



## **O rádio como instrumento de perpetuação da cultura dos povos étnicos de Ijuí<sup>1</sup>**

Oscar Michael dos Santos VAN RIEL<sup>2</sup>  
Janaíne dos SANTOS<sup>3</sup>  
Universidade de Cruz Alta – Cruz Alta, RS

### **RESUMO**

Este trabalho apresenta uma análise sobre o programa radiofônico “A Hora Alemã”, veiculado semanalmente pela Rádio Progresso de Ijuí 690 AM. Aqui se busca entender de que forma o rádio pode ser tomado como um instrumento de (re)fortalecimento da identidade cultural alemã em Ijuí, refletindo sobre como as características deste meio de comunicação favorecem o reforço da cultura. Além da pesquisa bibliográfica sobre as temáticas que fundamentam este estudo, investiga-se brevemente a história da cidade. Foi feita a análise de quatro programas veiculados durante o mês de Julho de 2014. O grupo cultural alemão se consolidou naquele espaço. Foi possível verificar que o gênero comunitário e aspectos como a linguagem e a música utilizadas, estabelecem uma relação próxima entre apresentador e ouvinte, criando uma identificação, que fomenta a cultura do grupo germânico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Linguagem radiofônica; Identidade Cultural; Programa “A Hora Alemã”

### **Introdução**

A comunicação é fundamental para todas as pessoas. Os meios de comunicação possuem características ligadas à linguagem tanto verbal, escrita ou visual, as quais ao longo da evolução foram se adaptando conforme as necessidades vindas das comunidades. Hoje a Internet possibilita a aproximação das pessoas de qualquer lugar do mundo, as quais interagem e se misturam nas suas culturas, linguagens, costumes e tradições. Essas relações resultaram na miscigenação das comunidades e, neste contexto, os meios de comunicação tradicionais se adaptaram a ela, hoje possuindo ferramentas para que mesmo com esta mistura das culturas, alguns grupos se apropriem destas para o reforço de sua identidade.

Os processos culturais sofrem muitas mutações. Como Edgar e Sedgwick (2003) explicam, o conceito de cultura pode ter uma infinidade de possibilidades de respostas, pois ela está relacionada à experiência humana. A intenção da pesquisa foi

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Junior – II 7 Comunicação, Espaço e Cidadania do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social – Hab. Jornalismo da Universidade de Cruz Alta em 2014/2. E-mail: [vanriel93@hotmail.com](mailto:vanriel93@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do Trabalho. Mestre em Comunicação e Informação - UFRGS e Docente do Curso de Jornalismo da UNICRUZ. E-mail: [sjanaines@gmail.com](mailto:sjanaines@gmail.com)



trazer à tona algumas discussões sobre o rádio e sua relação social — talvez este seja o momento mais desafiador e gratificante da pesquisa.

Desta forma os indivíduos buscam ferramentas por meio das quais a identidade individual e de seus grupos sejam reforçadas. Nesta perspectiva se insere o rádio, meio de comunicação que possui uma linguagem próxima àquela utilizada cotidianamente nas conversas interpessoais. Neste estudo são apontados elementos que indicam o uso do rádio como instrumento de reforço da identidade étnica do Grupo Cultural 25 de Julho de Ijuí (grupo étnico Alemão), através do Programa “A hora Alemã”, veiculado pela Rádio Progresso de Ijuí AM 690. Levanta-se aqui, uma reflexão sobre como os meios de comunicação estão interligados aos processos culturais, neste caso, mediados pelo rádio. Inicialmente é feita referência ao percurso teórico da pesquisa.

### **Comunicação e Cultura**

Diante da era da informação e do grande avanço tecnológico, os meios de comunicação se estabeleceram num espaço relevante no cotidiano da sociedade e nas relações que cada indivíduo estabelece com o outro e com o mundo. Para o autor Jorge Pedro Souza a comunicação “é, portanto, o sustentáculo e o lubrificante da sociedade e da cultura. É comunicando que os seres humanos constroem e reconstróem a sua identidade” (SOUZA, 2003, p.64).

