticos, como o Apurinã, o Xoklêng, o latê, e cerca de 20 são línguas alóctones, isto é, de imigração, que compartilham nosso devir nacional ao lado das línguas indígenas e da língua oficial há 200 anos, como é o caso do alemão, do italiano, do japonês".² No entanto, quando os portugueses desembarcaram no Brasil, havia cerca de 1.270 línguas faladas por índios. Ou seja, desde o início da colonização do Brasil foram extintas mais de 1000 línguas. Uma perda irreparável, incalculável.

é uma cidade de colonização, predominantemente, germânica. A língua falada por nossos ancestrais germânicos é o Hunsrückisch. Sabemos das perdas que esta língua teve por ocasião do processo de Nacionalização implantado pelo presidente Vargas. Atualmente poucos jovens falam a língua de nossos antepassados. Mesmo os mais velhos já perderam muito deste patrimônio de inefável valor. Se nada fizermos para recuperar, preservar e desenvolver o Hunsrückisch em nossa cidade correremos o risco de, em mais uma ou duas gerações, vermos o Hunsrückisch de ser mais uma língua a desaparecer.

Sabedor da importância de recuperarmos este patrimônio imaterial de nossa cultura é que venho trazer a proposição de cooficializarmos o Hunsrückisch como segunda língua de nossa cidade. Sabedor também da sensibilidade dos nobres vereadores e vereadoras que, direta ou indiretamente, possuem em suas veias o sangue destes falantes do Hunsrückisch é que peço o valioso apoio para aprovação deste projeto de lei no ano em que comemoramos 180 ANOS DE COLONIZAÇÃO alemã em

21 de setembro 2010.

Vereador autor da lei

¹ OLIVEIRA, Gilvan Müller de. Línguas como Patrimônio Imaterial. Online em <http://www.ipol.org.br/> Arquivo capturado em 17.02.2009.

² Ibidem.

Fonte: Câmara Municipal.⁶⁶

⁶⁵ Identificações de pessoas e da localidade foram suprimidas.

⁶⁶ Por questões de ética de pesquisa, as possíveis identificações foram apagadas.

A Lei Municipal de Cooficialização da Língua Hunsrückisch foi sancionada e publicada em outubro de 2010 pela Câmara Legislativa de José Bonifácio, após discussões do projeto de lei em audiências públicas. Tanto o texto da Lei quanto o da Justificativa da Cooficialização do Hunsrückisch foram redigidos por Argemiro,⁶⁷ inspirado no projeto de cooficialização da língua pomerana de Santa Maria do Jequitibá, Espírito Santo. Percebe-se, em termos de nomeação da língua, o uso da forma academicamente consagrada *Hunsrückisch*, embora, como aponta Habel (2017), trate-se de uma forma pouco ou quase não usada na oralidade.⁶⁸ No trecho abaixo, organizo algumas das motivações dessa iniciativa, manifestadas pelo próprio Argemiro ao longo de nossas interações na Festa do Colono:

Para além das razões expostas na Justificativa da Lei de Cooficialização, Argemiro conta que sua história familiar – ver a língua não ser mais usada na sua família – e o conhecimento, por intermédio do IPOL, da política de cooficialização e de outros municípios brasileiros que haviam cooficializado línguas de imigração, foram também decisivos nas suas motivações para a elaboração do projeto de lei. (Trecho do diário de campo, 20 de julho de 2017).

Salienta-se no trecho, por um lado, o papel das experiências familiares do participante e, por outro, o papel do IPOL no seu contato com a política de cooficialização e na ampliação da sua consciência sobre os usos dessa ferramenta jurídica. Os argumentos mobilizados na Justificativa da Lei em favor da cooficialização do Hunsrückisch em José Bonifácio envolvem discursos de *endangerment*, *pride*, patrimônio e direitos linguísticos, o que é também articulado nos principais textos acadêmicos para essa política no Brasil (MORELLO, 2015b; OLIVEIRA, 2015).

Com base nos documentos acima, nos termos de Duchêne e Heller (2008), interpreto que há mobilização de discursos de *endangerment* na Justificativa como um dos argumentos em favor à Lei de Cooficialização. Verifica-se isso em referência às “perdas” de línguas no Brasil – “[...] desde o início da colonização do Brasil foram extintas mais de 1000 línguas. Uma perda irreparável, incalculável”; ou em relação a “perdas” referentes ao período de

⁶⁷ Argemiro é professor de história e filosofia do município de José Bonifácio e um dos participantes entrevistados nesta pesquisa. Conheci Argemiro no Primeiro Encontro Nacional de Municípios Plurilíngues, em 2015. Na ocasião, Argemiro representava José Bonifácio como município com língua cooficial. Esse evento constituiu-se em um espaço de troca de experiências e discussão entre gestores, professores, linguistas, ativistas e agentes culturais sobre temas relacionados à política de cooficialização de línguas no Brasil, com menções a possíveis mobilizações econômicas das línguas.

⁶⁸ Infelizmente não gerei dados sobre as motivações para o emprego da forma *Hunsrückisch* como o nome da língua que é objeto da política de cooficialização.

repressão linguística do Estado Novo: “Sabemos das perdas que esta língua teve por ocasião do processo de Nacionalização implantado pelo presidente Vargas”. Há também evidências de discurso de *endangerment* em referência à pouca proficiência de jovens e idosos no município: “Atualmente poucos jovens falam a língua de nossos antepassados. Mesmo os mais velhos já perderam muito deste patrimônio de inefável valor”; e na iminente ameaça de desaparecimento da língua Hunsrückisch na localidade: “Se nada fizermos para recuperar, preservar e desenvolver o Hunsrückisch em nossa cidade corremos o risco de, em mais uma ou duas gerações, vermos o Hunsrückisch de [nome do município] ser mais uma língua a desaparecer”.

Já nos termos de Heller e Duchêne (2012), verificam-se, na Justificativa, evidências de mobilização de discursos de *pride* em favor da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch – discursos que colam identidades locais a códigos linguísticos étnicos. Verifica-se isso em referência à identidade e língua dos “ancestrais” na seguinte justaposição das frases: “[nome do município] é uma cidade de colonização, predominantemente, germânica. A língua falada por nossos ancestrais germânicos é o Hunsrückisch”. O mesmo se observa também no apelo à identidade dos vereadores para aprovação da lei relacionada à língua local:

Sabedor também da sensibilidade dos nobres vereadores e vereadoras que, direta ou indiretamente, possuem em suas veias o sangue destes falantes do Hunsrückisch é que peço o valioso apoio para aprovação deste projeto de lei no ano em que comemoramos 180 ANOS DE COLONIZAÇÃO alemã em [nome do município].

Por fim, na Justificativa da Lei, notam-se discursos de patrimônio linguístico – discursos de língua como patrimônio, língua como herança, língua como um bem simbólico – estreitamente associados a discursos de *pride* e, também, mobilizados como argumento em favor da cooficialização do Hunsrückisch. Há associação de códigos linguísticos à identidade étnica local, apresentados ambos como herança e patrimônio de José Bonifácio. Verifica-se isso no trecho: “As línguas constituem-se, portanto, em importante componente da cultura imaterial dos diferentes povos. Assim sendo, é de suma importância que os falantes das diferentes línguas tenham condições de preservá-las e desenvolvê-las”. No primeiro parágrafo da Justificativa da Lei, verifica-se isso também na citação ao texto *Línguas como patrimônio imaterial*, de Gilvan Muller de Oliveira, do IPOL:

Línguas são artefatos históricos, construídos coletivamente ao longo de centenas ou milhares de anos. É através das línguas que as sociedades

humanas, definidas como "comunidades linguísticas", produzem a maior parte do conhecimento de que dispõem e é através da língua que são construídos os sistemas simbólicos de segunda ordem, como a escrita ou as matemáticas, e que permitem a ação humana sobre a natureza e sobre os outros homens. (OLIVEIRA, 2009).

Como vimos, discursos de *endangerment*,⁶⁹ *pride* e patrimônio linguístico são articulados no documento de Justificativa da Lei como argumentos em favor da cooficialização do Hunsrückisch. Dito de outra forma, esses discursos são articulados em favor da manutenção/revitalização de uma componente do repertório identitário e linguístico de José Bonifácio, vinculando-se a discursos que enfatizam herança, patrimônio e direitos linguísticos, sustentados por atores e textos acadêmicos de política linguística. Discursos centrados em direitos linguísticos e *endangerment* de línguas como identidade e que, como já discutimos, foram articulados, no contexto do pós-Segunda Guerra, centralmente como um instrumento ideológico e político de cidadania e preservação de minorias, tendo no Brasil história recente, são mobilizados no documento considerado sob enquadres estritos de direitos, preservação da diversidade e patrimônio linguístico, pospondo possíveis dimensões ideológicas, essencialistas (WEE, 2016) ou de positivação étnica⁷⁰ (SCHETZ, 2015). Sob um ângulo crítico, é preciso ter em vista que políticas linguísticas são formuladas a partir da influência de ideologias interessadas em torno de identidades, comunidade e línguas, podendo operar, portanto, interessadamente em lógicas implícitas insuspeitadas (WEE, 2016). Schulist (2013), por exemplo, em investigação etnográfica da Lei de Cooficialização em São Gabriel da Cachoeira, Amazonas, discorre sobre as dimensões ideológicas operantes nessa política e suas ligações com relações locais de poder e produção de diferença. No contexto de José Bonifácio, em conformidade com Schetz (2015) e com as análises anteriores, interpreto que o texto da política linguística de cooficialização opera reforçando/legitimando discursos locais de identidade étnica alemã homogênea e representativa de toda a população do município.

⁶⁹ Discursos globais de *endangerment* (HELLER, 2008) também são mobilizados no contexto de cooficialização de línguas de São Gabriel da Cachoeira como argumento em favor de políticas de preservação de línguas como patrimônio (SHULIST, 2013).

⁷⁰ A dimensão ideológica subjacente a discursos de patrimônio linguístico e direitos linguísticos – e suas possíveis consequências – raramente figura em debates que tenho acompanhado como pesquisador e ativista de línguas no contexto aqui investigado.

4.1.2 “Além do valor cultural que a língua tem na sua identidade, se olhar do ponto de vista econômico...”: mercantilização de linguagem e mercantilização da política linguística de cooficialização, na perspectiva do autor da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch

Na seção anterior, apontei discursos de *pride*, *endangerment* e patrimônio linguístico no texto da Justificativa da Lei de Cooficialização como argumentos centrais em favor da Lei de Cooficialização em José Bonifácio. Nesta seção, a fim de delinear outro dado significativo desse enredo, apresento a perspectiva do próprio autor dessa lei, Argemiro, que indica como formas discursivas particulares de *profit* também foram relevantes na construção de argumentos em discussões de cooficialização do Hunsrückisch na localidade. Embora em meus registros na Festa do Colono tenha flagrado pouco conhecimento, como já mencionado, da Lei de Cooficialização entre os organizadores e voluntários do evento, bem como escassos empregos econômicos, segmentados, de Hunsrückisch e da política de cooficialização, perspectivas de gestores de políticas linguísticas locais registradas apontam elementos importantes de fenômenos de mercantilização na Festa do Colono e no município. Apresento a seguir um excerto da entrevista com Argemiro, seguido do exame e discussão da sua perspectiva:⁷¹

Willian: Como tu enxerga a cooficialização em relação às festas da localidade? Tu acha que ela própria pode ser mais um atrativo para visita à cidade?

Argemiro: Eu creio que sim. Inclusive quando a gente começou a discutir isso em meados de 2009 e 2010 nas comunidades, além do interesse dos mais velhos de ver sua língua falada pelos seus filhos e netos, enfim, para aqueles que tinham, vamos dizer assim, uma certa resistência... Para que resgatar uma língua errada? Aquele discurso do... Por que não aprender o alemão moderno? Um dos argumentos que surgiu nesse debate é isso... Além do valor cultural que a língua tem na sua identidade, se olhar do ponto de vista econômico, o que atrai o turista é o diferente, é o particular, não o comum.

Willian: Claro...

⁷¹ Infelizmente, não tive acesso a outros registros sobre as discussões em torno da Lei de Cooficialização. Esses dados poderiam revelar, a partir de outras perspectivas, por exemplo, diferentes formas assumidas por discursos circulantes nesse debate. Na busca por registros das discussões em torno da cooficialização no município, consultei a Câmara Legislativa, pessoas envolvidas com a cooficialização, o IPOL e a imprensa local.

