

UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA REGIONAL DE CHAPECÓ – UNOCHAPECÓ  
PROGRAMA DE PÓS – GRADUAÇÃO EM POLÍTICAS SOCIAIS  
MESTRADO PROFISSIONAL EM POLÍTICAS SOCIAIS E DINÂMICAS  
REGIONAIS

**NARRATIVAS DA ITALIANIDADE EM CIDADE DE MÉDIO PORTE**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Políticas Sociais e Dinâmicas Regionais, da Universidade Comunitária de Chapecó – UNOCHAPECÓ Linha de Pesquisa II: Dinâmicas Territoriais e Desenvolvimento

Mestrando: Diego André Fiore da Silva

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Arlene Anélia Renk

Coorientador: Prof. Dr. Leonel Piovezana

Chapecó – SC

2014

## AGRADECIMENTOS

Tenho muitas pessoas para agradecer, pessoas que colaboraram para que o projeto se transformasse na dissertação, e que sempre estiveram disponíveis para conversas e para um auxílio.

Inicialmente agradeço a Professora Doutora Silvana Terezinha Winckler, que em meio às nossas aulas de Língua Italiana, me fez conhecer o Mestrado em Políticas Sociais e Dinâmicas Regionais, e me incentivou a ser mestrando. Com seu conhecimento, me fez entender que precisamos estar sempre evoluindo, e que o estudo é fundamental para qualquer pessoa.

Agradeço a todos os meus Professores do Programa, foram profissionais, éticos e claros em suas explicações durante o ano em que estive concluindo os créditos, tive preciosos momentos de aprendizagem e discussões com cada um.

Expresso meus agradecimentos às professoras Myriam, Maria Luiza e Dunia, coordenadoras do programa. Agradeço ainda pela bolsa de estudo que recebi, pois foi indispensável para minha conclusão do curso.

Sou grato aos meus colegas do Mestrado, pelos trabalhos em grupo, pelas leituras, e por estarmos sempre nos apoiando.

Como forma especial, agradeço a Luciana Lunelli, secretária *stricto sensu* do Programa de Pós-Graduação em Políticas Sociais e Dinâmicas Regionais, pela gentileza e disponibilidade.

Agradeço minha mãe, meu pai e meu irmão Renan, por me entenderem nesse período em que fiz o mestrado, por estarem sempre me apoiando e me ajudando, foram fundamentais nessa caminhada.

Sou grato a minha querida amiga Mestra Keli Almeida Bortoli Paz, por todas as nossas conversas, pela força dada, pela torcida, pelos desabafos e por sempre acreditar em mim, mais do que uma amiga, uma irmã.

A todos os entrevistados, que assim como eu, gostam da italianidade, meus agradecimentos.

De forma especial, sou grato ao meu Coorientador, Professor Doutor Leonel Piovezana, por estar sempre pronto a auxiliar e discutir principalmente as questões sobre as interculturalidades.

Sou imensamente grato à minha Orientadora Professora Dra. Arlene Renk, por todo o trabalho que desenvolvemos, pelas pesquisas, as leituras, os debates, pelos livros que me emprestou, pelas teses, artigos, ensaios que conseguiu para mim, pelos cafés que tomamos enquanto pensávamos na italianidade num contexto de globalização, pela sua motivação pelo conhecimento que me inspirará sempre. Agradeço por todas as intervenções que fez por mim, pelos auxílios nos artigos que apresentei, e quero registrar o quanto fiquei feliz em tê-la como orientadora, uma pessoa ética, séria e que se tornou minha amiga.

Ser aluno do Programa de Pós-Graduação Políticas Sociais é um privilégio, pois pude aprender de forma significativa.

Agradeço a todos que contribuíram e que torceram por mim nessa caminhada. Muito obrigado.

## **RESUMO**

A dissertação tem por objetivo analisar o processo de construção e dinamicidade da italianidade no Oeste de Santa Catarina, principalmente na cidade de Chapecó, e a sua estratégia como suporte para a Narrativa de Identidade.

Devido à grande presença de ítalo-brasileiros na região de Chapecó, a dissertação foi desenvolvida na cidade destacada, com alguns pontos mencionados sobre cidades catarinenses vizinhas, e algumas cidades do Rio Grande do Sul.

Através da dissertação se levantou que a herança passada pelos italianos Vênetos e Trentinos principalmente, em soma com o processo de globalização, aflorou na região de Chapecó o sentimento de italianidade, ou seja, o favorável fato de ser descendente de italiano.

Hoje em Chapecó é possível encontrar mediadores culturais que divulgam aspectos da cultura italiana (híbrida) do local, seja através de programas de rádio, de jornal, de ensino de língua italiana, entre outros. Destacam-se ainda comércios que usam nomes fantasia em idioma italiano ou dialeto local como estratégia comercial.

Muitas famílias de descendência italiana de Chapecó e região promovem encontros familiares para homenagear os antepassados que vieram para o Brasil, e percebe-se ainda que alguns pais batizam seus filhos com nomes italianos, como forma de torná-los únicos aos seus olhos.

A cultura italiana se mescla com novas culturas locais, e assim forma uma nova cultura, algo que está sempre em transformação.

Palavras-Chave: Italianidade. Globalização. Interculturalidade. Mediadores Culturais.

### **ABSTRACT**

This dissertation aims to analyze the construction and dynamic of the Italian immigrants influence in the west of Brazilian state “Santa Catarina”, especially in the city of “Chapecó”, and its strategy as the base to the identity narrative.

Due to the great presence of Brazilian descendant from Italian people in the region of “Chapecó”, the dissertation was developed in the mentioned city, some points regarded to neighbor cities from the same state and also some of the state of “Rio Grande do Sul”.

With the dissertation it was possible to identify the heritage left by the Italian people mainly from the regions of Venice and Trento, adding the globalization process, which set into “Chapecó”’s region the Italian influence feeling, it means the positive aspect of being an Italian descendant.

Nowadays it is possible to find culture mediators in “Chapecó” who spread aspects of the local Italian culture (hybrid) by radio and television programs, the newspaper, the Italian language learning, etc. It’s possible to highlight the commerce establishments in which are used, as business name, expressions in Italian or local dialect as trade strategy.

A lot of Italian descendant families from “Chapecó” and its region promote family reunions to celebrate their ancestors who came to Brazil and it’s also common to see parents naming their children after Italian names, as a way to make them unique.

The Italian culture combines to the new local culture forming a new one, something forever transforming.

Key words: Italian influence; globalization; intercultural experience; cultural mediators.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>6</b>
<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>11</b>
<b>CAÍTULO I: CAMINHOS DA CONSTRUÇÃO DA ITALIANIDADE.....</b>	<b>16</b>
1.1 Atravessar o Oceano para colonizar.....	16
1.2 Oeste antes de ser oeste.....	21
1.3 Chapecó.....	24
1.4 Italiano brasileiro.....	26
<b>CAPÍTULO II: A ITALIANIDADE E SEUS MEDIADORES.....</b>	<b>31</b>
2.1 As revistas brasileiras da italianidade.....	34
2.2 A Coluna do Jornal e o Mercado Livreiro.....	40
2.3 Programa de Rádio.....	47
2.4 Mídia Televisiva.....	49
2.5 Escola de idiomas e Intercâmbios Culturais.....	51
2.6 O Círculo Italiano de Chapecó e o Instituto Saga.....	55
2.7 Festas de Família num contexto globalizado.....	59
<b>CAPÍTULO III: A ITALIANIDADE NAS RUAS DE CHAPECÓ.....</b>	<b>64</b>
3.1 Nomes decorrentes da italianidade.....	82
3.2 Italianidade e Museus.....	88
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>92</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>97</b>

## INTRODUÇÃO

Chapecó<sup>1</sup> é uma cidade de médio porte, situada no oeste de Santa Catarina, e colonizada preponderantemente por descendentes de italianos<sup>2</sup>. No contexto de globalização, evidenciam-se nessa cidade os processos de “globalismo localizado” e “localismo globalizado”, (SOUZA SANTOS, 2005 p. 4).

Pela presença expressiva de descendentes de italianos na região de Chapecó, procura-se entender no que consiste o processo de Política de Identidade da Italianidade no Oeste catarinense.

Pretende-se nessa dissertação analisar o processo de construção e dinamicidade da italianidade principalmente na cidade de Chapecó, e a sua estratégia como suporte para a Narrativa de Identidade.

Para tal ação, é preciso observar as estratégias dos mediadores que atuam nas Narrativas de Identidade e descrever a formação da identidade nos seus aspectos situacionais e relacionais no caso da italianidade. Como continuidade, a dissertação busca levantar as estratégias e recursos utilizados nas práticas cotidianas, nos eventos festivos, nos meios de comunicação, a fim de acentuar a italianidade, mapear as estratégias utilizadas pelos grupos na construção da italianidade e identificar os capitais que os grupos dispõem para construir a italianidade.

Os descendentes de colonos italianos desse local mantêm parte de suas tradições, e essas influências mesclam-se com outras emprestadas e inventadas no processo de globalização, em que constroem no cotidiano heterogeneidade de manifestações acerca de um processo que se denomina provisoriamente de “italianidade”. A italianidade [italianitat], noutro contexto, foi objeto de estudo de Thales de Azevedo (1982), no Rio Grande do Sul.

Esse processo vivenciado em áreas de colonização no Oeste catarinense e no Rio Grande do Sul possuem traços comuns de história, com acréscimos ou retiradas de nuances.

---

<sup>1</sup> O município de Chapecó foi criado em 1917 e compreendia 14.000 km<sup>2</sup>. Chapecó na língua *Kaingang* significa “De onde se avista o caminho da roça”.

<sup>2</sup> Quando imigraram para o Brasil, a Itália ainda não era um Estado Unificado, aspecto esse que será abordado adiante.

Ao estudar o Sul do Brasil, os assuntos relacionados à colonização são sempre foco de discussão, por entrarem diretamente na história das imigrações no local (SEYFERTH, 2002; WOORTMANN, 1995), por carregar sentimentos de saudosismo, hibridismo e identidade, como aqueles relacionados às festas e aos brasões de família, a árvore genealógica (WOORTMANN, 1995) em grande parte das pessoas de origem italiana e alemã, por exemplo, e em relação aos dialetos da imigração, considerados agora brasileiros, e que ainda carregam traços dos povos colonizadores.

A colonização foi uma estratégia do Governo brasileiro para ocupar as terras do sul do país, pois o plano era atrair agricultores que fossem capazes de trabalhar na lavoura, e “alemães e italianos são as nacionalidades mais frequentemente situadas no topo da hierarquia dos desejáveis “bons agricultores”” (SEYFERTH, 2002 p.120), portanto, recomeça-se assim a colonização no Brasil, em um momento que se discutiam formas de que o país fosse destino de imigrantes brancos, que soubessem trabalhar no campo, pois além do preconceito que havia com os escravos e seus descendentes, a visão do Brasil na Europa não era favorável, havia muitos escravos, que eram considerados inferiores e incapazes de desempenhar trabalhos agrícolas e ocupar as terras do sul do Brasil.

No século XIX o Sul do país recebeu um grande número principalmente de itálicos, germânicos e eslavos, pois o Governo brasileiro teve interesse no recrutamento para essa região de mão de obra europeia, de imigração para colonização, o Governo desejava agricultores brancos, o que foi chamado de ideologia do branqueamento (SEYFERTH, 2002).

No estado do Rio Grande do Sul, os colonos italianos em sua maioria foram agricultores. O tamanho dos lotes não permitiu o fracionamento excessivo, de modo que em duas gerações viram-se sem terra aos filhos. Esse fato fez com que os colonos buscassem terras em Santa Catarina, as então chamadas colônias novas.

No século XX as novas colônias do Oeste catarinense atraíram muitos colonos descendentes italianos que buscavam novas terras para o trabalho, e nesse processo, compravam terras das dezenas de colonizadoras que havia na época (WERLANG, 2006).

O histórico dessa colonização mostra que o migrante começa o processo de marco zero na região e “implicou na ocupação das matas, em pequenas propriedades,

com trabalho familiar na lavoura, através da arregimentação das companhias colonizadoras, em concorrência pela venda de terras” (RENK et alii, 2006 p. 8).

As etnias que viviam no oeste catarinense tinham uma concepção de espaço e território muito diferente dos colonos que compraram as terras. Os nativos do local passam a ser diferentes dos colonos “civilizados”, e esse conflito resultou numa separação étnica (RENK, 2006; WERLANG, 2006) com a expropriação dos caboclos e *Kaingang* pelas Colonizadoras.

Os descendentes de europeus nessa nova terra mantiveram suas tradições e muitas deles se reinventaram.

A língua<sup>3</sup> sempre foi um destaque que diferenciava esses colonos das outras etnias, por meio dela, não deixavam de se separar da Itália e manter sua tradição. No período do Estado Novo, houve a proibição pela legislação de línguas e dialetos que não fossem a Língua Portuguesa, assim obrigou os descendentes de italianos a utilizarem o idioma do país, como forma de nacionalização, e medo de que houvesse alguma tática de guerra, já que nesse mesmo momento acontecia a II Guerra Mundial, portanto todos passariam a ser brasileiros.

Essa proibição de falar o dialeto italiano pode ter sido um fator ainda mais forte de isolamento e o estigma do não fazer parte da nação brasileira.

Décadas depois, esse estigma dos colonos descendentes de italianos ressurgiu positivamente em forma de emblemas no espaço em que viviam. As várias formas de expressar a italianidade surgem com forte intensidade, como os adesivos escritos em forma dialetal “sou italiano graças a Deus” (MOMBELLI, 1996; RENK, 2000). Essa autodesignação mostra a coragem de criar um adesivo mostrando para a sociedade a sua origem e a sua história, sendo uma marca positiva, um marco de distintividade e

---

<sup>3</sup> A língua dos colonos italianos, nominada no Brasil por *Talian*. No dia 9 de julho de 2014, em uma coluna de um jornal local, o escritor faz menção à variação do dialeto *Talian*, sendo este um “novo idioma” que se fala nos três estados do Sul, parte do Sudeste e por todos os imigrantes que vieram das regiões do Norte da Itália. Menciona que esses imigrantes foram abandonados em meio à mata e que seguiram falando sua língua. Com o passar do tempo, esse dialeto foi se misturando com a língua portuguesa. Em relação ao primeiro encontro para tratar de temas sobre o *Talian* o mediador relata que “reunidos, pela primeira vez, em Serafina Correa-RS Paulo Massolini, Roberto Arroque, Rovilio Costa, Darcy Loss Luzzatto, Honório Tonial, Renato Nichetti, Alzir Beltran e Julio Posenatto começamos a redigir as Normas para a Unificação da grafia do Talian (POLETTTO, 2014).



etnicização do grupo, pois não é a elite do local, e mesmo assim usa traços de sua cultura para se evidenciar.

Na década de 90 existiu grande interesse dos descendentes de italianos em resgatar a sua história e a sua origem. A Itália vivia uma economia sólida e favorável, em relação ao Brasil, e com isso, abriam-se novas oportunidades de trabalho e estudo. Os ítalo-catarinenses começaram então toda a pesquisa genealógica para saber de qual região o parente italiano tinha vindo, em sequência, entrava na demorada fila para solicitar a nacionalidade italiana, através do Consulado Italiano que se localiza na cidade de Curitiba, responsável pelos estados de Santa Catarina e Paraná.

Esse processo levou muitos descendentes de italianos procurar emprego e melhores condições de vida na Europa. Através da migração internacional (TEDESCO, 2010), possibilitou aprendizagem e relações comerciais entre o Oeste catarinense e a Itália.

Para as famílias de ascendência italiana de Chapecó, o fator de ter algum parente que já foi para a Itália, é motivo de satisfação e orgulho, pois esse fator remete ao passado, e muitas lembranças revivem na atualidade. Essa ação contribuiu para pequenos encontros familiares, que com o amadurecimento de experiências, transformaram-se em festas de família, que serão mais bem destacados no capítulo III.

A italianidade nos últimos tempos nunca foi tão evidenciada, há a presença da globalização, que traz a Itália para dentro das casas, por meio da televisão ou *internet*, e há o sentimento de pertencer a uma família italiana, e ter um parente antepassado que era italiano. A italianidade se manifesta na cidade de diferentes formas, e tem se intensificado nos tempos atuais, e na última década, observa-se em Chapecó significativo uso de prenomes italianos escolhidos pelos pais para seus filhos.

Verifica-se, igualmente, em estabelecimentos comerciais a adoção de nomes italianos como apelo comercial. Outros aspectos que não podem passar despercebidos são a busca de cursos de Língua Italiana Standard, e de gastronomia e enologia. Por outro lado, no Oeste catarinense, em programas de rádio, tevê, jornais e revistas de temas culturais e religiosos, tem-se a circulação do dialeto *Talian*, nome dado aos dialetos norte-italianos falados no sul do Brasil na época da colonização, e que sofreram acréscimos de palavras luso-brasileiras.

No cotidiano, o florescimento da italianidade consiste no sentimento de sentir e avaliar favoravelmente o pertencimento de ser ítalo-descendente. Para fração dessa

população, deve-se ao dialeto *Talian*, pois na atualidade é responsável por uma significativa parte da comunicação nessa região, e por ainda manter viva a política de identidade e o hibridismo desses descendentes, de hora se denominar italianos, hora se denominar brasileiros.

A Globalização será fundamentalmente analisada como forma de aproximação e homogeneidade das culturas, apesar das narrativas dos italianos levarem sua cultura para um lado separado.

Como capítulo 2, “A Italianidade e seus Mediadores”, serão destacados o Círculo Italiano da cidade de Chapecó, como pioneiro no estudo e divulgação da cultura italiana, através dele, programa de rádio, coluna de jornal e revistas étnicas demonstrarão a importância desse grupo para o comércio da informação. Os mercados de livros, as biografias dos patriarcas de algumas famílias prestigiadas em Chapecó, e as Festas de Famílias, baseadas em estudos de antropólogas, darão continuidade do capítulo. Para finalizar, o ensino da língua italiana gramatical e a possibilidade de assinatura de um canal italiano, concluirão o estudo dos mediadores.

“As Estratégias dos grupos na Construção da Italianidade” será o capítulo 3 da pesquisa. Nessa parte, serão transcritos e analisados os nomes dos estabelecimentos comerciais, um breve histórico do IPHAN, pessoas ítalo-brasileiras da região de Chapecó e práticas gastronômicas como cultura. Para concluir o capítulo, será exposta a Rota Italiana de Chapecó, com análise e comentários de entrevistados.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa é de caráter qualitativo exploratório. O primeiro procedimento foi de revisão bibliográfica, através de leituras de teses, livros, artigos e pesquisas de autores que trabalharam com temática afim a presente pesquisa.

Houve discussão de conceitos presentes nas obras dos autores, com a participação de pessoas interessadas com a problemática proposta, principalmente com o Grupo de Pesquisa “Mudanças Culturais e Identidade”, da Unochapecó.

Foi elaborado um roteiro para entrevista semiestruturada. Foram selecionados 12 entrevistados com afinidades vivenciadas à temática da italianidade, residentes em Chapecó, em seguida, no período de junho de 2013 a fevereiro de 2014, foram mantidos contatos, explicitados os objetivos, obtido a anuência, gravadas as entrevistas e transcritas.

Para a primeira entrevista a opção foi em selecionar um representante que fosse divulgador da italianidade e do dialeto *Talian* que estivesse sempre na mídia chapecoense, assim, dessa forma seria interessante seu parecer sobre o tema. As perguntas foram focadas na realidade do entrevistado, ou seja, selecionadas para que o mesmo pudesse respondê-las de forma que contribuísse para o bom desempenho do projeto.

Assim que escolhidas, dadas as dificuldades de horário entre pesquisador e entrevistado, houve a concordância do uso do E-mail. Vale lembrar que a entrevista via E-mail foi escolhida por motivo da tecnologia, apesar de não ser um instrumento que se vale do contato face a face, ela permite o retorno com brevidade e a qualquer momento ao entrevistado.

Nas segunda e terceira entrevistas, elegeu-se no comércio em Chapecó, com nomes ou fantasia em italiano, e entender a dinâmica que há por trás da escolha desses nomes. Selecionou-se um restaurante conhecido em Chapecó, e no final do mês de julho de 2013, com as perguntas selecionadas, focadas para a área destacada, ocorreu a entrevista no estabelecimento com a empresária sócia do local. Era feita a pergunta, a entrevistada respondia. No final da entrevista, a entrevistada ficou a disposição para eventuais dúvidas.

No mês de agosto de 2013, ocorreu a terceira entrevista, em uma empresa que comercializa máquinas de café importadas da Itália. O entrevistado recebeu o

entrevistador em sua casa e respondeu todas as questões, colocou-se a disposição e demonstrou muito interesse pela pesquisa.

Em novembro de 2013, aconteceu o encontro presencial entre a entrevistada e o entrevistador. Selecionada para pesquisa, sua trajetória apresenta o aprendizado da língua italiana e viagem de estudo à Itália.

Nos períodos citados anteriormente, as entrevistas aconteceram simultaneamente com outras etapas do projeto, e a partir do mês de dezembro intensificaram-se.

Como quinta entrevista, optou-se em conhecer a história do Círculo Italiano da cidade de Chapecó através de uma de suas participantes. Por motivos familiares, no período da entrevista, esta não se encontrava na cidade, então, através de E-mail foram enviadas questões referentes ao ponto do conhecimento da entrevistada, que dias depois, respondeu o E-mail.

Em dezembro de 2013 foi marcado um encontro numa escola de idiomas de Chapecó, com uma professora de Língua Italiana Gramatical. Nessa entrevista, foram eleitas algumas perguntas sobre o idioma, a italianidade dos alunos, o perfil dos educandos e a trajetória da entrevistada. O local da entrevista foi em uma sala decorada com motivos italianos, quadros, mapas, e segundo a entrevistada, essa decoração que ela mesma fez, sugere um ambiente mais motivador e harmônico para as aulas.

Para o próximo entrevistado, participante ativo das festas de sua família, foram elencadas algumas questões referentes a esse tema e expedido via E-mail em função de horário e atividades profissionais, houve algumas conversas por telefone, e dias depois foram recebidas as respostas do roteiro de entrevistas.

Quando se fala em Itália, italianidade, cultura, geralmente é remetido também à gastronomia, por esse motivo, no mês de dezembro de 2013, no intento de diversificação inter-geracional, ocorreu a entrevista com um aluno recém-ingresso no curso de Gastronomia da Unochapecó. Foram elaboradas questões referentes ao perfil do entrevistado, e o mesmo, conforme feita a pergunta, a respondia.

O próximo entrevistado é um dos pioneiros no estudo, no ensino e na divulgação da cultura italiana. Via *Facebook*, no início de janeiro de 2014, o entrevistador conseguiu contato com o entrevistado e combinaram assim, fazer uma entrevista via E-mail, em contexto de globalização, de avanços tecnológicos e de todos os multimeios existentes. Dias depois, o entrevistado respondeu o correio eletrônico e colocou-se a disposição para possíveis dúvidas.

Em uma tarde quente de janeiro, foi entrevistado um casal de idosos ítalo-brasileiros, em meio a cuia de chimarrão e boas risadas sobre a temática, o casal relatou suas narrativas desde o tempo de sua infância. Foram feitas as questões como forma de nortear o diálogo e as respostas vinham em uma ordem crescente, desde as primeiras lembranças, até os dias atuais, os entrevistados ficaram imensamente felizes com a entrevista, pois se sentiram valorizados, e principalmente viram a valorização, o estudo e o reconhecimento que muitas pessoas têm e terão em relação à italianidade.

Para ir ao encontro das festas de família, em fevereiro de 2014 foi feita a última entrevista com uma coordenadora da festa da família da cidade de Caxambu do Sul-SC, mas que reside em Chapecó, que é integrante da comissão organizadora da festa de família. No local de trabalho da entrevistada, aconteceu a entrevista.

Posteriormente, as respostas foram transcritas para o projeto, e assim como os outros entrevistados, esta também ficou a disposição para outras possíveis dúvidas.

Tentar saber o que se faz quando se inicia uma relação de entrevista é em primeiro lugar tentar conhecer os efeitos que se podem produzir sem o saber por esta espécie de *intrusão* sempre um pouco arbitrária que está no princípio da troca (especialmente pela maneira de se apresentar a pesquisa, pelos estímulos dados ou recusados, etc.) é tentar esclarecer o sentido que o pesquisado se faz da situação, da pesquisa em geral, da relação particular na qual ela se estabelece, dos fins que ela busca e explicar as razões que o levam a aceitar de participar da troca. É efetivamente sob a condição de medir a amplitude e a natureza da distância entre a finalidade da pesquisa tal como é percebida e interpretada pelo pesquisado, e a finalidade que o pesquisador tem em mente, que este pode tentar reduzir as distorções que dela resultam, ou, pelo menos, de compreender o que pode ser dito e o que não pode, as censuras que o impedem de dizer certas coisas e as incitações que encorajam a acentuar outras. (BOURDIEU, 1997, p. 695).

Realizadas as entrevistas, dentro dos preceitos éticos, estas foram transcritas como já destacado e serviram de corpus de pesquisa, selecionadas as categorias de análise e cruzadas com a trajetória do falante.

Assim feito, ocorreu a realização de survey, com levantamento dos estabelecimentos comerciais e congêneres com nomes italianos, seja na Língua Italiana Standard ou no dialeto *Talian*. Em Chapecó, foram destacados estabelecimentos em funcionamento no período de 2009 a 2013, para servir de material de apoio aos demais dados construídos.

Foi realizada uma observação no mês de junho de 2013, no intento de mapear os estabelecimentos comerciais ou de fantasia ligados à italianidade. As ruas escolhidas foram a Rua Nereu Ramos, Avenida Getúlio Vargas e Avenida Fernando Machado, com início na Rua Achilles Tomazelli até a Rua São Pedro.

A próxima etapa da pesquisa em junho de 2013, ocorreu junto a Igreja Católica de Chapecó para observar os nomes dos congêneres de origem italiana.

Em uma tarde, na secretaria da igreja, foi conversado com a secretária e o ministro responsável pelo batismo que autorizaram a pesquisa nos arquivos que se encontravam no local. Foi pensado em pesquisar nomes dos batizados no período de 2003 a 2013.

Em uma sala anexa, dentro de uma estante, encontravam-se muitos livros encadernados e muito bem organizados, com números e ano em cada um. Com auxílio de um caderno e uma caneta, foi visto que no momento era preciso escrever o nome do batizado, seu código numérico, o ano e o número do livro, para facilitar possível retorno. Cada livro continha os nomes dos batizados de toda a cidade de Chapecó, estavam disponíveis por ordem alfabética.

No final foram encontrados 147 nomes de origem italiana, vale lembrar que nomes “duvidosos”, ou seja, que podem ser tanto italianos, quanto brasileiros, como Bruno, por exemplo, não foram transcritos, e que nomes compostos em que um deles fosse italiano e o outro brasileiro, também não foram mencionados na pesquisa. Em nenhum momento foi trabalhado com sobrenomes, ou seja, pode ter um nome de origem italiana com sobrenome de origem alemã, por exemplo.

Quando o assunto é divulgação, existem mediadores culturais que atuam nesse sentido, através da italianidade, tais como, colunistas de jornal diário, locutores ou responsáveis por programas radiofônicos, autores de livros de trajetórias de empresários ítalo-brasileiros, organizadores de festas de família, dentre outros.

Por esses motivos destacados nas mídias televisivas e radiofônicas, o projeto contará com a descrição desses mediadores culturais, principalmente dos locais.