A cultura explicada por Stuart Hall (2006) é tudo o que identifica a existência de determinado povo ou de determinado grupo inserido em uma sociedade. Sendo a comunicação parte da experiência das pessoas, tomamos a reflexão de autores como Andrew Edgar e Peter Sedgwick uma direção ao entendimento do que seja a cultura.

Se perguntarmos o que a palavra “cultura” significa, somos inevitavelmente capazes de pensar numa diversidade de possíveis respostas, dependendo muitas vezes da forma como colocamos a questão. A teoria cultural toma como seu domínio de pesquisa o estudo de todos os aspectos da cultura (se não de fato, pelo menos como princípio). Até esse ponto, o citado domínio é delineado da forma mais clara e, ao mesmo tempo, mais vaga. Pois a “cultura” é imanente à experiência humana, ainda que esta imanência torne difícil definir o termo em sentido inequívoco (EDGAR & SEDGWICK, 2003 p.13).

Desta forma podemos perceber que a vivência humana é complexa, flexível e, muitas vezes, contraditória. Sendo a cultura parte desta experiência, ela também passa por reconfigurações diante da instabilidade compreendida na realidade que o indivíduo



está envolvido. O principal aspecto que aproxima os conceitos de cultura e comunicação é o ser humano. Na sociedade da informação a mídia toma o espaço de inter-relação entre eles, perpassando neste ambiente as práticas e relações sociais.

Podemos afirmar que a cultura abrange os processos sociais de significação, ou seja, em um modo mais complexo, a cultura engloba todos os processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social (GARCÍA CANCLINI *apud* ISER 2005, p.70)<sup>4</sup>.

O modo com que a comunicação está inserida na cultura e vice-versa, se verifica na importância da comunicação para qualquer comunidade. “A comunicação é o que une a comunidade. O valor político e moral da comunidade pode, por conseguinte, ser analisado no que diz respeito à comunicação possível dentro dela” (EDGAR & SEDGWICK, 2003 p.62). Os autores ainda resgatam o pensamento de Aristóteles a este respeito; parafraseando-o, a comunidade só se mantém unida através da comunicação.

Dentro dos meios de comunicação podemos identificar diversas formas de produção que se denominam expressões culturais, tanto em textos, pautas, reportagens, músicas e linguagens utilizadas que fazem referência a este assunto. Segundo Adelmo Genro Filho (1987, p.34), “os meios de comunicação podem produzir, em termos quantitativos e qualitativos, um universo cultural e informativo superior àquele elaborado de forma natural, espontânea e artesanal”.

### **A identidade étnica na terra das culturas diversificadas**

No Rio Grande do Sul existem muitas manifestações culturais expressas de diferentes formas, desde os movimentos nativista e tradicionalista gaúchos até os trazidos pelos colonizadores europeus, como por exemplo, a *Oktoberfest* e a *Festa da Uva*<sup>5</sup>. Porém, em Ijuí, não há a predominância de uma só cultura específica. Desde sua colonização já existiam distintos grupos de imigrantes que se instalaram nas terras da antiga colônia.

O município foi colonizado por 19 etnias, dessas 11 uniram-se e formaram grupos étnicos. Essa organização foi motivada pela realização da Feira Nacional das Culturas Diversificadas, em 1987, com o objetivo de retomar o desenvolvimento do

---

<sup>4</sup> Tradução minha.

<sup>5</sup> Festivais que acontecem em municípios com predominância de imigrantes alemães e italianos respectivamente, e que fazem referência à cultura desses países.



município, porém com base na realidade cultural do município. Os grupos desde já sentiam a necessidade de se identificar e serem identificados. A autora gaúcha Fabiana Iser (2005) levanta esta questão referente à identidade étnica produzida pela FENADI.

Outro sentido estabelecido pelos grupos, que pude perceber com a aproximação, é de reforço da identidade étnica. Os integrantes das etnias vêm na Fenadi um momento de celebração das características que os distinguem dos demais e dessa maneira procuram mostrar as suas diferenças e marcar a sua identidade (ISER, 2005, p. 89).