Argemiro: Então, assim, você resgatar uma língua que veio para cá no século XIX e sofreu as transformações, que toda língua sofre obviamente, mas que criou características próprias na região e você conseguir manter essa língua, passar a ensinar ela na escola. E como o projeto, a lei estabelece que o município se torne de fato bilíngue, isso pode ser aproveitado de forma espantosa...

Willian: Sim...

Argemiro: Além de partir daí para buscar parcerias com cidades alemãs que fazem isso no estado ou fora do estado, ou mesmo na Alemanha, é um foco econômico que poderia ser bastante explorado...

Willian: O que as pessoas que participaram das audiências comentavam sobre o tema?

Argemiro: Aqueles que não conseguiam enxergar o valor cultural que a língua tem, conseguiam entender melhor, ou melhor dizendo, fazia mais sentido. Acho que é um caminho que é possível e importante ser trabalhado também.

Willian: Sim...

Argemiro: Eu sou mais da área cultural, não seria meu foco, mas eu acho que é um lado que pode ser trabalhado, é uma área importante, traz dividendos para a cidade. Por que não unir o útil ao agradável, se a cidade pode também se beneficiar disso? Se a população pode se beneficiar também disso, de uma característica marcante da cidade?

(Excerto da entrevista com Argemiro, 18 de junho de 2017).

Para Argemiro, portanto, nos debates da Lei de Cooficialização, foi considerado o argumento da possibilidade de exploração econômica da política de cooficialização do Hunsrückisch, por ser, em termos turísticos, “particular”, “diferente”:⁷² *“Um dos argumentos que surgiu nesse debate é isso... Além do valor cultural que a língua tem na sua identidade, se olhar do ponto de vista econômico, o que atrai o turista é o diferente, é o particular, não o comum”.*

No excerto, nos termos de Heller e Duchêne (2012), notam-se evidências de discursos de *profit* na coarticulação de língua, política de cooficialização e oportunidades turísticas. Argemiro sinaliza aventamento de mercantilização de linguagem ligado à possibilidade de

⁷² Uma limitação na geração deste dado é não ter questionado sobre os motivos da discussão do “ponto de vista econômico” não ter aparecido na Justificativa da Lei 132/2010. Contudo, a não topicalização, na justificativa da lei, dessa dimensão pode sugerir o pouco relevo ou o pouco apelo do argumento, na perspectiva do participante, em comparação aos argumentos tecidos de *pride*, patrimônio e *endangerment*.

mercantilização da política de cooficialização da língua Hunsrückisch a partir do seu potencial de agregar valor simbólico como marcador de distintividade em nichos de mercado turísticos.⁷³ Assim, um dos aspectos do “diferente”, do “particular” da política linguística, para o participante, é o ensino de “Hunsrückisch” nas escolas municipais, em detrimento do “alemão moderno”:

Então assim, você resgatar uma língua que veio para cá no século XIX e sofreu as transformações, que toda língua sofre obviamente, mas que criou características próprias na região e você conseguir manter essa língua, passar a ensinar ela na escola. E como o projeto, a lei estabelece que o município se torne de fato bilíngue, isso pode ser aproveitado de forma espantosa [...].

Enquanto que o ensino de Hunsrückisch na Justificativa e Lei de Cooficialização tem associações a discursos de *pride*; no trecho examinado acima, discursos de *profit* articulam o ensino de Hunsrückisch a oportunidades turísticas para José Bonifácio. Discursos de mobilização econômica da política de cooficialização e da língua Hunsrückisch emergem de tensões em relação “[à]queles que tinham, vamos dizer assim, uma certa resistência” a discursos de patrimônio e *pride* e, supostamente, associavam-se a discursos nacionalistas monolinguistas e de língua *standard*:

*Inclusive quando a gente começou a discutir isso em meados de 2009 e 2010 nas comunidades, além do interesse dos mais velhos de ver sua língua falada pelos seus filhos e netos, enfim, para aqueles que tinham, vamos dizer assim, uma certa resistência... Para que resgatar uma língua errada? **Aquele discurso do... Por que não aprender o alemão moderno?** Um dos argumentos que surgiu nesse debate é isso... Além do valor cultural que a língua tem na sua identidade, se olhar do ponto de vista econômico o que atrai o turista é o diferente, é o particular, não o comum. (Grifo meu).*

Há indícios de que Argemiro relaciona discursos não aderentes ou mesmo resistentes à política de cooficialização e ao ensino de Hunsrückisch a discursos nacionalistas, de língua *standard*, de repressão, como os articulados na Justificativa da Lei de Cooficialização. O

⁷³ Oliveira (2015) ressalta oportunidades econômicas da política de cooficialização de línguas no Brasil.

participante considera que, com o argumento de *profit*, “*aqueles que não conseguiam enxergar o valor cultural que a língua tem, conseguiam entender melhor, ou melhor dizendo, fazia mais sentido*” a política de cooficialização e o ensino de Hunsrückisch como um recurso para a localidade.

Assim, na perspectiva de Argemiro, discursos estritos de *endangerment*, *pride* e língua como patrimônio/herança mobilizados na Justificativa da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch não se sustentaram nos debates referentes ao projeto de lei dessa política, emergindo desacordos relacionados à utilidade econômica em investir na manutenção e/ou revitalização da língua. Diante dessas tensões, os argumentos que envolviam discursos estritos de *pride* e língua como patrimônio foram remodelados, integrando discursos de *profit* e constituindo, na perspectiva de Argemiro, argumentos mais persuasivos no debate pela cooficialização do Hunsrückisch: “*conseguiam entender melhor*”. Assim, coarticuladamente, discursos de *pride*, *profit* e língua como patrimônio passam a ser mobilizados em argumentos favoráveis a cooficialização e ao ensino de Hunsrückisch em José Bonifácio, o que o participante caracteriza como o “*ponto de vista econômico*” da política de cooficialização e como um possível recurso para a localidade:

*Eu sou mais da área cultural, não seria meu foco, mas eu acho que é um lado que pode ser trabalhado, é uma área importante, traz dividendos para a cidade. **Por que não unir o útil ao agradável**, se a cidade pode também se beneficiar disso? Se a população pode se beneficiar também disso, de uma característica marcante da cidade? (Grifo meu).*

Assim, vê-se que discursos de *profit* – de mercantilização de linguagem como recurso de distintividade – também foram relevantes nos debates da Lei de Cooficialização e ensino de Hunsrückisch, em coarticulação com discursos de *endangerment*, língua como patrimônio e *pride*.

A seguir, encerrando esta seção que aponta para tramas de fenômenos de mercantilização de linguagem e políticas linguísticas em José Bonifácio, apresento, por meio de outra voz local, discursos de *profit* contrastantes à perspectiva discutidas aqui.

4.1.3 “A gente não pode ser nostálgico né...”: mercantilização de linguagem como habilidade técnica na perspectiva do gestor da pasta de Cultura do município

Nesta seção, apresento um excerto da entrevista com Cláudio, gestor da pasta de Cultura do município de José Bonifácio, na ocasião da quadragésima Festa do Colono, de 2017, e examino discursivamente a sua perspectiva no que tange à mercantilização de repertório linguístico local como habilidade técnica em políticas linguísticas locais. Como veremos, políticas linguísticas, discursos de *profit* e discursos de patrimônio linguístico são construídos de maneira alternativa ao discurso de Argemiro.

Willian: *Como tu vê a língua alemã agora na cidade e na Festa do Colono?*

Cláudio: *A gente não pode ser nostálgico, né... Achar que o mundo não evolui, que as pessoas não evoluem, e a cultura também é assim...*

Cláudio: *Em relação à língua é muito difícil você fazer alguma ação porque essa língua só é oral, ela nunca teve um registro escrito e até porque a gente tem que fazer uma leitura do todo também. Quando os alemães vieram para José Bonifácio, não existia o alemão oficial na Alemanha. Eram diferentes regiões lá onde cada um tinha a sua língua. No caso dos nossos imigrantes alemães, a língua era o Hunsrik... Depois, quando Martinho Lutero traduziu a Bíblia do latim para o alemão, ele criou junto a língua alemã oficial. Então, houve por muito tempo também uma desconexão dessa linda língua Hunsrik com o alemão oficial.*

Willian: *Sim...*

Cláudio: *Então, é um patrimônio imaterial que a gente tem, é difícil da gente preservar, as gerações novas praticamente já não falam mais e é difícil preservar porque não tem nada escrito. Foi feito um trabalho de cooficialização do Hunsrik, foi feito um trabalho de pesquisa, de inventário dos falantes, mas a gente percebe uma resistência dos novos, e também é muito difícil ensinar uma língua que hoje na própria Alemanha ela praticamente já não existe mais... Ela foi aglutinada na língua alemã e com certeza contribuí com várias palavras para a língua alemã. E o pessoal jovem, a gente percebe que não se sente muito motivado, que não vê perspectiva de abrir oportunidades futuras. Então, quando se fala em alemão aqui no município, a maioria das pessoas pensam que a gente tem que aprender o alemão oficial que é usado na Alemanha.*

Willian: *Aham...*

Cláudio: A gente tá pensando em fazer um projeto, começar no próximo ano um projeto de alfabetização bilíngue. Pegar uma comunidade do interior, uma escola, inclusive a gente já tem uma agenda para o dia 2 de agosto lá em Pomerode, que tem um projeto nesse sentido. Então, a gente vai lá ver como funciona o projeto pra poder implantar numa escola pra que, quando uma criança entre aqui na escola, ela seja alfabetizada tanto em português como em alemão oficial. Isso pra que no futuro a gente possa criar um intercâmbio entre nós e alguma cidade alemã, que possibilite que esses estudantes vão pra lá pra estudar, pra fazer estágio em uma propriedade rural e trocar experiências econômicas, sociais e culturais, né...

(Entrevista com Cláudio, 21 de julho de 2017).

Na perspectiva do participante, apesar da política de cooficialização da língua “Hunsrik”, a “maioria das pessoas” em José Bonifácio entende que o “alemão oficial” deveria ser ensinado: *“Então, quando se fala em alemão aqui no município, a maioria das pessoas pensam que a gente tem que aprender o alemão oficial que é usado na Alemanha”*. Tendo isso em vista, Cláudio, como gestor, planeja o ensino de “alemão oficial” a partir do modelo do município de Pomerode, considerando especialmente possibilidades de futuras mobilidades para os aprendizes: *“Isso pra que no futuro a gente possa criar um intercâmbio entre nós e alguma cidade alemã, que possibilite que esses estudantes vão pra lá pra estudar, pra fazer estágio em uma propriedade rural e trocar experiências econômicas, sociais e culturais, né...”*. Assim, interpreto que há traços de mercantilização de linguagem como *habilidade técnica* na projeção de Cláudio de ensino de “alemão oficial” nas escolas municipais. Nota-se também, no excerto acima, discursos de *profit* mobilizados na ênfase da relação entre “alemão oficial”,⁷⁴ possibilidades de mobilidade (à Alemanha) e “oportunidades futuras” para José Bonifácio.

Por outro lado, no que tange à revitalização do “Hunsrik” no município, Cláudio aponta que *“[...] é muito difícil ensinar uma língua que hoje na própria Alemanha praticamente já não existe mais”* e *“é muito difícil você fazer alguma ação porque essa língua só é oral e ela nunca teve um registro escrito”*. Na seção anterior, Argemiro mobilizou a pouca vitalidade de Hunsrückisch na Alemanha como mais um argumento para uma possível distintividade turística da cooficialização e do ensino de Hunsrückisch em José

⁷⁴ Outra limitação desta pesquisa exploratória foi não ter questionado sistematicamente os participantes quanto ao ensino de línguas em/para José Bonifácio ou ter investigado, em escolas municipais, a perspectiva de alunos sobre mobilizações econômicas de linguagem na Festa do Colono. Isso poderia ter proporcionado, por exemplo, análises com mais ângulos no que tange à mercantilização de linguagem como *softskill*.

Bonifácio (*profit*). Já Cláudio, alternativamente, pontua aqui carências em registros escritos em “Hunsrik” e a pouca vitalidade dessa variedade na Alemanha como argumentos de obstáculo ao ensino de “Hunsrik” e em favor ao ensino de “alemão oficial” no município. Nesse mesmo sentido, o participante também salienta a resistência e desmotivação de jovens de José Bonifácio para com o possível ensino de “Hunsrik” – principalmente, na explicação do participante, por abrir poucas oportunidades futuras:

Então, é um patrimônio imaterial que a gente tem, é difícil da gente preservar, as gerações novas praticamente já não falam mais [...]. Foi feito um trabalho de cooficialização do Hunsrik, foi feito um trabalho de pesquisa, de inventário dos falantes, mas a gente percebe uma resistência dos novos. [...] E o pessoal jovem, a gente percebe que não se sente muito motivado, que não vê perspectiva de abrir oportunidades futuras.