Outro tema que requer destaque para o projeto e que pela dinâmica foi escolhido, são as Festas de Família. Para a pesquisa foram escolhidas duas famílias de origem italiana da região de Chapecó, e através das entrevistas, de pesquisas e de debates, as mesmas serão trabalhadas posteriormente e comparadas para exprimir a italianidade mais marcante de cada uma.

Entrevistas com empresários de Chapecó que possuem seus estabelecimentos nomeados de forma “italiana” serão destacados a diante como forma de mercado de comércio, ou seja, foi importante a compreensão dos nomes em italiano.

É importante ressaltar que a presente dissertação contará com três capítulos que trabalharão os temas das narrativas da italianidade em cidade de médio porte.

## CAPÍTULO I: CAMINHOS DA CONSTRUÇÃO DA ITALIANIDADE

### 1.1 Atravessar o Oceano para colonizar

Colonizar é um verbo transitivo: colonizar requer colonos, terras e estratégias, acertadas ou não. No caso do sul brasileiro, marcaram de forma distintiva o povoamento açoriano e depois a imigração para a colonização com imigrantes alemães, italianos e poloneses. As Sesmarias, as posses anteriores ou com o suporte da Carta Régia de 1808, primaram pela ocupação de latifúndios, em áreas de campo para pecuária no sul do Brasil pelos portugueses e seus descendentes. A ocupação dos campos requereria braços, não tão numerosos, para as atividades da pecuária. No caso em questão, tanto no Rio Grande do Sul, como nos Campos de Palmas<sup>4</sup>, que até 1853 pertenciam a São Paulo, a pecuária era a principal atividade econômica, salvo pequenos roçados de caboclos ou *Kaingang*, as áreas de mata eram desprezadas. Empregava-se o trabalho escravo ou a mão de obra livre subordinada aos proprietários, o que resultaria em clientelismos (SCHWARTZ, 1977).

A partir da Lei de Terras, de 1850, o Governo Imperial estabeleceu o fim das ocupações por posse de terra e fixou a aquisição por compras. Embora já houvesse colonização anterior a 1850, como a de São Leopoldo (WOORTMANN, 1995; SEYFERTH, 1982; 2012), esse é o momento em que as condições são objetivadas para o desencadeamento da imigração para a colonização.

A colonização europeia no Sul do Brasil foi idealizada no âmbito de uma política imigratória, voltada ao povoamento do território nacional, conduzida pelo Estado. O processo de ocupação ocorreu, principalmente, nas terras consideradas devolutas, conforme definição legal para as terras públicas na Lei 601, de 1850. Iniciado em 1824, com a fundação da *colônia alemã* de São Leopoldo – RS, na região do rio dos Sinos, prosseguiu ao longo do século XIX e nas primeiras décadas do século XX, conformando *paisagens culturais* criadas por colonos estrangeiros e seus descendentes, de acordo com o princípio da diferença (visível), assinalado por geógrafos que estudaram a colonização. (WAIBEL, 1955; ROCHE, 1969). (...) O modelo de povoamento baseou-se na concessão de um lote rural familiar, fixado, aproximadamente, em 25 hectares depois da regulamentação da venda de terras públicas, ocorrida em 1854. As unidades chamadas *colônias* (ou núcleos coloniais) – com extensão territorial de duas até seis Léguas *em quadro* (conforme a legislação pertinente) – eram divididas em *Linhas* (ou picadas que pudessem funcionar como vias de comunicação) que partiam,

---

<sup>4</sup> O futuro município de Chapecó inseria-se nos Campos de Palmas, ocupados por fazendeiros paulistas e mineiros em 1839, iria do Rio Iguazu ao Rio Uruguai.



inicialmente, de um lugar previsto para ser um futuro povoado (demarcado com *lotes urbanos*). Os colonos encaminhados às Linhas não podiam se fixar no povoado, pois havia a obrigação contratual (registrada nos títulos provisórios de propriedade) de residir no lote recebido. Assim, a noção de colônia configurou um tipo de exploração agrícola fundamentado na pequena propriedade, uma unidade de produção voltada à policultura (portanto, ao abastecimento) e trabalhada com mão de obra familiar. (SEYFERTH, 2012, p. 23).

Segundo a autora, a política de imigração explicitava a ideologia do branqueamento, coerente com as ideologias *científicas* em voga, na época, e afirmava que a imigração e a miscigenação trariam posição favorável ao país de negros e mestiços. Os colonos brancos, desejados pelo Estado brasileiro, preferidos para a imigração, preferencialmente as etnias alemãs e italianas, que sabiam trabalhar na agricultura, valorizavam a família e temiam a Deus (SEYFERTH, 2002). A autora ressalta a dificuldade de classificação desses imigrantes, ora são agrupados pela procedência de região de origem, ora pela língua, uma vez que não havia um Estado-Nação nominado Alemanha ou Itália.

As razões de saída de contingente de agricultores, artesãos ou outros profissionais em busca de terras ao Brasil, como lembra o personagem de O Quatrilho (1985), uma vez que as condições de vida na Europa eram precárias, era a ideia de se tornarem senhores. Esse aspecto vale para os imigrantes das diversas regiões. Houve a coincidência da necessidade de grupos europeus em situação de precariedade com a busca do Governo brasileiro de braços para lavoura.

Nesse capítulo não será feita a revisão bibliográfica dos assuntos relacionados à imigração italiana, porque já foram matérias de estudo de Azevedo (1979), Manfroi (1979), Giron (1980), Costa (1986), Radin (1997), Confortin (1998), Zanini (2006) e Tedesco (2010).

De acordo com Radin (1997) e Zanini (2006), a segunda Revolução Industrial e a Unificação Italiana foram os fatores que fizeram com que a Itália iniciasse uma das piores crises de sua história. O grande número de pessoas desempregadas nas cidades e no meio rural, o inverno rigoroso, mão-de-obra excedente para pouco trabalho, fez despertar um colapso total em todo o país, mas principalmente na parte norte do que seria a futura Itália. Com o novo Estado Italiano, vieram também os desafios, um deles seria abrigar todas as pessoas desempregadas, suprir a falta de comida, suprir a falta de emprego, havia doenças e desespero dos habitantes. É comum encontrar relatos de

descendentes de italianos sobre o assunto. A fala de entrevistado relembra a memória dos imigrantes:

A família contava sempre da pobreza da Itália, da neve, do frio, meu pai contava que muitos em Belluno<sup>5</sup>, roubavam graveto e esterco de gado nas estrebarias pra fazer fogo. (Relato de entrevistado).

No período da Unificação da Itália, o governo não teve condições de resolver o problema social daquela época, e o Governo brasileiro sabendo daquela situação, interessou-se pelos agricultores que estavam desempregados. Sabiam trabalhar e desempenhariam um ótimo papel na região Sul do Brasil, então “sonhando com uma situação econômica e social melhor do que a vivida na Itália, [...] empreenderam a travessia do oceano Atlântico” (VICENZI, 2008, p. 28).

Os imigrantes queriam trabalho, terras, melhores condições, e aceitaram vir ao Brasil pelo sonho que tinham, queriam ser senhores. Para o Governo brasileiro representava um interesse maior, o seu território e a política de branqueamento (SEYFERTH, 2002).

De acordo com as memórias dos ítalo-brasileiros, é comum encontrar descendentes de imigrantes na Região Sul do Brasil que relatam com grandes detalhes o medo, o sofrimento e os traumas da travessia nos navios, com pouca ou nenhuma condição de higiene (VICENZI, 2008).

Quando minha *nonna* vinha da Itália, a mãe dela ficou muito doente dentro do navio, e morreu, não tinha o que fazer, não dava pra esperar, não dava pra voltar pra Itália, velaram a mãe dela no navio, depois enrolaram o corpo num acolchoado e jogaram no mar. (Relato da entrevistada).

Os camponeses europeus cultivavam imaginário de um país de fartura chamado Cocanha (FRANCO JR., 2001; LE GOFF, 2009), que era o oposto da realidade europeia. Não havia fome, os leitões assados, com faca espetada à espera de comensal estavam à disposição, o queijo era farto, a juventude sempre perene. Afirmam os autores que era a idealização de uma realidade desejada e o oposto à fome milenar ou secular dos camponeses. Vir à América era o caminho da Cocanha. Outra expressão utilizada e reiterada no cancionário era o “fazer a *Mérica*”, sem ser exatamente o Brasil. Ou seja, em algum local haveria farturas, o que moveu contingentes a atravessar o Oceano.

No novo lugar não encontraram tudo o que procuravam, na selva onde foram deslocados, em contato com indígenas, estanceiros, abandonaram as identidades

---

<sup>5</sup> Belluno é uma Província da Região do Vêneto, no Norte da Itália.

faccionais e tornaram-se *taliani*<sup>6</sup>, cujos valores são a igreja, o trabalho e a família. Os italianos na região Sul precederam ao desmatamento civilizador (BUBLITZ, 2010), ou seja, os colonos europeus ficaram com a tarefa de desmatar áreas de mata fechada para instalar-se na região. É preciso mudar a visão dos dias atuais quando se analisa esse processo.

Os imigrantes foram encaminhados para áreas do interior do estado do Rio Grande do Sul, naquele lugar formaram-se grupos de comunidades relativamente homogêneas do ponto de vista étnico, considerando a noção adotada do grupo étnico (BARTH, 2000), quando mantém fronteiras com outros grupos. Uma dessas fronteiras foi o uso do dialeto *Talian* e o reconhecimento de serem diferentes dos demais, nem estanceiros, nem portuguesas, mas *coloni, taliani*. Como afirma Bublitz (2010), acionam a imagem positiva do desmatamento como caráter civilizador de um grupo que enfrentou ambiente inóspito. Seyferth (1982; 2012) e Woortman (1995) apontam o caráter de acionamento do pioneirismo pelos colonizadores, principalmente por aqueles com trajetória ascendente. O trabalho e a ascensão social são acionados como traço inerente aos descendentes de alemães e italianos, ou seja, uma peculiaridade étnica, que os diferencia dos demais, um traço diacrítico acionado favoravelmente.

No caso dos *Taliani* estão distantes também da Língua Portuguesa, fizeram com que o Brasil por muito tempo fosse a terra de pequenas “Itálias”, e adotaram a língua e costumes brasileiros muito vagarosamente, pois no início

[...] não conheciam a língua oficial (o português). Vivendo em núcleos isolados, criaram na realidade, colônias estrangeiras isoladas do resto da população, durante muito tempo, pela língua, pela fidelidade à tradição de sua etnia e pela religião (CONFORTIN, 1998 p. 28).

Segundo Confortin (1998) e Spessatto (2011), esse processo de agrupamento de pessoas é conhecido como “Ilhas Linguísticas”, pois esses indivíduos usam seu dialeto de forma isolada dentro de um país que tenha uma língua oficial diferente desse dialeto, e não houve em determinado momento, a interação com a língua standard falada no Rio Grande do Sul.

Dentre todas as inclusões de novas palavras no dialeto usado pelos italianos no Rio Grande do Sul, o contato com outras culturas e idiomas, fez com que se originasse um novo dialeto. Segundo o Seminário sobre Criação do Livro de Línguas, debatido no

---

<sup>6</sup> Expressão dialetal que designa os imigrantes de italianos e seus descendentes no Sul do Brasil.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, IPHAN (2006), com objetivo de mostrar a pluralidade linguística e por motivo das inclusões de palavras português-brasileiras em dialetos de imigração, essas linguagens passam a ser brasileiras, e o dialeto das regiões italianas passa a se chamar no Brasil de Dialeto *Talian*, de acordo com os estudos de Altenhofen et. alii. (2007) e Confortin (1998).

Áreas de terras vendidas aos colonos mediam em média 25 hectares. Entre os alemães, conforme estudo de Woortmann (1995) a estratégia para assegurar a condição de camponês estava a migração obrigatória de alguns filhos de colonos. Essa era também a “lei” entre os italianos que usavam dos seguintes estratagemas: havia o sistemático deserdamento das mulheres que eram compensadas com outros bens; arrendava-se ou comprava-se terra fora da propriedade paterna aos filhos varões nas colônias novas, por serem mais em conta; o primogênito herdava a propriedade em compensação ao cuidado dos pais.

A reprodução social camponesa exigia terra aos filhos de agricultores, assim havia a necessidade de encontrar novas colônias e repetir o que seus pais e avôs fizeram. A terra era fundamental para constituir o matrimônio, “enquanto não a obtiver, o casal estará em condição de menoridade relativa, que é expressa pela co-habitação, seja o padrão de residência patrilocal ou uxorilocal” (RENK, 2000 p. 219). O processo de migração para se manter enquanto colono levou à constituição das novas colônias.

No estado do Rio Grande do Sul os novos casais não conseguiam encontrar terras boas, e com preços atrativos para o sonho de uma vida nova. As novas colônias do oeste de Santa Catarina seriam uma estratégia para os jovens casais começar sua vida, e através de comerciais feitos no Rio Grande do Sul por dezenas de colonizadoras, as famílias mudavam-se para o oeste catarinense (RENK, 2006; VICENZI, 2008).

## 1.2 Oeste antes de ser o oeste

Antes de ser Chapecó, este território foi “conquistado” por sessenta fazendeiros paulistas e mineiros, em 1839, sob incentivo do Governo Central e da Capitania Paulista. Os campos não ofereciam condições para abrigar tamanho número. Depois de contenda, trinta fazendeiros povoaram a área que se situava entre os Rios Iguaçu e Uruguai com fazendas de criar. Os registros apontam conflitos com *Kaingang* e *Xokleng*.

O encontro entre grupos diferentes, que no caso da região estudada são os descendentes de europeus, caboclos e indígenas, que possuem capitais diferentes, com relações de força diferentes, se situam naquilo que Barth (2000) nomina de grupo étnico, ou seja, a) perpetua-se biologicamente; b) compartilha de valores culturais fundamentais, postos em prática em formas culturais num todo explícito; “compõe um campo de comunicação e interação”; d) tem um grupo de membros que se identifica e é identificado por outros como constituinte de uma categoria distinguível de outras categorias da mesma ordem (BARTH, 2000).

Há um histórico de conflitos na região que hoje corresponde ao Oeste de Santa Catarina. Inicialmente, para aquela época, os indígenas não eram considerados humanos, e os documentos de então apontavam a região como um “vazio demográfico”. A ocupação dessa região, primeiramente com o objetivo de transformar o local em “fazendas de criar”, representou uma disputa pela área entre fazendeiros, com isso os fazendeiros

Jogavam uma fração indígena contra a outra. Uma fração foi aliciada, a dos índios catequizados, estimulando o confronto da população indígena entre si, ou seja, os mansos *versus* os arredios, e coroados (Kaingang) *versus* xoklen (Botocudos) (RENK et alii, 2007 p. 19-20).

O conflito dizimou parte da população indígena local, pois os fazendeiros incentivavam o confronto entre as etnias indígenas, e os não dizimados eram catequizados. Para os fazendeiros, os indígenas não eram considerados habitantes do país, pois não tinham cultura parecida com os demais, eram nômades, alimentavam-se de forma diferente, tinham outro credo, assim eram apenas outros.

Os indígenas passaram a ser vistos como indesejáveis quando fazendeiros paulistas ocuparam as terras do atual oeste catarinense.

Esse contato resultou numa fricção interétnica, na qual os grupos fazendeiros e indígenas estavam dotados assimetricamente dos instrumentos de apropriação e dos diversos capitais em jogo (RENK et alii, 2007 p. 20).

O contato entre os caboclos e os indígenas do local apresentou-se numa forma pacífica, não houve conflitos por terra, espaço ou pela cultura.

Na época da colonização do Oeste, as relações dos colonos italianos com os caboclos que viviam nas colônias novas foram conflituosas. Para as colonizadoras, o fator cultural dos caboclos era uma preocupação, pois poderia ser um empecilho para a venda das terras para os colonos descendentes de italianos, que possuíam uma forma de trabalho diferente da etnia local.

Os colonos italianos mantiveram cumplicidade com as colonizadoras, pois havia o estereótipo dos caboclos serem considerados perigosos, desconfiados, se ofenderem facilmente e serem vingativos (RENK, 2006).

*Gli italiani gavea paura dei negri, naquela época, os brasileiro eram muito de arrumar briga, e não se acertavam com os italianos, eram muito diferente da gente (Relato de entrevistado).*

Essa diferença retratada pelo entrevistado ítalo-descendente remete diretamente à questão dos grupos étnicos, ou seja, de acordo com uma concepção, quem pertence a um grupo étnico com características culturais parecidas, traços físicos parecidos e se define como tal, é considerado parte desse grupo, mesmo que a etnia passe a mudar ou se adaptar a diferentes fatores, mas ainda assim, o grupo seguirá sendo muito parecido.

A etnia cabocla não poderia fazer parte do novo meio que era criado, pois a ideia era trazer apenas descendentes de europeus, assim havia uma divisão étnica, entre o nativo local, que passa a ser considerado como “outro” pelos colonos descendentes de europeus, e o novo colonizador, “o nós”, considerado pela sociedade como civilizado, esse passa a ser o padrão de trabalho e de cultura a seguir.

Anteriormente, a Carta Régia de 1808 levou à ocupação dos Campos de Guarapuava e em 1839, os filhos de seus fazendeiros deslocam-se ao sul, em direção aos Campos de Palmas. Segundo Romero Martins (apud RENK, 2008, p. 18), esses campos foram ocupados numa estratégia de reprodução dos fazendeiros e apenas em 1839:

“a) pela precedência da exploração dos campos de Guarapuava e suas melhores condições de defesa contra os selvagens; b) pela presença e localização distante de proteção oficial; c) pelo desconhecimento do caminho; d) pela carência de povoadores brancos [sic], uma vez que “os campos de Guarapuava tinham capacidade bastante para os que se afazendavam no sertão”.

Em decorrência da Lei de Terras, Lei 601 de 1850, na Freguesia de Palmas, Paroquia de Guarapuava, o vigário geral efetuou dois registros dos campos e campinas, de posseiros da área que corresponde ao atual município de Chapecó. Um deles registrou a Campina do Gregório e outro, a área nominada de Goyo-En (RENK, 2006; RENK; WINCKLER, 2013). Não houve registro de área florestal, em face da inexistência de atividade econômica.

As áreas de mata eram ocupadas pelos caboclos com sua agricultura peculiar, dividida em terras de criar e terras de plantar. As últimas eram longe de casa e as primeiras eram próximas de casa. Criados soltos os animais, resultaria em conflito com os colonos por entrarem em suas roças, posteriormente. Esse campesinato tinha um modo diferente em relação aos colonos, que se estabeleceriam posteriormente. Viviam de pequenas roças e da extração da erva-mate.

No caso da colonização do Oeste catarinense, percebe-se que a identidade se deu no fato dos descendentes de italianos terem tido contado com as etnias nativas, pois o campo da identidade é conhecido e compartilhado por todos do grupo que façam parte do “nós”, esse fator faz com que todos os integrantes do grupo se sintam parte de um coletivo, que pertençam ao mesmo grupo, que estejam sempre prontos a se ajudarem quando necessário, assim, em contato com um “outro” que não segue as mesmas regras, normas ou cultura, faz com que a identidade passe a impor limites e barreiras. (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2006).

A Guerra do Contestado (1912-1916) teve várias razões, como as fronteiras em disputa entre o Paraná e Santa Catarina, a duplicidade de titulação de terras, o movimento Messiânico dos Monges, a expropriação das terras pela empresa construtora da Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande do Sul, dentre outros. A pacificação resultou na assinatura do acordo dos limites entre Paraná e Santa Catarina, fazendo com que as terras ao oeste fossem consideradas catarinenses (PINHEIRO MACHADO, 2012; VINHAS QUEIROZ, 1966). O primeiro passo para a incorporação a Santa Catarina foi a criação de Municípios e Comarcas, dentre os quais o de Chapecó, em 1917.

De acordo com estudos de Radin (1997) e Vicenzi (2008), no Oeste catarinense havia baixa densidade populacional, questão que preocupava os governantes, pois uma perda de territórios para Argentina seria inevitável se nada fosse feito. Como era preciso mão-de-obra “branca” para ocupar essas terras, as colonizadoras atraíam os colonos

italianos com comerciais para a compra de terras na região com preços baixos, facilitação de pagamento e comercial positivo em relação à terra e clima.

Há de se distinguir, Chapecó de outrora, com limites até a Argentina, com os limites atuais. Dentro dos contornos iniciais, o município abrigou colonizações mistas e colonizações homogêneas do ponto de vista étnico-confessionais, como as de Porto Feliz, na atual cidade de Palmitos, destinadas para colonos alemães luteranos e Porto Novo na atual cidade de São Carlos, para colonos alemães católicos.

Depois do período da criação dos municípios, o Estado, como já mencionado, tinha interesse na ocupação de sua nova região, e em alguns casos distribuiu para empresas privadas concessões de grandes áreas de terras do Oeste de Santa Catarina, segundo Vicenzi (2008), para que trouxessem principalmente descendentes de europeus para colonizar esse espaço.

A Região Oeste de Santa Catarina, pós-período Contestado, recebeu um forte contingente de ítalo-brasileiros vindos principalmente do Noroeste do Rio Grande do Sul.

### 1.3 Chapecó

Chapecó, município criado em 1917, com extensão de 14.000 km<sup>2</sup>, a face sul era banhada pelo rio Uruguai, meio de comunicação com o Rio Grande do Sul, de onde veio o grande fluxo migratório para a colonização. O município tinha extensas matas (Florestas Ombrofilas Mistas, com araucárias e erveiras e Florestas Estacional Decidual, com angico, canela, cedros, louros, aquelas preferidas pelos agricultores), campinas e campos.

Esse processo de colonização, por parte do governo, foi uma estratégia de ocupação do espaço, evitando conflitos de esbulhos ou formas consideradas ilegítimas de apropriação do solo.

Essa terra era habitada por caboclos e *Kaingang*, que tinham um conceito de trabalho e posse de terra muito diferente daquela dos colonos descendentes de europeus. Essas diferenças, não se resumiam apenas no trabalho, mas na religião, na aparência, na cultura e nas próprias tradições.

Com o processo colonizador, “civilizadamente” e muitas vezes à força, os responsáveis da Colonizadora expulsaram aos poucos, as duas etnias locais, ou seja,



houve nessa ação a expropriação de caboclos e *Kaingang* sem se preocupar com sua cultura e seu território. O que houve foi um choque cultural entre os grupos, aquele que entrou e o que estava estabelecido.

Por parte das colonizadoras a eleição do modelo de agricultor para ocupar as áreas de matas era o descendente de alemão, italiano ou polonês, morador do Rio Grande do Sul que, com dificuldade de assegurar terras à geração seguinte, propunha-se em vir ao sertão catarinense.

A Região Oeste de Santa Catarina, no pós-Contestado, recebeu um forte contingente de ítalo-brasileiros vindos principalmente do Noroeste do Rio Grande do Sul, assim como descendentes de alemães e poloneses.

No Rio Grande do Sul constituíram-se diversas empresas colonizadoras para o recrutamento dos colonos e venda das terras.

É importante destacar que nem tudo foram concessões do Estado. Bertaso comprou parte das terras da Baronesa de Limeira no local onde hoje se encontra a cidade de Chapecó. Mais ao Oeste as terras foram compradas de proprietários e representantes da Cia. De Estrada de Ferro SP RS. Outras concessões, dentro do então município de Chapecó foram cassadas por não cumprir as cláusulas da concessão.

A Companhia Colonizadora Bertaso atraiu milhares de famílias para a cidade de Chapecó, principalmente de origem italiana que buscavam a *Cuccagna*, ou seja, uma forma de reviver a utopia medieval de um lugar idealizado, e não houvesse fome (FRANCO JUNIOR, 2001). A *Cuccagna* representaria um lugar que houvesse fartura, que houvesse descanso para os descendentes de italianos, pois trabalharam a vida toda, carregaram a herança de sofrimento de seus parentes da Itália, e almejavam um lugar que fosse farto de alimento, propício para viver e que fosse terra da ociosidade (RENK, 2000).

Os colonos descendentes de italianos trabalhavam ao máximo nas terras do Rio Grande do Sul, se exploravam, e nessa exploração relacionada ao trabalho economizavam todo o lucro e compravam terras em Santa Catarina, que tinham o preço inferior das terras do Rio Grande do Sul. Muitas vezes conseguiam comprar mais de uma colônia, e essa forma de pensar, de melhorar de vida e de serem considerados senhores, donos de terra, denomina-se *habitus*, apresentado

[...] como o sistema de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípio gerador e estruturador das práticas e das representações que podem ser

objetivamente “reguladas” sem ser o produto da obediência a regras, objetivamente adaptadas sem se supor a intenção consciente dos fins e o domínio expresso das operações necessárias para atingi-los e coletivamente orquestradas, sem ser o produto da ação organizadora de um regente (BOURDIEU, 1972 p. 175).

Os colonos descendentes de italianos eram em grande parte a segunda geração de imigrantes, que através dos anúncios feitos pelos propagandistas das colonizadoras, os quais sabiam sobre terra, tinham um amplo círculo de conhecidos que facilitava a oferecer as terras (RENK, 2006) vinham atrás de terras boas e baratas, “a dívida podia ser parcelada em até 36 meses, com juros anuais de 8%” (RENK, 2000 p. 102), tornando o local vantajoso para os descendentes, pois a terra era fértil, não precisava ser adubada, e poderiam comprar em Santa Catarina o dobro de terras que no estado gaúcho, onde pagavam altos impostos (RENK, 2006).

Em terras chapecoenses os descendentes ítalo-brasileiros mantiveram parte de suas tradições. Com o passar do tempo e em contato com outras etnias inventam-se novos costumes e começam novas histórias.

Vir pra Chapecó foi mesmo o destino, eu trabalhava de sapateiro no Rio Grande do Sul, e *mi gavea* muita dificuldade de *soldi*, dinheiro, então um compadre tinha uma sogra que morava em Carlos Gomes, perto de Marema, [em Santa Catarina], e precisavam muito de um sapateiro pra aquela região, prometeram muito, então decidi e vim ver o local, para ver o prometido, mas quando eu cheguei, vi que não era nada do que prometeram, a minha sorte é que eu não trouxe a família e a mudança. Os terreno de 1000 metros pediam 35 mil *fiorini*. Na volta pra casa eu tava um pouco aborrecido, e passei por Itaberaba, na Linha Garibaldi, eu tinha a cunhada que morava lá, me interessei bastante, tinha um sapateiro que tava vendendo todo o maquinário e deixava trabalhar por um ano no local, mas as condição não dava. Então comecei a voltar para casa. Antes de sair de Santa Catarina, passei na casa da minha irmã, que morava aqui em Chapecó, então o meu cunhado disse que a cidade não tinha um sapateiro no lado leste da avenida, lá no bairro Maria Goretti, daí me convenceu. Em 1961, decidi me mudar para Chapecó, nunca pensei em morar aqui, vim eu, a esposa, e mais quatro filhos. Aqui em Santa Catarina tivemos mais duas filhas. (Relato do entrevistado 11).

#### 1.4 Italiano brasileiro

O Estado Novo e o processo de nacionalização, implantado mais fortemente a partir de 1938, propunha-se a “incutir sentimento de brasilidade” (SEYFERTH, 1982, p. 175). Medidas arbitrárias foram tomadas pelo Estado, como fechamento de escolas, apreensão de material didático em língua estrangeira, proibição do ensino em língua estrangeira, uso em público ou privado de outra língua senão o vernáculo, proibição de cânticos religiosos em língua estrangeira em rituais fúnebres, apreensão de rádios,

necessidade de salvo conduto para deslocamentos, na lógica de assimilação compulsória.