Desde a sua colonização a miscigenação das culturas levou Ijuí a ser reconhecida como um espelho do futuro da sociedade brasileira. Em um artigo publicado pelo jornalista Martin Fischer nos anos 60 verifica-se esta característica “em Ijuí, nesta pequena nesga da terra gaúcha, efetuas e o que é o sonho da política migratória brasileira: o amálgama da variedade de raças e nacionalidades para plasmar a nova e verdadeira raça brasileira do futuro” (FISCHER apud ZARTH, 2008, p. 5).

Esta pluralidade é o que mais tarde daria à Ijuí o título de “terra das culturas diversificadas”, onde os grupos se organizaram cada qual com a sua singularidade, fator primordial para a identificação das etnias. Os indivíduos não deixam de reafirmar e cultivar os hábitos da comunidade, porém na cidade as etnias traçam limites entre as manifestações culturais de cada grupo.

Aqui o rádio assume o papel de articulador das práticas sociais da comunidade de Ijuí, porém, através das suas características os grupos se apropriam deste meio para reforçar a sua identidade étnica. No próximo tópico são destacadas as especificidades do rádio e os diferentes elementos oferecidos por este veículo, os quais privilegiam alguns aspectos ligados à cultura.

### **O veículo rádio e suas características**

O meio radiofônico historicamente ajudou na construção e na disseminação da cultura nacional, de tal forma que o rádio está fortemente ligado à sociedade brasileira. Por isso cada mudança e adaptação do meio ocasionou forte impacto no cotidiano das pessoas. Desta forma esta pesquisa buscou recuperar o valor histórico dos programas da etnia alemã veiculados na Rádio Progresso de Ijuí e o que isso significa no contexto atual do meio, sob a inserção de novas tecnologias.

O rádio é um veículo que tem como características a agilidade, o dinamismo, a velocidade e a diversidade. Há muito se tem pensado que este veículo perdeu espaço



frente ao surgimento da televisão e da Internet. Porém ao longo do tempo o rádio vem sofrendo transformações e se adaptando aos avanços tecnológicos, às influências políticas, aos fatores econômicos e, principalmente, ao surgimento de novos meios de comunicação. O caráter popular do meio foi talvez o que o manteve vivo após o seu declínio e, passando de geração a geração, ele foi se transformando, se adaptando e, persistindo sempre.

Apesar de todos os seus problemas, o rádio sempre reagiu e agora, mais uma vez, não deixa de mostrar sinais de seu renascimento, procurando caminhos para corrigir suas distorções. Mas a distância entre a realidade de nosso rádio e o que ele poderia ou deveria ser é muito grande (ORTRIWANO, 1987 apud BETTI, 2013, p. 11).

O trecho do livro “Radiojornalismo no Brasil. Dez estudos regionais”, escrito por Gisela S. Ortriwano há mais de 25 anos, é mais do que atual e pertinente para nossa época. Mesmo se modificando e se adaptando diante de tantas tecnologias, este meio possui características que o sustentam como um dos principais meios de comunicação. Ferrareto indica o que se entende sobre o rádio:

Veículo de radiodifusão sonora que permite programas de entretenimento, educação e informação. Músicas, notícias, discussões, informação de utilidade pública, programas humorísticos, novelas, narrações de acontecimentos esportivos e sociais, entrevistas e cursos são os gêneros básicos dos programas. Serviço prestado mediante concessão do estado, que o considera de interesse nacional, e deve operar dentro de regras preestabelecidas em leis, regulamentos e normas (FERRARETO, 2001, p.23).

Nas palavras de Eduardo Meditsch (1995, p.8), o rádio é um meio de comunicação intimista, mesmo assim ele alia a individualidade do ouvinte com o meio social em que ele está inserido. Em uma relação entre emissor e receptor, puramente sonora, a linguagem radiofônica deve ser facilitadora do entendimento da informação, pois o rádio é diferente do jornal, da TV e da Internet que disponibilizam recursos visuais e que permitem se verificar ou entender o que é informado.