Embora haja mobilização de discursos de *profit* em favor do ensino de “alemão oficial” como possível *habilidade técnica*, Cláudio indica ter em vista o “Hunsrik” como patrimônio da localidade, o que é topicalizado explicitamente no excerto: “*Então, é um patrimônio imaterial que a gente tem [...]*”. Assim, mesmo não havendo aderência do participante a discursos de *endangerment* e patrimônio linguístico como argumentos para o ensino e revitalização do “Hunsrik”, nos termos da Justificativa da Lei de Cooficialização – o que entendo que esteja especialmente indicado no excerto “*A gente não pode ser nostálgico, né... Achar que o mundo não evolui, que as pessoas não evoluem, e a cultura também é assim...*” – há sinalização da consciência do gestor tanto da diminuição no uso de “Hunsrik” quanto da existência de um lastro identitário e linguístico particular de José Bonifácio. Tendo como base o exposto e tendo em vista a perspectiva do participante, interpreto que, para Cláudio, em se optando por ensinar “alemão oficial” e não “Hunsrik” nas escolas do município, há preservação/manutenção simbólica do lastro identitário/cultural/linguístico (patrimônio) mais amplo da localidade e, em termos de *profit*, há possibilidade de mobilidades e diversificados intercâmbios a partir de um recurso técnico/simbólico de alto valor agregado no mercado atual. Interpreto, ainda, que Cláudio opera a noção de patrimônio de maneira alternativa à de Argemiro. Em termos de nomeação de línguas, a forma *Hunsrik* expressa por Cláudio em contraste com a forma *Hunsrückisch*, consagrada em textos acadêmicos, mobilizada na Lei de Cooficialização e expressa na entrevista por Argemiro, pode também sugerir vinculações diversas a discursos de patrimônio linguístico. Por fim,

salienta-se que, apesar do município já possuir uma política linguística sancionada em Lei que prevê o ensino de Hunsrückisch, Cláudio mostra-se inclinado a levar adiante a pauta de ensino bilíngue de “alemão oficial”, o que pode indicar perspectivas controversas na localidade acerca do que deve ou não ser mercantilizado.

Nesta seção foram apresentados discursos de *profit* em debates e decisões que envolvem políticas linguísticas do município. Similarmente à seção anterior, nota-se no dado analisado aqui que discursos de *pride*, patrimônio linguístico e *endangerment* não se sustentam de maneiras estritas, sendo remodelados/reorientados por discursos de mercado. Esses discursos são mobilizados de maneiras multiformes e articuladas, sempre em favor de entendimentos interessados, ideológicos e parciais de patrimônio e repertório linguístico em José Bonifácio. Interpreto que perspectivas controversas sobre o que pode/deve ser mercantilizado na localidade podem ajudar a explicar os escassos empregos econômicos de itens de repertório linguístico nomeados/segmentados e da própria política de cooficialização na Festa do Colono.

Na próxima seção, apresento fenômenos flagrados na Festa do Colono em que a linguagem é mercantilizada no evento como um valor agregado de produção de distintividade em nichos de mercado.

4.2 DISCURSOS E PRÁTICAS DE MERCANTILIZAÇÃO DE LINGUAGEM COMO VALOR AGREGADO NA FESTA DO COLONO

Senhoras e Senhores, chegamos à quadragésima Festa do Colono, uma Festa que há 40 anos traz as culturas e tradições do município de José Bonifácio. Cidade que tem o Vale do Rio do Papagaio como berço da colonização alemã no estado. Teve início quando desbravou-se as planícies do Rio do Papagaio com um grupo de imigrantes vindos da Alemanha. Relatos históricos apontam a data de 6 de maio de 1830 como o estabelecimento desses imigrantes na região do papagaio. Atualmente, Hunsrik é a segunda língua mais falada neste município, de origem alemã. A Festa do Colono está completando 40 anos e estamos prestando nossa homenagem a essa herança cultural que nos foi deixada. Geração após geração através de traços semelhantes, olhos claros, linguajar típico, fé em Deus e grande virtude herdada por várias e várias

gerações germânicas que é a força determina para o trabalho.
(Palavras ditas na narração de abertura do desfile da Festa do Colono)

Na epígrafe acima, reproduzida de registros de meu diário de campo de 22 de julho de 2017, a língua “Hunsrik”, marcada, na fala de abertura do desfile da Festa do Colono, como “de origem alemã”, “a segunda língua mais falada” em José Bonifácio, ao lado de traços identitários locais, como a “virtude herdada por várias e várias gerações germânicas”, “linguajar típico”, “olhos claros”, fé em Deus e “a força que determina para o trabalho” são apresentados como “heranças culturais” homenageadas na Festa do Colono. Esse foi um dos poucos momentos, em meus registros, em que nomeadamente linguagem foi especialmente sinalizada como capital simbólico de José Bonifácio e declaradamente homenageada na Festa do Colono, o que contrasta com discursos e práticas múltiplas flagradas em que o repertório linguístico local foi mobilizado como recurso simbólico da Festa do Colono.

A fim de apresentar sinteticamente esses fenômenos e tramas percebidas, a seguir, na seção 4.2.1, relato discursos e práticas que circunscrevem mobilizações de linguagem como valor agregado da própria Festa do Colono. Já na seção 4.2.2, analiso discursos e práticas de mercantilização de linguagem como valor agregado de uma empresa na feira da Festa do Colono.

4.2.1 Mercantilização de linguagem como valor agregado e tensões de autenticidade e distintividade da Festa do Colono

Organizo este relato partindo da análise de um excerto da entrevista com Welson,⁷⁵ que ilumina tramas substanciais de fenômenos de mercantilização de linguagem e identidade como valor simbólico agregado da Festa do Colono, sinalizando a relevância de tensões de distintividade em nichos de mercado, autenticidade e gestão de diferentes públicos consumidores. Evidências adicionais são sugeridas também em excerto examinado da entrevista com Cláudio, Secretário da pasta de Cultura, Turismo e Educação do município. Fechando esta parte da história, apresento, por fim, o exame de uma postagem da página oficial da Festa do Colono no Facebook, onde se verifica mercantilização de linguagem como valor simbólico agregado da Festa do Colono.

⁷⁵ O principal encarregado pelo planejamento e execução dos eventos e divulgação da Festa do Colono.

Ao longo dos dez dias intensos de minha pesquisa de campo, perseguindo mobilizações de linguagem e identidade, flagrei pouquíssimos indícios de empregos instrumentais de linguagem como recurso econômico da Festa do Colono. De fato, ouvi muito pouco “alemão”, “língua alemã”, “Hunsrik” ou “Hunsrückisch”, ou ainda menções a essas línguas, ainda que o próprio Hunsrückisch seja língua cooficial da localidade e mesmo que, na fala de abertura do desfile da Festa do Colono, como vimos, haja destaque para a língua “Hunsrik” como a segunda mais falada no município. No Sindicato dos Trabalhadores Rurais, na organização dos eventos artísticos, no desfile da Festa, na cozinha da Igreja Católica – onde se preparavam as comidas para a Festa – notei poucos momentos em que se falava em outra variedade que não fosse o português característico da localidade. Obtive também poucos ou quase nenhum retorno quando investigava a perspectiva dos voluntários ou organizadores do evento sobre como o repertório linguístico local era mobilizado como um valor agregado da Festa do Colono. Finalmente, gerei somente respostas acanhadas ou minguadas para questionamentos mais diretos como: o que tem de alemão local na Festa do Colono? Você conhece a política de cooficialização do Hunsrückisch? Ela aparece na Festa? Como as línguas faladas aqui chamam a atenção para a Festa? Como devolutiva significativa nesse enredo, apresento a resposta do próprio presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais: *“Tem muito pouco de alemão na Festa, só as gerações mais velhas falam ainda alemão aqui e essa não é uma festa típica alemã... é a Festa do Colono!”*. Compreender essa perspectiva em contraste com as sinalizações de mobilização de linguagem e identidade “alemã” local como *commodity* na Festa do Colono que observava (como a epígrafe que abre esta seção), foi um dos principais quebra-cabeças desta história, deslocando minhas inquirições iniciais que perseguiram empregos instrumentais de línguas nomeadas para empregos simbólicos de repertório linguístico como valor agregado da Festa do Colono, que não eram tão “poucos” assim.

O trecho a seguir da entrevista de Welson⁷⁶ oferece pistas substanciais para as tramas e tensões de distintividade, gestão e autenticidade que circunscrevem mobilizações simbólicas de linguagem e identidade na Festa do Colono.

⁷⁶ Welson, ao lado de Gelson, é o principal responsável pela organização da Festa do Colono. Welson é filho do presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais, Gelson, e contribui desde criança com a festa. Como ilustração disso, em uma de nossas várias interações, o participante me mostrou fotos dos quase quarenta anos da Festa do Colono e, dentre elas, me apontou uma em especial – com um leve sorriso – em que ele, quando criança, desfilava no evento com o seu carroto. Hoje, Welson acumula, com muito entusiasmo, várias funções na organização da festividade, sendo especialmente o principal encarregado por planejar os eventos artísticos da Festa do Colono e fazer a divulgação da festa presencialmente e em mídias digitais, principalmente por meio da página oficial da Festa do Colono no Facebook.

Willian: *Como se pensa a identidade e língua local na Festa do Colono?*

Welson: *É Willian, se a gente parar pra ver, a Festa do Colono já tem 40 anos, tem uma tradição, uma tradição dela. A gente vê algumas festas alemãs aqui da região, a própria Oktoberfest, a Festa Pomerana, a gente sabe que Pomerode é o local mais alemão de Santa Catarina.*

Eles estão fazendo uma festa que tem 35 anos. É mais nova que a nossa festa.

E José Bonifácio por ter... Isso tu vai saber melhor do que eu, por ser a origem dos Agricultores de José Bonifácio na maioria alemã, mas ao mesmo tempo não necessariamente o mesmo alemão de Pomerode e Blumenau, tanto é que as casas mais antigas aqui do entorno não são estilo enxaimel, e as roupas que eles precisam, que eles usam não são, sabe... São alemães de outros locais.

Willian: *Sim...*

Welson: *E a gente analisa, a gente vê que hoje quando o pessoal vem para José Bonifácio ou quando o pessoal enxerga José Bonifácio, eles enxergam como descendentes de alemães, germânicos e até procuram, só que como a festa já tem uma tradição, a gente acaba não forçando tanto. A gente tem comida típica alemã? Sim, a gente tem comida típica, mas a nossa comida típica não é necessariamente a mesma comida de Pomerode, a gente não faz cachorro quente no dia de festa, a gente não faz o Joelho de Porco, a gente não faz chucrute. Por quê? Os nossos alemães daqui no dia da festa, festa de aniversário, festa de casamento e torneios de futebol, o pessoal não usa esse tipo de comida. Mas a gente não pode faltar numa Festa do Colono com a galinha recheada, o próprio churrasco. Então, são coisas nossas, que a gente mesmo faz e acaba dando certo. Mas ao mesmo tempo a música é algo que a gente consegue, a gente financeiramente consegue trazer desses locais como Blumenau. A música típica alemã a gente acabou implantando, a gente coloca, é importante a gente conseguir manter... Hoje não tem bandinha típica alemã daquele estilo aqui. Tem sertanejo universitário. Os colonos, eles gostam de sertanejo; a gente acaba não podendo faltar o baile gaúcho, que é uma tradição nossa aqui da região. A gente não consegue fazer isso com bandinha. A gente coloca de grátis pelo fato do visitante da região metropolitana ver José Bonifácio como descendentes de alemães e a gente tem que trazer isso... Sabe, algo nesse sentido, desse estilo...*

Willian: *Aham...*

Welson: *Mas acho que temos também a obrigação de implantar isso no turismo para não perder nossa essência. Não fugir das origens é importante, a gente tenta fazer*

isso, mas ao mesmo tempo não precisamos forçar a origem alemã de José Bonifácio... É uma pena, sabe. Se a gente tivesse algo de onde vem os alemães de José Bonifácio pra gente tentar implantar... Eu já pensei nisso. Ou criasse alguma coisa, um teatro que seja, alguma coisa ressaltando isso... Era interessante, sabe, uma atração nesse estilo, mais dos agricultores de José Bonifácio, do estilo germânico de José Bonifácio... Não sei... Alguma coisa relacionada à própria língua alemã. Mas não precisamos importar tanta coisa de locais tipo Blumenau, por exemplo, sabe?