Toda a tentativa de etnocídios, de aniquilar com a cultura dos outros, passa primeiramente pela língua, ou seja, o idioma dominante do local, deve se sobressair aos minoritários, pois “desde o começo, a nação foi concebida na língua, e não no sangue, e que as pessoas podem ser convidadas a entrar na comunidade imaginada” (ANDERSON, 2008 p. 204).

Quando Anderson (2008) menciona comunidades multiculturais, é possível visualizar a comunidade brasileira da época, o reconhecimento da identidade étnica é sempre crítico, pois:

Em tais sociedades, a dimensão da identidade étnica relacionada com a da cultura tende a gerar crises individuais ou coletivas. E com elas surgem determinados problemas sociais susceptíveis de enfrentamento por políticas públicas, como, por exemplo, as chamadas políticas de reconhecimento. (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2006 p. 35).

O multiculturalismo presente em Chapecó e região fez nascer uma diferente comunidade, composta por variadas etnias, ou seja, havia muita forma de expressão cultural, tanto pela língua, quanto pelas tradições. Para “homogeneizar” o Brasil em questões linguísticas, na época de Getúlio Vargas, a imposição da língua portuguesa procurou unir todos pelo idioma. Getúlio se propõe ao processo de criação do Estado-Nação Brasileiro e uma das medidas foi a unificação linguística, com a supressão das línguas e escolas dos imigrantes, no período de 1938 a 1945, conhecido como Política de Nacionalização de Vargas.

Conforme o tempo avança, as culturas que antes eram apenas europeias passam a ser híbridas, ou seja, há a inclusão de traços locais no dia-a-dia dos ítalo-descendentes, como o chimarrão, por exemplo, há a italianidade que se intensifica cada vez mais dentre os descendentes de italianos, que mediam e divulgam esse sentimento em seu dia a dia, conforme apresenta o capítulo II da dissertação.

Em Chapecó, nem todos os colonos descendentes de italianos que se fixaram na cidade continuaram agricultores. Houve muitas trajetórias dessas pessoas, muitos ficaram na agricultura, outros, porém, tornaram-se comerciantes, tiveram uma trajetória ascendente, pois conforme crescia a cidade, cresciam também oportunidades, que motivaram alguns descendentes a abrir comércios de variados tipos, os quais serão vistos num contexto atual no capítulo III da dissertação.

Estes imigrantes e seus descendentes já contavam com certo conhecimento da Língua oficial do Brasil, mas em terras catarinenses também se repetiu o fenômeno das ilhas linguísticas, que foi responsável por parte das tradições se manterem ativas no decorrer do tempo, e capaz de que os descendentes de italianos repartissem com a mesma etnia, principalmente, sua cultura.

Embora os alemães invistam no Brasil, em termos culturais, como no Instituto Goethe, os italianos de longe são contemplados de forma mais generosa. Nos diversos municípios do oeste catarinense estão instalados os *Circoli Italiani*<sup>7</sup>[Círculos Italianos], com subvenções para o aprendizado da língua e outras práticas culturais. O aprofundamento dessas instituições acontecerá no capítulo II.

Ultimamente foi possível ver o crescimento das festas de famílias, a exemplo do que ocorre em outros contextos (FRANÇA, 2009; WOORTMANN, 1995), ou seja, uma festa que reúne todos os membros de uma família, de um sobrenome em especial, que na maioria das vezes, são de origem italiana. Na dissertação serão destacados dois exemplos de festas de família que acontecem na cidade e vizinhanças, pois ultrapassam os limites municipais, estaduais e nacionais, assim “os grupos familiares mantêm acervos produzidos em diferentes contextos e, de modo geral, são eventos que marcam positivamente as reuniões familiares” (FRANÇA, 2009 p. 41). Nessas produções, é também comum, os familiares montarem uma árvore genealógica, que “é pensada como tendo distintas partes, cada uma composta de várias gerações. Ela distribui os membros da família num sentido diacrônico que envolve [...] uma hierarquia” (WOORTMANN, 1995 p. 133).

As relações internacionais destacadas, a italianidade e a globalização, sem dúvidas, são as principais motivadoras para a busca da dupla-nacionalidade. Se por um lado apresentar-se como cidadão italiano num contexto local traz *status* e certos benefícios, mesmo com o longo e demorado processo de obtenção da cidadania italiana, esta ação pode contribuir ao ator em vários aspectos, mas por outro lado, esta cidadania pode também ser a responsável por imigrações internacionais, mais jovens de descendência europeia partem para países como Itália e Alemanha em busca de qualificação profissional, emprego, estudo, e não retornam ao Brasil, pois podem ficar o

---

<sup>7</sup> Associações de pessoas que se reúnem para o aprendizado da cultura italiana, como a língua, a gastronomia, as músicas e o filó.

tempo que decidirem no país escolhido se obtentores da dupla-nacionalidade, como destaca Tedesco (2010).

Na atualidade, em Chapecó, cresce o interesse pela busca das raízes familiares, e nesse interesse, famílias elitizadas de origem italiana “orgulhosamente mencionam ou exibem, sempre que possível, um brasão, ou então alguma peça simbolicamente importante para o indivíduo ou sua família” (WOORTMANN, 1995 p. 132), além da pesquisa genealógica através de uma realidade globalizada, com possibilidades de pesquisa *on-line* em sítios italianos, muitas vezes inseridos num curso de idioma, esses integrantes passam a “adotar” o brasão como forma de aproximação com o país dos ancestrais, e como uma prova de reconhecimento histórico de origens, sem recorrer ao dialeto *Talian*. Esses fatos chamam a atenção de pesquisadores, empresários e técnicos italianos, para parcerias comerciais e culturais.

A região de Chapecó foi contemplada com as ações do Instituto Nomisma, da Universidade de Bolonha, para elaboração de Diagnóstico e elaboração de Plano de Desenvolvimento. Os técnicos italianos pela grande presença de ítalo-brasileiros, debruçaram-se nessa região e desse trabalho resultou o Fórum de Desenvolvimento e o Instituto Saga.

Esse estudo surge em um período de forte globalização, em que o mundo encontra-se muito próximo, ou seja, cresce o número de italianos que vêm a Chapecó em busca de estudos através de intercâmbios, trabalhos, parcerias comerciais, pela grande presença de descendentes de italianos, e para os descendentes locais, é possível emigrar do país de origem para outro, que na maioria das vezes é aquele que os antepassados vieram na época da colonização do sul do Brasil. Devido à identidade cultural das pessoas ser intensa, esses descendentes “[...] realizam o desejo dos pais e/ou nonos de retornar à terra natal” (TEDESCO, 2010 p.141).

A globalização tende a homogeneizar os significantes dos eventos, ou seja, cada vez mais as informações, a cultura, o modo de pensar, de comportar-se, de vestir-se, seja semelhante para muitos que tenham acesso principalmente aos meios de comunicação, e que estejam inseridos num contexto globalizado.

Na cidade de Chapecó, por mais que se caminhe para essa ação, percebem-se ainda as narrativas de pessoas que mantém uma tradição, costumes, crenças e o sentimento de italianidade.

Na década de oitenta os grupos étnicos começam a se organizar em torno de suas tradições, há uma busca pelo passado que em contato com o presente e com a identidade de cada povo faz reviver histórias e memórias dos participantes. Os descendentes de italianos iniciam esse processo com as associações, os Círculos Italianos, o aprendizado da língua, os encontros culturais, viagens à Itália, começaram a intensificar o “nós”. Em seguida os descendentes de alemães se organizam com cursos de idiomas, muitas vezes em parceria com o Instituto Goethe que também proporciona intercâmbios para a Alemanha, a formação de grupos de danças típicas, os chás de tarde na Igreja Luterana, que é aberto para outras comunidades étnicas e religiosas. Os descendentes de poloneses se organizam com encontros culturais, como a gastronomia, as danças folclóricas, entre outras atividades. Os caboclos por sua vez se organizam naquele momento com as associações, as rodas de viola e outras práticas culturais. Por fim, houve a organização dos índios na recuperação das terras, nas escolas bilíngues e na parte cultural com artesanatos.

Essas manifestações são vistas de forma positiva, pois são maneiras de recuperar traços culturais, valores, tradição e de não se perder os costumes que são valorizados pelas comunidades destacadas.

Pode-se pensar que há separação, ou que todas são fechadas, pois cada comunidade se organiza com as concepções de sua cultura, porém são abertas para comunidade em geral, e essas festas servem para o “outro” etnicamente falando, conhecer a cultura do “eu”, e nesse caso, confrontar realidades e excluir preconceitos que podem ainda existir entre a comunidade chapecoense.

## CAPÍTULO II: A ITALIANIDADE E SEUS MEDIADORES

A difusão da italianidade ocorre pela divulgação da cultura italiana, seja por meio da língua dialetal quanto gramatical, sejam pela gastronomia, por festas de família, etc.

A construção da italianidade, num contexto de globalização, se vale da figura de mediadores culturais que, segundo Vovelle (1987), transitam entre a elite e as camadas populares, fazem as difusões culturais, e afastam-se do papel dos mediadores estudados por Bourdieu, ou seja, os mediadores que “assumiam o papel de porta-voz falam pelo grupo e agiam como se fosse o grupo feito homem” (BOURDIEU, 1989, p. 158). Ao mediador cultural em questão, não lhe foi delegada a função de agir em nome do grupo, ele exerce atividade que integrantes do grupo não teriam condições de fazê-lo e, provavelmente, sob remuneração.

Para desenvolver a dissertação, em determinado espaço de tempo, foram realizadas entrevistas com mediadores culturais da cidade de Chapecó com objetivo de entender e analisar suas narrativas sobre a italianidade, e no presente capítulo serão expostos os pontos de vista e as análises coletadas com cada entrevistado.

Com a globalização, a cultura de qualquer lugar passa a ser conhecida por todas as pessoas que têm acesso a algum multimeio. No Oeste Catarinense, esse fator não é diferente, pois a cultura da região pode ser considerada híbrida, ou seja, desde o início da colonização no período pós-Contestado, quando os ítalo-gaúchos chegaram à cidade, encontraram outras etnias no local (VICENZI, 2008), e conforme passava o tempo, adotavam os bons costumes (de acordo com a sua concepção) dos outros povos.

Os ancestrais italianos e os demais imigrantes tiveram educação formal rudimentar. Muitas vezes esta era na língua materna, em face de ausência de escola pública. A Primeira Guerra Mundial trouxe problemas, principalmente para a população urbana e para os meios de comunicação. No entanto, no Estado Novo, com as medidas políticas de Getúlio Vargas, implantadas em 1937, houve problemas sérios aos colonos que não falavam o português. Estes se encontravam em situação de desposseção linguística (BOURDIEU, 1983), vivendo em “ilhas linguísticas”, e com pouco conhecimento da língua oficial que se estendia além do âmbito público, cerceava a fala e expressão da língua nativa na esfera doméstica, o que causava problema de incomunicabilidade.

As medidas efetivadas entre 1937 e 1945 vinham sendo preconizadas desde o século XIX, mas só um Estado autoritário poderia criar uma legislação impositiva da assimilação e do caldeamento e propor, por decreto, estudos científicos que dessem diretrizes eugênicas (raciais), sociais e culturais para erradicar as diferenças étnicas que faziam dos imigrantes cidadãos incompatíveis com a nação (SEYFERTH, 1999, p. 225).

Passo a passo constitui-se o processo de nacionalização com o culto à bandeira, o estímulo ao patriotismo, a criação da Juventude Brasil para jovens de 11 a 18 anos, a Educação Física, e a atividade integradora com a Pátria. (KREUTZ, 2000).

Com todo este esforço feito no Brasil, a cultura italiana aqui ainda permaneceu viva, mesmo os italianos e ítalo-brasileiros sentirem-se oprimidos pela imposição do governo, o dialeto (o mais usado para comunicar-se), era falado apenas em casa, muitas vezes escondido (CONFORTIN, 1998), porém tal imposição não foi capaz de apagar a identidade marcante. Portanto, entende-se que na cultura étnica, não basta tirar um traço (língua/dialeto), pois outros sempre permanecem.

De um lado da globalização se percebe todo o avanço, toda a notícia que chega de uma maneira muito rápida em qualquer parte do mundo, ou seja, as culturas tendem a mudar, a parecer-se em alguns aspectos, a ficar mais presente na vida das pessoas, “o outro” passa a ser conhecido, e a cultura local passa a englobar características de outros lugares que sem os avanços globais há tempos atrás não seria possível.

Com todas essas características ainda é possível encontrar uma marca de particularismos, pois “o resgate da identidade italiana provocou o reaparecimento das “festas típicas”, a criação de programas de rádio em dialeto, a revalorização da língua, dos costumes e de práticas dos antepassados, entre outras manifestações” (MOMBELLI, 1996, p. 3), que prova que a tradição não se apaga com o avanço do tempo, pode evoluir, como é o caso da italianidade.

Mesmo que Chapecó conte com uma tradição híbrida, criada a partir do contado de diferentes povos que habitaram o local, inventam-se sempre novos costumes e culturas. Hobsbawn (1984, p. 10) esclarece que:

O objetivo e a característica das “tradições”, inclusive das inventadas, é a invariabilidade. O passado real ou forjado a que elas se referem impõe práticas fixas (normalmente formalizadas), tais como a repetição. O “costume”, nas sociedades tradicionais, tem a dupla função de motor e volante. Não impede as inovações e pode mudar até certo ponto, embora evidentemente seja tolhido pela exigência de que deve parecer compatível ou idêntico ao precedente.



Em terras do oeste catarinense, os italianos e descendentes trouxeram e/ou mantiveram a cultura das regiões italianas de origem. Fizeram desse chão a sua *cuccagna*, mas que com o passar do tempo e com a inclusão de novas tradições, o que era antigo, ou feito na Itália, não poderia mais ser aplicado no Brasil. Por outro lado:

Pode ser que muitas vezes se inventem tradições não porque os velhos costumes não estejam mais disponíveis nem sejam viáveis, mas porque eles deliberadamente não são usados, nem adaptados (HOBSBAWN, 1984, p. 16).

Diante da invenção das tradições, baseada naquelas trazidas da Europa, hoje é possível encontrar inúmeras formas culturais. Mirian de Oliveira Santos (2004) em sua tese “Bendito é o fruto: Festa da Uva e identidade entre os descendentes de imigrantes italianos de Caxias do Sul – RS”, numa realidade gaúcha para exemplificar cultura de imigração afirma que:

A cultura que encontramos em Caxias não é gaúcha, nem brasileira, nem italiana, mas uma mistura das três. É uma cultura local dentro da cultura regional, uma subcultura dentro da cultura gaúcha. (SANTOS, 2004, p. 26).

Com a citação de Santos (2004), fica evidente que uma tradição antiga, em contato com um novo local, ou com diferentes culturas, inventa-se uma nova tradição, e a mesma pode mais vezes refazer-se, como também aconteceu na realidade catarinense.

A Festa da Uva, tradição de origem italiana, traz em si a identidade dos italianos daquele local. Quando Santos e Zanini (2009, p. 3) mencionam Hall<sup>8</sup>, afirmam que “[...] culturas locais e nacionais se mesclam com aspectos novos trazidos pela globalização, e resultam no que o autor vai chamar de culturas híbridas”.

Nesse momento, essa cultura híbrida é vista como brasileira em seu todo, mas para os descendentes, continua sendo a identidade italiana, e a

Expressão singular desta italianidade emergente, além das festas, museus e datas comemorativas recém criadas, são os adesivos fixados nos vidros dos carros com a inscrição em dialeto Vêneto “Mi soi talian Gracia a Dio” (MOMBELLI, 1996, p. 4).

Entra-se num campo identitário, uma hora referem-se à identidade étnica, italiana, noutra hora referem-se à identidade nacional, brasileira, porém com menos intensidade.

Além das descendências e tradições, existem muitos fatores que fazem com que a italianidade seja cada vez mais lembrada no Oeste de Santa Catarina, como os

---

<sup>8</sup> Stuart Hall: Teórico Cultural jamaicano.

mediadores culturais, instituições que fazem aflorar o sentimento de italianidade nos ítalo-catarinenses, através de vários aspectos. Com essa afirmação pode-se dizer que

A italianidade possibilita, assim, a interseção entre os indivíduos e a sociedade, entre o individual e o coletivo, entre o mundo do eu e o mundo dos outros, o mundo do rural e do urbano, o mundo da tradição e da modernidade, entre o mundo da natureza e da cultura (ZANINI, 2006, p. 207).

Existe uma relação muito forte entre as pessoas de descendência italiana na cidade de Chapecó, e até as pessoas que não têm origem italiana, passam em algum momento a adotar traços culturais para a sua própria cultura.

Observa-se que a cultura é uma forma de expressão mais próxima que a italianidade tem para garantir que seu povo continue mantendo esse vínculo com seus antepassados, “a década de 1970 é um marco importante para a italianidade na Região Oeste, pois é a partir deste período que descendentes de italianos vão retomar e revalorizar a sua identidade étnica” (MOMBELLI, 1996, p. 46). Como um dos principais fatores que impulsionaram a italianidade na região, nos anos 90 era comum alguns ítalo-brasileiros colarem adesivos em seus carros com as cores de bandeira italiana e escrito em dialeto: Sou italiano, graças a Deus”. Outros fatores serão destacados na sequência, para melhor compreensão do assunto.

## 2.1 As Revistas brasileiras da italianidade

Os descendentes de italianos que residem em Chapecó são contemplados com revistas<sup>9</sup> que trazem informações importantes sobre a Italianidade principalmente da Região Sul do Brasil.

A veterana *Insieme*<sup>10</sup>, publicada em Curitiba, no Paraná, desde março de 1995, é uma revista por assinatura mensal que traz uma publicação bilíngue português/italiano gramatical sobre as principais alianças culturais entre Brasil e Itália. Apresenta também os principais acontecimentos dos ítalo-brasileiros da Região Sul, como festas em

---

<sup>9</sup> Dentre as revistas destacadas, há ainda a Revista *Oriundi* que não será abordada na dissertação. Disponível em [www.oriundi.net](http://www.oriundi.net).

<sup>10</sup> A revista *Insieme* é uma publicação mensal bilíngue, de difusão e promoção da cultura italiana e ítalo-brasileira, sucessora de *Il Trevisano*. O registro que atende às exigências de Lei de Imprensa está arquivado no 2º Ofício de Reg. de Títulos e Documentos de Curitiba, microfilme n° 721.565, desde 22.03.1995 (REVISTA INSIEME, Edição 169, p. 3).

comunidades dos três estados sulistas. Nessas festas, a revista cobre principalmente datas importantes de aniversários da colonização italiana no Brasil, no estado ou até mesmo no município. As festas com traços italianos da região mencionada também são destaques importantes na revista, como festas da uva, festas da polenta, macarronadas, festas do vinho, entre outras.

De acordo com as matérias da revista, as festas tem grande importância para a comunidade italiana no Brasil, pois é uma forma de aproximação e valorização dos descendentes com a cultura italiana.

Em várias edições, a revista trata de temas burocráticos como notícias sobre a dupla nacionalidade e Consulado Italiano no Brasil, pois através do Consulado, existe uma forte aproximação entre a Itália e o Sul do Brasil, como o projeto de lei voltado à Imigração de Retorno, que faz com que jovens brasileiros trabalhem e estudem na Itália, mas que voltem ao Brasil (REVISTA INSIEME, Edição 169, p. 30, 32, 33 e 38).

Antes da crise na Europa, muitos descendentes de italianos emigravam principalmente para a Itália em busca de trabalho e estudo (TEDESCO, 2010), como contavam com a origem e a maioria com o sobrenome italiano, muitos buscavam a dupla-nacionalidade, assim, eles poderiam de certa forma permanecer na Itália pelo tempo que optassem, pois não tinham a necessidade de vistos, ou retornar ao Brasil, e com essa busca, os consulados receberam forte demanda de ítalo-brasileiros que desejavam a identidade e passaporte italianos, porém com anos de espera.

Com esse fator, na própria Itália, cresceu a procura por pessoas que encontrassem os antigos documentos dos ancestrais italianos, que geralmente são brasileiros obtentores da cidadania italiana que habitam no local e procuram em cartórios antigos por toda a Itália, ou ainda, advogados que moram no país e tentam a cidadania para o cliente brasileiro pela Itália, assim, o tempo de espera se reduziria para meses. Nas páginas da Revista em destaque, é possível contatar esses advogados através de telefone e E-mail, pois pagam para a revista para ter um espaço e divulgar seu trabalho.

Através da leitura da revista *Insieme*, é possível ficar informado sobre todos os temas de interesse da italianidade e isso faz com que esta revista, bem conhecida pelos ítalo-descendentes seja uma ferramenta que a italianidade tem para tornar-se mais próxima dessa comunidade.

Em um ângulo internacional, a Revista *Insieme* possui uma variedade muito grande de artigos e matérias de diferentes gêneros, e de diferentes locais que haja italianidade, como curiosidades ou notícias dos descendentes de italianos da Austrália, dos EUA, da Argentina e principalmente da própria Itália, que publicam, por exemplo, matérias de cunho automobilístico, como na edição 157 de janeiro de 2012 que traz a matéria “*Il Brasile cerca la Pole Position*”, notícia relacionada à Ferrari e a Fórmula 1, na qual menciona novidades sobre clubes, pilotos e carros da marca. (REVISTA INSIEME, Edição 157, p. 6, 7, 8 e 9). Em outros momentos a revista aborda matérias sobre o futebol, e trazem em todas as edições na parte gastronômica, receitas de diferentes regiões da Itália, com a história do produto principal utilizado na receita e algum vinho italiano para acompanhar.

A Revista *Insieme* de fato está inserida num contexto globalizado, ou seja, a modernidade, a praticidade e o cunho informativo são pensados para os ítalo-brasileiros num sentido progressista, prático, pois ao mesmo tempo em que informam e trazem a notícia das festas (híbridas) de origem italiana no Rio Grande do Sul, por exemplo, publicam também notícias sobre o interesse dos descendentes de italianos no mundo, como a obtenção da dupla nacionalidade. Outro fator relevante é a escolha pelo italiano gramatical e não dialetal em suas páginas, pois com essa língua, qualquer pessoa de qualquer lugar do mundo que saiba a língua italiana ou portuguesa poderá ler e interagir com a revista, diferente do dialeto, se fosse escrito, pois focaria apenas num pequeno grupo de falantes, e não em toda a comunidade,

Os conceitos de língua e dialeto encerram relações de poder, pois em geral são classificados como “dialetos” as formas de expressão de grupos denominados, e “línguas” os padrões de grupos que detém maior poder numa determinada sociedade (MOMBELLI, 1996, p. 59-60).

Decorrente dessa afirmação, a revista aproxima as pessoas a nível regional, nacional e internacional.

Em forma eletrônica, a *Insieme* conta com espaços para assinaturas e para patrocínio, assim como apresenta *sites* de colaboradores, como empresas que trabalham com a dupla nacionalidade, consulado italiano, entre outros.

No Brasil encontra-se ainda a novata Revista *Talian Brasil*, que estreou em fevereiro de 2013, a qual é publicada em Antônio Prado<sup>11</sup>, Rio Grande do Sul, uma

---

<sup>11</sup> Antônio Prado é conhecida como a “Cidade mais Italiana do Brasil”, tem este título por abrigar o maior acervo arquitetônico do Brasil, que é composto por 48 edificações tombadas pelo Instituto de Patrimônio

importante cidade gaúcha que “foi a sexta e última das chamadas “antigas colônias da imigração italiana” e foi fundada em 1886”. A cidade possui o *gemellaggio*<sup>12</sup> desde 13 de agosto de 2013 com as cidades italianas de Rotzo, na província de Vicenza, e Cavaion, na província de Verona, todas da região do Vêneto (PREFEITURA DE ANTÔNIO PRADO, 2014).

A revista retrata sempre algo da história da imigração italiana no sul do Brasil, em suas crônicas, traz a opinião e a ideia dos escritores sobre todo o sofrimento, toda a luta dos italianos para chegarem a terras brasileiras e desbravarem o local.

Em outro contexto, é possível ler as piadas e fatos divertidos que aconteciam com os italianos em sua nova vida no Brasil, o confronto linguístico e cultural com as outras etnias e até mesmo situações engraçadas do cotidiano, com a participação das aventuras de Nanetto Pipetta, um personagem criado pelo frei Aquiles Bernardi e que foi publicado entre janeiro de 1924 e fevereiro de 1925 no jornal gaúcho *Staffetta* Riograndense. Fez muito sucesso entre os ítalo-descendentes que resultou em um livro em 1937, porém proibido por motivos de Guerra. (REVISTA *TALIAN* BRASIL, 2014).

O personagem retrata de forma cômica todas as dificuldades que os italianos passaram em terras brasileiras, e é considerado uma das principais literaturas em dialeto *Talian*.

Em termos de negócios, a revista é grande divulgadora de grupos folclóricos, pois em suas páginas estão estampadas fotos e telefones das bandas, que geralmente são ilustradas com vestes típicas italianas e cantam músicas italianas folclóricas, como *El Vecchio Trivelin*, *La Bella Violetta*, entre outras.

A revista divulga festas religiosas, como o aniversário de Igrejas Católicas, ou do santo padroeiro de cada comunidade, e convida a comunidade em geral para participar da celebração e da festividade, que geralmente opta-se por fazer um almoço italiano com baile dançante.

---

Histórico e Artístico Nacional. Além desse patrimônio material, também é preservado o patrimônio imaterial por meio da gastronomia, artesanato e os bons costumes dos italianos, o que encanta e surpreende os visitantes (POLETTTO, 2014).

<sup>12</sup> O *gemellaggio* consiste na união de cidades entre Brasil e Itália, proclamando-as cidades irmãs, tendo por objetivo manter laços permanentes que permitam intercâmbios em diversas áreas, aprofundando sentimentos de fraternidade e amizade entre as cidades e nações (PREFEITURA DE ANTÔNIO PRADO, 2014).

Os colunistas de diferentes cidades dos estados do sul, que escrevem desde crônicas até orações em dialeto, fazem parte das páginas da revista.

A valorização do *Talian* reapareceu junto com o processo de resgate da cultura italiana. As pessoas que dominavam o dialeto passaram a vangloriar-se por terem “conservado” os “hábitos culturais dos antigos”, e muitos que não o fizeram procuraram aprendê-lo (MOMBELLI, 1996, p. 60).

Esse fator é analisado de forma muito positiva, pois no Brasil o local que mais tem descendentes de italianos é a Região Sul, e com escritores dos três estados, passa-se um trabalho de união, de todos os descendentes, e não apenas de um lugar, por esse motivo, percebem-se pequenas variantes do dialeto *Talian*.

Há a questão da língua e todo o fato da criação do *Talian* Gaúcho e/ou Catarinense, relacionado ao IPHAN em 2006 (IPHAN, 2014), pois o dialeto ainda não tem uma estrutura gramatical a ser seguida, e essa revista, a *Brasil Talian*, de várias formas, traz a escrita em *Talian* às vezes baseada na Língua Italiana Gramatical e às vezes na Língua Portuguesa.

Com a leitura, e até mesmo o ensino do dialeto no sítio eletrônico da Revista, percebe-se que o *Talian*, ainda não tem uma estrutura gramatical registrada no IPHAN, porém, parece que possui um dono, ou seja, pessoas que são ideólogos do dialeto, que usam como base em momentos a língua portuguesa e em outro momento a língua italiana. Com o futuro, pode haver pouco, muito pouco ou nenhum falante, pois em sentido prático, um ítalo-brasileiro que possui a sua italianidade, vai preferir aprender o italiano gramatical, pois com esse idioma conseguirá se comunicar na Itália e terá mais chances profissionais que uma pessoa que saiba o dialeto, sem uma estrutura e um estudo aprofundado.