O rádio possui uma linguagem que “inclui especificamente os recursos de redação e de sonoplastia, possuindo regras específicas para a elaboração de textos e a produção de programas. Estes fatores, em conjunto, constituem a linguagem radiofônica” (FERRARETO, 2001, p. 34), que por sua vez se aproxima muito da linguagem utilizada no cotidiano das conversas interpessoais. Esta característica confere ao meio o caráter popular pelo qual é conhecido.



Ao estudar os gêneros radiofônicos intende-se como necessário conceituar o formato que mais se aproxima de nosso objeto de estudo. Ao abordar o gênero comunitário não podemos afirmar que este formato é específico das emissoras comunitárias nem das emissoras comerciais. Basicamente este gênero além de voltar-se para a comunidade “No rádio comercial em amplitude modulada, adquire características popularescas. Comunicadores de grande empatia com o público conversam com os ouvintes, [...] Tudo entremeadado por músicas e mensagens simples de otimismo” (FERRARETTO, 2001, p.62).

### **A formação da etnia Alemã em Ijuí**

Os primeiros grupos de imigrantes alemães que vieram se radicar na nova Colônia de Ijuhy eram relativamente pequenos. Porém a contribuição trazida por estes pioneiros e seus descendentes, ao longo dos anos, nos mais diversos setores da vida comunitária, representam uma expressiva força que impulsionou o desenvolvimento e o progresso de Ijuí.

A etnia alemã nunca deve ter chegado aos 30% da população ijuiense. Mas o que deu o caráter germânico à cidade foi a língua falada também por teutorussos, austríacos, poloneses, húngaros, romenos e brasileiros e, sobretudo, o fato de que os descendentes de alemães ocupavam quase todos os postos em evidência na indústria, comércio e administração pública (LAZZAROTTO, 2002, p.60).

Por volta de 1885, o governo czarista<sup>6</sup> planejou russificar os teutos, se impondo principalmente através do serviço militar, porém a resposta dos teuto-russos foi um êxodo em massa. Muitos deles emigraram para o Brasil (Revista História dos 121 anos de Ijuhy, 2012, p.41). Os alemães que chegaram à Ijuí eram de Volínia, que fazia parte da Ucrânia, no sudoeste do império russo. Apesar de pertencerem etnicamente à etnia germânica, eles não eram eslavos e, como imigrantes, eram indicados como “russos” pela nacionalidade.

A partir de Emil Krampe e seu pioneirismo, muitos outros imigrantes alemães vieram para a Colônia e foram relevantes na construção do comércio, da indústria, da agricultura e da política de Ijuí. Como, Roberto Roeber, primeiro professor de escola pública, Hermann Rosenfeld, Henrique Siedenberg, Gottlieb Tybusch, Carlos Zimpel, Gustavo e Anna Helzel, Henrich Kopf, Emil Glitz, Carlos e Catharina Fuchs (pais de Arthur Fuchs), Henrique Treter. Um ano depois da formação da Colônia Johann Guse,

---

<sup>6</sup> Sistema de governo político da Rússia no período entre 1547 até 1917.



Carlos Germano Beck e Clotilde Tarka Beck — tronco da família Beck (família de fotógrafos) —, Albino Brendler, Gerhard Dedeke, Karls Gottschald, Dr. Ulrich Kuhlmann (mudou a história da saúde no município), o jornalista Martin Fischer e o padre Antônio Cuber que através dos seus escritos contribuíram para a construção e catalogação da história de Ijuí.

### **Centro Cultural 25 de Julho Ijuí**

O Centro Cultural 25 de Julho<sup>7</sup> de Ijuí foi fundado no dia 9 de maio de 1987. Desde então famílias de descendência alemã e simpatizantes da cultura germânica reúnem-se para resgatar e incentivar a cultura alemã. A organização do grupo foi impulsionada a partir da criação da I Fenadi – Festa Nacional das Culturas Diversificadas, que aconteceu em 1987, junto com a III Expo-Ijuí – Feira Industrial, Comercial, Agropecuária e de Artesanato de Ijuí. A Fenadi tem como objetivo resgatar as manifestações artístico-culturais e tradições das diferentes etnias que formam a comunidade de Ijuí.