Willian: *Sim...*

Welson: *Eu penso nesse sentido, mas a festa é a Festa do Colono. Então o colono de José Bonifácio sabe que quando se faz, se diz Festa do Colono é uma coisa, quando se diz festa alemã já é uma outra. E o colono de José Bonifácio tem descendências germânicas. Já veio muita gente indagando, tem que trazer isso, tem que trazer aquilo... Opa! Mas é festa do colono! Onde o colono tem essas descendências...*

(Entrevista com Welson, 20 de julho de 2017).

No que se refere à identidade étnica “alemã” local, Welson caracteriza a “descendência”⁷⁷ dos agricultores de José Bonifácio como de “maioria alemã”. Contudo, entende que há distinção entre a localidade de procedência dos imigrantes que vieram para a cidade e a localidade de procedência dos imigrantes que se estabeleceram em outros municípios, como Pomerode e Blumenau:

E José Bonifácio por ter... Isso tu vai saber melhor do que eu, por ser a origem dos agricultores de José Bonifácio na maioria alemã, mas ao mesmo tempo não necessariamente o mesmo alemão de Pomerode e Blumenau, tanto é que as casas mais antigas aqui do entorno não são estilo enxaimel, e as roupas que eles precisam, que eles usam não são, sabe... São alemães de outros locais.

Em conexão às apontadas distinções étnico-alemãs de José Bonifácio para com outros municípios de imigração “alemã”, Welson também indica distinções da própria Festa do Colono em seu nicho de mercado, o que se nota especialmente no excerto: “É Willian, se a gente parar pra ver, a Festa do Colono já tem 40 anos, tem uma tradição, uma tradição dela.

⁷⁷ Interpreto que o participante emprega o termo *descendência* no sentido de *ascendência*.

A gente vê algumas festas alemãs aqui da região, a própria Oktoberfest, a Festa Pomerana, a gente sabe que Pomerode é o local mais alemão de Santa Catarina”.

Apesar dessa indicação da “tradição” da Festa do Colono, da distintividade de nicho de mercado da Festa do Colono dentre as “festas alemãs”, do destaque de se tratar de uma Festa do Colono “onde o colono tem essas descendências” e do supracitado apontamento de Gelson – *“Tem muito pouco de alemão na Festa, só as gerações mais velhas falam ainda alemão aqui e essa não é uma festa típica alemã... é a Festa do Colono!”* –, o organizador da festividade precisa gerenciar, nas suas decisões, tensões de autenticidade e expectativas do público consumidor externo à localidade e expectativas do público consumidor interno à localidade quanto às “descendências germânicas” do colono de José Bonifácio e ao atributo de festa “típica alemã” projetado na Festa do Colono:

E a gente analisa, a gente vê que hoje quando o pessoal vem para José Bonifácio ou quando o pessoal enxerga José Bonifácio, eles enxergam como descendentes de alemães, germânicos e até procuram, só que como a festa já tem uma tradição, a gente acaba não forçando tanto. A gente tem comida típica alemã? Sim, a gente tem comida típica, mas a nossa comida típica não é necessariamente a mesma comida de Pomerode, a gente não faz cachorro quente no dia de festa, a gente não faz o Joelho de Porco, a gente não faz chucrute. Por quê? Os nossos alemães daqui no dia da festa, festa de aniversário, festa de casamento e torneios de futebol, o pessoal não usa esse tipo de comida. Mas a gente não pode faltar numa Festa do Colono com a galinha recheada, o próprio churrasco. Então, são coisas nossas, que a gente mesmo faz e acaba dando certo.

Assim, na escolha de eventos artísticos, especialmente enfocando o público consumidor externo à localidade, há a flexibilização de apresentações de bandinhas “alemãs” de “locais como Blumenau”: *“A gente coloca de grátis pelo fato do visitante da região metropolitana ver José Bonifácio como descendentes de alemães e a gente tem que trazer isso...”*. Nesse mesmo excerto, o participante também sugere que trazer eventos artísticos “alemães” é um “dever” da organização da festa, talvez indicando o papel da Festa do Colono nas manifestações culturais/étnico-identitárias do município. Em conexão a essa sugestão, Welson salienta, contudo, que há pouca disponibilidade de ofertas no mercado artístico que sejam autênticas ao repertório identitário e linguístico local, sem que haja a necessidade de “importar tanta coisa” de outros lugares “alemães”:

Mas acho que temos também a obrigação de implantar isso no turismo para não perder nossa essência. Não fugir das origens é importante, a gente tenta fazer isso, mas ao mesmo tempo não precisamos forçar a origem alemã de José Bonifácio... É uma pena, sabe, se a gente tivesse algo de onde vem os alemães de José Bonifácio pra gente tentar implantar... Eu já pensei nisso. Ou criasse alguma coisa, um teatro que seja, alguma coisa ressaltando isso... Era interessante, sabe, uma atração nesse estilo, mais dos agricultores de José Bonifácio, do estilo germânico de José Bonifácio... Não sei... Alguma coisa relacionada à própria língua alemã. Mas não precisamos importar tanta coisa de locais tipo Blumenau, por exemplo, sabe?

A partir do que foi considerado, interpreto que, na perspectiva de Welson, há tensões envolvendo a autenticidade (HELLER; PUJOLAR; DUCHÊNE, 2014) de mobilizações econômicas de identidade e língua “alemã” “*dos agricultores de José Bonifácio, do estilo germânico de José Bonifácio*”, a legitimidade das *commodities* no encontro destas com diferentes públicos da festa, a carência de ofertas artísticas autênticas disponíveis e a distintividade da festa no nicho de eventos turísticos da região. Assim, embora os organizadores da festividade não a caracterizem como festa “típica alemã”, há sinais de flexibilização desse enquadramento para atender expectativas, principalmente, do público consumidor externo à localidade e, declaradamente, como forma de contribuir nas manifestações culturais/étnicas do município. Essas manifestações, contudo, precisam ser coerentes/autênticas, tanto quanto possível com as especificidades linguísticas e identitárias locais de José Bonifácio, o que, contudo, pode, mesmo assim, produzir tensões multiformes com o público interno da localidade ou com o público externo, devido às suas diferentes expectativas. No excerto acima, nos termos de Heller e Duchêne (2012), considero que há mercantilização de língua e identidade “alemã” por meio de índices de “local” e “autêntico” como valor agregado simbólico de produção de distintividade da Festa do Colono em seu nicho de mercado no contraste com a “língua alemã” e identidade “alemã” de outros lugares, “tipo Blumenau”. Noto indícios de discursos de *profit* articulados a discursos de *pride* na possibilidade aventada de mobilização de língua “alemã”, na Festa do Colono, associada a fins lucrativos e ao sugerido “dever” de apresentar eventos artísticos que apresentem as “descendências germânicas” específicas de José Bonifácio.

No excerto que segue, Cláudio – Secretário da pasta de Cultura de José Bonifácio na ocasião da Festa do Colono – ao ser questionado sobre manifestações identitárias e

linguísticas “alemãs” na Festa do Colono e no município, também indica outras tensões locais envolvendo mobilizações econômicas de enquadramentos identitários/culturais “genuínos” e “artificiais”:

Cláudio: *Teve iniciativas no passado de se criar grupos folclóricos de dança. Mas é... A gente sofre muito também influência da capital do estado que nós estamos aqui, estamos aqui do lado. Então hoje é muito difícil. E volto a te dizer, porque essas manifestações, elas também não vieram forte com os colonos que vieram para cá. Então, não temos uma identidade. O que foi criado aqui foram identidades que se pegou um pouco da cultura alemã, um pouco da cultura açoriana e é esse caldeirão cultural e social que a gente tem, que é o Brasil. Isso...*

Willian: *Mas é...*

Cláudio: *Se tu andar por aqui, você vai perceber que tem algumas... tem algumas características típicas da cultura alemã, mas também tem da cultura portuguesa, da açoriana, tudo convivendo junto.*

Willian: *Uhum. É a característica, né?*

Cláudio: *É. E a gente não... E a gente não... não pode agora achar que nós vamos aqui transformar isso aqui numa Alemanha.*

Willian: *((riso))*

Cláudio: *Isso é um absurdo. Que às vezes tem pessoas que acham que agora que tem que construir tudo enxaimel que... Primeiro, o imigrante que veio para cá não construía enxaimel lá na Alemanha. Então você tem que fazer um estudo. “Ah, vamos fazer uma dança que daqui a pouco é do norte da Alemanha”, enquanto que o imigrante que veio para cá é do sul da Alemanha. Que é diferente lá também, o alemão do sul é bem diferente do do norte.*

Willian: *Ou seja, não está sintonizado.*

Cláudio: *É. Aí você vai criar um negócio artificial, né? Uma cultura artificial.*

Willian: *Claro.*

Cláudio: *Então a gente vive nisso, nesse dilema aí.*

Willian: *Sei.*

Cláudio: *É. Mas assim, eu tenho uma visão, como gestor, a gente sempre tem apoiado as manifestações genuínas que são da nossa cidade. Tem a tradição do canto coral, tem uma tradição eh... dessa questão de ser um povo ordeiro, de ser um povo trabalhador, que exige também que as coisas sejam certinhas, que as coisas*

funcionem. Eh... a gente tem que fazer um trabalho de preservação do... dos casarões antigos que tem no município. Preservação no sentido de conscientizar as pessoas para manter esses imóveis, porque esses imóveis também não são imóveis que... que são enxaimel, mas são imóveis resultantes de influências arquitetônicas de origem alemã e de origem portuguesa.

(Entrevista com Cláudio, 21 de julho de 2017).

Cláudio salienta as manifestações culturais de José Bonifácio como de “características típicas da cultura alemã, mas também da cultura portuguesa” e “da açoriana”, todas “convivendo juntas”, apontando como “locais” e “autênticas” as mobilizações híbridas de repertório identitário e linguístico nos eventos locais. Assim, “achar que nós vamos transformar isso aqui numa Alemanha” é um “absurdo”, diz o participante referindo-se a discursos circulantes na localidade que positivam a identidade étnica “alemã” como homogênea e representativa de toda a população do município (SCHETZ, 2015). Cláudio destaca também que, como gestor, enfatiza as manifestações “culturais” “genuínas” de José Bonifácio, como do “canto coral”, “danças típicas” autênticas, e *commodities* simbólicas identitárias de “povo ordeiro, trabalhador, que gosta das coisas certinhas”. A respeito de representações e tensões locais como essas, Schetz (2015, p. 24) também pondera que:

Ao mesmo tempo em que buscam atrair o olhar de pessoas de fora da cidade – os/as estrangeiros/as – apresentando uma culinária diferenciada, bem como desfiles e relação com uma ideia de cultura alemã, essas festas são voltadas para dentro, para a própria comunidade, que vê nas festas, também, um meio de permanecer alimentando papéis sociais e culturais, reafirmando identidades, revalorizando memórias e tentando religar-se com o passado.

Assim, durante a Festa do Colono, mobilizações simbólicas de linguagem e identidade “local” e “autêntica” flagradas em meus registros envolviam, em linhas gerais, músicas em “alemão” de “bandinhas alemãs”, a apresentação da “bandinha alemã” Choppão, de Blumenau, tocando músicas de “Oktoberfest”, bolo de manteiga, galinha com recheio “alemão”, desfile de associações culturais açorianas e “alemãs”, participantes com trajes “típicos”, homenagens aos imigrantes “alemães” que vieram para José Bonifácio, frases em alemão e a paisagem linguística local, que incluía nomes de ruas “alemães” e outdoors com nomes de produtos locais em “alemão”. A Figura 8 sugere essas e outras mobilizações de repertório linguístico e identitário “local” e “autêntico” que agregam valor simbólico à Festa.

Figura 8 – Mobilizações linguísticas e étnico-identitárias na Festa do Colono



Fonte: Registradas pelo autor.

Em meus registros da divulgação da Festa do Colono em mídias locais, regionais e na página oficial do evento no Facebook, há também sinalizações múltiplas e multiformes de mobilizações de repertório linguístico e identitário como valor simbólico agregado da Festa do Colono para atrair visitantes ao evento.