No *site* da revista há endereços eletrônicos para *sites* de colaboradores e patrocinadores, assim como um espaço para a assinatura e para a contratação da publicidade na revista, há muitos patrocínios, principalmente produtos voltados para o meio rural.

Como é uma revista atual, ainda não é possível perceber mais aspectos sobre o foco principal. Percebe-se que muito da revista é baseada no ideal de colonização, ou seja, o pioneirismo voltado ao sacrifício, ao trabalho, e por meio desses fatores junto com a religião, se construiu o progresso.

As páginas da revista trazem a dimensão Católica, pois evidenciam como já mencionado, festas de comunidades, romarias, orações, sendo esse um caráter

ideológico, que com os avanços da globalização, muito do que era seguido acabou de certa forma se reinventando. Pode-se analisar que o *Talian* é uma forma de recuperar o que foi de certa forma perdido com o tempo.

Muitos ítalo-brasileiros além da italianidade “raiz” apreciam a cultura da Itália, e por esse motivo, foram escolhidas as revistas destacadas, pois serão trabalhados alguns temas especiais que as duas abrangem, temas esses que contribuem ainda mais para o sentimento de pertencimento à Itália.

Para a mediação cultural, as revistas destacadas possuem uma importância muito grande para os ítalo-catarinenses, pois através dessa ferramenta, é possível ler em dialeto para conservar essa linguagem em suas memórias, numa questão afetiva com a língua dos avôs.

Diferente dos objetivos das revistas anteriormente destacadas, outra que tem a circulação, mas sem ser em nível de assinatura, é a revista da Associação das Testemunhas de Jeová. Independente da italianidade, a revista é uma possibilidade étnica de levar a palavra de Deus para as pessoas, tanto pelo italiano gramatical, quanto pelo dialeto *Talian*. Para as Testemunhas de Jeová, a revista circula por ser uma ação de campo, em suas páginas traz sempre uma mensagem bíblica e com essa estratégia, consegue-se atingir o maior número de pessoas possível, já que:

Nosso maior objetivo é levar a palavra de Jeová para todas as pessoas, não importam onde estejam. Uma vez tínhamos dificuldade porque muitos aqui em Chapecó não falavam em português, só no dialeto, então foi pensado de traduzir as revistas para o dialeto, e alcançar mais pessoas. Assim quando chegamos em alguma moradia que a pessoa não fala o português, entregamos a revista, ou em italiano ou em alemão. (Narrativa de uma integrante das Testemunhas de Jeová sobre a revista em *Talian*).

Outro integrante das Testemunhas de Jeová menciona que a tradução para o dialeto *Talian* foi pensada principalmente para as Regiões Oeste de Santa Catarina e Noroeste do Rio Grande do Sul, assim como a tradução em *Hunsrück*.

O projeto de tradução é levado muito a sério, pois os responsáveis pela revista na nova língua ficam até meses nas comunidades falantes do dialeto para conseguirem a tradução, e que com a ajuda dos próprios descendentes, desenvolvem o trabalho.

Há a questão cultural e também a questão linguística dentro do trabalho, pois mesmo que o objetivo não seja a italianidade ou o dialeto em si para as pessoas, acaba sendo uma fonte de leitura e uma divulgação para a comunidade ítalo-brasileira em geral.

Como forma de mencionar o multiculturalismo da região, o projeto em que as Testemunhas de Jeová estão inseridas é na tradução das revistas para o dialeto *Kaingang*.

Na parte religiosa, não Católica, é possível encontrar a variação do *Talian*, mesmo que nesse caso, não seja por motivo da italianidade, e sim, por alcançar as pessoas e levar a palavra de Deus por meio da escrita.

Para o presente momento é uma boa alternativa a tradução da revista para o dialeto, pois algumas pessoas de idades variadas não aprenderão a língua italiana standard, e saberão ler apenas o dialeto, essa estratégia é interessante, mas futuramente, quando diminuïrem demograficamente os falantes desse dialeto, restará apenas a língua portuguesa e o italiano.

No *site* da revista, é possível encontrar o material impresso todo digitalizado e ainda o áudio dos textos em dialeto e italiano gramatical. Em nenhum momento observa-se patrocínio de alguma instituição ou pessoa física, mas sim apenas da Associação das Testemunhas de Jeová.

Observa-se que essa mídia de revistas é importante para os ítalo-descendentes, pois, ao contrário de algumas etnias, essas estratégias aproximam esse grupo através da leitura, da informação, da cultura e das tradições, com isso é possível conhecer algo relacionado à italianidade que acontece em Santa Maria no Rio Grande do Sul, se a comunidades de descendentes de italianos lerem a revista em Xaxim, Santa Catarina.

Essa forma de mediar cultura por meio das revistas pode avançar ainda mais e tornar-se um grande diferencial para a italianidade em relação às outras etnias existentes no Brasil.

## 2.2 A Coluna do Jornal e o Mercado Livreiro

Diariamente em Chapecó existe a circulação de um jornal que traz notícias da cidade e da região. Em uma das partes do jornal é possível encontrar uma coluna escrita por um divulgador da italianidade, todas as quartas-feiras.

Na coluna ilustrada com uma foto, o escritor, Antônio Ari Poletto, aparece frequentemente com roupas típicas do estado do Rio Grande do Sul, conforme Figura 1, e isso prova que

Ao mesmo tempo em que os descendentes de italianos passam a valorizar a trajetória de desbravadores e pioneiros dos antepassados, seus valores,



práticas, estilos de vida e afinidade com a cultura gaúcha aliaram-se a um grande projeto político que visa obter autonomia administrativa ou, no mínimo, vantagens adicionais à região (MOMBELLI, 1996, p. 5).

Há na cidade a questão híbrida, ou seja, ao mesmo tempo em que determinada pessoa se diz italiana, ou descendente de italianos, veste trajes típicos no estado do Rio Grande do Sul. Para exemplificar, dia 20 de setembro é o início da Semana Farroupilha, um feriado sul-riograndense que comemora a revolução, e na cidade de Chapecó, em Santa Catarina, muitas pessoas comemoram, vestem-se tipicamente e participam dos Centros de Tradições Gaúchas, CTG, como é o caso do mediador cultural destacado.

Assim, percebe-se nesse ponto que o mediador não vê incompatibilidade entre a italianidade e a tradição do Rio Grande do Sul, prova essa que com o passar dos tempos as culturas tendem a se tornarem cada vez mais híbridas.

De acordo com a leitura da revista Brasil *Talian*, é possível perceber que em ambos os trabalhos, tanto na coluna do jornal, quanto na revista, que Antônio Poletto leva em forma do dialeto *Talian*, traços da cultura italiana, como piadas, histórias engraçadas dos italianos, fatos que podem acontecer a toda a hora com os ítalo-descendentes, notícias de como foi a colonização, apresenta ainda números dos italianos que imigraram para o Brasil, sendo o teor diversificado, sempre voltado a italianidade, às vezes se expressa em *Talian*, e em outras vezes na Língua Portuguesa.

Para quem não tem acesso às revistas, o jornal diário com a coluna escrita em *Talian*, é uma boa forma de ler e se divertir com as histórias contadas por esse divulgador da italianidade, presente na cidade ativamente.

É possível analisar a coluna do tio Poletto, como é conhecido também, de uma forma positiva, no sentido do resgate das tradições, pois retrata os acontecidos sem uma ideologia por trás dos fatos, ou seja, não há patrocinadores, o trabalho é feito mesmo para a italianidade de Chapecó e como uma estratégia de matéria diferente usada pelo jornal.

Figura 1 – Coluna de Jornal de Antônio Ari Poletto

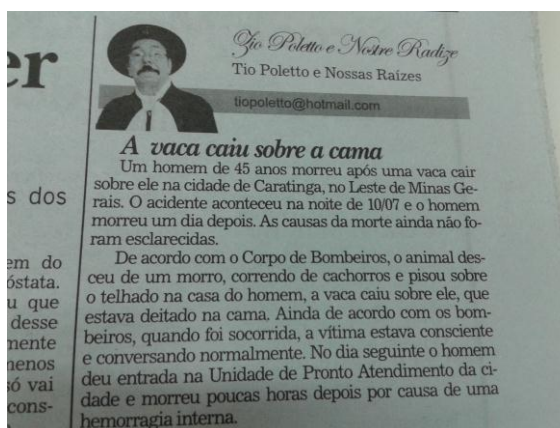


Foto: Diego André Fiore da Silva

Há publicado nos principais jornais do sul do Brasil, tirinhas que satirizam o cotidiano dos ítalo-brasileiros com o personagem Radicci, um descendente de italianos criado por Carlos Henrique Iotti. Faz muito sucesso e é considerado um best-seller italiano. Na presente dissertação, esse tópico não será aprofundado.

Num mesmo segmento, acontece na cidade e na região, o mercado livreiro, ou seja, um autor publica em livros as narrativas das famílias, principalmente elitizadas, da cidade de Chapecó e Região.

Para compreender como funciona esse mercado de livros é preciso saber que em meados do ano 2000, a Europa encontrava-se com a sua economia mais sólida que a brasileira, e assim, muitas pessoas tentavam a sorte em países como Itália, Alemanha, Inglaterra e Portugal (TEDESCO, 2010).

Nesse momento, muitos brasileiros descendentes de italianos viam como promissora a ida a trabalho, estudo e passeio até a terra de seus ancestrais, iniciava-se então o crescimento pelo interesse à Itália, tanto por famílias elitizadas ou não elitizadas.

Em uma viagem a Europa, o autor Alvírio Silvestrin, quando conhece a região do Vêneto, tem a ideia “publicitária” de resgatar todo o histórico da família Bodanese, da cidade de Chapecó, num período bom para a Europa, que era vista pela sociedade mundial, e mais precisamente, pela sociedade chapecoense como um modelo econômico, assim, os italianos daqui, poderiam se beneficiar com esse fato de forma positiva, pois a elite, que nesse caso de etnia italiana, era vista com olhos de admiração

por todos os chapecoenses, pois venceram assim como a Itália, em um período difícil, e hoje triunfam por meio de seus esforços.

O autor, para evidenciar a família, lança depois de sua viagem, o livro “Bodanese, Geração de um Pioneiro” (1999), através de suas pesquisas e narrativas.

O livro apresenta a história da família Bodanese desde o início no norte da Itália, na comuna de Conegliano, em Treviso, na região do Vêneto, a travessia pelo Oceano Atlântico, até a chegada ao estado do Rio Grande do Sul, na cidade de Bento Gonçalves. A sua fixação no local e as lutas dos primeiros anos da família também foram bem representados e escritos pelo autor, através das memórias dos familiares. Posteriormente, o passar dos anos, as mudanças de alguns membros da família para outras cidades, os nascimentos de novos Bodaneses, brasileiros, até chegar a Aury Luiz Bodanese, o “patriarca” em terras catarinenses.

Com o passar do tempo, a família muda-se para Chapecó, em Alto da Serra, em 1956, na nova cidade trabalhavam como comerciantes.

Tempos depois, Aury se casa com Zelinda Santa Catarina, professora primária de uma escolinha na fazenda Zandavalli, um matrimônio típico italiano, com gastronomia, e festa. Em relação ao comércio, houve uma divisão entre os irmãos, e Aury ficou com a parte cabível da empresa, que cuidava com auxílio de sua esposa. Aqui tiveram quatro filhos.

Foi com muito trabalho e dedicação que Aury progrediu em Santa Catarina, e se tornou um dos mais respeitados e conhecidos homens que fizeram do estado campeão em Agricultura Familiar pela Aurora<sup>13</sup>. O cooperativista foi vereador e teve o reconhecimento de todos, inclusive como cidadão chapecoense.

No livro, após estarem vivendo em Chapecó e com o fortalecimento da atual Aurora, observa-se um investimento na cultura nacional pelos negócios, pois as relações que tinham com São Paulo, outras localidades no Brasil, e no exterior, exigiam o uso da língua portuguesa, e porque era preciso pensar numa realidade brasileira para expandir os negócios.

No livro e no *site* da família observa-se que não possuem um brasão do sobrenome, organizam-se em festas, encontros, porém esse fator não está presente ou não é de grande importância para os Bodanese.

---

<sup>13</sup> A Aurora é a maior cooperativa e exportadora de carnes suínas e aves do Brasil, fundada no Oeste de Santa Catarina.

Posteriormente, e por meio de contratos Silvestrin repete a viagem para a Itália e escreve o livro “Lunardi (Tottari) uma história de Foza-Itália Fagundes Varela-RS Xaxim-SC” (2003), em que valoriza historicamente a família destacada.

Os Lunardi eram da comuna de Foza, em Vicenza na região do Vêneto, naquele local eram pastores, e pelo motivo comum de todos os imigrantes, o sonho de uma nova vida, do trabalho, a prosperidade, vieram para o Brasil.

Na chegada, foram dirigidos para Fagundes Varela, no estado do Rio Grande do Sul, e lá passaram seus primeiros anos, com muitas dificuldades e muitos desafios, como a maioria das famílias de imigrantes, eles trabalhavam na agricultura.

Para os Lunardi, a comuna de Foza guarda grandes histórias, grandes exemplos, e através do brasão da família, eles ainda mantêm relações com os Lunardi que permaneceram na Itália. “De Foza, surge a força decisiva de atravessar o grande fosso e construir esta nova e feliz realidade sul-brasileira” (SILVESTRIN, 2003, p. 14).

De pastores no norte da Itália, no Brasil tiveram uma pequena fábrica de queijo, em solo catarinense fundam um frigorífero, em seguida constroem a primeira fábrica de tijolos e telhas da região, o primeiro hospital das proximidades e também se dedicam a extração, produção e exportação de madeiras, tudo isso no local onde hoje é a cidade de Xaxim.

Em 2006, o autor parte para sua próxima obra, também com uma família conhecida e respeitada pela sociedade de Chapecó. Escreve o livro “Zolet – 50 Anos Fotografando Chapecó”.

Através das imagens, visto que a família trabalha no ramo das fotos, o livro no geral, retrata toda a expansão de Chapecó, seu desenvolvimento e o avanço, que em muitos momentos se dá pelas famílias de maior condição financeira, políticos e pessoas influentes, apagando o trabalho árduo feito por colonos italianos, alemães, poloneses de menor condição financeira, e assim como por caboclos e negros.

O nome responsável pela expansão da família na cidade de Chapecó é Victorino Zolet, descendente de italianos de Belluno, região do Vêneto, sua família chegou ao Brasil em 1890, em Antônio Prado, no Rio Grande do Sul. Apenas em 1930 que os pais de Victorino se mudam para Santa Catarina, na cidade de Concórdia. Em 1956 chega a Chapecó e instala o estúdio fotográfico. A família não possui um brasão, pode-se perceber que o brasão, ou o legado que a família possui são todas as fotos históricas do crescimento de Chapecó. Percebe-se a italianidade expressa no nome do estúdio, que

leva o sobrenome do patriarca de Chapecó. É interessante destacar que foi o Zolet que inspirou o Rotary Club para fazer a homenagem aos desbravadores da cidade, construindo um monumento, O Desbravador,

Representado por um bandeirante. O monumento feito em ferro com cerca de 10 metros de altura, está instalado no centro da cidade, ao lado da igreja matriz. O “Desbravador” representa as famílias que saíram da Itália, passaram pelo Rio Grande do Sul, tais como os Bertaso, Sperandio, Galina, e outros que colonizaram a região com seu trabalho e sacrifício tornando-a próspera. Eles chegaram sem nada e, sem qualquer ajuda oficial “construíram a civilização” (MOMBELLI, 1996, p. 42).

Conforme as figuras abaixo, em uma mão o gaúcho segura um machado, o símbolo do trabalho, o desbravamento feito principalmente pelos ítalo-gaúchos, e a outra mão levanta o louro, que simboliza a vitória desse povo. O Monumento Desbravador foi inaugurado em 1981.

Figura 2 – O Desbravador



Foto: Diego André Fiore da Silva.

Para dar continuidade, e por meio de contrato, por iniciativa da família Scopel, o autor faz mais uma viagem para a Itália, para regatar também o histórico dessa família, e em 2008 lança o livro Scopel (Murer) – História de Empreendedores. O título do livro, bem sugestivo, já remete o leitor a compreender que a família foi uma das responsáveis pelo avanço da cidade de Chapecó, que através de toda a luta da família, no oeste catarinense, prosperaram economicamente e levaram o triunfo para a cidade.

Na Itália a família era na maioria agricultora, possuíam uma pequena propriedade de terra e desempenhavam os mesmos trabalhos da maioria dos italianos do norte daquele país, já que eram da comuna de Seren del Grappa, em Belluno, na região do Vêneto.

De agricultores na Itália, passam a ser empresários em Chapecó, a família começa com uma concessionária de caminhões, na construção civil e em 02 de novembro de 1967 começam os serviços da Lotação Chapecó Ltda. Responsável pelo transporte coletivo da cidade, começaram com duas Volkswagen Kombi (SILVESTRIN, 2008).

A família não possui um brasão do sobrenome, mas o logotipo da companhia que dura até os dias atuais pode servir de legado da família, de força, de êxito e de marco da vitória em terras catarinenses. As tradições, as histórias das pessoas que foram as responsáveis pela vinda ao Brasil sempre são lembradas.

Como último livro, Silvestrin, depois de mais uma viagem à Itália com familiares da família Sartori, pesquisas, e um pouco de ficção, publica o livro “Sartori – Pioneiros da Madeira” (2009).

Assim como as outras obras, esse livro relata em suas páginas todas as dificuldades passadas pelos italianos no Brasil, até a chegada às terras do oeste catarinense e a implementação da madeireira, que foi uma das responsáveis pela economia oestina crescer.

Os Sartori são da comuna de Tezze sul Brenta, Vicenza, na região do Vêneto, e na Itália eram agricultores. No Brasil, com o passar do tempo, mudaram a vida campesina e mostraram-se bons empreendedores. Vieram para Chapecó e trabalharam com a extração e a produção de madeiras, assim como com a extração de erva mate, uma atividade secundária.

Pela luta (italiana) para a unificação do território, as autoridades italianas concedem à família o brasão, que é adotado também pelos Sartori do oeste catarinense, porém para fim de sua própria italianidade, pois quem tem um brasão, sente-se parte de uma história, de uma luta, de um local, e essa família o possui, mesmo sendo amplo e fazendo parte de todos que carregam esse nome.

Em todas as famílias destacadas, observa-se que têm a origem no norte da Itália, na mesma região, o Vêneto, e que imigraram para o Brasil pelos mesmos motivos. Mesmo sendo considerada na época, uma região agrícola, ou interior, os familiares

destacados por Silvestrin, as famílias se mostraram no sul do Brasil grandes empreendedores, e não agricultores como os antepassados na Itália.

Todos os livros aparecem em uma data estratégica, pois é um momento em que a Itália encontrava-se economicamente estável, e os familiares já eram considerados a elite da cidade/região, e por esse motivo, há também a busca pelo brasão de suas famílias, para ter um diferencial de pertencimento a um local nobre, por sentir-se parte da nobreza atual, e de um país de primeiro mundo.

Por um lado é possível analisar essa forma de mediação cultural da italianidade como positiva, pois através do mediador, todos têm recuperado sua origem, seus documentos italianos, mostra também a construção da pujança em Chapecó, feita por essas famílias, sua genealogia, mostra o indivíduo recém-chegado no Brasil, no passado, e seus descendentes nos dias de hoje, cada um em seu ramo comercial.

Os livros são algo que reiteram a construção da italianidade na sociedade local, trazem o respeito e a admiração da população pelas famílias e as deixam mais em evidência.

Por outro lado, há certa publicidade por trás dos livros, ao mesmo tempo em que evidenciam, num primeiro momento de leitura, parece que apenas essas famílias foram as responsáveis pelo avanço da cidade e da região, não houve uma menção de colaboradores, há uma idealização em que se não fosse pelas famílias destacadas, a cidade não seria a mesma.

### 2.3 Programa de Rádio

A rádio chapecoense Super Condá AM, conta com um programa dominical chamado *Gringo la Domenega*, que vai ao ar às 10h30min., comandado pelo senhor Ivaldo Pizzinatto, mais conhecido como Gringo. “O programa iniciou em 06/09/2002, e desde o começo usei o dialeto italiano”, segundo entrevistado.

O início do programa se deu “em conversa com o proprietário da rádio e de pronto abriu o espaço, pois nossa região tem 70% das pessoas que são de origem italiana”, de acordo com o entrevistado, ou seja, pensou-se na audiência que o programa poderia ter por motivo dos ítalo-chapecoenses e por ser um projeto diferente, que envolva além da cultura, uma linguagem de determinado grupo de falantes.

A mídia sempre evidencia de certa forma qualquer indivíduo que dela se utilize, e faz com que a pessoa seja mais conhecida e respeitada pelas boas coisas que faz, que fala, que defende, e estrategicamente o programa continua ativo desde 2002 até o momento.

Para a Rádio é um fator positivo contar com um vereador em sua grade de programas, pois tende a aproximar a realidade de Chapecó e deste meio. Para o apresentador vereador, a Rádio foi uma estratégia de aproximação para os votos que obteve, pois desde os tempos da colonização do oeste catarinense, os descendentes de italianos mantinham uma melhor relação com pessoas de sua própria etnia, assim, quando há alguém que defenda a cultura italiana na mídia, e que essa defesa alcance a todos os ítalo-catarinenses, existe uma retribuição, e além de ter alguém que cultive a cultura, os ítalo-chapecoenses contam “supostamente” com alguém que os defendam na Câmara Municipal de Vereadores.

Sobre o início do programa, o entrevistado responde que teve boa aceitação do público, pois o programa é transmitido praticamente em dialeto. Percebem-se com isso que o público alvo do programa é o ítalo-chapecoense que possui uma faixa etária por volta dos 50 anos a mais, pois para os jovens, essa mídia não chama tanto a atenção quanto a *internet* ou a televisão, e geralmente não falam essa linguagem, ou tem vergonha por pensar que seja um linguajar de colonos (no sentido pejorativo) ou dos nonos, traços de uma região globalizada que avança muito rápido.

A estrutura do programa, todo em dialeto, apresenta músicas italianas folclóricas, comerciais dos patrocinadores do programa falado pelo apresentador em dialeto, notícias da comunidade chapecoense, como festas religiosas, apresentações de corais e recados.

De acordo com o entrevistado, a comunidade interage bastante com o programa, e menciona:

Sou cumprimentado assim, em italiano, quando tem algo relacionado com a cultura italiana sou sempre procurado pela comunidade para divulgar festas, os ouvintes ligam para o programa solicitam músicas interagem ao vivo contando piadas em italiano.

Todos podem estar escutando o programa transmitido pela Rádio, pois o radialista é claro em seu dialeto e se expressa de forma objetiva.



Essa mídia é sinônimo de orgulho para um ítalo-chapecoense, pois aflora cada vez mais a italianidade através do dialeto, e deixa o descendente mais orgulhoso por ter alguém que valoriza e transmite a cultura italiana nos dias de hoje.

Acho que todos os descendentes de italiano tem orgulho de nossa cultura, nossa descendência, assim como de todas as descendências alemãs, etc. Gosto de cultivar isso, sou autêntico com minhas raízes. Divulgo o dialeto todos os dias, pois falo normalmente este dialeto, não só no programa. (Relato do entrevistado).

Pode-se analisar que a mídia apresentada é bem relevante e de muita importância cultural na atualidade, para a cidade de Chapecó e para toda a expressão da cultura italiana existente na região, porém, de uma forma pouco globalizada, futuramente essa mídia tende a perder espaço.

O dialeto falado pelo apresentador, não possui uma estrutura gramatical, e em muitas vezes não é possível saber se o programa é transmitido realmente no dialeto, ou se há inclusões ou transformações de palavras de origem portuguesa para a linguagem usada.

Dentro do programa existe o espaço para divulgar os patrocinadores, seus produtos e contatos, portanto, além de levar a cultura, reascender a italianidade na região, há um comércio por trás dessa mídia, pois os patrocinadores estão sempre em foco, junto com as reportagens, músicas e causos.

Existe também a parte religiosa, com o ideal Católico de divulgar festas de comunidades e chamar as pessoas a esses locais. O entrevistado relata que sempre o chamam para participar dos encontros religiosos, das macarronadas, dos bailes dançantes, das noites italianas<sup>14</sup>, e como é vereador da cidade, há ainda uma estratégia de participação, conhecimento e vínculo dele com os possíveis eleitores.

O programa, que foi pensado para os ítalo-descendentes, é um diferencial da cidade, e mais uma forma de divulgar a cultura e a língua por meio da mídia.

---

<sup>14</sup> No dia 23 de julho de 2014, no Jornal Diário do Iguazú, o colunista que escreve sobre a italianidade faz menção à Noite Italiana de número 34 da cidade de Antônio Prado-RS, que “tem por objetivo de resgatar os costumes dos imigrantes com comida farta, muito vinho, além de muita animação com apresentação de shows musicais [...]. A diversidade gastronômica fica disposta em cinco grandes ilhas gastronômicas, nas quais são servidas em torno de uma tonelada de polenta, três toneladas de frango, 700kg de queijo, 400kg de salame, 400kg de copa, 300kg de pepino, 240 pães coloniais, entre outras delícias típicas da região que compõe o cardápio: frango à mena rosto e a passarinho, polenta frita e brustolada, batata doce, copa, salame, queijo, pepino, pão, grostoli. Bolos, cucas, biscoito colonial, merengue, frutas, doces, vinho, café, cooler de pêssego, suco de uva e refrigerante” (POLETTTO, 2014).

## 2.4 Mídia Televisiva

Na mídia de Chapecó, não existe um canal feito na cidade ou no país que traga algo voltado à italianidade, porém existe o único canal por assinatura, a *Rai Internazionale*, (*Radiotelevisione Italiana*) que os ítalo-chapecoenses podem obter para ter notícias e se aproximar da Itália. Hoje há um número considerável de assinantes, para ter acesso ao canal.

É preciso lembrar que o canal é todo gravado na Itália e não tem vínculos com qualquer emissora do Brasil. Os programas são feitos para os italianos, e a nível internacional para todos aqueles que apreciam a língua italiana gramatical e a cultura do país, assim a nível internacional, a emissora RAI oferece os principais programas passados pelo grupo RAI.

Dentre os principais programas destacam-se *La Prova del Cuoco*, que é um programa de culinária, apreciado pelas ítalo-brasileiras, pois é possível aprender novas receitas e confrontar com algumas feitas no Brasil. A apresentadora, Antonella Clerici, evidencia muito a parte gastronômica cultural, pois em muitos dos programas passados, na parte final, a parte do confronto, chefes de cozinha em um período de tempo devem fazer algum prato típico a ser julgado por uma gastróloga especialista, e em meio às conversas, pode-se notar a grande variação linguística italiana, do norte ao sul.

Esse programa é uma forma de estratégia para professores de língua italiana ensinarem seus alunos sobre as diferentes formas faladas na Itália, e as possíveis comparações da sonorização Vêneta com a sonorização falada pelos ítalo-brasileiros da Região Sul.

As partidas de futebol do Campeonato Italiano com *Roma*, *Milan*, *Fiorentina*, são apreciadas pelos homens e adolescentes, pois além de serem transmitidas em língua italiana, existe um número expressivo de brasileiros que jogam naqueles times, e há comentários positivos dos italianos sobre esse fato.

Nos finais de semana, a televisão passa o Campeonato Italiano, os shows que os jogadores fazem em campo com o futebol, e a organização de tudo, que em muitas vezes mostra-se superior a do Brasil. Os adolescentes brasileiros sonham em entrar no Estádio do Milan, do Roma, como jogadores, e através dessa mídia, podem aproveitar o tempo assistindo à partida.

A italianidade nesse caso muda, pois num determinado tempo pós-colonização em que o foco era o ideal de trabalho, triunfo, valorização do “eu” italiano superior, com o passar do tempo e com a globalização, os descendentes focam muito mais a realidade italiana e até podem se aproveitar do fato da ascendência, mas o ideal para os jovens é o sentido material, o estudo, as melhores condições, o sonho de ser conhecido e famoso.

Numa realidade cultural há ainda a cobertura do *Festival di San Remo*, realizado desde 1951, um festival de músicas italianas conhecidas pelo mundo, e responsável pelas músicas italianas ouvidas no Brasil, pois quem vence o festival, tem sua música reconhecida, como é o caso da cantora Gigliola Cinquetti em 1964 com a música “*Non ho l’età*” e mais atualmente nos anos 90 com Laura Pausini e a música “*La Solitudine*”.

Roberto Carlos, um dos mais famosos cantores brasileiros também participou do festival em 1968 e venceu com a música “*Canzone per te*”.

A mídia televisiva escolhida foi um exemplo de mídia globalizada, pois se percebe que uma porcentagem considerável de ítalo-chapecoenses buscam “o novo”, o globalizado, buscam algo que não conhecem, querem aprender a cultura, a língua de uma Itália que vem sendo idealizada há gerações, mas sabem que a realidade é outra, que o tratamento dos italianos é outro, porém essa estratégia é mais aceitável, pois o público alvo no caso é muito maior, e deixa qualquer pessoa próxima da realidade italiana por meio das notícias nos “*Tele Giornali*”.

A própria linguagem usada também é uma estratégia dos ítalo-chapecoenses para aprender e escutar a língua enquanto estão inseridos num curso de idiomas, pois como poucos na cidade tem o conhecimento do idioma, e usam apenas nesse meio, em casa, a televisão sintonizada no canal, é uma forma de aprender mais o idioma.

Vale lembrar que o canal mencionado foi escolhido como forma de demonstrar a cultura italiana por ser o único canal italiano a cabo que passa no Brasil, e que diferente de um programa dialetal, considerado muitas vezes, não globalizado, por apresentar ideias de um pequeno grupo de falantes, a canal RAI está cada vez mais próximo do Brasil, com matérias, E-mails de telespectadores contando sua história, participando da programação e vendo os brasileiros participarem, seja por meio do futebol, seja por festivais de música, seja pela gastronomia.

Positivamente falando, a mídia em destaque mostra a realidade da Itália em seus jornais, e informa os brasileiros sobre a situação de estrangeiros, sobre a falta de

empregos, sobre a crise e outras notícias, assim, muitos pensam antes de se aventurar em terras internacionais e ter grande prejuízo, trabalhando clandestinamente e em situações de risco, como em portos, ou em fazendas, até mesmo como escravos (TEDESCO, 2010).

## 2.5 Escola de idiomas e Intercâmbios Culturais

Carregados pelo saudosismo das histórias que os avôs contavam sobre a Itália, suas belezas, sua cultura, muitos ítalo-brasileiros procuram estar mais próximos de suas origens, inclusive por meio da língua, porém, da língua italiana gramatical, a falada na Itália, e buscam cursos para conhecer e se inserir mais nessa realidade, pois a maioria desses descendentes acha mais viável e prático aprender a língua que o dialeto, o qual aproximaria apenas uma parcela muito pequena de ítalo-brasileiros, e se fossem para Itália, ninguém entenderia a fala dialetal.

A maioria das pessoas que buscam hoje aprender a Língua Italiana Standard é descendente de italianos e entende o dialeto que era falado pelos pais e avôs, assim, para aprender a língua e sua parte de pronúncia, torna-se mais fácil.

A cidade de Chapecó sempre contou com pessoas que se dedicaram ao ensino da língua e cultura italiana, mas que devido a vários motivos, essas pessoas foram terminando suas atividades. Hoje Chapecó conta com uma escola de idiomas que oferece o ensino na Língua Italiana Gramatical, e ainda alguns professores da mesma língua, mas de forma particular.

Para entender essa forma de mediar à cultura italiana em Chapecó, houve a entrevista com a professora Z. M de uma escola de idiomas de Chapecó.

Em relato Z. M conta que quando os bisavôs chegaram a uma pequena comunidade do Rio Grande do Sul, só havia italianos e/ou descendentes de italianos, então continuaram a falar o mesmo dialeto trazido da Itália. A entrevistada relata que suas duas avós morreram sem falar a língua portuguesa, entendiam alguma coisa, mas nunca falaram. Ela explica que quem fala ou entende o dialeto italiano, há a sonoridade exata para falar a língua italiana gramatical.

Z. M conta que quando pequena, viveu cinco anos junto com sua avó, pois os pais trabalhavam, então se habituou a escutar e falar o dialeto italiano, depois somente na escola que foi aprender a língua portuguesa, que geralmente era falada apenas nesse

espaço, pois como a comunidade era pequena, o idioma mais utilizado entre os moradores e as famílias entre si, era o dialeto italiano.

Certa vez, viu que o canal a cabo *Rai Internazionale* estava oferecendo aulas de italiano gramatical, duas horas por dia, aos moldes do Telecurso, passado no Brasil, então resolveu iniciar seus estudos no idioma.

Percebe-se que a entrevistada optou por aprender a Língua Gramatical, por ser mais promissora futuramente e por conseguir através dela, ter a chance de se comunicar na Itália, diferente do dialeto se continuasse a falar.

Decorrente do aprendizado da língua através da mídia televisiva foi para Itália e lá fez oito meses de curso da língua e depois fez um curso de formação de professores, aprendeu como ensinar a língua italiana para as pessoas.

Quando perguntado por que optou na formação da língua italiana, Z. M responde que sempre gostou de ensinar e rir, ensinar italiano é se divertir, faz bem, e resume que o que levou a ensinar esse idioma é o bem estar, a diversão.

Houve uma estratégia da entrevistada de partir para o campo globalizado e investir na língua gramatical, hoje faz dez anos que Z. M ensina a Língua Italiana na escola de idiomas, em Chapecó, e é apaixonada pelo que faz.

É possível perceber que a professora é uma mediadora cultural da cidade, a nível globalizado, pois os alunos que procuram as aulas de italiano geralmente são descendentes de italianos, ou tem algum laço com a Itália, com a cultura, com algum descendente, e que diferente das línguas mais procuradas, os alunos estão em sala de aula porque querem, por prazer, assim, sempre aumenta o número de interessados em aprender esse idioma. Vale destacar que assim como a língua portuguesa, a língua italiana também tem origem latina, ou seja, ambas se parecem, e facilita mais a compreensão e o aprendizado.

Em relação aos alunos, o senhor Flávio Pansera, outro mediador cultural da cidade de Chapecó relata que:

A maioria dos alunos queria falar a língua italiana, cantar suas canções e ter conhecimento do porque os italianos vieram para o Brasil. Esse aspecto também foi o meu objetivo. Porque vieram e ocuparam as piores terras? Durante o curso repassamos essas informações, aprendemos gramática, mas eles não gostavam dessa parte, preferiam a parte histórico política e a fala propriamente. Nesse aspecto houveram-se com louvor e cantar então mais ainda. Ao chegar ao final das aulas a turma constituía-se em um coro: *Cantiamo Maestro, adesso basta di gramatica*. Então cantávamos. No mesmo local funcionava a escola de [...] e eles se encantavam e diziam: Isso é coisa de italiano mesmo. Esses não negam a raça. Alguns fins de semana reuníamos-nos em casa de alguém, ou algum bar para cantar e fazer a

algazarra própria de um grupo de italianíssimos reunidos, logicamente com o respeito devido, nada de bebedeira ou excessos de ruídos como soe acontecer atualmente. Tínhamos cerca de 50 a 60 canções quase todas decoradas, na ponta da língua. As turmas, todas, sentiam muita alegria e felicidade. Havia inclusive alguns descendentes de alemães que por gostarem da sonoridade da língua e das canções fizeram o curso.

Hoje a Professora Z. M recebe muitos alunos na escola, e quando ela encontra algumas pessoas, essas sempre dizem que querem aprender o idioma, porém, como a própria professora relata:

A Língua Italiana é o “sonho de gaveta” de muitas pessoas, o grande sonho, ou seja, todos que falam comigo dizem que querem aprender a língua, mas em um momento menos conturbado, pois muitos trabalham e precisam, ou querem disponibilizar um tempo maior para o idioma.

Por ser o ensino da língua italiana padrão, esse campo tende a crescer cada vez mais, pois a língua que contém sua estrutura gramatical pode ser aprendida por todos que tiverem interesse, pois possibilita intercâmbios para a Itália, parcerias comerciais entre outros, como é o caso da senhora J. L, que é aluna da professora Z. M na escola de idiomas.

A entrevistada J. L saiu de casa com doze anos para trabalhar, e foi para a região de Passo Fundo, no RS. No local só falavam em italiano, assim aprendeu melhor o dialeto, pois em casa, como seu pai, filho de italiano, se casou com uma moça brasileira, J. L não escutava muito o dialeto, que achava muito bonita a sonoridade.

Fez um curso Técnico em Enfermagem, diz que se deparava com pessoas no hospital que trabalhava que só falavam em dialeto italiano e só entendiam o dialeto, como sabia muito da linguagem, não tinha problemas em se comunicar com esses pacientes. Depois de um tempo fez faculdade de Ciências Contábeis.

A entrevistada menciona que com o passar do tempo sentia saudades da Itália, sem conhecer o país, um dia tinha R\$16,00 na bolsa e não sabia como gastar, então passou ao acaso em frente de uma livraria e viu um manual que ensinava palavras, verbos e expressões em italiano e resolveu compra-lo. Depois quis fazer um curso de Língua Italiana gramatical com o objetivo de ir para Itália.

Fez um tempo de curso e foi para o país admirado, lá sua visão de quando o *nonno* contava os fatos e as histórias, não mudou, imaginava a Itália linda, e estando lá, percebeu que tudo estava como imaginava, menciona que é algo de sangue, pois gostou dos teatros, dos concertos, da ópera.

Sempre soube que seu avô veio para o Brasil para não morrer de fome, mas mesmo assim as histórias dos vinhedos, das flores, do mar, sempre eram mais fortes, e ela pode ver tudo isso de perto, pois quando esteve no país, era época de primavera, e viu uma Itália florida e com quilômetros de vinhedos.

No momento em que esteve na Itália, estudou na *Scuola Leonardo da Vinci*, em Florença, em 2012, por dois meses, J. L foi sozinha através de intercambio pela escola de idiomas de Chapecó.

Conta que em Florença os italianos são acolhedores, felizes, e existe uma alegria com gentileza naquelas pessoas. Nunca sentiu discriminação por ser estrangeira, fez amizades com italianos e estrangeiros, e conta que os professores ajudavam muito, indicavam bons lugares para conhecer e se preocupavam com o aprendizado.

A entrevistada teve o sentimento de ir para Itália pensando que lá era uma parte dela, quando voltou para o Brasil, disse que deixou metade de seu coração, pois se sentiu em casa na Itália.

J. L pretende voltar para Itália, e se pudesse moraria uns dois anos, não para sempre, pois pensa que Santa Catarina, Brasil, é melhor para morar do que o país europeu mencionado.

As duas entrevistadas estão inseridas em uma realidade globalizada que apreciam a cultura trazida e passada pelos pais, avôs e comunidade em geral, mas que por motivos estratégicos, preferem apostar no idioma gramatical ao invés do dialeto, pois com ele abrem-se novas oportunidades, como é o caso de um intercâmbio para Itália que ambas, através da escola farão em dezembro de 2014.

## 2.6 O Círculo Italiano de Chapecó e o Instituto Saga

Para destacar a participação do Círculo Italiano de Chapecó e o Instituto Saga nos mediadores culturais, serão analisadas entrevistas feitas com pessoas relacionadas nessa área.

A primeira entrevistada foi a senhora B. D, segundo relato nasceu em Concórdia, Santa Catarina e se habituou a escutar e falar em dialeto italiano, começou a aprender o português na escola com sete anos. Desde muito cedo gostou e apreciou a cultura, sempre teve sua italianidade aflorada.

Trabalhou em alguns locais e nesse tempo estudou a língua italiana gramatical em escola de idioma em Chapecó, em consequência ministrou aulas particulares até a formação do Círculo Italiano de Chapecó. A entrevistada relata que:

Um grupo de simpatizantes da cultura italiana (todos de origem), reuniu-se para formar o Círculo Italiano de Chapecó. Na época, existiam as associações: Assoc. Veneta, Assoc. Tri-Veneta e a Assoc. Friulana. O objetivo era congregar as três associações em uma só, para facilitar as mais diversas ações a serem desenvolvidas. Fiz parte do grupo fundador, e desde então, sou a secretária.

A própria sociedade de Chapecó buscava por um espaço que pudessem compartilhar suas opiniões, suas histórias, em um momento que a Itália era vista com grande admiração, pois sua economia estava estável, e era considerada como país de primeiro mundo.

Pode-se considerar que além de toda a italianidade, o início do Círculo Italiano de Chapecó também foi uma estratégia para alcançar a visibilidade da cidade para a Itália, que vivia anos de glória. Então:

O CIC<sup>15</sup> foi fundado em meados de 1997. Desenvolveu muitas atividades culturais (ensino da língua), recreativas (evento anual, quando eram homenageadas famílias de origem italiana, que tivessem se destacado na cidade de Chapecó), criação do Coral (ainda em atividade), recepcionou diversos cônsules e outras autoridades e representantes da cultura italiana. Hoje, as atividades se restringem à manutenção do Coral, em parceria com a Secretaria de Cultura do Município. (Relato da entrevistada).

Mesmo que o Círculo Italiano de Chapecó não tenha qualquer fonte de renda, segundo a entrevistada, oportunizou contatos com italianos, tanto na parte cultural, quanto na parte comercial. E hoje, segundo a entrevistada “O CIC tem o reconhecimento de utilidade pública municipal e estadual. Tem registro junto ao Consulado Geral da Itália para o PR e SC”.

Na mesma temática, Flávio Pansera menciona que:

Fundamos também o Círculo Italiano para centralizar as atividades dos vários clubinhos de italianidade porque num mesmo sábado havia dois jantares/baile italianos. Então criamos o círculo para distribuir essas atividades durante o ano. Funcionou certo tempo. Eu acabei cansando e me retirei dessas atividades, mas chegamos trazer o “*Coro Scaligero Dell’Alpe*”<sup>16</sup>, dentre outras atividades como constituir o coral da Escola Parlando S’Impara.

<sup>15</sup> Círculo Italiano de Chapecó.

<sup>16</sup> Esse coral foi uma grande ideia dos Trentinos, ali faziam-se presentes jardineiros, operários de usinas, Engenheiros, Comerciantes e industriais que para fazer uma viagem sem custo criaram o coral. Vieram para SP, depois Curitiba e dali em diante, para o sul de ônibus. Eles queriam ver a realidade do Brasil. Chegando na cidade inúmeros descendentes de italianos estavam a espera para hospedar pelo menos um italiano em sua casa. Sempre faltou italiano e sobrava lugar para abrigá-los. Apresentaram-se aqui no



Mesmo que o CIC tenha sido criado por simpatizantes da cultura italiana, a parte do ensino da língua foi pensada de modo globalizado para todos os descendentes de italianos e comunidade em geral, pois era ensinado o italiano gramatical, sem inclusões do dialeto, havia um preparo dos professores para ministrar as aulas, havia o material e em consequência os encontros para o aprendizado da língua.

Quando o Circulo Italiano começou a funcionar, frequentei vários cursos de preparação para professores de língua italiana, ministrados em Curitiba, no Centro de Cultura Italiana, em parceria com a Universidade para Estrangeiros de Perugia (Itália). Ensinei no Circulo Italiano por vários anos, e também ministrei aulas particulares, fiz versões e traduções (Entrevistada B. D).

Em outra parte, nos dias atuais, o CIC conta com o Coral, este é voltado para as antigas canções italianas em dialeto, feita principalmente para os descendentes de italianos mais antigos, pois mexem com a italianidade da época em cada um e contribui para o (re) conhecimento do dialeto, porém de modo não globalizado. A entrevistada menciona que:

As pessoas amam cantar antigas canções em dialeto, falar em dialeto e preparar e comer pratos da culinária italiana. Não existe a cultura de esse prato é da região tal, a maioria das pessoas apenas se sente “italiana”, e não pensa em diferentes regiões ou províncias. Chapecó curtiu todas as iniciativas do CIC, e cobra a continuidade, mas houve um esvaziamento muito grande, pois era um grupo pequeno demais a conduzir as atividades e a manter o CIC operante.

Pode-se destacar que com todos os relatos históricos, a entrevistada é uma mediadora cultural de Chapecó, pois foi uma das responsáveis pela criação do CIC, trabalhou com aulas de italiano e utilizou-se dessas estratégias para levar a italianidade a outras pessoas.

Dentro dos mediadores culturais, houve também a entrevista com o senhor Flávio Pansera, que com trajetória parecida com a da senhora B. D, teve outros rumos, até a formação do Instituto Saga.

O senhor Flávio Pansera, nasceu em Passo Fundo no Rio Grande do Sul, em uma pequena comunidade. Desempenhou trabalhos no Polícia Militar do Estado de Santa Catarina e relata que:

A minha carreira de Oficial foi muito movimentada de Leste a Oeste várias vezes, fiz 16 mudanças e quando atingi o último posto, o de Coronel decidimos em família, permanecer em Chapecó, onde os filhos adolescentes estavam adaptados nesses últimos 3 anos. Pedi minha aposentadoria por estar

---

oeste em Chapecó, Concórdia, São Miguel do Oeste e Joaçaba, depois foram para o RS. (Explicação do entrevistado Flávio Pansera).

muito mal de saúde por ter enfrentado dezenas ou centenas de vezes os invasores de terra, quase todos na minha área de Comando, desgastei-me mais por desgosto de ver as pessoas proprietários sendo usurpados do que por qualquer tipo de embate, visto que nunca gastei um cartucho sequer. Usei apenas o verbo. Acredito que o tenha feito bem, pois também sou letrado pela UFSC.

O entrevistado possui uma relação muito ativa com a língua italiana gramatical, pois é formado pela UFSC em Letras-Língua Italiana. Observa-se essa ação como uma estratégia do entrevistado, pois era de família italiana e falava o dialeto, mas para inserir-se em uma realidade globalizada, optou por aprender o idioma gramatical para poder ensinar a língua e formar relações culturais com a Itália e italianos.

Fui convidado para fazer um “aggiornamento” no Centro De Cultura Italiana, Fundação Italiana sediada em Curitiba. E a partir disso fui autorizado a dar cursos através dessa entidade com os livros “Gramatica Italiana per Stranieri – In Italiano” Edizione Perugia de autoria de Angelo Chiuciu – Fausto Monciarelli – Marcello Silvestrini. Nessa época esses dois volumes eram dados em dois anos.

O Círculo Italiano foi responsável por muitas parcerias comerciais dos integrantes com a Itália e outras localidades do Brasil, e conforme essas relações eram estabelecidas, surgiam novos órgãos que beneficiavam a região, como o Instituto Saga, que é “uma organização social de Interesse Público, criado para promover e acelerar o desenvolvimento sócio-econômico regional do estado de Santa Catarina” (INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL SAGA, 2014). Havia uma presença grande de técnicos italianos que junto com catarinenses criaram projetos voltados para área do desenvolvimento, fato muito importante para Região Oeste de Santa Catarina, pois há muito tempo encontrava-se isolada do restante do estado, o qual ainda conta com uma política centralizada nas grandes cidades litorâneas. O entrevistado relata que:

Fui convidado pelo [...] Presidente e Vice Presidente da ACIC. Na época foi fundado o Fórum de Desenvolvimento Regional, mas não andava. Como eu estava na RR fui convidado a assumir essa entidade. Fundei o Instituto Saga de Desenvolvimento Regional. Fomentamos os agricultores a industrializarem, embalarem pequenos produtos. Com a presença de um Médico Veterinário instruímos os agricultores se adaptarem a pequenos abatedouros com a higiene necessária. Criamos a marca “Guardachuva” que servia para todos os produtores de todos os municípios da AMOSC<sup>17</sup>. Optamos pelo nome Castália, hoje Cordilheira Alta tem alguns produtos com essa marca. Esse nome vem do grego significando fonte de águas limpas que inspira os poetas. A nossa intenção não era a poesia, mas os cuidados com a natureza, com a higiene, com a ecologia.

---

<sup>17</sup> Associação dos Municípios do Oeste de Santa Catarina.

Com todos esses objetivos e cuidados, percebe-se o comercial em evidência, ou seja, aos moldes italianos, buscou-se a produção de pequenos produtos pelas famílias da região destacada na entrevista, como forma de desenvolvimento e iniciativa às famílias.

Assim, os representantes do Instituto Saga foram à Itália para conhecer o Instituto Nomisma e ampliar seus conhecimentos, passa-los para as famílias e continuar com a estratégia de parcerias comerciais devido a italianidade existente na Região de Chapecó.

A cidade conta com o Círculo Italiano, apresentações artísticas, a parte gastronômica com macarronadas, jantares e bailes, conta também com escolas e pessoas especializadas no ensino da Língua Italiana Gramatical, há toda a iniciativa do Instituto Saga no desenvolvimento regional e parcerias comerciais tanto a nível nacional e internacional. Portanto, observa-se que por motivo dos ítalo-oeste-catarinenses pertencentes a AMOSC, a Itália está investindo e firmando cada vez mais parcerias comerciais com a região, tanto a nível comercial, como cultural, intercâmbios, a nível universitário, entre outros.

É possível afirmar que graças a esses mediadores culturais, o CIC e o Instituto Saga, a região cresceu economicamente, culturalmente, e ao mesmo tempo em que “devolveu” a italianidade às pessoas, fez com que cada vez ganhe-se uma identidade híbrida, uma valorização do italiano “nosso”, do ser catarinense, porém em relação à participação coletiva, a encontros, Pansera relata que:

Os clubes praticamente se apagaram. Faltam novas lideranças. Os que fundaram várias entidades o fizeram prosperar e funcionar por vários anos, ao passar para os sucessores parece que o interesse foi-se perdendo, foi diminuindo. Ainda existem os mesmos clubes, associações, mas o movimento é muito pequeno pela quantidade de descendentes existentes no município e na região. Particularmente existem pessoas e/ou famílias de per si que praticam principalmente a música em casa, nas reuniões familiares e também nas festas de igreja.

Prova essa que as pessoas seguem um caminho cada vez mais globalizado, mesmo que respeitem as tradições, o tempo faz com que as culturas mudem e se mesquem com outras culturas, formando então uma nova.

## 2.7 Festas de Família num contexto globalizado

Ultimamente no Sul do Brasil tem crescido encontros de indivíduos da mesma família, e na cidade de Chapecó não muda a ideia, “moradores do Oeste visitavam

parentes no Rio Grande e voltavam maravilhados com as pesquisas sobre os antepassados” (MOMBELLI, 1996, p. 48), num momento inicial, sem ter algum multimeio como auxílio. Na atualidade para essas buscas, geralmente há um sobrenome que está espalhado por diversos lugares, e por meio de *sites*, *Facebook* e outros multimeios decorrentes da globalização, esses familiares se aproximam virtualmente e num determinado espaço de tempo, organizam as Festa de Família, convidam todos os integrantes e se reúnem para contar a história, geralmente do patriarca e da matriarca da família, fazem uma celebração religiosa e muitas vezes vão até o cemitério para prestar homenagem aos familiares já falecidos (WOORTMAN, 1995).

Para exemplificar a realidade de Chapecó, optou-se em entrevistar integrantes de famílias diferentes que regularmente participam e organizam os encontros familiares.

A primeira entrevista foi com um descendente de italiano da Família Cella, e sobre sua família relata que:

Minha família é oriunda da região do Vêneto, nordeste da Itália. Chegando no Brasil, se estabeleceram no estado do Rio Grande do Sul e, mais tarde, migraram para Santa Catarina, mais especificamente para o município de Chapecó, onde a maioria dos descendentes vive até hoje. De maneira bastante espontânea, o convívio com os mais antigos influenciou em muitos hábitos das gerações posteriores. De modo geral, nitidamente é possível observar essa influência principalmente em algumas formas de expressão como na “fala com as mãos”, no tom alto das conversas e, obviamente, no sotaque e nas expressões típicas. O dialeto da região do Vêneto também sempre se fez muito presente na família, influência essa facilmente percebida nas gerações mais recentes. Entretanto, particularmente, meu contato com a Língua Italiana gramatical e sua aprendizagem ocorrera recentemente, através de cursos em escola de idiomas e aulas particulares. Hoje procuro aperfeiçoá-la, inclusive com viagens ao exterior.

A entrevistada da Família Ziliotto, de Caxambu do Sul, mas residente em Chapecó, conta que sua família também veio do norte da Itália, de Crespano del Grappa, Treviso, Vêneto, e chegaram no Rio Grande do Sul com os patriarcas Antonio Ziliotto e Margherita Alban. A trajetória da família no Brasil, com o passar das gerações, dirigiram-se para diversas cidades, de diferentes estados, como Ipê, Alfredo Chaves e Serafina Corrêa, no estado gaúcho, e Caxambu do Sul, Chapecó, Concórdia, Lages e Florianópolis no estado catarinense.

A entrevistada menciona que a cultura italiana em Caxambu do Sul, por ser uma cidade pequena está sempre presente nos descendentes, não apenas da família, mas em todos os ítalo-brasileiros do local.

Nas duas famílias, e de acordo com os relatos, percebe-se que depois do início das festas de família existiu o reavivamento da italianidade nos participantes, e que

sempre se faz uma homenagem para a pessoa que veio da Itália, a detentora do sobrenome, com essa relação, faz-se

Referência em um parente, idealizado por seus membros como um “pai fundador”. Na ausência deste por morte, a reunião busca vivificar valores e sentimentos comuns definidos, em um dado momento da história familiar, por esse membro já falecido (FRANÇA, 2009, pág. 26).

Para os Ziliotto, houve a aproximação da família, o conhecimento dos tios, primos que antes eram reconhecidos apenas pelo nome. Nas festas busca-se fazer a árvore genealógica e cada familiar insere-se em uma ramificação (WOORTMANN, 1995).

“A proximidade com muitos costumes italianos desde a infância contribuiu para despertar a admiração pela cultura e o orgulho de ser descendente. As festas da família são verdadeiras imersões nesse sentimento”, (entrevistado da família Cella).

Como mencionado, a entrevistada da família Ziliotto, diz que através do *Facebook* e do *site* criado para a família, foi possível localizar todos os integrantes e aproximar os vínculos de cada cidade. A Festa da Família Ziliotto começou na cidade de Serafina Correa - RS, depois foi em Lages - SC, depois de dois anos foi sediado em Concórdia - SC, o quarto encontro foi em Ipê - RS, o quinto encontro será em Caxambu do Sul-SC em 2015, e em 2017 já está confirmada a cidade de Florianópolis - SC. O *Facebook* aparece nessa narrativa como um instrumento utilizado para aproximar familiares, e o *site* criado para a família, serve para incluir outros membros que possam estar afastados geograficamente, com esses fatores

Não há dúvida quanto às facilidades de comunicações advindas do progresso técnico e tecnológico. Nesse sentido, o tema dos encontros familiares relaciona-se a novas formas de relações, interações e sociabilidades suscitadas pelas tecnologias advindas de um mundo globalizado (FRANÇA, 2009, pág. 27).