A seguir, apresento um episódio ilustrativo em que o “sotaque alemão” “local” evidencia-se como um capital simbólico autêntico da festa. Questões de cocriação de valor simbólico (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004) e cocriação de legitimidade com diferentes públicos assumem também relevância e concretude neste episódio. Trata-se de uma postagem originalmente publicada na página de Facebook Mil Grau, que divulga eventos da região metropolitana do estado onde o município de José Bonifácio se localiza, e posteriormente compartilhada na página oficial da Festa do Colono.

Figura 9 – Quadros de tela de postagens de Facebook⁷⁸

Fonte: Páginas do Facebook da Mil Grau e da Festa do Colono.⁷⁹

Como se verifica na Figura 9, a postagem original alcançou repercussão de quase 105 mil visualizações, 897 compartilhamentos, cerca de 3,2 mil reações e 542 comentários. A publicação da página Mil Grau apresenta um vídeo do desfile da Festa do Colono de José Bonifácio de 2013 mixado com a música “Tobata Rebaixada”, do grupo musical Fritz 4,⁸⁰ uma releitura da música “Camaro Amarelo”, da dupla sertaneja Munhoz e Mariano. A título de ilustração adicional do trabalho da banda, mostro a seguir o cartaz de divulgação da música “Tobata Rebaixada”, divulgado na Festa Winterbier de Treze Tílias, Santa Catarina, e o cartaz da música “Pixinho Totoso”.

⁷⁸ À esquerda, encontra-se um fragmento da publicação original, da página de divulgação de eventos Mil Grau. À direita, pode-se verificar o compartilhamento da publicação pela página oficial da Festa do Colono no Facebook.

⁷⁹ Os endereços eletrônicos e nomes completos das páginas não foram identificados para não revelar o nome verdadeiro do município aqui identificado como José Bonifácio.

⁸⁰ A título de curiosidade, as discussões em torno de autenticidade e distintividade que tive com Welson, associadas à repercussão da publicação tratada acima, contribuíram decisivamente na escolha da Banda Fritz 4 para a edição de 2018 da Festa do Colono. Como veremos adiante, o participante busca ativamente *commodities* linguísticas e identitárias ajustadas à autenticidade do evento e de José Bonifácio, bem como às demandas e expectativas dos diferentes públicos da Festa do Colono.

Figura 10 – Cartaz de divulgação da música "Tobata Rebaixada" do Grupo Fritz 4



Fonte: Winterbierfest (2018).

Figura 11 – Cartaz de divulgação da música “Pixinho Totoso” da banda Fritz 4



Fonte: Banda Fritz 4 (2018).

Nas canções e vídeos do grupo musical Fritz 4, aborda-se a temática de bilíngues ascendentes de imigrantes alemães, com sotaque característico em português, na vida rural e contemporânea do Sul do Brasil. Nas Figuras 10 e 11, observam-se tanto aspectos icônicos quanto linguísticos dessa temática,⁸¹ performatizados nas canções – na ortografia do título da

⁸¹ Nas Figuras 12 e 13 são mobilizados ícones como as imagens de porco e cerveja, fazendo possivelmente referência a identidades étnicas performatizadas; bem como se observa a imagem da “Tobata Rebaixada”, fazendo referência à máquina agrícola utilizada principalmente em espaços rurais.

música “Pixinho Totoso”, por exemplo, é possível entrever o processo de variação das oclusivas /p/ e /b/ em “Pixinho”.⁸²

Nos comentários selecionados da postagem da página de Facebook Mil Grau a seguir, verificam-se indícios do destaque do “sotaque alemão” na música “Tobata Rebaxada” como recurso simbólico para a relevância (em termos de visualizações e comentários) da postagem nessa mídia social e como possível recurso simbólico para atrair visitantes à Festa do Colono.

Figura 12 – Comentários selecionados da postagem da página Mil Grau



Fonte: Página do Facebook Mil Grau.⁸³

Em conformidade com Prahalad e Ramaswamy (2004), interpreto que há cocriação de valor agregado e de legitimidade dos itens de repertório linguístico e identitário da Festa do

⁸² Altenhofen (1996) caracteriza traços fonéticos em português de bilíngues em Hunsrückisch e português.

⁸³ O endereço eletrônico e nome completo da página não foram identificados para não revelar o nome verdadeiro do município aqui identificado como José Bonifácio.

Colono mobilizados na postagem, a ponto de serem topicalizados pelos usuários do Facebook. O compartilhamento da postagem (que “viralizou”) na página oficial da Festa do Colono sugere também a legitimação das *commodities* simbólicas identitárias e linguísticas pela organização do evento. Em conformidade com Gal (2012), interpreto que o “sotaque alemão”, nesse caso, não funciona somente⁸⁴ como um marcador de identidade que indicia possíveis valores negativos e depreciativos da performance cômica do vídeo da música “Tobata Rebaxada” da banda Fritz 4, à exemplo de como, em contextos de imigração alemã no Brasil, vem sendo apresentado tal sotaque (MALTZAHN, 2018), mas também como um possível recurso econômico que indicia a “autenticidade” da banda Fritz 4 e da Festa do Colono e que “chama a atenção” dos usuários da rede social para a postagem e para o evento turístico.

Nesta seção, apresentei tramas que circunscrevem mobilizações de repertório linguístico e identitário como valor agregado “local” e “autêntico” dos agricultores de “José Bonifácio” e da Festa do Colono. Foram apontadas tensões de autenticidade e distintividade da Festa do Colono envolvendo seus diferentes públicos consumidores, as “descendências germânicas” de José Bonifácio e as ofertas turísticas “alemãs” de outros municípios. Indicou-se também questões de cocriação da legitimidade e valor agregado da Festa do Colono, especialmente no caso de mercantilização do “sotaque alemão” em uma postagem de Facebook da Festa do Colono. Na seção seguinte, encerrando o relato de fenômenos de mercantilização de linguagem como valor agregado na Festa do Colono, examino um episódio de mobilização simbólica de linguagem como valor agregado no logotipo de uma empresa de produtos coloniais na feira da festa.

4.2.2 “Nós não falamos, é uma pena, mas tentamos manter a cultura com a empresa”: mercantilização de linguagem como marcador de distintividade e valor agregado de autenticidade na feira da Festa do Colono

Analiso, nesta seção, a logomarca da empresa de produtos coloniais Bauernhof e apresento o contexto em que ela se insere, realizando, por fim, o exame do trecho do meu diário de campo gerado a partir da interação com as proprietárias dessa empresa na feira da Festa do Colono.

⁸⁴ Avaliações de performances cômicas dependem da perspectiva.

A feira acontece após o desfile, no domingo, e é um espaço privilegiado para a venda de produtos oriundos de José Bonifácio. Somente estão autorizados pela organização do evento a vender os seus produtos na feira aqueles produtores locais que participaram do desfile. Na feira, encontram-se frutas, hortaliças e produtos coloniais de modo geral, com preços atraentes e com valor agregado de atributos como “familiar”, “orgânicos”, “comercializados pelo próprio produtor rural” e “típicos”. A Figura 13 ilustra alguns dos produtos vendidos na feira da Festa do Colono.

Figura 13 – Tobatas enfeitadas da Festa do Colono⁸⁵



Fonte: Registradas pelo autor (2017).

Ao caminhar pela feira e observar a comercialização de hortaliças, verduras, frutas, cucas, suco (caldo) de cana de açúcar, me deparo com uma tobata de uma empresa de produtos coloniais vendendo as popularmente chamadas “bolachas decoradas” ou “bolachas de natal”. As donas da empresa são irmãs e moram em uma das propriedades rurais do município. Ao me avistarem de passagem e curioso, uma delas comenta que as bolachas são da “tradição local” e “típicas da cultura alemã”.⁸⁶ A Figura 14 ilustra alguns dos produtos comercializados pelas empresárias na feira.

⁸⁵ Os produtos que aparecem enfeitando as tobatas são comercializados, após o desfile, na feira da Festa do Colono.

⁸⁶ Além desse valor simbólico agregado destacado pelas empresárias, as bolachas também são feitas manualmente em uma propriedade rural do município.

Figura 14 – Bolachas decoradas vendidas na Festa do Colono



Fonte: Página de Facebook da empresa Bauernhof (2018).

Como mostram os indícios abaixo, na Figura 15, linguagem é mobilizada na logomarca como possível valor agregado de autenticidade do produto.

Figura 15 – Logotipo da empresa



Fonte: Página de Facebook da empresa Bauernhof (2018).

A marca do produto se utiliza de uma imagem que remete a placas de fazendas. Os ramos e o pássaro que estão na parte superior da suposta placa reforçam possíveis sentidos relacionados à natureza e espaço rural. Em relação ao logotipo, a parte textual contempla, como nome da empresa, a palavra alemã *Bauernhof* – em português, “fazenda” –, seguida pelo subtítulo “Produtos Coloniais”; ou seja, nome e descrição apontam para os mesmos

sentidos próximos aos sugeridos anteriormente. A palavra em alemão parece agregar um componente de sentido de identidade étnica ao produto, o que remete à citada caracterização das bolachas decoradas, pelas próprias proprietárias, como da “tradição local” e “típicas da cultura alemã”. O *slogan*, por fim, salienta expressamente a autenticidade dos produtos da empresa como ligados ao espaço rural: “o verdadeiro sabor do produto colonial”. Assim, em relação a possíveis valores simbólicos mobilizados na logomarca do produto, tem-se indícios de que há mercantilização de autenticidade (no *slogan*), e mercantilização de linguagem (no logotipo). Abaixo, com vistas a indicar a tipicidade do fenômeno examinado, indico sinteticamente outras mobilizações semelhantes flagradas na Festa do Colono:

Figura 16 – Itens da paisagem linguística da Festa do Colono



Fonte: Registradas pelo autor.

Na feira da Festa do Colono, após um primeiro contato visual com as donas da empresa *Bauernhof*, me apresentei e informei os objetivos da minha pesquisa. Perguntei se podia fotografar os produtos e fazer algumas perguntas, acompanhadas de anotações. Após

indicação positiva, a geração de dados foi realizada a partir de uma interação face a face entremeada por registros de algumas falas como notas de campo. Apresento a seguir o trecho de meu diário de campo produzido a partir das notas geradas por essa conversa, a fim de perscrutar a perspectiva das proprietárias no que tange à mobilização econômica e simbólica de linguagem na logomarca da empresa Bauernhof.

Em uma das tobatas, na feira, encontro duas mulheres comercializando bolachas. São duas irmãs proprietárias da empresa de produtos coloniais *Bauernhof*. Após me apresentar, questiono como chegaram ao nome da empresa. Uma das senhoras responde que chamam em português de fazenda a propriedade do seu tio onde produzem artesanalmente as bolachas e o nome vem daí. Comentam que a palavra *Bauernhof* significa fazenda em português e que utilizaram a tradução em alemão para “chamar a atenção” e por seus pais falarem alemão e na localidade se falar alemão. Questiono na sequência também se falam o alemão da localidade ou o alemão padrão. Elas respondem: “Na nossa geração não se fala mais alemão, mas nossos pais falam e na localidade ainda se fala. O nosso pai está ali atrás, se quiser falar com ele. Nós não falamos, é uma pena, mas tentamos manter a cultura com a empresa”. Uma das empresárias ainda comenta que consultou uma amiga sua da Alemanha sobre como se escrevia fazenda em alemão: “Depois de escolher a palavra fazenda, eu disse, vamos colocar ela em alemão. Consultei uma amiga da Alemanha sobre como se escrevia essa palavra e ela me disse que *Bauernhof* significava fazenda pequena. Escolhemos então essa palavra como nome da empresa”. A outra irmã emenda que o seu pai também conhecia a palavra. (Diário de campo, 23 de julho de 2017).

No trecho acima, para as empresárias, “alemão” é empregado no logotipo da empresa, por um lado, para “chamar a atenção” e, por outro, “por seus pais falarem alemão”, “na localidade se falar alemão” e para “manter a cultura com a empresa”. Interpreto que há indicativo de mercantilização na mobilização econômica e simbólica de linguagem (*profit*) como recurso de distintividade da empresa em trocas de mercado, o que se evidencia especialmente no emprego de “alemão” no logotipo da empresa para “chamar a atenção” de consumidores. Há indícios que esse uso agrega valor de autenticidade ao produto na caracterização de “típicas da cultura alemã” e na presença física do pai das empresárias, que fala “alemão”, o que contribui na legitimação do uso de *Bauernhof* e na autenticidade do produto. Há indícios também de que, para as participantes, a legitimidade também envolva a própria iniciativa de “manter a cultura” local e familiar por meio da empresa, o que interpreto como discurso de *pride*.