Para cada cidade existe um grupo de organizadores responsáveis, coordenadores, geralmente são quinze itens para organizar, e cada coordenador fica responsável por um setor, e escala ajudantes para desempenhar as funções, há um crachá e o credenciamento de todos. A entrevistada participa no momento de reuniões sobre a Festa, para organizar e preparar o encontro de 2015. Em relato disse que os encontros são sempre interestaduais, e que em uma das festas houve a vinda de uma integrante (brasileira) de Concórdia - SC que estudava na Itália especialmente para a festa.

No decorrer das festas há o chá da tarde, a janta com baile e apresentações artísticas feitas pelos familiares de cada região, como apresentações de música e teatro.

Para cada membro é cobrado um valor para as despesas, sem visar lucro. A entrevistada relata que em Concórdia - SC sobrou um valor, e com isso fizeram um DVD da festa.

Na Festa da família Cella também há a organização e fazem sempre uma comissão para decidir o que o encontro abordará. A italianidade, segundo o entrevistado, aflora, e “desde que são realizadas as festas da família Cella o sentimento de italianidade, de orgulho e respeito pelo passado, é intensificado. E isso reflete no dia-a-dia de todos, orientando de certa forma desde os pequenos hábitos até as demais escolhas na vida” (Relato do entrevistado), pois todos esses fatores podem ser vistos no significado do brasão da família:

O brasão da família Cella foi apresentado em 18 de janeiro de 2004 durante a missa, no dia do primeiro encontro da família, onde estiveram presentes mais de 1100 pessoas. A cor azul enfatiza a lealdade, a autenticidade, o valor da palavra dada. A amarela, a generosidade, a disponibilidade em ajudar, a caridade, o amor e a compreensão. Uma casa representada por um capitel, sugere que a família é a primeira igreja. E a águia mostra a força, a determinação, a aspiração para voar nas alturas, seja econômica ou espiritualmente (SITE DA FAMÍLIA CELLA, 2014).

O registro da família Cella, segundo seu *site*, começou no norte da Itália, na região do Vêneto, em Treviso, na comuna de Motta di Livenza, com os patriarcas Andrea Cella e Mariana Parpinelli. Em 1887 se estabeleceram em Alfredo Chaves-RS, e depois de 34 anos no local, parte da família migrou para o oeste de Santa Catarina, onde hoje é a Colônia Cella, na cidade de Chapecó.

Os encontros da Família Cella começaram em 2004 na cidade de Chapecó, dois anos depois, aconteceu o encontro em Coronel Freitas-SC, em 2008 a festa saiu dos limites do estado de Santa Catarina e aconteceu em Serafina Corrêa-RS, e em janeiro de 2012, a festa foi realizada na Comunidade de Colônia Cella, em Chapecó (SITE DA FAMÍLIA CELLA, 2014). Através das festas da Família, o entrevistado relata que os encontros rendem sempre boas novidades e que:

Com isso, a esperança de encontrar alguma coisa ainda presente que mantivesse nossa ligação com a Itália, com o passado, resultou em ações um pouco mais ousadas, como pesquisas em arquivos históricos e viagens à Europa. Como resultado, hoje mantemos relacionamento com familiares italianos e conhecemos muito mais da nossa origem. Posso afirmar que isso é fruto do desejo de preservar valores que vão muito além da história.

A italianidade com traços da globalização faz com que cada vez mais essas famílias elitizadas ou não, busquem a aproximação, o pertencimento a alguma cultura, família, a herança que não querem apagar, o interesse cultural em preservar a língua

dialetal, mas em contra partida, o aprendizado da língua gramatical, estrategicamente para ter a Itália mais próxima em situação comercial, de estudo e também cultural.

Nas duas famílias percebe-se que a religiosidade é marcante, pois sempre que os familiares se encontram nas festas, há o momento da missa, muitas vezes rezada em italiano e/ou dialeto *Talian*, e posteriormente “as memórias familiares centram-se em acontecimentos compartilhados e que estruturam as famílias em um passado comum” (FRANÇA, 2009, pág. 31), um passado muitas vezes honroso, de caráter, que os imigrantes lutaram para conquistar seu espaço e que os descendentes lutam para zelar esse sobrenome e toda a história.

As Festas de Família podem ser consideradas como mediadoras culturais, pois, além de aproximar os integrantes, relembrar a história, a primeira casa (WOORTMANN, 1995), trazem traços da modernidade na língua italiana gramatical, inspiram viagens culturais para a Itália, intercâmbios, em um sentido de migração internacional (TEDESCO, 2010), e afloram sempre a italianidade da região. Vale lembrar que ultimamente outras etnias também estão adotando festas de suas famílias, e que não é apenas uma particularidade dos ítalo-brasileiros, mas uma ferramenta que usam para preservar sua história por meio de narrativas, de encontros e parcerias. Na Europa, segundo França (2009), por volta de 1980, essas ações também foram destacadas na França, Alemanha e Suécia.

Ao analisar de uma forma global, por algum tempo haverá ainda os encontros, mas futuramente com toda a etnicização da cultura, não é possível saber se os interesses continuarão os mesmos, e se os descendentes de agora continuarão com essa estratégia. Na atualidade, percebe-se como positivo o encontro, pois envolvem também a Itália e há quem defenda o dialeto e a cultura local, mas futuramente, se não for para o lado atual, tendem a acabar aos poucos, assim como o dialeto falado.

### CAPÍTULO III: A ITALIANIDADE NAS RUAS DE CHAPECÓ

Na atualidade a cidade de Chapecó tem se tornado mais significativa, de cidade das rosas, título que Chapecó que se auto atribuía nos anos setenta, a cidade passou a ser a capital da agroindústria. Hoje o município é o maior polo exportador de *commodities* de proteína de carnes do país, possui relações com vários países e está constantemente buscando novos mercados para seus produtos, com isso crescem as ofertas de empregos para os habitantes locais e de cidades próximas. Nos últimos anos se percebe o crescimento de indústrias que se instalaram na cidade.

Com esse avanço na realidade chapecoense, atualmente percebe-se o quanto diversificada está a parte comercial, ou seja, são vários ramos que oferecem à população da cidade diversos serviços como na parte gastronômica, de vestuário, moveleira, entre outros.

Em alguns desses ramos pode-se destacar a influência da italianidade, pois os proprietários usaram nomes em italiano, ou em dialeto italiano para reconhecer a empresa. Esse fator é visto como forma bastante positiva, pois mesmo com a crise na Itália, esse país ainda é visto por muitos sul-brasileiros como uma pátria de prestígio, forte economicamente e motivo de admiração por todo seu histórico.

Para os descendentes de italianos não é viável reviver e/ou reconhecer o processo de imigração, por se tratar de uma parte pobre da história italiana, de uma história de colonos que não tinham valor, porém “a conotação começou a mudar a partir da descoberta de que parte destes “colonos” haviam se transformado em empresários de sucesso, reconhecidos no país e no exterior” (MOMBELLI, 1996, p. 47).

Os estabelecimentos com os nomes na língua italiana são fáceis de serem localizados no centro da cidade, pois além de usar a estratégia do nome, muitos deles ainda usam outros fatores que chamam a atenção do possível cliente, como a arquitetura, as cores da bandeira, ou imagens/*design* que remeta diretamente para alguma paisagem italiana. Esse fator pode ser considerado como um tema relacionado ao reconhecimento, os ítalo-brasileiros, através de todos esses esforços de iniciar trabalhos fora da agricultura, no meio urbano, passam para os clientes toda a “moral” conquistada referente à sua identidade étnica, a sua vitória (OLIVEIRA, 2006).

Quando o assunto principal é voltado aos gastos, os ítalo-brasileiros têm fama de serem econômicos, e geralmente



A poupança [...] é ainda um valor bastante forte. Contudo entre as classes média e alta, os padrões de consumo se assemelham aos dos não-descendentes. Autodenominam-se de poupadores, preocupados com o futuro e atribuem isso à herança dos antepassados que passaram muitas privações (ZANINI, 2006, p. 217).

No dia 15/06/2013, foi desenvolvida uma pesquisa no Centro da cidade de Chapecó, nas três principais ruas, Rua Nereu Ramos, Av. Getúlio Vargas e Av. Fernando Machado, partindo da Rua Achilles Tomazelli até a Rua São Pedro. Optou-se por essas ruas por ser a parte mais nobre da cidade e ao mesmo tempo a mais central.

Abaixo segue a lista dos nomes dos locais encontrados, na Rua Nereu Ramos até a Rua São Pedro.

#### **Rua Nereu Ramos partindo da Rua Achilles Tomazelli:**

- Gêmmeli Magazine
- Restaurante Uno Paladar
- Bel Pão Padaria
- Vitale Centro de Estética
- Brasitália Máquinas de Café
- Gringo Cabelereiro
- Racco você mais feliz (cosméticos)
- Dalla Microcervejaria
- Ditali Pizzaria
- Duocasa ambientes (móveis)

É possível perceber que os estabelecimentos são dos mais variados ramos. O primeiro estabelecimento encontrado, sobrenome dos proprietários de origem italiana, é uma loja que vende roupas, conhecida na cidade. É possível fazer uma ponte com a Itália, pois hoje Milão, no norte do país, é considerada a capital da moda no mundo.

Quando houve a colonização em Chapecó, e os ítalo-brasileiros decidiam abrir um comércio, “o nome das empresas era o mesmo dos proprietários, não havendo separação entre pessoa física e a jurídica” (VICENZI, 2008, p. 87), e geralmente trabalhavam com a família. Não existia na época tanta informação, a globalização começava a emergir vagarosamente, pois a mídia retratava pouco sobre a realidade de outros locais, mais precisamente da Itália.

Para o primeiro estabelecimento Gemelli, percebe-se que a estratégia foi usar o sobrenome da família, mesmo que num conceito mais globalizado. Essa ação é vista como positiva, pois ao mesmo tempo em que chama a atenção dos clientes, torna a loja única. Optou-se por escolher esse estabelecimento, pois para o cliente que não sabe que é o sobrenome familiar, o nome pode ser traduzido para a palavra “gêmeos”.

O segundo, o terceiro e o nono estabelecimentos citados, são voltados para o ramo gastronômico.

O segundo estabelecimento é um restaurante, que há o nome com mistura da língua italiana e da língua portuguesa, há nesse caso um avanço referente ao passado, pois “a cultura poderia ser transformada, mesclada e misturada” (ZANINI, 2006, p. 189), porém esse aspecto era aceito decorrente da concepção dos italianos.

Esse local serve variados pratos, não necessariamente da culinária italiana, mas também da culinária local, como feijão, churrasco, entre outros. Por ter parte do nome em italiano, essa estratégia chama a atenção dos clientes, e em relação ao serviço, há diversificados pratos para todos os gostos.

O terceiro estabelecimento trabalha no ramo das padarias. Em relação ao nome, usou-se a mesma estratégia do estabelecimento citado acima, parte do nome está escrito em italiano, e a outra parte em português, esse fator se deve ao multiculturalismo étnico (OLIVEIRA, 2006) que existe na região. No caso dessa padaria, observa-se que a italianidade está apenas em parte do nome, pois não remete o cliente num ambiente italiano, a fachada o logotipo e o interior são semelhantes a uma padaria normal, porém, essa padaria é tradicional e bastante conceituada na cidade, pelo trabalho que presta aos clientes e pela qualidade de seus produtos.

O nono estabelecimento é uma pizzaria de tele entrega. Os proprietários utilizaram o nome que remete à língua italiana.

Por se tratar da comida mais famosa da Itália, a estratégia foi conciliar a tradição e tudo de positivo que a globalização trouxe em relação à alimentação, com o nome da pizzaria, assim, o cliente dá a preferência para o local, pois quer ter um serviço de qualidade e que remeta diretamente a um serviço parecido com o dos italianos, em alguns casos há a desconstrução do local para uma invenção de como é ou seria na Itália, o contemporâneo desconstrói a realidade atual e inventa uma tradição que nunca aconteceu no local (ANDERSON, 2008).

O quarto e o sétimo estabelecimentos são voltados à beleza. O primeiro citado é um centro de estética. Os proprietários utilizaram uma palavra relacionada à estética e a traduziram para o italiano, por esse fator, percebe-se que “a etnia se transforma num código que, para além de revelar diferenças quanto ao estilo de vida, revela posições sociais, poder e também uma determinada forma de auto-expressão” (ZANINI, 2006, p. 201).

O sétimo estabelecimento trabalha com cosméticos, e aproveita-se da fama tecnológica italiana para desenvolver cosméticos em benefício à beleza feminina e masculina. Percebe-se que a estratégia desse ramo, dos dois estabelecimentos, é associar o local com a beleza da mulher italiana, o cuidado com a pele, os produtos para a saúde do corpo, como cremes e loções.

A mídia traz todos esses pontos para todas as culturas, a Europa, mais precisamente a Itália, é um país que seus habitantes usam muito a estética, principalmente as mulheres, e a vaidade ou a busca pelo perfeito, faz com que cada vez mais pessoas procurem esses tratamentos, principalmente quando são oferecidos para todas as pessoas, de diferentes etnias, e em um local que remete de alguma forma a Europa, ou Itália, que são os casos destacados.

A fachada do quarto estabelecimento, principalmente a forma da pintura, remete às vitrines italianas, com formas mais clássicas e agradáveis, porém o sétimo estabelecimento não remete à italianidade, buscando um visual mais moderno, que acompanha a globalização, assim,

Interessante em processos interétnicos é acompanhar a constante reinvenção das tradições e como os símbolos são apropriados, manipulados e tornados legítimos. É também um exercício de desvendar as possibilidades do encontro entre alteridades e como os indivíduos se posicionam frente a esse processo competitivo, procurando distinção, prestígio e status (ZANINI, 2006, p. 205).

O quinto estabelecimento da lista está voltado para o ramo das máquinas de café, esse é o estabelecimento mais globalizado e que mais tem relação direta com a Itália.

Figura 3 – Máquina de Café



Foto: Diego André Fiore da Silva.

Para conhecer melhor o local e sua história, dia 22/08/2013 foi realizada uma entrevista com o proprietário dessa empresa, que respondeu perguntas a partir de roteiro flexível, previamente elaborado. O senhor L. S. relata que o nome da empresa foi uma ideia de unir os dois países, Itália e Brasil, e quanto ao logotipo “foi pensado em unir as duas bandeiras, o formato da brasileira, com as cores da italiana e o grão de café representando o círculo azul da bandeira do Brasil” (Relato do entrevistado).

Essa estratégia é pensada em um momento em que a Itália destaca-se por ser um dos maiores países do mundo no consumo de café, na produção de máquinas que fazem cafés, e na criação de diferentes tipos de bebidas que levam o café como ingrediente principal, como os cafés *cappuccino* e *espresso*, conhecidos pelo mundo todo.

Quando questionado sobre os principais motivos ou estratégias de trazer esse ramo para Chapecó, o senhor L. S. menciona que “Quando fui para Itália, via as pessoas tomando muito café *espresso*, e vi como uma oportunidade, ou um motivo para viajar para Itália”.

Segundo o entrevistado, há uma relação internacional de sua empresa em Chapecó com a indústria de máquinas Promaq, em Legnano, perto de Milão, e atualmente buscam relações também com a Argentina.

L. S menciona que sua empresa não é uma franquia, e que mantém sempre contato com os italianos, por telefone, E-mail e pessoalmente, pois mesmo antes de instalar a empresa em Chapecó, já tinha interesse pela Itália, por motivos familiares.

Nesse ramo percebe-se que a italianidade além do logotipo da empresa, se vale da globalização para expandir os negócios e conciliar a parte financeira com o gosto pelas temáticas italianas.

A empresa destacada leva o nome de Chapecó para todos os lugares, pois participam de feiras nacionais, como em São Paulo, no Centro de Eventos em Chapecó, e na Efapi<sup>18</sup>, também na cidade. Participam também de feiras internacionais, como Itália e Estados Unidos, e tudo isso “chama muito a atenção, ficam pensando como uma empresa de Chapecó é representante exclusiva da Promaq para o Brasil” (entrevistado L.S.).

Por ser uma empresa globalizada, e a única representante de uma marca famosa da Itália, traz sem dúvidas, satisfação dos clientes que adquirem os produtos, principalmente quando sabem que as máquinas são italianas.

Quando fala *Made in Italy*, é uma qualidade, um diferencial muito grande, o nome da empresa já traz consigo a Itália, então influencia bastante. Os clientes gostam pelo mesmo motivo, pela italianidade, por trazer a Itália no nome, é interessante dizer que a Itália não produz café, e o maior exportador de café do mundo é o Brasil (Relato do entrevistado).

Observa-se o quanto a cidade e os ítalo-brasileiros ganham por ter uma empresa, jovem no mercado, mas com grande potencial de crescimento, e que além de valorizar a indústria italiana, valoriza também o produto brasileiro, o café, juntando os dois países para obter bons resultados.

Em relação ao sexto estabelecimento, percebe-se que em seu nome traz traços da italianidade mais local, sem influências da globalização. O ramo é um salão de beleza *unissex* que se utilizou da alcunha de gringo, que no passado incomodava muito os descendentes, pois era vista sempre de uma forma pejorativa (ZANINI, 2006). Muitos dos ítalo-brasileiros de hoje em dia, ainda carregam esse apelido, porém com um significado diferente, assim, o proprietário do salão utilizou-se desse nome. O estabelecimento está localizado em uma área nobre da cidade.

---

<sup>18</sup> A Efapi – Exposição-Feira Agropecuária, Industrial e Comercial de Chapecó é um dos principais eventos do município, e já faz parte da história da cidade. É uma das maiores feiras multissetoriais do país (PREFEITURA MUNICIPAL DE CHAPECÓ, 2014).

Mesmo que sua estratégia não tenha traços da globalização no nome, na fachada é possível visualizar que as fotos são de pessoas com o genótipo europeu, há a concepção (OLIVEIRA, 2006) de homem civilizado, pois mesmo com todo o processo multicultural, o europeu é visto como moderno em relação às pessoas de etnia negra e indígena. Percebe-se ainda que a primeira letra do nome do local remete à caligráfica gótica, comum em placas de estabelecimentos na região do Trentino Alto Ádige, na Itália, pela presença austríaca naquela região.

Como oitavo estabelecimento, apresenta-se uma cervejaria que recebe cantores, shows, entre outros.

Nesse estabelecimento não é possível visualizar traços relevantes da italianidade, apenas no nome, que é uma preposição articulada da língua italiana, que vem antes do sobrenome dos proprietários, ou seja, a tradição e a identidade da empresa “construída a partir da reivindicação de uma origem comum, desempenha o papel de uma bússola” (ZANINI, 2006, p. 206), e essa bússola serve como um norte entre o tradicional, que seria o nome da família, e com a área de atuação da empresa, que seria o interétnico.

A empresa apresenta ter traços mais germânicos que italianos, pois participaram da *Oktoberfest* de Itapiranga-SC como distribuidores oficiais do *chopp* para àquela festa. Mesmo com esses detalhes, a empresa ainda continua como divulgadora da italianidade, pois algumas regiões italianas se aproximam muito da cultura germânica.

O décimo estabelecimento dessa rua é uma empresa que projeta móveis sob medida. A Itália é famosa por projetos de cozinhas e quartos, e que esses são inspirados por toda a parte do mundo. O nome da empresa traz parte escrita em italiano, dando sentido de duplo, ou dois, e a palavra casa, que pode ser entendida tanto na língua italiana, quanto na língua portuguesa.

Nesse sentido, para as pessoas mais elitizadas, que tem condições de adquirir móveis planejados, e que fazem uma busca tanto em *sites*, quanto em revistas do ramo, a empresa está inserida num contexto globalizado com a Itália, e pode se aproveitar dessa situação para comercializar seus produtos.

Percebeu-se que nessa rua encontram-se muitos estabelecimentos que podem remeter diretamente a Itália, e que carregam a italianidade, muitas vezes procurada por pessoas, pois no geral, quem busca algo, prefere que tenha uma relação direta com a Europa do que com o Brasil, e as pessoas vivem a cultura, pois “ela é também um

processo, uma estrutura viva e dinâmica que bebe dos encontros e acontecimentos cotidianos da vida coletiva e individual” (ZANINI, 2006, p. 202).

A Europa, ou Itália mais especificamente passam uma credibilidade muito melhor do que o Brasil, e esses empresários, sabendo disso, podem aproveitar essa situação, como relata L.S, entrevistado do quinto estabelecimento, “o nome da empresa já ajudou nas vendas, não pelo Brasil, mas porque tinha Itália escrita”.

O próximo percurso foi pela Avenida Getúlio Vargas, principal Rua de Chapecó, partindo da Rua Achilles Tomazelli, como mostra a coluna abaixo:

**Avenida Getúlio Vargas partindo da Rua Achilles Tomazelli:**

- D’Parma Restaurante e Pizzaria
- Abbocato Cosméticos
- Sorvete Italiano
- Colcci Roupas
- Casas Néri
- Verità Modas
- Valentina Vitori
- Moblare Móveis
- Dalla Boteco
- Perfetto Uomo (roupas)
- Fratelli Pizzaria
- Amici Fashion (roupas)
- Belo Ambiente Cortinas

Até Rua São Pedro.

O primeiro e o décimo primeiro estabelecimentos trabalham no ramo das pizzarias. Na cidade, percebe-se que os estabelecimentos que trabalham com alimentação, pesquisados na presente dissertação, tem êxito, pois “a culinária é um campo aberto para se investigar a italianidade e também a sua trajetória” (ZANINI, 2006, p. 221).

O primeiro local remete diretamente à Itália pela construção antiga da fachada, lembrando casas medievais da região do Vêneto, e até mesmo numa realidade local, lembra casas antigas e grandes, de descendentes italianos. O ambiente interno também

lembra um típico restaurante italiano, com mesinhas e cadeiras em madeira. A parte em que são expostos os vinhos da casa, e a própria alimentação, que são pizzas, mas em um contexto diferente do que são servidas na Itália, fazem o cliente sentir-se num ambiente europeu.

A estratégia dos proprietários em deixar o local “parecido” com a Itália funciona, pois quando se fala em pizza, remete-se imediatamente a Itália, a qualidade, ao primeiro mundo.

O décimo primeiro estabelecimento também chama a atenção por usar traços italianos em sua arquitetura, com paredes exteriores feitas de tijolos ou pequenas pedras, que lembram as pequenas pizzarias italianas, e as cores da bandeira da Itália em seu nome, que também está todo escrito em italiano, significando irmãos, ou seja, para quem entende a língua, além de ver o traço da italianidade, passa a confiar mais, pois é um ambiente familiar, e esse fator tem se mostrado mais presente na escolha da população nos últimos tempos.

Muitos jovens, hoje em dia, tem se dedicado mais a esta área, a gastronômica, “se a cozinha, no passado era um domínio feminino somente, hoje, entre as classes médias urbanas [...] o descendente cozinheiro possui um status que está se elevando” (ZANINI, 2006, p. 221), assim no dia 10/12/2013, foi entrevistado um universitário curso de Gastronomia da Unochapecó, F. R.

O entrevistado nasceu na cidade de Chapecó, em 1996, e cresceu numa família predominantemente de origem italiana. Conta que sempre escutava seus avôs maternos falando em dialeto italiano e não entendia nada, pois a língua nunca foi a característica principal da Itália que chamava a sua atenção, mas achava o som bonito e muitas vezes engraçado.

Em casa, foi criado aos moldes da cultura italiana, tanto na parte da educação, quanto na parte da gastronomia, ou seja, a base da alimentação era toda italiana.

Nunca deu muita atenção para a italianidade, mas sempre soube que era, na maioria, descendente de italianos e que essa informação era motivo de orgulho, pois segundo F. R, a Itália é um país rico e que tem uma cultura muito diversificada.

Em 2010, junto com o irmão, decidiu acrescentar o sobrenome materno de origem italiana, em seu nome, pois seu sobrenome paterno não tem origem italiana, e sempre quis ter a dupla nacionalidade, pelo fato de gostar da Itália e da cultura.

Há poucos dias, conta que o processo para a inclusão do nome veio favorável.



Com a finalização do Ensino Médio, optou por continuar seus estudos, e relata que teve algumas dúvidas iniciais em escolher um curso que fosse o que realmente queria.

Por motivos familiares, com influência de sua mãe, optou pelo curso de Gastronomia da Unochapecó, pois essa foi sempre a característica preferida da Itália que ele elegeu. Segundo o entrevistado, é a característica que mais descreve a sua italianidade, e a característica que levará depois de formado para o restante das pessoas.

Na matriz curricular do curso de Gastronomia da Unochapecó, o entrevistado relata que terá uma disciplina chamada Cozinha Europeia, que abrangerá a cozinha italiana, sua preferida, e ainda outra disciplina chamada Enologia e Enogastronomia, que estudará os vinhos em geral, que remete também a cultura italiana e toda a história desde o plantio das uvas, até a fabricação dos vinhos.

F. R diz que em sua família há uma receita típica italiana que veio junto com sua tataravó da Região da Itália Trentino Alto Adige, e essa receita leva vinho.

Essas características, essa cultura, faz com que a italianidade seja mais preciosa, pois é algo de sangue, que “representa mais do que o vínculo biológico entre parentes” (ZANINI, 2006, p. 234), portanto, depois de responder, ele confirmou que a italianidade teve papel importante na escolha de seu curso universitário.

O quarto, quinto, sexto, sétimo, décimo e décimo segundo estabelecimentos, são voltados ao vestuário.

Como quarto estabelecimento, encontra-se uma marca de roupas jovens, principalmente para os mais elitizados, e em local nobre da cidade, vendem roupas com traços globalizados, como qualquer peça comprada em algum shopping de Florença, por exemplo.

A arquitetura e o estilo da loja não remetem à italianidade, pois os proprietários pensaram em algo mais moderno e que chamasse a atenção de seu público alvo, porém, o nome é em italiano, e a leitura feita pelas pessoas da cidade é toda em italiano, mudando o som da sílaba final, lendo como se fosse na língua italiana.

O quinto estabelecimento também não carrega muitos traços da italianidade, pois não apresenta em sua arquitetura, ou visual, fatores que remetam ao assunto destacado. O estabelecimento é uma loja que vende tecidos, confecções e calçados, especialmente para pessoas menos elitizadas, e é visto como tradicional na cidade, pois atende desde tempos mais antigos. O nome é o sobrenome dos proprietários, e ironicamente significa

“pretos” numa tradução livre, ou seja, no passado, os menos elitizados da cidade eram negros, caboclos e indígenas, e essa loja intensifica suas vendas para as pessoas de menos poder aquisitivo.

O próximo estabelecimento da lista é uma loja que vende artigos de cama, mesa, banho e moda íntima. Localizada num ponto nobre da cidade, essa loja está inserida num contexto globalizado, pois apresenta desfiles e novidades de cidades grandes. Seu nome numa tradução livre significa “verdade”.

A moda na Itália é vista pelo mundo com olhos positivos, pois sempre inovam em suas criações, como é o caso de Dolce & Gabana, Benetton e Armani, conceituadas marcas italianas conhecidas no mundo todo.

Em Chapecó, existe também um estabelecimento que é um nome, nos mesmos moldes das grandes marcas citadas anteriormente. Os produtos desse estabelecimento levam a assinatura do nome da loja e são exclusivos. O estabelecimento aproveita-se da globalização para comercializar seus produtos, pois a Itália é um país famoso por seus sapatos de qualidade, e o estabelecimento comercializa produtos com couro legítimo e acessórios, principalmente para pessoas mais elitizadas.