Em termos de nomeação de línguas, para as empresárias, seus pais e na localidade fala-se “alemão”, assim como a sua amiga, na Alemanha, fala “alemão”. Elas buscam, inclusive, a forma escrita da palavra *fazenda* “em alemão” para o logotipo da empresa. As

empresárias não dão nome mais específico às variedades do “alemão” em nenhum momento da nossa interação, apesar da minha pergunta. Em minha perspectiva ética (em oposição à perspectivaêmica, das participantes), nomeei, respectivamente, as variedades de “alemão” como *Hunsrückisch* e *standard*, em referência à suposta variedade falada na localidade e à variedade escrita/falada pela amiga das empresárias na Alemanha, tanto em minhas primeiras análises como no trecho de diário de campo que elaborei, desconsiderando por um bom tempo o emprego do termo pelas participantes.⁸⁷ Interpreto que, mesmo que haja, para as empresárias, distinção entre as variedades de “alemão”, essa distinção, ou mesmo essa discussão, simplesmente não assume particular relevância nos seus discursos e práticas de mercantilização. Percebo nessa nomeação um enviesamento da perspectiva das participantes, o que sugere que ideologias de línguas nomeadas – aqui investigadas em perspectiva crítica – também operam em mim como analista.

Nesta seção, apresentei uma prática de mercantilização de linguagem na feira da Festa do Colono em que se apontou mobilizações econômicas e simbólicas de linguagem como valor agregado de autenticidade e marcador de distintividade de uma empresa de produtos coloniais, evidenciando a perspectiva particular de repertório linguístico das proprietárias. A seguir, encerro esta história de linguagem respondendo sinteticamente as perguntas de pesquisa e apresentando as considerações finais desta pesquisa.

4.3 RESPONDENDO A PERGUNTA DE PESQUISA PRINCIPAL

A seguir organizo as respostas aproximativas desenvolvidas ao longo do Capítulo 4 à principal pergunta de pesquisa deste trabalho: *Verificam-se fenômenos de mercantilização de linguagem, multilinguismo e políticas linguísticas na Festa do Colono de José Bonifácio? Em caso afirmativo, que configurações assumem esses fenômenos e que debates envolvem?*

Sim, verificam-se mostras de mercantilização de linguagem, bilinguismo e políticas linguísticas em meus registros. Fenômenos de mercantilização de repertório linguístico flagrados na Festa do Colono estão circunscritos a fenômenos de mercantilização de repertório identitário e envolvem debates em torno de linguagem como *softskill*, ensino

⁸⁷ Apesar da abordagem crítica que aqui emprego, percebo, nesse caso, a minha acriticidade frente às minhas próprias ideologias de linguagem! Mesmo as participantes não tendo sequer mencionado a língua *Hunsrückisch* em nossa interação, na escrita do diário de campo nomeei as referências à língua como se fossem as próprias participantes que as tivessem nomeado! Interpreto que tenha operado nessa minha prática uma ideologia de linguagem pautada por línguas nomeadas, que segmenta repertórios linguísticos em itens estanques quando pode haver um quadro mais complexo, ou simplesmente distinto, na perspectiva dos atores sociais situados. Percebi o que descrevo aqui na apresentação da análise inicial do dado ao orientador e na consulta às minhas notas de campo.

bilíngue, políticas linguísticas, línguas nomeadas X repertório linguístico, patrimônio linguístico e identitário autenticamente local, autenticidade, legitimidade, distintividade, e o que o pode ou não ser mercantilizado.

Havia a expectativa, enquanto hipótese inicial de pesquisa, de encontrar um maior uso instrumental de “alemão”, “Hunsrückisch” ou “Hunsrik” na localidade e na Festa do Colono. Da mesma forma, havia a expectativa de encontrar um maior conhecimento local sobre a Lei de Cooficialização e um maior emprego dessa política linguística, bem como de línguas nomeadas como um recurso econômico de distintividade no evento.

Apesar disso, verificou-se, ainda assim, na seção 4.1.2, evidências, na perspectiva de Argemiro, autor da Lei de Cooficialização, do aventamento de Hunsrückisch como *softskill* e do bilinguismo e política linguística de cooficialização do Hunsrückisch como possíveis recursos econômicos de distinção da Festa do Colono. Averiguou-se também que, embora o documento da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch, analisada na seção 4.1.1, privilegiasse estritamente argumentos de *pride*, patrimônio linguístico e *endangerment*, houve sinalizações, na perspectiva de Argemiro, de que argumentos de *profit* (que aventam Hunsrückisch, política linguística de cooficialização e bilinguismo como possíveis recursos econômicos locais) foram relevantes nas discussões em audiências públicas do município e que, juntamente com argumentos de língua como patrimônio e *pride*, constituíram argumentos mais persuasivos para a aprovação da cooficialização do Hunsrückisch na localidade. Interpreto, assim, a partir da perspectiva de Argemiro, que há contrastes entre o que se encontra no documento da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch e os discursos substanciais que circularam nas audiências públicas de José Bonifácio sobre possíveis empregos do Hunsrückisch, bilinguismo e da política de cooficialização como recursos econômicos locais. Por outro lado, na perspectiva do gestor da pasta de Cultura, Turismo e Educação do município, por ocasião da Festa do Colono, verificou-se indícios de aventamento da mercantilização de “alemão oficial” como *softskill* autenticamente local e como recurso de futuras mobilidades e desenvolvimento econômico para o município. Debates envolvendo mobilizações de linguagem e identidade como um recurso econômico na Festa do Colono também circunscrevem tensões e perspectivas distintas quanto a que repertório linguístico e identitário é autenticamente local.

Como já mencionado, flagrei raros usos instrumentais de variedades linguísticas “alemãs” na localidade e escassos empregos instrumentais de linguagem como recurso econômico na Festa do Colono. Apesar disso, registrei múltiplas e multiformes mobilizações simbólicas do repertório linguístico local (língua “alemã”, português com “sotaque alemão”, “Hunsrückisch”, “alemão oficial”) como recurso de distintividade da Festa do Colono e de

produtos da Festa do Colono, mesmo que a perspectiva dos participantes e organizadores da festa indicasse empregos de repertório linguístico e identitário como “poucos”. Mobilizações simbólicas de linguagem como valor agregado indicaram atributos de “autenticidade” e de “local” a produtos e à própria Festa do Colono como recurso de distintividade. A partir da entrevista de Welson, na seção 4.2.1, tem-se evidências de que linguagem e identidade “alemã” são mercantilizadas explicitamente como valor agregado da Festa do Colono, principalmente tendo em vista o público consumidor da festa externo à localidade, o que envolve também tensões de autenticidade e distintividade. Na perspectiva de um dos principais organizadores da Festa do Colono, a carência de recursos artísticos autênticos ao “alemão” local é elemento decisivo para restrições de mercantilização de itens do repertório linguístico e identitário na Festa do Colono. Apesar disso, há indicação de flexibilizações de critérios de autenticidade para atender expectativas do público externo à Festa do Colono, o que exige, contudo, a gestão da autenticidade e tradição para garantir a distintividade do evento em relação a festas “alemãs” regionais. Fenômenos de mobilização de linguagem como valor agregado na Festa do Colono são simbólicos e envolvem inerentemente tensões de distintividade, autenticidade, legitimidade, expectativas e perspectivas de diferentes públicos da festa sobre o que é autenticamente local. Verificam-se, assim na Festa do Colono, mobilizações de linguagem como recurso em músicas de “bandinhas alemãs”, frases em alemão e a paisagem linguística local, que incluía nomes de ruas “alemães” e outdoors com nomes de produtos locais em “alemão”. Na seção 4.2.1, evidenciei um fenômeno de mercantilização de português com “sotaque alemão” e processos de mercado de cocriação de valor agregado e legitimidade em uma postagem da página oficial de Facebook da Festa do Colono. Já na seção 4.2.2, destaquei um fenômeno de mercantilização de linguagem na logomarca de uma empresa de produtos coloniais do município. Repertório linguístico local é empregado no episódio explicitamente como um valor agregado de autenticidade e um recurso de distintividade de nichos de mercado. Embora as donas da empresa não falem “alemão” ou “Hunsrückisch”, a legitimidade do uso de “língua alemã” no logotipo da empresa é cocriada pela proficiência ativa do pai, que está presente na Festa do Colono, e pelos alegados usos instrumentais de “língua alemã” local ainda presentes no município.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo dos capítulos anteriores, relatei e examinei, privilegiando a perspectiva dos participantes, fenômenos de mobilização simbólica e econômica de linguagem como *softskill* e como valor agregado, flagrados em minha pesquisa de base etnográfica crítica exploratória na Festa do Colono de José Bonifácio. No Capítulo 1 apresentei os objetivos, a pergunta de pesquisa principal e as justificativas desta pesquisa. Já no Capítulo 2, defini conceitos e arrazoei a perspectiva teórico-analítica assumida. No Capítulo 3 expus aspectos históricos, econômicos, identitários e discursivos de José Bonifácio e da Festa do Colono relevantes para meus propósitos analíticos, bem como descrevi os principais procedimentos metodológico-analíticos empregados na geração e exame dos dados. No Capítulo 4 respondi a pergunta de pesquisa principal desta pesquisa, apresentando evidências de fenômenos de mercantilização de linguagem como *softskill* e como valor agregado na Festa do Colono, bem como tensões e debates circunscritos a esses fenômenos.

O segmento “Por que não unir o útil ao agradável?” foi cuidadosamente selecionado para o título desta dissertação por sinalizar, no meu entender, uma articulação substancial flagrada em meus registros. Retirado da entrevista com Argemiro,⁸⁸ o trecho se refere à possibilidade (em questionamento ou proposição) de unir o útil (ou seja, o emprego da língua Hunsrückisch como um recurso econômico simbólico na Festa do Colono) ao agradável (ou seja, promover a manutenção e revitalização de usos instrumentais de Hunsrückisch como patrimônio identitário e como direito linguístico de José Bonifácio). Como já mencionado, discursos estritos de *endangerment*, *pride* e patrimônio linguístico não se sustentaram nos debates de cooficialização do município sem a consideração do paradigma de mercado. Expus também indicações desse mesma articulação em outros registros que apresentei, como, por exemplo, na mobilização de “alemão” no logotipo da empresa de produtos coloniais *Bauernhof*, em que linguagem se apresenta, por um lado, como forma de estabelecer distintividade de nicho de mercado (útil) e, por outro, como uma mobilização no sentido de “manter a cultura [étnica-alemã da família/município] com a empresa” (agradável).

Esta singela pesquisa de dissertação de mestrado, de caráter exploratório, apresenta várias limitações no que tange ao aprofundamento de discussões teóricas e à geração de dados, o que, por exemplo, prejudicou a triangulação de dados. Apesar disso, essas limitações não comprometeram as respostas apresentadas à pergunta de pesquisa principal. Tanto a

⁸⁸ Professor, ex-vereador e ex-secretário da pasta da Cultura e proponente da Lei de Cooficialização do Hunsrückisch do município de José Bonifácio.

discussão teórica quanto a discussão metodológica e o próprio relato etnográfico são aprendizados e experimentações recentes para mim, o que encarei ao longo do percurso desta pesquisa como um instigante desafio de aprendizagem e crescimento, mas que também me geraram muitas angústias em vários momentos. As limitações que entendi como mais relevantes foram apontadas em notas de rodapé ao longo do capítulo analítico. A título de exemplo, entendo que minha inexperiência com o tema de pesquisa e com o trabalho etnográfico aqui empreendido foi responsável por perguntas, em entrevistas iniciais, por vezes, pouco sensíveis aos participantes e pouco adequadas aos fenômenos estudados. As expectativas, como hipótese de pesquisa, de observar mais empregos instrumentais de linguagem e da política linguística de cooficialização como recurso econômico também estavam desajustadas ao contexto de pesquisa, o que, contudo, me conduziu a compreender melhor as restrições de fenômenos de mercantilização de linguagem e identidade na Festa do Colono. Tenho também a convicção de que uma geração de dados de mais fôlego e com mais experiência no que tange à produção, circulação, consumo e valores dos recursos linguísticos e identitários mobilizados na Festa do Colono poderia ter evidenciado questões mais profundas/sutis de discursos e processos dos quais somente captei a existência. Por exemplo, no dado sobre a empresa *Bauernhof*, embora eu tenha flagrado discursos de mercantilização na perspectiva das proprietárias, não registrei a perspectiva dos consumidores do produto nem a circulação e valoração de possíveis atributos associados à *commodity* linguística. Creio também que a investigação da perspectiva dos jovens do município, nas escolas municipais de José Bonifácio, no que tange ao aprendizado de línguas, conforme citado por Cláudio e Argemiro, poderia ter iluminado parte da discussão sobre mercantilização e ensino bilíngue que mobilizei aqui.

Apesar das limitações sinalizadas, a literatura aqui mobilizada pode se beneficiar com este estudo não somente pelas novas evidências de fenômenos de mercantilização simbólica de linguagem apresentados, mas também pelas restrições desses fenômenos no evento turístico e em José Bonifácio, bem como pelos fenômenos circunscritos de autenticidade, distintividade, articulação de discursos de *pride* e *profit* e patrimônio linguístico.

Por sua vez, ativistas de línguas minoritárias, organizadores de eventos turísticos, gestores de municípios, empresários, organizadores de museus e associações culturais também podem se beneficiar com a devolutiva deste trabalho como base de discussão e de possíveis decisões em torno de discursos e práticas que envolvam mercantilização de identidade e linguagem. Assim, a esses atores em especial, entendo que este estudo particularmente informa que mobilizações simbólicas (e não necessariamente instrumentais)

de repertório linguístico (e não necessariamente de línguas nomeadas) e identitário de grupos étnicos minoritários e periféricos podem ser recursos econômicos de distintividade de minorias linguísticas em nichos de mercado, podendo também servir a propósitos de resgate e/ou manutenção de itens de repertório linguístico e identitário da localidade. Mobilizações simbólicas de repertório envolvem, contudo, tensões do que é a autenticidade local na perspectiva de diferentes consumidores, sendo que atributos de “autêntico” e de “local” podem ser marcadores de alto valor agregado para essas comunidades na produção de distintividade. Além disso, políticas linguísticas de manutenção/revitalização de itens de repertório linguístico encontram dificuldades em sustentar discursos escritos de patrimônio, *endangerment* e *pride* em face das condições contemporâneas de economia política. Assim, discursos de *profit* articulados a discursos de *pride* e patrimônio linguístico constituem argumentos mais persuasivos para a efetivação dessas políticas. Por fim, nomeações de línguas e caracterizações de ensino bilíngue podem ser interessadas, ideológicas e políticas, envolvendo diferentes entendimentos de patrimônio e de língua como *habilidade técnica*, o que pode servir como argumento para decisões de política linguística e/ou de mercantilização de itens de repertório linguístico da localidade.

A experiência acumulada e a contemplação das limitações desta investigação me possibilitarão dar sequência à investigação desses fenômenos em visitas futuras à localidade e/ou na investigação de outros contextos. Esta pesquisa abre perspectivas para estudos de mercantilização de linguagem – em especial no campo do turismo e do ensino de localidades pequenas e com línguas minoritárias e políticas linguísticas, coleção de aspectos que venho percebendo como particularmente interessantes para a investigação de fenômenos de mobilização simbólica e econômica de linguagem. Quadros descritivos mais completos da produção, circulação e consumo de recursos linguísticos simbólicos, produção de distintividade e cocriação de legitimidade são também pontos centrais para próximas investigações.

REFERÊNCIAS

ACERVO de Edilberto Luiz Hammes. **Folha Pomerana**, n. 231, 17 mar. 2018.

ALTENHOFEN, Cléo Vilson. **Hunsrückisch in Rio Grande do Sul**: ein Beitrag zur Beschreibung einer deutschbrasilianischen Dialektvarietät im Kontakt mit dem Portugiesischen. Stuttgart: F. Steiner, 1996.

ANDERSON, Benedict. **Imagined Communities**: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London: Verso, 1991.

BAKHTIN, Mikail. **Estética da criação verbal**. Os gêneros do discurso. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BERNARD, Harvey R. **Research methods in anthropology**: qualitative and quantitative approaches. [S.l.]: AltaMira Press, 2006.

BOURDIEU, Pierre. The economics of linguistic exchanges. **Soc. Sci. Inf.**, v. 16, n. 6, p. 645–668, 1977.

BRASIL. **Decreto n.º 7.387, de 9 de dezembro de 2010**. Institui o Inventário Nacional da Diversidade Linguística e dá outras providências. Brasília, 2010. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Decreto%207387%20-%202010.pdf>>. Acesso em: 02 maio 2018.

BRASIL. **Decreto n.º 5.626, de 22 de dezembro de 2005**. Regulamenta a Lei no 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei no 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Brasília, 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm>. Acesso em: 05 jul. 2018.

COUPLAND, Nikolas; GARRETT, Peter; BISHOP, H. Wales underground: discursive frames and authenticities in Welsh mining heritage tourism events. In: JAWORSKI, A.; PRITCHARD, A. (Eds.). **Discourse, communication and tourism**. Clevedon: Channel View Publications, 2005. p. 199–222. Disponível em: <<https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20053172513>>. Acesso em: 26 jun. 2018.

DA SILVA, Emanuel; HELLER, Monica. From protector to producer: the role of the State in the discursive shift from minority rights to economic development. **Language Policy**, v. 8, p. 95–116, 2009.

DEL PERCIO, Afonso; FLUBACHER, Mi-cha; DUCHÊNE, Alexandre. **Language and Political Economy**. Oxford, UK: Oxford University Press, 2016. v. 1

DUCHÊNE, Alexandre; HELLER, Monica. **Language in late capitalism**: pride and profit. New York: Routledge, 2012.

DUCHÊNE, Alexandre; HELLER, Monica. **Discourses of endangerment**: ideology and interest in the defence of languages. London: Continuum, 2008.

ENCONTRO NACIONAL DE MUNICÍPIOS PLURILÍNGUES, 1., 2015, Florianópolis. Blog: 1º Encontro nacional de Municípios Plurilíngues. Disponível em: <<http://1enmp2015.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 01 maio 2018.

ERICKSON, Frederick. Qualitative methods. In: LINN, Robert; ERICKSON, Frederick (Orgs.). **Quantitative methods; Qualitative Methods**. New York: Macmillan, 1990. v. 2. p. 75-194.

FISCHERMANN, Thomas. Pé na Praia: Entre falsos bávaros. **DW**, 18 out. 2017. Disponível em: <<http://www.dw.com/pt-br/p%C3%A9-na-praia-entre-falsos-b%C3%A1varos/a-41014912>>. Acesso em: 10 maio 2018.

GAL, Susan. Language and political economy: an afterword. **HAU: Journal of Ethnographic Theory**, v. 6, n. 3, p. 331–335, 28 dez. 2016. Disponível em: <<https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.14318/hau6.3.021>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

GAL, Susan. Language and Political Economy. **Annual Review of Anthropology**, v. 18, n. 1, p. 345–367, out. 1989. Disponível em: <<http://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.an.18.100189.002021>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

GARCEZ, Pedro de Moraes; SCHULZ, Lia. ReVEL na Escola: do que tratam as políticas linguísticas. **ReVEL**, v. 14, n. 26, 2016.

GARCEZ, Pedro de M.; BULLA, Gabriela da S.; LODER, Letícia Ludwig. Práticas de pesquisa microetnográfica: geração, segmentação e transcrição de dados audiovisuais como procedimentos analíticos plenos. **DELTA: Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada**, v. 30, n. 2, p. 257–288, 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-44502014000200257&lng=pt&tlng=pt>.

GERTZ, René. **O fascismo no sul do Brasil: germanismo, nazismo, integralismo**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1987.

GIDDENS, Anthony. **The Constitution of Society**. Berkeley: University of California Press, 1984.

GRAAN, Andrew. Language and political economy, revisited. **Journal of Ethnographic Theory**, v. 6, n. 3, p. 139–149, 2016.

GUMPERZ, John J. **Discourse strategies**. [S.l.]: Cambridge University Press, 1982.

HABEL, Jussara Maria. Os nomes do Hunsrückisch : aspectos linguísticos e extralinguísticos da denominação de línguas de imigração. **Entrepalavras**, v. 7, n. 2, p. 314–330, 2017. Disponível em: <<http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/859>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

HALL-LEW, Lauren A.; LEW, Alan A. Speaking Heritage. In: HALL-LEW, Lauren A.; LEW, Alan A (Eds.). **The Wiley Blackwell Companion to Tourism**. Oxford, UK: John Wiley & Sons Ltd., 2014. p. 336–348.

HELLER, Monica. **Paths to Post-Nationalism: a critical ethnography of language and identity**. New York: Oxford University Press, 2011.

HELLER, Monica. Language as Resource in the Globalized New Economy. In: COUPLAND, Nikolas (Ed.). **The handbook of language and globalization**. Malden: Blackwell, 2010a. p. 349-365.

HELLER, Monica. The Commodification of Language. **Annual Review of Anthropology**, v. 39, n. 1, p. 101–114, 2010b. Disponível em: <<http://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.anthro.012809.104951>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

HELLER, Monica. **Linguistic Minorities and Modernity**. London: Continuum, 2006.

HELLER, Monica. Globalization, the new economy, and the commodification of language and identity. **Journal of Sociolinguistics**, v. 7, n. 4, p. 473–492, 2003.

HELLER, Monica; DUCHÊNE, Alexandre. Treating language as an economic resource: Discourse, data and debate. In: COUPLAND, N. (Ed.). **Sociolinguistics: Theoretical Debates**. Cambridge: Cambridge University Press, 2016. p. 139–156.

HELLER, Monica; DUCHÊNE, Alexandre. Pride and profit: Changing discourses of language, capital and nation-state. In: DUCHÊNE, Alexandre; HELLER, Monica (Eds.). **Language in late capitalism: pride and profit**. London: Routledge, 2012. p. 1-21.

HELLER, Monica; PUJOLAR, Joan; DUCHÊNE, Alexandre. Linguistic commodification in tourism. **Journal of Sociolinguistics**, v. 18, n. 4, p. 539–566, 2014.

HELLER, Monica; PIETIKÄINEN, Sari; PUJOLAR, Joan. **Critical sociolinguistic research methods : studying language issues that matter**. New York: Routledge, 2018.

HORNBERGER, Nancy; JOHNSON, David. The ethnography of language policy. In: MCCARTY, Teresa L. (Ed.). **Ethnography and language policy**. Londres; Nova York: Routledge, 2011. p. 273–289.

IPOP lança o livro “Receitas da Imigração”. [S.l.], 22 dez. 2015. Blog: 1º Encontro Nacional de Municípios Plurilíngues. Disponível em: <<http://1enmp2015.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 28 abr. 2018.

IRVINE, Judith. When talk isn't cheap: language and political economy. **American Ethnologist.**, v. 16, n. 2, p. 248–267, 1989.

JAFFE, Alexandra. Critical perspectives on language-in-education policy: the corsican example. In: MCCARTY, Teresa L. (Ed.). **Ethnography and language policy**. Londres; Nova York: Routledge, 2011. p. 205-231.

KELLY-HOLMES, Hellen. Theorising the market in sociolinguistics. In: COUPLAND, Nikolas (Ed.). **Sociolinguistics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2016. p. 157–172.

MALTZAHN, Paulo. A língua alemã como marcador de identidade étnica em Pomerode. **Pandaemonium Germanicum**, v. 21, n. 33, p. 113-135, jan. 2018.

MARTIN-JONES, Marilyn. Language policies, multilingual classrooms: resonances across continents. In: HULT, Francis M.; KING, Kendall A. (Eds.). **Educational linguistics in Practice: Applying the local globally and the global locally**. Bristol: Multilingual Matters, 2011.

MASON, Jennifer. **Qualitative Researching**. Londres: SAGE, 2002.

MCGILL, Kenneth. Political Economy and Language: A Review of Some Recent Literature. **Journal of Linguistic Anthropology**, v. 23, n. 2, p. 84–101, ago. 2013. Disponível em: <<http://doi.wiley.com/10.1111/jola.12015>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

MERCANTILIZAÇÃO. In: PRIBERAM dicionário, c2018a. Disponível em: <<https://www.priberam.pt/dlpo/mercantiliza%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 07 jul. 2018.