O nome do estabelecimento é uma estratégia para vendas, pois além de remeter ao italiano, como os das grandes marcas, o cliente sabe que estará comprando algo exclusivo.

Para os homens, em relação à moda, também existe um estabelecimento elitizado que vende roupas masculinas. O nome da loja, escrito em italiano gramatical, pode ser traduzido como “homem perfeito” no sentido da aparência, de como está vestido.

Nos anos da imigração, o “homem perfeito” era o italiano que tinha família, religião, que plantava e trabalhava pesado para obter o sustento, porém o trabalho “não representa mais suor somente, representa o domínio da técnica e do conhecimento” (ZANINI, 2006, p. 212). Muitas concepções mudaram com o passar dos tempos, os fluxos trazidos pela globalização (HANNERZ, 1997), o trabalho e a forma como o lucro é obtido, sofreram grandes avanços.

Em relação ainda ao comércio destacado, os proprietários se utilizaram de classe para compor o visual da loja, remetendo a um estabelecimento típico italiano, com tons amadeirados e grandes vitrines. Não há menção à bandeira, não utilizam as cores,

porém, para os clientes mais elitizados que conhecem a Itália, é possível perceber a proximidade com as lojas daquele país.

A estratégia dos proprietários está inserida num contexto globalizado, que preferiu seguir os moldes italianos aos moldes locais, dos ítalo-brasileiros.

Como décimo segundo estabelecimento, os proprietários utilizaram a língua italiana para o primeiro nome, e o termo *fashion* para o segundo nome, dando a entender, traduzindo assim, a “amigos na moda”. Esse estabelecimento não remete o cliente à italianidade na arquitetura, decoração ou marcas famosas. Faz menção apenas na parte do nome, e para aqueles que conhecem a língua italiana, sentem-se mais acolhidos, ou mais seguros, pois comprar em um estabelecimento que trata, segundo o nome, os clientes como “amigos”, é um diferencial positivo para a loja.

O segundo estabelecimento sai do campo do vestuário, e retorna aos cosméticos, como aqueles vistos na rua anterior.

A marca mantém a sede da empresa em Chapecó, onde foi criada e trabalha com uma linha de cremes, perfumes e loções. Segundo o site da marca, o nome é um termo italiano usado para definir a leveza e a suavidade do vinho, traduzindo assim a essência para os produtos da marca (ABBOCCATO, 2014). Os produtos são todos artesanais, e esse fator, assim como o vinho, remete diretamente à italianidade, pois o estabelecimento, a marca, faz comparações com a produção de vinhos, e para os clientes, que estão cada vez mais exigindo qualidade e inovação, é um diferencial muito grande. “Para os descendentes, em comparação a si mesmos, o brasileiro liga muito para a aparência, querendo estar sempre “perfumado e bonito”, enquanto o italiano não ligaria tanto para isso” (ZANINI, 2006, p. 227), porém, nos dias atuais, essa concepção de beleza na cidade de Chapecó tem se intensificado muito, pois os fluxos trazem novas ideias e novos costumes,

Na medida em que são enredadas nessas diversificadas correntes de cultura presentes em seus habitats, as pessoas, como seres culturais, provavelmente estão sendo moldadas, e modelam a si mesmas, por peculiaridades de sua biografia, gosto e cultivo de talentos (HANNERZ, 1997, p. 18).

A estratégia da marca funciona, pois é possível perceber bom movimento na matriz em Chapecó, e muitas vezes escuta-se o nome da marca pela cidade.

Os proprietários seguiram a globalização em destacar seus produtos, como aromatizantes com fragrância de lavanda, “diretamente dos campos de lavandas

toscanas”, ou hidratantes de leite de cabra, com a embalagem em formato de balde típico para tirar leite. Mesmo globalizada, a marca preza pelo local e pelo artesanal.

Como terceiro estabelecimento, entra-se no campo das sorveterias. Os sorvetes desse local são tipo italiano, e decorrente da globalização, o mundo sabe que o sorvete italiano é considerado o melhor, então a empresa utiliza essa informação, e cria a estratégia de comercializar na cidade um sorvete que se aproxime ao máximo, aos sorvetes italianos, ou que façam as pessoas pensarem que estão comprando um sorvete da Itália.

Em relação à italianidade, o local não lembra temas italianos, a não ser a máquina escrita “italianinha”. Pode supostamente alguma pessoa comprar o sorvete e imaginar-se caminhando pelas ruas de Roma.

Como último estabelecimento da Avenida, encontra-se uma loja especializada em cortinas. O nome lembra a língua italiana, pois retrata a palavra belo, e ambiente com duas letras t, típico da língua italiana. A arquitetura não faz menção à Itália, e a italianidade pode aparecer apenas pela letra final ser dobrada, porém, em se tratar de decorações para casa, os proprietários puderam muito bem se basear na Itália, pois o país produz e exporta muitas peças para vários lugares.

O próximo passo foi pesquisar os estabelecimentos comerciais da Avenida Fernando Machado, conforme mostra a lista abaixo:

#### **Avenida Fernando Machado partindo da Rua Achilles Tomazelli:**

- Ben Fatta Modas e Uniformes
- Restaurante Ditalia
- Monna Moda Festa
- Cantina Nono Antonio
- Bel Pão Padaria
- Itálínea Móveis Projetados
- Spazio Bollis Home & Garden

Até a Rua São Pedro.

O primeiro estabelecimento atua no ramo das confecções e tem um nome bem sugestivo na tradução do português, “bem feita”, ou seja, a estratégia criativa de utilizar esse nome pode aumentar as vendas, pois confeccionam uniformes e vestuários diversos, tudo com qualidade, como as famílias italianas prezavam na época inicial de

Chapecó. Havia a preocupação em zelar o sobrenome, e os clientes confiavam nos serviços prestados, assim essa tradição se passou, e para quem solicita os serviços do estabelecimento destacado, devido ao nome, confia na qualidade e no trabalho da equipe.

O terceiro estabelecimento, um pouco diferente do primeiro, também atua no ramo do vestuário, porém trabalha com vestimentas para festas. Para os clientes mais elitizados que buscam vestidos ou trajes para formaturas, por exemplo, a loja é uma boa pedida. O nome remete diretamente à obra de Leonardo Da Vinci, *la Gioconda*, ou a Monalisa, pois usa a parte inicial do nome da pintura.

A estratégia globalizada do estabelecimento chama a atenção do cliente, que busca sempre pela qualidade dos produtos.

O segundo e o quarto estabelecimentos são voltados à área gastronômica, os dois são restaurantes conhecidos pelo público chapecoense e regional.

O restaurante que será destacado primeiro é o mais conhecido e tradicional de Chapecó, é o local que mais remete o cliente à italianidade, pois decoração, arquitetura e nome são todos italianos. Por esse motivo, no dia 31/07/2013, foi entrevistada a sócia proprietária desse estabelecimento.

Em relato, a senhora M. N contou que o Restaurante existe a mais de 20 anos na cidade de Chapecó, que seu início junto com o primeiro proprietário, foi marcado por muito sucesso em terras chapecoenses. Por motivos desconhecidos, o Restaurante foi vendido, e posteriormente o novo proprietário que também desempenhava um bom papel, passou o controle para os filhos, que tempo depois o vendeu para a família da entrevistada, atual proprietária.

Segundo M. N, quando foi feita a aquisição do Restaurante, a própria família decidiu conservar o nome, por motivos de tradição, ou seja, não houve um contrato que determinasse a continuação do nome.

Os atuais proprietários desconhecem o motivo pelo qual o primeiro dono escolheu o nome, sabem que ele tem ascendência italiana, mas logo, não conseguem afirmar se foi por motivo da italianidade.

Quanto à reforma do estabelecimento com cores da bandeira, arquitetura que remete a um típico restaurante italiano, ambiente aconchegante e fachada chamativa, a entrevistada comenta que foi mais por uma questão estética, pois segundo ela, antes o ambiente estava pintado e decorado com cores pastéis, que não chamavam a atenção e

não davam vida ao ambiente. Com auxílio de um decorador profissional, os proprietários puderam mudar, para melhor, a decoração do restaurante, no interior e na fachada. Posteriormente, relata que foi também uma estratégia devido ao nome, assim utilizaram as cores da Bandeira Italiana para decoração, e complementa que essas cores deixam o cliente feliz e o ambiente alegre.

A entrevistada menciona que não houve a intervenção da italianidade nesse caso, pois seu marido tem ascendência brasileira e polonesa, e ela ascendência italiana por parte de mãe e brasileira por parte de pai, assim, explica que na família não seguiram a cultura italiana, e sim a cultura da família paterna.

Quanto à parte gastronômica, os atuais proprietários trabalham com uma culinária regional e nacional, como Feijão Tropeiro, típica iguaria mineira, assim como Churrasco, “um prato típico bastante valorizado pelos descendentes da região [...], incorporado da cultura gaúcha” (MOMBELLI, 1996, p. 55) e vasta opção de comidas, a quilo e *Buffet* livre.

Mesmo o Restaurante destacado trazer em sua estética a identidade italiana, e por esse motivo todos esperarem a cultura italiana, Santos e Zanini (2009, p. 3) quando mencionam Hall, afirmam que “[...] culturas locais e nacionais se mesclam com aspectos novos trazidos pela globalização, e resultam no que o autor vai chamar de culturas híbridas”. Para o restaurante, essa cultura híbrida é lucrativa e interessante, pois ao mesmo tempo em que atrai os clientes pela fachada, pelo sentimento de italianidade que desperta nas pessoas, oferece um *mix* de pratos de todas as culturas. Vale lembrar que trabalham com a culinária italiana, mas apenas quando há eventos, aniversários e formaturas, a pedido do cliente.

Em questão de satisfação, a entrevistada conta que depois da reforma, aumentou consideravelmente o número de clientes no estabelecimento, pois, além disso, o atendimento também mudou.

O Restaurante possui relações principalmente regionais, mas já tiveram clientes de muitos locais, pois o estabelecimento é sem dúvidas uma referência não somente para Chapecó, mas para todo o Oeste catarinense. Sobre esse tema de reconhecimento, M. N responde que é uma “injeção de ânimo”, e que o restaurante tem um diferencial em relação aos outros restaurantes, a fidelidade do cliente e a indicação do cliente para outras pessoas.

Percebe-se que o reconhecimento dos clientes quanto ao trabalho, à atenção e ao bom atendimento que a equipe lhes proporciona, assim como o passar dos 20 anos de história, e depois desse tempo ainda manterem boa clientela e estarem na memória de todos como um restaurante referência, pode ser expresso como um sentimento de orgulho dos proprietários, segundo relato.

O conjunto nome, tradição, a nova reforma que está em conclusão, o bom atendimento, a qualidade dos alimentos, o visual, o sabor e o preço, fizeram com que o Restaurante tivesse um número maior de clientes nos últimos dois anos de administração da direção atual, sem mencionar que dentro do ambiente é possível sentir-se num restaurante italiano.

Para gastos consideráveis com reforma, é possível notar o empreendedorismo dos proprietários atuais, pois o restaurante, assim como todos os estabelecimentos que trabalham nessa área, precisam do consumidor para continuar com seu funcionamento, e um ambiente acolhedor e agradável, como o restaurante destacado, faz grande diferença.

Em considerações finais, M. N relata que está muito feliz com o restaurante, tem ouvido muitos elogios nessa nova fase e colocou-se a disposição para eventuais dúvidas.

Dentre os pontos principais na entrevista e na observação do ambiente, a decoração aproximou muito o restaurante da italianidade.

Figura 4 – Restaurante Ditalia



Foto: Diego André Fiore da Silva.

O quarto estabelecimento, também um restaurante, ou uma cantina, é famoso e remete à italianidade familiar, o nome do estabelecimento é um convite para almoçar ou jantar na casa de amigos que tenham o “nonno” que cozinhe. Com cardápio todo elaborado de acordo com a culinária italiana local, a cantina serve pratos típicos, porém sem envolver a globalização.

Os descendentes de italianos também se identificam, se reconhecem e se diferenciam pelo uso de uma culinária específica, que não está representada

por um único prato, mas sim por um conjunto de alimentos. Pode-se dizer que os principais são a polenta<sup>19</sup>, a massa, o queijo, a carne de porco sob várias formas, especialmente produtos salgados e curados. Todos eles tem em comum o uso de ingredientes abundantes desde a chegada dos imigrantes: milho, trigo, leite e carne de porco (MOMBELLI, 1996, p. 52).

A estratégia de valorizar o cardápio local com traços dos ítalo-brasileiros é válida e mostra sucesso, pois torna o local único para qualquer pessoa que vá almoçar, por exemplo.

A fachada do estabelecimento faz o cliente associar a cantina com a Itália, pois o nome utiliza as cores da bandeira, há vinhas plantadas na entrada, pois “o vinho é a bebida identificada como pertencente ao grupo, em geral tinto, e de preferência feito com uvas do próprio parreiral” (MOMBELLI, 1996, p. 53), e possui a placa com o logotipo em desenho de um barril de vinho. O interior da cantina também remete o cliente a uma cantina italiana, com grandes arcos, cadeiras de madeira e mesas com toalhas quadriculadas. O nome que traz a palavra escrita “nono”, que significa avô no dialeto *Talian*, transmite familiaridade.

O quinto estabelecimento é uma filial da padaria destacada na Rua Nereu Ramos. Observa-se grande estratégia dos proprietários de possuir dois estabelecimentos nas principais Ruas/Avenidas da cidade.

Como sexto estabelecimento, destaca-se uma loja especializada em móveis sob medida. Ao traduzir o nome para o português, o cliente pode obter algo como “Ital-linha”, mistura de Itália, com linha de móveis daquele país. Como já mencionado, os italianos são pioneiros no design de móveis, e para aproveitar-se dessa informação, os proprietários usam essa estratégia como forma de chamar a atenção do possível cliente, e para que o mesmo efetue a compra.

O sétimo estabelecimento também trabalha com móveis, porém é mais voltado à decoração. A loja é globalizada, e traz novidades de decorações de todos os locais, com soluções práticas para o bem estar do cliente. Os proprietários usam a italianidade para

---

<sup>19</sup> No dia 30/10/2013 o mediador cultural faz menção à polenta no jornal local número 4806. “A polenta tem origem na região Norte da Itália. Constituiu a base alimentar (o prato mais consumido) da população e dos legionários romanos. Era feita principalmente de farinha de aveia, mas podiam ser utilizadas farinhas de outros cereais. Pouco depois da chegada dos espanhóis no Caribe em 1492, o milho foi introduzido na Europa. Na Itália, o milho passou a ser cultivado primariamente no Norte, onde as chuvas são abundantes. A partir de então é que a polenta passou a ser feita de farinha de milho”. (POLETTTO, 2013 p.11).



remeter o cliente, através do nome, a um local que possa ser confiável e que apresente um padrão europeu de estilo e qualidade, porém “uma etnia pode manter sua identidade étnica mesmo quando o processo de aculturação em que está inserida tenha alcançado graus altíssimos de mudança cultural” (OLIVEIRA, 2006, p. 36). Não utilizam as cores da bandeira e nem a arquitetura é estilo italiano, mas segue os padrões modernos de grandes cidades como Bolonha.

Para finalizar a pesquisa, nas ruas paralelas de início e fim do trajeto, foram encontrados dois estabelecimentos, conforme mostra a lista abaixo:

**Rua Achilles Tomazelli:**

- Vinos di Verità

**Rua São Pedro:**

- Forza-M Centro Automotivo

O primeiro estabelecimento é uma vinícola famosa na cidade de Chapecó. Os proprietários utilizaram-se da italianidade desde a arquitetura, “por um estilo que os identificasse como italianos, através da ornamentação com pedras, no paisagismo dos jardins, utilizando objetos que remetesse à colonização” (ZANINI, 2006, p. 218), toda medieval, com vinhas plantadas na entrada, uma carroça estacionada e alguns barris de vinho.

Figura 5 – Arquitetura italiana na cidade



Foto: Diego André Fiore da Silva.

Os produtos também são tipicamente italianos até pelos produtos, vinhos e sucos. Por ser uma vinícola, o cliente consegue visualizar traços da italianidade no local, e com a ajuda de todos os adornos, fica mais fácil.

Percebe-se que os proprietários usaram a globalização a seu favor, na cópia do estilo da casa e por apresentar no porão, ou subsolo, um restaurante japonês. O cliente

chega a um local italiano que aparentemente vende vinhos, e encontra um local oriental, em uma terra de interculturalidades.

O segundo estabelecimento é voltado aos automóveis. A Itália é famosa nessa área e conta com grandes marcas automobilísticas, como Fiat, Ferrari, Alfa Romeo, entre outras. O proprietário usou a italianidade para formar o nome do estabelecimento, que significa força, ou seja, a força que o motor de um carro deve ter, assim, se tratando de cavalos de potência, o cliente pode associar à Ferrari e procurar os trabalhos do centro automotivo.

Em todos os estabelecimentos foi possível encontrar traços da italianidade. “Enquanto alguns defendem uma retomada a partir de elementos locais e regionais, inclusive com elementos da cultura gaúcha, outros defendem um conceito mais moderno, em que as referências estão na Itália contemporânea” (MOMBELLI, 1996, p. 79), traços esses que passam para os clientes o quanto a Itália, num contexto mais globalizado, está presente na região.

Alguns estabelecimentos remetem menos, com traços mais locais, de que um dia era típico italiano, outros remetem totalmente, com cores da bandeira, arquitetura, enfim, estratégias que marcam e destacam esses estabelecimentos como únicos, em terra tão multicultural que todas as inovações e novidades são bem vindas e acolhidas pela grande parte da população.

### 3.1 Nomes decorrentes da italianidade

Na tarde do dia 23/07/2013, foi realizada a pesquisa de nomes de origem italiana de crianças batizadas na Igreja Católica Matriz Santo Antônio, e capelas que façam parte da matriz. Vale lembrar que a pesquisa teve como critério apenas o nome dos nascidos, já o sobrenome não teve relevância na pesquisa. Segue abaixo uma tabela dos nomes encontrados:

<b>Nome</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentagem</b>
Bianca	31	147	21,09%
Enzo	22	147	14,96%

Valentina	14	147	9,52%
Lorenzo	12	147	8,16%
Paola	11	147	7,48%
Pietra	10	147	6,80%
Pietro	08	147	5,44%
Giovanna	07	147	4,76%
Marco Antonio	07	147	4,76%
Vicenzo	05	147	3,40%
Luigi	04	147	2,72%
Giulia	03	147	2,04%
Giordano	02	147	1,36%
Marco Aurelio	02	147	1,36%
Anna Sofia	01	147	0,68%
Bianco	01	147	0,68%
Carlo	01	147	0,68%
Giordana	01	147	0,68%
Giorgia	01	147	0,68%
Lorenza	01	147	0,68%
Lucca	01	147	0,68%
Stella	01	147	0,68%
Zeno Roberto	01	147	0,68%

Totalizando igual/aproximadamente 100%

Dos 147 nomes encontrados, totalizando os 100% dos nomes que se adequam ao pesquisado, se destacam 31 nomes Bianca. Esse nome ficou em primeiro lugar na pesquisa.

Bianca é um nome tipicamente italiano, mas que por decorrência da globalização, no Brasil tem se intensificado muito. Em alguns casos, é possível perceber que os pais escolheram o nome por motivo da italianidade, pois alguns sobrenomes têm origem italiana, e outros pelo fato de achar o nome bonito, pois significa branca, que remete a pureza, ao bem, são adjetivos que todo pai sonha para seus filhos.

O segundo nome mais encontrado nos arquivos da Catedral Santo Antônio, foi Enzo. Esse nome é tipicamente italiano e por motivos de globalização e da mídia televisiva, em que artistas batizaram seus filhos de Enzo, muitos pais tem achado o nome único e especial para escolher para seu futuro filho.

O próximo nome com mais expressão na pesquisa foi Valentina. Esse nome no Brasil é antigo, ou seja, muitas famílias italianas que vieram na época da imigração tinham algum parente com nome de Valentina, nome genuinamente italiano, e por decorrência da italianidade, os pais da atualidade fazem uma homenagem para a matriarca da família e batizam a filha com o nome da tataravó.

Lorenzo foi o quarto nome com maior expressão na pesquisa. Como forma de convalidar esse nome, no Brasil existe o nome Lourenço, porém para deixar que seu filho fique com um nome único e particular, os pais pensam em batizar com a forma italiana, assim, utilizam o nome correspondente em italiano.

Há um tempo passou uma novela em um canal aberto brasileiro, que retratava a imigração italiana para o estado de São Paulo, principalmente, e uma das personagens se chamava Paola, forma italiana para o nome brasileiro Paula. Daquele tempo até os dias de hoje, muitos pais tem batizado suas filhas com o nome na forma italiana, sendo esse o seguinte nome com maior expressividade. A mídia, que é aliada da globalização, possui muita influência na vida das pessoas.

Como sexto nome da pesquisa, foi encontrado o nome Pietra e na sequência Pietro, sua forma masculina. Além de ter uma bela sonoridade, os nomes remetem diretamente à Itália, e são fáceis de serem escritos e pronunciados. Percebe-se que esses são nomes relativamente novos e que são conhecidos no Brasil pela globalização.

O próximo nome foi Giovanna, tipicamente italiano por conter duas letras n no final do nome. Esse é um nome de origem mais antiga, e muitas mulheres com esse

nome chegaram ao Brasil no século XIX vindas da Itália. Portanto, assim como Valentina, Giovanna segue a mesma definição, não em todos os casos, mas na maioria em que se faz uma homenagem à matriarca da família, ou aos compadres que batizam o afilhado e possuem relações com a família (WOORTMANN, 1995).

O nome Marco Antônio pode remeter à Itália ou ao Império Romano, porém, por se tratar de Marco sem a letra s no final, pode-se considerar italiano e ao mesmo tempo multiétnico, pois é possível encontrar esse nome na Argentina, Espanha e Uruguai. O nome foi bastante comum nos anos oitenta e noventa, e agora volta a ter expressividade, decorrentes da italianidade.

Um nome que atualmente tem tido expressão por decorrência da globalização e da italianidade é Vincenzo, e esse pronunciado na forma italiana, com a sílaba “ce” pronunciada em forma de “tche”.

Luigi foi o nome encontrado na sequência e que apresenta boa expressão. Na cidade algumas famílias elitizadas de origem italiana escolheram esse nome para seus filhos, como sinal de italianidade e de que o filho tenha um nome e sobrenome italianos, assim, pode ser uma estratégia dos pais para a obtenção da nacionalidade italiana para os filhos.

Na forma brasileira existe o nome Júlia, e sua forma italiana é Giulia, é um nome mais conhecido no Brasil e há alguns anos já vem aparecendo na sociedade com bastante intensidade. É possível perceber que nos países de língua espanhola, na América do Sul, por exemplo, segue-se a mesma regra da língua portuguesa, e/ou a forma italiana, há também novas formas, como Diulia, e mesmo que o mundo seja globalizado, sempre haverá espaço para a diversidade étnica e cultural (OLIVEIRA, 2006), como no caso destacado.

O nome Giordano também é decorrente da globalização, ou seja, não é um nome conhecido no Brasil e raramente se ouve dizer que alguém tenha tido um parente italiano com esse nome, porém, ultimamente alguns pais escolheram o nome para batizar seus filhos, assim, de forma quase única, os filhos podem se diferenciar das demais crianças.

Marco Arurélío é um nome bastante utilizado por ítalo-brasileiros, há origem italiana, porém é mais usado pelos italianos daqui do que os da Itália. Por se tratar do nome Marco, como já mencionado, esse nome fez parte da lista.

Geralmente na língua italiana os nomes podem conter dupla consoante, como é o caso de Anna. No Brasil o nome apresenta apenas uma letra n. O nome encontrado na pesquisa é Anna Sofia, um nome composto originário da Itália e que pelos motivos destacados foi usado também no Brasil por alguns pais.

Diferente de Bianca, que ficou em primeiro lugar na lista, seu nome em forma masculina, Bianco, ficou na décima sexta posição. Não é um nome muito usual no Brasil, porém apareceu na pesquisa e tem o mesmo significado de Bianca, já citado anteriormente.

O próximo nome encontrado foi Carlo. Esse nome, popular na Itália, distingue-se do nome brasileiro por não conter a letra s final. Os pais para diferenciarem seus filhos dos outros, utilizam muitas vezes essa estratégia, pois cria uma identidade diferente para a criança, a variedade de opções, incluindo as opções italianas, são fatores que trazem um valor especial para o futuro filho, portanto

A variável cultural no seio das relações identitárias não pode, assim, deixar de ser considerada, especialmente quando nela estiverem expressos os valores tanto quanto os nativos de percepção dos agentes sociais inseridos na situação de contato interétnico e intercultural (OLIVEIRA, 2006, p. 35).

Assim como Giordano no masculino, a próxima da lista é sua versão feminina, Giordana. Pelos mesmos motivos citados anteriormente, esse nome é reflexo da globalização, ou seja, na atualidade devido a revistas, *internet*, os pais podem pesquisar nomes de crianças de outras nacionalidades para batizarem seus filhos, e muitos já se utilizando da italianidade, atraem-se com os nomes das crianças italianas.

No Brasil não existe uma versão feminina para o nome Jorge como existe na Itália para Giorgio. Pode esse ser o fator que alguns pais utilizam para batizar suas filhas. O nome da lista é Giorgia, conhecido e bastante popular na terra italiana. Esse nome traz uma sonoridade forte, e para os pais, o diferente e o forte faz com que os filhos tornem-se únicos em relação ao nome.

Lorenza é o próximo nome encontrado com mais expressividade. Esse nome também tem um equivalente na língua portuguesa, mas muitas vezes pelo sentimento de serem descendentes de italianos, os pais decidem mudar e tornar o nome da filha com algo especial, que poucas pessoas colocam.

O nome a seguir é Lucca, sem a letra s e com duas letras c. Esse nome é muito comum na Itália e está sendo usado aos poucos no Brasil, principalmente pelos apreciadores da italianidade.

Muitos pais pensam por meses no nome em que escolherão para seu filho que está a caminho. Muitos pensam e homenagear pais, avôs, outros pensam em algo diferente, bonito e que enche os olhos das pessoas quando veem.

Na Itália o nome Stella, que significa estrela, e é muito popular. Na língua portuguesa não é comum batizar uma criança com o nome estrela, há Estela, porém, para ter o verdadeiro significado do nome, os pais optam pelo nome italiano, que há uma bela sonoridade.

O último nome encontrado foi Zeno Roberto. Esse nome é considerado mais antigo, pois em épocas de colonização, muitos se chamavam Zeno, e esse caso pode também ter sido uma homenagem ao patriarca da família, como forma de reviver a italianidade e demonstrar a gratidão àquele que lutou e conseguiu vencer em terras brasileiras.

Para todos os nomes, de crianças católicas, havia o nome dos padrinhos, tradição ainda presente no Sul do Brasil, “essa relação é fundada num rito de passagem, o batismo, enquanto nascimento simbólico” (WOORTMANN, 1995, p. 285). Percebe-se que na atualidade os pais estão deixando de batizar seus filhos com o nome do santo do dia, hábito típico em gerações anteriores, mas que se caiu em desuso.

Esse capítulo mostra que na cidade de Chapecó, a italianidade está crescendo, porém mais num sentido globalizado. Os empresários optam pela Itália de hoje, por fazer negócios com italianos, por aprenderem a língua italiana gramatical para parcerias comerciais com a Itália por ser vanguarda em ramos de moda, design, cultura, e deixam cada vez mais de lado a cultura italiana antiga do Sul do Brasil.