MERCANTILIZAÇÃO. In: AULETE digital, c2018b. Disponível em: <<http://www.aulete.com.br/mercantiliza%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 07 jul. 2018.

MORELLO, Rosângela (Org.). **Leis e línguas no Brasil: o processo de cooficialização e suas potencialidades**. Florianópolis: IPOL, 2015a.

MORELLO, Rosângela. **A política de cooficialização de línguas no Brasil**. In: MORELLO, Rosângela (Org.). **Leis e línguas no Brasil: o processo de cooficialização e suas potencialidades**. Florianópolis: IPOL, 2015b.

OLIVEIRA, Gilvan M. A cooficialização de línguas em nível municipal no Brasil: direitos linguísticos, inclusão e cidadania. In: MORELLO, Rosângela (Org.). **Leis e línguas no Brasil: o processo de cooficialização e suas potencialidades**. Florianópolis: IPOL, 2015.

OTHEGUY, Ricardo; GARCÍA, Ofelia; REID, Wallis. Clarifying translanguaging and deconstructing named languages: A perspective from linguistics. **Applied Linguistics Review**, v. 6, n. 3, p. 281–307, 2015. Disponível em: <<https://ofeliagarciadotorg.files.wordpress.com/2011/02/otheguyreidgarcia.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

PIETIKAINEN, Sari; JAFFE, Alexandra; KELLY-HOLMES, Helen; COUPLAND, Nikolas. **Sociolinguistics from the Periphery**. Cambridge: Cambridge University Press, 2016.

POMERODE. Prefeitura de Pomerode. [**Homepage**]. Disponível em: <<http://www.pomerode.sc.gov.br/>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

PRAHALAD, Coimbatore K.; RAMASWAMY, Venkat. Co-creation experiences: The next practice in value creation. **Journal of Interactive Marketing**, v. 18, n. 3, p. 5–14, jan. 2004. Disponível em: <<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1094996804701073>>. Acesso em: 24 jun. 2018.

RADUNZ, Willian. **Commodification de linguagem e identidade na Festa do Colono de um município no Sul do Brasil em que a língua de imigração alemã Hunsrückisch é**

cooficial. 2018. Projeto de Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Pós-Graduação em Letras, Univeridade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

RICENTO, Thomas. **Language Policy, Ideology, and Attitudes in English-Dominant Countries**. Oxford, UK: Oxford University Press, 2013.

SCHEDDEL, Larissa S. Turning local bilingualism into a touristic experience. **Language Policy**, v. 17, n. 2, p. 137–155, 30 maio 2018. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/s10993-017-9437-3>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

SCHETZ, Dayanne. **Um passado presente: a construção de identidades e memórias na cidade de Antônio Carlos (1980 – 2014)**. 2015. 196 f. Dissertação (Mestrado em História) – Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

SHANKAR, Shalini; CAVANAUGH, Jillian R. Language and Materiality in Global Capitalism. **Annual Review of Anthropology**, v. 41, n. 1, p. 355–369, 21 out. 2012. Disponível em: <<http://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev-anthro-092611-145811>>. Acesso em: 24 jun. 2018.

SHULIST, Sarah A. **In the House of Transformation: Language Revitalization, State Regulation, and Indigenous Identity in Urban Amazonia**. 2013. 350 f. Tese (Doutorado em Antropologia) – Graduate Program in Anthropology, University of Western Ontario, Canada, 2013. Disponível em: <<https://ir.lib.uwo.ca/etd/1695>>. Acesso em: 25 out. 2018.

URCIOLI, Bonnie. Skills and selves in the new workplace. **American Ethnologist**, v. 35, n. 2, p. 211–228, 2008. Disponível em: <<http://doi.wiley.com/10.1111/j.1548-1425.2008.00031.x>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

WEBER, Roswithia. **Mosaico identitário: história, identidade e turismo nos municípios da Rota Romântica – RS**. 2006. 310 f. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

WEE, Lionel. Are there zombies in language policy? Theoretical interventions and the continued vitality of (apparently) defunct concepts. In: COUPLAND, Nikolas (Ed.). **Sociolinguistics: Theoretical Debates**. Cambridge: Cambridge University Press, 2016. p. 331–348.

APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Projeto de Pesquisa: ***Commodification de língua, identidade e política linguística na Festa do Colono e do Motorista de um município no Sul do Brasil em que a língua hunsrückisch é cooficial***

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está convidado(a) como voluntário(a) a participar desta pesquisa, em que pretendemos investigar os discursos circulantes na Festa do Colono e do Motorista sobre língua, identidade e política linguística local. O motivo que nos leva a estudar esse assunto é aprofundar e ampliar entendimentos sobre identidades, línguas e políticas linguísticas na localidade na Festa do Colono e do Motorista.

Para esta pesquisa vamos observar e fazer anotações, gravações em áudio e vídeo na Festa do Colono e do Motorista. Também realizaremos entrevistas com participantes da festa. Podemos também fazer perguntas em conversas informais com moradores da localidade.

Para participar desta pesquisa, você vai receber esclarecimentos em qualquer aspecto que deseje e fica livre para participar ou recusar-se a participar. Você pode retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária, e a recusa em participar não vai acarretar em qualquer prejuízo para você.

Não há remuneração ou benefícios diretos para você ao participar, mas a pesquisa vai contribuir como fonte de consulta para estudiosos de políticas linguísticas, educadores ou interessados em pensar as línguas no Brasil. Os resultados da pesquisa vão ser divulgados à comunidade acadêmica e à comunidade de pesquisadores e interessados por meio de publicações, apresentações em eventos acadêmicos ou outras formas de divulgação. De modo a preservar a sua privacidade e a confidencialidade de informações pessoais durante todas as fases da pesquisa, os participantes vão ser referidos por nomes fictícios nas transcrições e relatos de pesquisa, e os registros em áudio e fotográficos, caso venham a ser reproduzidos, serão tratados para que o rosto e a voz dos participantes não possam ser facilmente reconhecidos.

Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa vão ficar arquivados com o pesquisador responsável por um período de cinco anos. Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a você.

- Em caso de dúvida ou necessidade de esclarecimentos sobre o estudo, ou se acreditar que algum prejuízo pode ser causado por sua participação no estudo, por favor, entre em contato com o pesquisador responsável:

Prof. Pedro de Moraes Garcez

Prédio Administrativo do Instituto de Letras – Sala 203 – Câmpus do Vale

Av. Bento Gonçalves, 9500 – 91501-000 – Porto Alegre, RS

Telefone: (51) 3308-6698

E-mail: pedrom.garcez@ufrgs.br

- O projeto desta pesquisa foi examinado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, que pode ser contatado

por via dos dados abaixo em caso de dúvida ou necessidade de esclarecimentos relacionada a seus direitos e participação nesta pesquisa:

Comitê de Ética em Pesquisa/UFRGS

Prédio da Reitoria - 2º andar - Campus Central

Av. Paulo Gama, 110 - 90040-060 -- Porto Alegre, RS

Telefone: (51) 3308-3738

E-mail: etica@propesq.ufrgs.br

Eu, _____, fui informado (a) dos objetivos da presente pesquisa de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar. Declaro que concordo em participar. Recebi uma via original deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Assinatura do participante

Gratos pela sua participação,

Pedro de Moraes Garcez, Ph.D. (PPG-LETRAS/UFRGS)

Willian Radünz (PPG-LETRAS/UFRGS)

APÊNDICE B – Carta de Anuência

CARTA DE ANUÊNCIA

Pedimos anuência da Comissão Organizadora da 40ª Festa do Colono e 34ª Festa do Motorista do município de Nome do Município, Santa Catarina, para a realização da pesquisa “Commodification de língua, identidade e política linguística na Festa do Colono e do Motorista em um município no Sul do Brasil em que a língua *hunsrückisch* é cooficial”. Nessa pesquisa, pretendemos investigar em vários ambientes da Festa do Colono e da Festa do Motorista os discursos circulantes sobre línguas, identidades e políticas linguísticas locais. O motivo que nos leva a estudar esse tema é buscar compreender como identidades, línguas e políticas linguísticas locais agregam valor à Festa do Colono e Motorista. Para tanto, vamos observar a festa, fazer anotações e gravações em áudio e vídeo. Também realizaremos entrevistas com participantes da festa. Para participar da pesquisa, o participante assinará o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), recebendo esclarecimentos sobre a pesquisa e ficando livre para participar ou recusar-se a participar, bem como retirar o consentimento de participação da pesquisa a qualquer momento. A Comissão Organizadora da 40ª Festa do Colono e 34ª Festa do Motorista do município de Nome do Município, Santa Catarina, fica também resguardada a possibilidade de retirar sua anuência ou interromper sua participação a qualquer momento nessa pesquisa. O nome do município e dos participantes não serão divulgados.


Eu, _____, presidente da comissão de organização da 40ª Festa do Colono e 37ª Festa do Motorista do município de Nome do Município, dou anuência à realização do estudo “Commodification de língua, identidade e política linguística na Festa do Colono e Motorista de um município no Sul do Brasil”. Fui informado sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como sobre as atividades que serão realizadas.

Nome do Município, _____ de _____ de 2017.

Assinatura e carimbo

APÊNDICE C – Carta de Anuência do STTR

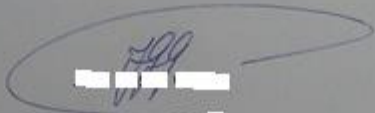
CARTA DE ANUÊNCIA do Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais



SINDICATO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS
DE [REDACTED]
Fundado em 25/09/70 – MTPS 305.913.171 – Registro no livro nº 66 - folha 5 no dia 28/04/71
CNPJ [REDACTED]
Rua [REDACTED] Fone [REDACTED]
E-mail: [REDACTED] [bol.com.br](mailto:[REDACTED]@bol.com.br)

Comunicamos, para os devidos fins, que estamos cientes e concordamos com a visita do Sr. Willian Radünz, aluno da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), para que, durante a realização da Festa do Colono de [REDACTED], realize sua pesquisa sobre as identidades, línguas e políticas linguísticas que circulam nesta festa.

Cordialmente,


PRESIDENTE DO STTR – [REDACTED]

APÊNDICE D – Roteiro de perguntas previstas em Radüinz (2017)

Roteiro de perguntas previstas aos organizadores da festa

Como foi a organização para a festa do Colono e do Motorista? Quantas foram as reuniões?
Em quais línguas se fala nas reuniões?

Como é organizada a divulgação? Quem é o público da festa?

Quais são os eventos da Festa do Colono? Como foram as discussões para a escolha desses eventos? Qual é a parte que você mais gosta da festa do colono? Por quê?

Que produtos são vendidos? Qual o perfil dos vendedores da festa?

São passadas orientações para os vendedores? Quais?

Qual a ideia de colono que se procura passar na festa?

Em quais línguas se fala geralmente nos eventos?

O que tem de alemão local na Festa do Colono?

Existem referências à língua hunsrückisch na festa?

Como as línguas faladas aqui chamam a atenção para a Festa?

Você conhece a política de cooficialização do Hunsrückisch? Existe alguma referência à cooficialização do hunsrückisch na Festa? A cooficialização tem algum papel na Festa, ou na sua promoção?

Roteiro de perguntas previstas aos participantes da Festa do Colono

Por que você está visitando a Festa do Colono?

Você comprou algo da festa? Vai comprar? Quais produtos aqui são interessantes? Por quê?

Por que você veio a festa?

Como é a língua local?

Para você, a linguagem local de José Bonifácio é um atrativo da Festa do Colono?

Roteiro de perguntas previstas aos vendedores de produtos na festa

Que produtos são os mais procurados? Para você, o que atrai turistas?

Você acha que a Festa do Colono vai continuar por bastante tempo ainda na localidade? E o hunsrückisch? Existe algo aqui que está se fazendo para preservar a língua e cultura local?

Que línguas você usa para atender os clientes geralmente? Na sua opinião, as línguas locais são usadas em alguns momentos para chamar a atenção para a festa do Colono e para os seus produtos?

Roteiro de perguntas previstas aos participantes do processo de cooficialização do Hunsrückisch e suas percepções sobre a festa.

Qual foi a repercussão da lei de cooficialização no município? As pessoas na cidade estão informadas sobre a cooficialização? E em outros municípios? Como o município é visto tendo língua cooficializada?

Se usa hunsrückisch na Festa?

Na sua opinião, como é o colono é visto na localidade? Como ele é colocado na festa?

É possível na sua opinião observar reflexos da cooficialização do hunsrückisch nas festas da localidade?