Os pais também são vistos como influência para a italianidade, pois logo na cidade se destacarão nomes como Enzo, Giordana, Vincenzo e Lorenza, por exemplo, frutos da mistura étnica, trazidos por fluxos que produzem “categorias sociais pelas quais os descendentes orientam condutas, fazem opções, estabelecem vínculos sociais e afetivos, bem como constroem suas auto-imagens” (ZANINI, 2006, p. 238). Os pais veem de forma única e positiva a influência italiana nos nomes de seus filhos, pois os difere dos outros, uns resgatam nomes dos parentes italianos, outros pela globalização, inovam batizando seus filhos com nomes que a cultura brasileira não utiliza com frequência.

A cidade em meio a essa cultura tem espaço para todas as formas étnicas, e a multiculturalidade é vista com forma muito positiva, pois se todos compreenderem a cultura do outro, muitas construções equivocadas poderão ser desfeitas.

### 3.2 Italianidade e Museus

Em Chapecó a italianidade está presente em todos os locais da cidade, seja no meio urbano, com os estabelecimentos citados no capítulo, como no meio rural, com a Rota Italiana, ou seja, comunidades da cidade que fazem parte de um trajeto turístico que preservam a história do local, por meio da língua, da arquitetura italiana e dos costumes.

Fazem parte da Rota Italiana as comunidades de Colônia Cella, a mais antiga. A comunidade conta com o Museu da Cultura Italiana Eugênio Serafino Milan. Sobre o museu a entrevistada M. L. menciona que a ideia surgiu no conselho da comunidade, quando se iniciou nova formação, entraram dezessete casais e as reuniões eram mensais. Segundo relato, a comunidade solicitou junto a Prefeitura da Chapecó recursos para ampliar o salão do local, mas em resposta, receberiam a verba se ampliassem e designassem um local para a cultura, assim pensaram no museu.

O presidente do conselho da comunidade pediu doações de utensílios usados na colonização para as famílias do local, e hoje o museu conta com mais de 400 peças catalogadas e que pertencem ainda a cada família, mas que ficará no museu como forma de recordar o trabalho dos primeiros moradores.

O Museu é uma casa italiana, feita com madeiras e pintada nas cores da bandeira da Itália, o presidente da época se inspirou na arquitetura de outras casas tipicamente italianas para construir o local, como mostram as fotos abaixo:



Figura 6 – Museu da Cultura Italiana Eugênio Serafino Milan



Foto: Diego André Fiore da Silva.

Posterior ao museu, a comunidade fundou um grupo de dança italiana, chamado “Grupo Cultural Italiano Colônia Cella”. No início havia grupos de crianças, jovens e terceira idade, hoje são somente crianças, que ensaiam semanalmente e se apresentam pela cidade e nas cidades vizinhas. O museu recebeu o nome Eugênio Serafino Milan por este ter sido o Presidente e um dos idealizadores do projeto, e como uma homenagem, pois o senhor Milan faleceu em 2013.

A comunidade de Colônia Bacia também faz parte da Rota Italiana. Tem esse nome devido ao relevo do local. Pensou-se em construir uma igreja com arquitetura em estilo Franciscano, assim como mais 16 capelas nesse formato, construídas com madeira e telhas de zinco (PREFEITURA DE CHAPECÓ, 2014), e em 1947 surgiu a Capela São Carlos, restaurada em 2000. A foto abaixo registrada no dia 23/08/2014 ilustra a igreja:

Figura 7: Capela São Carlos



Foto: Diego André Fiore da Silva.

As comunidades de Sede Figueira e Linha Batistello são as últimas a integrar a Rota Italiana de Chapecó. Anualmente essas comunidades festejam a Integração Italiana de Chapecó, com uma festa que acontece uma vez em cada comunidade, com objetivo de fortalecer e preservar a história da colonização italiana. Na festa há grande fartura de comida italiana regional, música, vinho e apresentações.

No Parque de Exposição Tancredo de Almeida Neves, encontra-se o Museu da Colonização, na primeira casa que foi de Ernesto Bertaso, levada para o local em 1991.

Esse museu foi criado através da Lei número 5.975 de 06 de abril de 2011, e no dia seguinte foi tombado pelo município pela Lei 23.949 de 07 de abril de 2011.

Em entrevista C.C, que fez parte da criação do Museu relata que o senhor Oracílio Costela, estava na Gerência de Patrimônio Histórico e Memória, que faz parte da Secretaria de Cultura de Chapecó, foi um dos idealizadores do Museu da Colonização, pois muito se falava em colonização, mas pouco se tinha sobre essa temática. Num primeiro momento, havia apenas o histórico e objetos dos descendentes de europeus, logo após incluíram-se o histórico e objetos das culturas cabocla e indígena.

A casa foi dividida em espaço, os quais buscam resgatar o histórico da colonização de Chapecó. O primeiro espaço denomina-se “Sonhos e Verdades”, responsável pelo histórico da cidade, com nomes de Linhas e Colônias, mapas da cidade, e história da colonização.

O segundo espaço chama-se “Equipamentos e Utensílios do Cotidiano”, nessa parte estão expostos objetos que fizeram parte da colonização de Chapecó.

Na sequência como terceiro espaço, encontra-se “Primeiros Tratos, Primeiros Fatos”, que ilustra através de *banners* o histórico da Colonizadora Bertaso e as etnias que compuseram Chapecó.

O quarto espaço foi uma tentativa de representar uma cozinha dos descendentes de europeus, chamada “Mesa e Fogão”, há toda a tradição das etnias europeias locais em relação à cozinha, como o fogão-à-lenha, panelas de ferro, cristaleiras em madeira, entre outros objetos de cozinha.

Como último espaço destaca-se “Sabores e Memórias”, uma exposição de imagens dos alimentos típicos dos descendentes de europeus, caboclos e indígenas.

A entrevistada relata que a casa possui muita relação com a italianidade, pois é uma forma positiva de resgatar o histórico do colono descendente de italianos para passar para outras gerações. Não apenas a italianidade, mas todos os sentimentos positivos de germânicos, poloneses, caboclos e indígenas, se fazem presentes no museu.

A casa em que se encontra o museu, assim como outras residências em Chapecó, são tipicamente italianas, ou seja, o material encontrado na época da colonização, a madeira, foi de grande utilidade para o sonho de uma nova vida. É comum encontrar na cidade de Chapecó e arredores, casas ainda com traços italianos, como apresenta a foto abaixo, registrada na comunidade de Colônia Cella:

Figura 8 – Casa construída por colonos descendentes de italianos, em madeira e com porão em alvenaria.



Foto: Diego André Fiore da Silva.

Ultimamente, há na cidade novas construções que acompanham a globalização, ou seja, construções baseadas nas edificações italianas da região da Toscana, por exemplo, feitas de pedras e com jardins que lembram a paisagem italiana.

Todos os fatores destacados no capítulo refletem a italianidade do local, e o quanto a globalização está presente na vida das pessoas, sendo também uma das responsáveis pelo crescimento do sentimento de ser descendente de italianos em Santa Catarina.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dissertação objetivou realizar uma análise do processo de construção e dinamicidade da italianidade no Oeste de Santa Catarina, principalmente na cidade de Chapecó, e a sua estratégia como suporte para a Narrativa da Italianidade.

Nesse estudo foram observadas as estratégias dos mediadores culturais que atuam nas Narrativas da italianidade, e foram descritas as formações da identidade nos seus aspectos situacionais e relacionais no caso da italianidade, conforme pensado inicialmente.

Para todas as mediações, a dissertação buscou levantar as estratégias e recursos utilizados nas práticas cotidianas, como nos cursos de língua, no Círculo Italiano, nos eventos festivos, como as Festas de Família, nos meios de comunicação, como em programas radiofônicos, coluna de jornais, revistas de circulação por assinatura, a fim de acentuar a italianidade.

Um fator importante desenvolvido na dissertação foi mapear as estratégias utilizadas pelos grupos na construção da italianidade e formas de como contribuir para estudos que formulem políticas públicas na área da educação cultural, e de condições favoráveis de ensino aos atores envolvidos, assim foi identificado os capitais que os grupos dispõem para construir a italianidade.

Como parte inicial da dissertação, buscou-se conhecer o contexto histórico em que os italianos estavam inseridos antes de virem para o Brasil. O processo de imigração e a chegada ao Rio Grande do Sul, de forma breve, foram essenciais para a continuidade da dissertação, pois serviram de base para muitos questionamentos relacionados à italianidade.

A luta e os desafios passados pelos italianos em terras brasileiras foram lembrados, assim como a questão da terra contestada no local onde hoje é o Oeste de Santa Catarina.

Devido a concessões de terras feitas pelo Governo catarinense, as colonizadoras viram como uma oportunidade de negócio vender para colonos descendentes de italianos, assim fizeram algumas propagandas no Rio Grande de Sul e atraíram famílias para a região, sem se preocupar com as etnias que viviam no local, povos nativos e descendentes de tropeiros.

Em Chapecó, a cultura italiana local foi forte, pois mesmo o descendente ter nascido no Brasil, muitas vezes se diz italiano e menciona um teuto-brasileiro como alemão, um brasileiro como caboclo, e raramente é feita a menção de que o ítalo é brasileiro. Esse pensamento passou para gerações, e na atualidade, decorrente da globalização, que aproxima o mundo, há novas estratégias que o grupo estudado utiliza em soma com a herança cultural obtentora, para designar-se italiano.

O Círculo Italiano de Chapecó foi o pioneiro na mediação cultural do local, ou seja, existia o resgate das antigas tradições italianas e ao mesmo tempo, havia o sentido globalizado de aproximar-se da Itália.

Pela presença de descendentes de italianos em Chapecó, foi observado um programa de rádio da cidade que é transmitido em dialeto italiano, o *Talian*, o apresentador participou da entrevista realizada nessa dissertação. Há também um mediador considerado híbrido, por apresentar-se em trajes gaúchos e escrever semanalmente uma coluna num jornal local em dialeto *Talian*. Observa-se que a estratégia dos mediadores destacados é mais local, pois divulgam a italianidade raiz, aquela trazida pelos antepassados italianos.

Há na região a circulação de uma revista brasileira escrita em português e em italiano gramatical. Essa estratégia usada foi vista como positiva, pois no momento atual, o dialeto que era falado pelos italianos está em declínio, menos pessoas se utilizam dele para se comunicar e se expressar. Um número considerável de ítalo-brasileiros optam por cursos de italiano standard, pois conseguirão se comunicar na Itália, ou com qualquer pessoa do mundo que saiba o idioma.

Ao analisar todos os mediadores culturais, foi fácil reconhecer aqueles que se utilizam da globalização para obter reconhecimento, e daqueles que utilizam apenas a herança cultural. Os dois casos são válidos, pois ambos aproximam os ítalo-brasileiros do foco em especial que é a Itália, um de forma saudosa e muitas vezes utópica, o outro com estratégias inovadoras e que seguem o século atual.

Um movimento que acontece na cidade e que também foi destacado na dissertação são as Festas de Família. Foram feitas duas entrevistas com membros de famílias distintas da cidade e da região. As festas seguem sempre um sentido globalizado, mas com heranças culturais do parente que veio da Itália. As estratégias que se concluem são positivas, pois as festas aproximam parentes que muitas vezes nem se conheciam e inspiram mais pessoas a buscar esses encontros familiares.

Há comércios em Chapecó que utilizam a italianidade na maioria dos pontos, como na arquitetura do estabelecimento, nas cores da bandeira italiana, nos produtos que são vendidos, e que seguem o rumo da globalização para serem reconhecidos. Outros estabelecimentos chamam a atenção por serem mais discretos, mas ao mesmo tempo passam a ideia de tradicional, se o cliente entende o significado do nome, pode fazer uma relação positiva com o produto que possa adquirir.

Houve um levantamento junto a Catedral Santo Antônio, com nomes de batizados de origem italiana, do ano 2003 a 2013, assim como uma visita à Rota Italiana, na cidade de Chapecó.

Percebe-se que o Círculo Italiano de Chapecó continua ativo na cidade, com Coral de músicas italianas, porém com intensidade menor do que quando foi fundado. Não há o ensino de língua ou dialeto e nem a parte gastronômica, ou organização de festas, no cotidiano os chapecoenses conhecer e sabem que o CIC existe, porém, não há divulgação das atividades.

O programa de rádio analisado como mediador cultural há bons índices de audiência, há um público alvo, mas não se pensa nos jovens ou não apresenta um projeto cultural para o incentivo a aprendizagem da língua, ou viagens para estudo.

As revistas destacadas são ferramentas fortes para a cultura italiana em Chapecó, pois trazem até os descendentes, notícias de todos os lugares que há italianos, porém a forma de como adquiri-las, por assinatura, torna-se um obstáculo. Há pouca divulgação das revistas na cidade.

As Festas de Família estão se tornando um símbolo positivo da italianidade na cidade e região. Por iniciativa de algumas famílias a encontrar-se e celebrar a história de suas origens, cresce o interesse de outras famílias a se organizarem e se reunirem para interagir. Não apenas de etnia italiana, mas também alemã, polonesa e cabocla.

Os nomes em italiano destacados nos comércios são formas positivas de divulgar a italianidade e trazem um ar europeu (num sentido superior) para a cidade. Depois da pesquisa dos nomes, percebeu-se mais um estabelecimento comercial usando as cores da bandeira italiana e adaptando o nome de uma região da Itália para seu nome. Percebe-se que está tendência está crescendo na cidade, não apenas nas ruas destacadas, mas também em outros pontos de Chapecó.

Os nomes de origem italiana, de crianças batizadas entre 2003 e 2013, foram consideráveis. Cada vez mais a globalização traz novidades que faz com que as pessoas

de certa forma se utilizem dela para seu benefício e para expor a italianidade que há em cada um. Essa forma de batizar os filhos traz um resultado interessante segundo o descendente de italiano, a reaproximação com a Itália, muitas vezes utópica que em um momento pode ter deixado de existir.

A Rota Italiana de Chapecó foi uma iniciativa de integração entre as comunidades pertencentes aos locais e a área urbana. Percebe-se esforço entre comunidade para a construção do Museu, com a pintura nas cores da bandeira italiana, sua arquitetura, a união das famílias para reunirem os objetos da colonização e o cuidado com o funcionamento do Museu. Há ainda as danças na Rota Italiana com excursões e conseqüentemente a valorização da cultura italiana.

A italianidade se apresenta de forma mais marcante entre os descendentes de italianos urbanos, pois a globalização e as novidades podem estar mais expressar e visíveis. Os descendentes de italianos do meio rural conservam mais o histórico de uma Itália utópica e incluem cada vez mais a cultura local em seu cotidiano.

A construção e dinamicidade da italianidade foram relatadas em cada aspecto pesquisado, enquanto se tem parte do grupo que se utiliza da globalização e estão informados e próximos da real Itália, há outra parte que vive a utopia italiana da época da colonização. As estratégias são as mais variadas, mas em todos os aspectos percebem-se a valorização étnica de ter sangue italiano, ou seja, o sentimento de italianidade, contribuído assim para as narrativas expostas na presente dissertação.

O grupo étnico dos descendentes de italianos do local estudado entram nos conceitos de Barth (2000) e Cardoso de Oliveira (2006), quando mencionam a separação da identidade, entre o “outro”, um ser diferente etnicamente e o “eu”, que sou igual apenas ao grupo o qual pertença.

Os descendentes de italianos reinventam suas tradições anexando traços de culturas distintas, essa comunidade, talvez longe de ser imaginada um dia, é capaz de transformar-se continuamente, “em suma, inventam-se novas tradições quando ocorrem transformações suficientemente amplas e rápidas, tanto do lado da demanda quanto da oferta” (HOBBSAWN, 1984 p. 12-13).

Considera-se que a italianidade de hoje segue os avanços da globalização e não deixa que a tradição seja esquecida, pois seus viventes buscam suas identidades em meio a um local considerado multicultural.



A dissertação foi um momento de grande construção de conhecimento e possibilita novos estudos voltados para essa área, assim como para estudos que formulem políticas culturais como uma estratégia de crescimento local e cultural.

## REFERÊNCIAS

ABBOCCATO. *Quem somos. A empresa.* Disponível em: <<http://www.abbocato.com.br/empresa.htm>>. Acesso em: 07 jul. 2014.

ALTENHOFEN, Cléo Vilson; FREY, Jaqueline; KÄFER, Maria Lidiani; KLASSMANN, Mário S; NEUMANN, Gerson Roberto; PUPP SPINASSÉ, Karen. **Fundamentos para uma escrita do hunsrückisch.** Contingentia (UFRGS), v. 2, p. 73-87, 2007.

ANDERSON, Benedict R. **Comunidades Imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo/** Benedict Anderson; tradução Denise Bottman. São Paulo, Companhia das Letras, 2008.

AZEVEDO, Thales. **Estudo sócio-históricos sobre a colonização italiana no Rio Grande do Sul.** In: INSTITUTO SUPERIOR BRASILEIRO ITALIANO DE ESTUDOS E PESQUISA. Imigração italiana: estudos. Porto Alegre: Escola Superior de Teologia São Lourenço de Brindes; Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 1979.

BARTH, Fredrik. 2000. **O Guru, o Iniciador e Outras Variações Antropológicas** (organização de Tomke Lask). Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria. 243 pp. 2000.

BUBLITZ, Juliana. **Forasteiros na floresta subtropical: uma história ambiental da colonização europeia no Rio Grande do Sul.** (Tese de Doutorado em História). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

BRASIL. *Carta Regia. 1808.* Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/revista/Rev\\_19/CartaRegia\\_0511.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/revista/Rev_19/CartaRegia_0511.htm). Acesso em 10 de maio de 2014.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. **Caminhos da Identidade ensaios sobre etnicidade e multiculturalismo.** São Paulo: Editora Unesp, 2006.

CONFORTIN, Helena. **A Faina Lingüística: Estudo de Comunidades Bilingües Italiano-Português do Alto Uruguai Gaúcho.** P. Alegre/Erechim - RS: Edições EST/URI - Campus de Erechim, 1998. 304p.

COSTA, Rovílio et al. **Imigração Italiana no Rio Grande do Sul: vida, costumes e tradições.** Porto Alegre: Escola Superior de Teologia São Lourenço de Brindes; Caxias do Sul: Editora Universidade Caxias do Sul, 1986.

FAMÍLIA CELLA. *Brasão da Família.* Disponível em: <<http://www.familiacella.com.br/?link=brasao>>. Acesso em: 10 jun. 2014.

FRANÇA, M. C. C. C. **Memórias familiares em festa: Estudo antropológico dos processos de reconstrução das redes de parentesco e trajetórias familiares.**

Programa de Pós – Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. (Tese). 2009.

FRANCO JÚNIOR, H. . **Nel paese di Cuccagna. La società medievale tra il sogno e la vita quotidiana.** Roma: Città Nuova, 2001. 229p.

GIRON, Lorane S. **A Imigração Italiana no Rio Grande do Sul: fatores determinantes.** In: DACANAL, José Hildebrando; GONZAGA, Sergio (orgs.). Rio Grande do Sul; imigração e colonização. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.

HAESBAERT, R. **Des-caminhos e perspectivas do território.** In: Ribas, A.; Sposito, E.; Saquet, M.. (Org.). Territórios e Desenvolvimento: Diferentes Abordagens. Francisco Beltrão: Editora da UNIOESTE, 2004, v. p.87-119.

HANNERZ, Ulf. Fluxos, Fronteiras, Híbridos: Palavras-Chave da Antropologia Transnacional. Rio de Janeiro. Mana, vol. 3, 1997.

HOBSBAWM, Eric; “Introdução”, in: HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence O. **A Invenção das Tradições.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984, p.9-23.

INSIEME. Curitiba: Sommo Editora Ltda., p. 6-9, n. 157, jan. 2012.

INSIEME. Curitiba: Sommo Editora Ltda., p. 30-38, n. 169, jan. 2013.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL SAGA. *Saga. Apresentação.* Disponível em: [http://www.institutosaga.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=82&Itemid=54](http://www.institutosaga.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=82&Itemid=54)>. Acesso em: 22 mai. 2014.

IPHAN INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. *Notícias. Seminário abre debate sobre patrimônio linguístico brasileiro.* Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarDetalheConteudo.do?id=13079&sigla=Noticia&retorno=detalheNoticia>>. Acesso em: 10 abr. 2014.

KREUTZ, L. Escolas comunitárias de imigrantes no Brasil: instâncias de coordenação e estruturas de apoio. Revista Brasileira de Educação. Set/Out/Nov/Dez 2000 N° 15.

LE GOFF, Jacques. **Heróis e maravilhas da Idade Média.** Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MANFROI, Olivio. A imigração alemã e italiana: estudo comparado. In: INSTITUTO SUPERIOR BRASILEIRO ITALIANO DE ESTUDOS E PESQUISA. Imigração italiana: estudos. Porto Alegre: Escola Superior de Teologia São Lourenço de Brindes; Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 1979.

MOMBELLI, Raquel. **Mi soi Talian Gracia a Dio: Identidade étnica e separatismo no Oeste catarinense.** Programa de Pós – Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina UFSC. (Dissertação). 1996.

OLIVEIRA FILHO, J. P. Uma etnologia dos "índios misturados"? Situação colonial, territorialização e fluxos culturais. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 4, n.1, p. 47-77, 1998.

PINHEIRO MACHADO, Paulo. **Lideranças do Contestado**. Editora Unicamp, 2004.

POLETTI, A. Noite Italiana. *Diário do Iguazú*, Chapecó, p. 11, 23 jul. 2014.

POLETTI, A. Novo Idioma. *Diário do Iguazú*, Chapecó, p. 11, 9 jul. 2014.

POLETTI, A. Polenta. *Diário do Iguazú*, Chapecó, p. 11, 30 out. 2013.

POZZENATTO, José Clemente. **O quatrilho**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985.

PREFEITURA DE ANTÔNIO PRADO. *Turismo. Gemellaggio*. Disponível em: <<http://www.antonioprado.com.br/secao.php?pagina=8>>. Acesso em: 17 mai. 2014.

PREFEITURA DE CHAPECÓ. *Notícias. Efapi 2013 vai surpreender*. Disponível em: <<http://www.chapeco.sc.gov.br/noticias/2474-efapi-2013-vai-surpreender.html>>. Acesso em: 25 ago. 2014.

REVISTA *TALIAN BRASIL. Comunicassion. Giornai*. Disponível em: <<http://talian.net.br/comunicassion/giornai/correio-riograndense>>. Acesso em: 19 mai. 2014.

RADIN, J. C. **Italianos e Ítalo-brasileiros na Colonização do Oeste Catarinense**. Joaçaba: Edições UNOESC, 1997.

RENK, A. A. **A luta da erva - um ofício étnico da nação brasileira no oeste catarinense**. 2. ed. Chapecó: Argos Editora Universitária, 2006. v. 01. 250p.

RENK, A. A; SAVOLDI, Adiles; WINCKLER, S. T. **Expropriação cabocla e processo de etnicização**. In: TEDESCO, João Carlos, KURAJAWA, Henrique Aniceto. (Org.). *Conflitos agrários no norte gaúcho: índios, negros e colonos*. 1ed. Porto Alegre, Passo Fundos: Letra e Vida; Imed, 2013, v. 1, p. 108-121.

RENK, A. A. **Sociodicéia às avessas**. Chapecó: Grifos, 2000. v. 01. 438p.

RENK, A. A. Território e alteridade: construções sociais do oeste catarinense. In: Anelise Nacke; Arlene Renk; Leonel Pioveza; Neusa Maria Sens Bloemer. (Org.). **Os Kaingang no oeste catarinense - tradição e atualidade**. 1ed. Chapecó: Argos - Editora Universitária, 2007, v. 1, p. 09-158.

SANTOS, Miriam de Oliveira. **Bendito é o fruto: Festa da Uva e identidade entre os descendentes de imigrantes italianos de Caxias do Sul – RS**. Programa de Pós – Graduação em Antropologia Social, Museu Nacional da Universidade do Rio de Janeiro. (Tese). 2004.

SANTOS, Miriam de Oliveira; ZANINI, Maria Catarina Chitolina. **Especificidades da Identidade de descendentes de italianos no sul do Brasil: breve análise das regiões de Caxias do Sul e Santa Maria**. Niterói. (Artigo). 2009.

SCHWARZ, Roberto. **Ao vencedor as batatas**. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1977.

SEYFERTH, Giralda. **A representação do “trabalho alemão” na ideologia étnica teuto-brasileira**. *Boletim Museu Nacional*. Rio de Janeiro, (37) 1982.

SEYFERTH, Giralda. **Colonização, imigração e a questão racial no Brasil**. Revista USP, São Paulo, v. 53, p. 117-149, 2002.

SEYFERTH, Giralda. **Identidade étnica, assimilação e cidadania**. Reunião Anpocs.1993. [www.igtf.rs.gov.br/wp-content/.../2012/10/IDENTIDADE-ÉTNICA.pdf](http://www.igtf.rs.gov.br/wp-content/.../2012/10/IDENTIDADE-ÉTNICA.pdf).

SILVESTRIN, Alvírio. **Bodanese, a Geração de um Pioneiro**. Chapecó: Mércur Indústria Gráfica Ltda., 1999.

SILVESTRIN, Alvírio. **Lunardi (Tottari): Uma história de Foza (Itália), Fagundes Varela (RS) e Xaxim (SC)**. Chapecó: Cometa Indústria Gráfica Ltda. Edição da Família Lunardi, 2003.

SILVESTRIN, Alvírio. **Sartori Pioneiros da Madeira**. Chapecó: Polyart Gráfica e Editora Ltda., 2009.

SILVESTRIN, Alvírio. **Scopel (Murer) História de Empreendedores**. Chapecó: Polyart Gráfica Editora, 2008.

SILVESTRIN, Alvírio. **Victorino B. Zolet 50 anos fotografando Chapecó**. Chapecó: News Print Gráfica e Editora Ltda., 2006.

SOUZA SANTOS, Boaventura de. **As Tensões da Modernidade**. In: Revista Z Ensaios. Rio de Janeiro. (Ensaio). 2005.

SPESSATTO, Marizete Bortolanza. **Varição linguística e ensino: por uma educação linguística democrática**. Programa de Pós – Graduação em Educação, Universidade Federal de Santa Catarina UFSC. (Tese). 2011.

TEDESCO, João Carlos. **Estrangeiros, Extracomunitários e Transnacionais**. Passo Fundo/Porto Alegre/Chapecó: Coedição UPF Editora, ARGOS Editora e EDIPUCRS, 2010.

TREVOR-ROPER, Hugh. “A Invenção das Tradições: A Tradição das Terras Altas (*Highlands*) da Escócia”, in: HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence O. **A Invenção das Tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984, p.25-51.

VICENZI, Renilda. **Mito e História na colonização do oeste catarinense**. 1. ed. Chapecó: Argos, 2008. 162p.

VINHAS DE QUEIROZ, Maurício. **Messianismo e conflito social: a guerra sertaneja do Contestado (1912-1916)**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

VOVELLE, Michel. **Ideologias e Mentalidade**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

WERLANG, A. **Disputas e ocupação no espaço no oeste catarinense**. Chapecó: Argos, 2006.

WOORTMANN, Ellen F. **Herdeiros, Parentes e Compadres: Colonos do Sul e Sitiantes do Nordeste**. 1. ed. Brasília/São Paulo: EDUnB/Hucitec, 1995. v. 1. 336p.

ZANINI, Maria Catarina Chitolina. **Italianidade no Brasil Meridional - a construção da identidade étnica na região de Santa Maria - RS**. 1. ed. Santa Maria: Editora da UFSM, 2006. 278p.