A fim de fomentar o Grupo Étnico Alemão, os integrantes do grupo realizam visitas e encontros culturais no interior do município e em cidades vizinhas para mobilizar descendentes e simpatizantes da etnia, assim criando uma identificação como grupo social e recuperando valores históricos como a arquitetura, objetos antigos, acervo bibliográfico e vestimentas. Outra atividade que o Centro Cultural promove é o intercâmbio de grupos de músicas e danças vindas da Alemanha. O objetivo é aproximar os dois povos (Brasil e Alemanha). Estabelece-se assim, uma identificação, em especial, com os imigrantes alemães e a sua descendência frente à cultura daquele país, materializada pela música e pela dança através destes grupos.

Aliado a isso, o Centro Cultural também possui uma forma de inserção na mídia, através do programa radiofônico “A Hora Alemã”, veiculado pela Rádio Progresso de Ijuí. Por meio do programa são socializadas com a comunidade a maior parte das atividades promovidas pelo grupo.

### **Rádio Progresso de Ijuí AM 690**

As primeiras transmissões foram em 19 de outubro de 1959, mas antes disso um grupo de empreendedores havia se reunido em 6 de fevereiro do mesmo ano para

---

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www.25brasil.com.br/entidades-congeneres>. Acesso em 26 de Outubro de 2014.



pensar na criação e instalação da rádio em Ijuí. A proposta inicial da emissora era disponibilizar aos ouvintes algo moderno, através de uma programação diferente e variada.

Segundo WILM (apud RUTTILI, 2013, p.6)

A emissora desde o início se dedicou a produção de informações sobre o jornalismo, esporte, e também os programas de auditório, como ‘Hoje tem Espetáculo’, ‘Sonho Infantil’ na década de 60. Na mesma década a emissora promovia shows com artistas locais e nacionais. Na década de 70 se dedicou a cobertura de eventos internacionais, como jogos de times locais em outros países e mobilizações locais em âmbito internacional.

Uma característica da rádio é o pioneirismo no desenvolvimento do *site*<sup>8</sup> de notícias da própria emissora. Criado em 1996, inicialmente ele servia apenas como plataforma para disponibilizar os áudios dos programas na *web*, atualmente a rádio disponibiliza a sua programação ao vivo, notícias e outras informações de utilidade pública referentes à comunidade de Ijuí e região. Aliado ao avanço tecnológico a emissora também disponibiliza sua programação através de aplicativos de celulares, *smartphones* e *tablets* via *play store* e *app store*.

Grande parte da programação da Rádio Progresso está pautada no esporte e no jornalismo. A cobertura dos grandes eventos políticos, esportivos, sociais e artístico-culturais em nível estadual, nacional e até internacional também ganha destaque na programação. Um desses programas em que a Rádio Progresso registra a história e a cultura de Ijuí, veiculado semanalmente, é o programa “A Hora Alemã” — que desde o início da história da Rádio Progresso já fazia parte da programação da emissora (HECK, 2014)<sup>9</sup>.

## Metodologia

Inicialmente realizamos pesquisa bibliográfica sobre os assuntos abordados no estudo: Comunicação, Rádio, Linguagem Radiofônica, Cultura e Identidade étnica. Foi feita uma série de leituras e revisões, pesquisas e estudos teóricos-acadêmicos, o que concedeu aporte para a reflexão sobre os princípios básicos dos assuntos desta pesquisa.

O *corpus* de análise foi constituído de quatro programas veiculados semanalmente no mês de Julho de 2014, do “A Hora Alemã”. O monitoramento foi feito

---

<sup>8</sup> O site da emissora é o [www.radioprogresso.com.br](http://www.radioprogresso.com.br). Desde 1996 e no dia 2 de abril de 2013 passou a ser compatível com todos os navegadores da web.

<sup>9</sup> Entrevista com o diretor da Rádio Progresso de Ijuí, Alessandro Heck. Concebida no dia 22/10/2014





a partir do dia 5 até o dia 26 de Julho. O critério para seleção deste mês foi a comemoração do dia do colono, no dia 25, e a comemoração dos 190 anos de Colonização alemã no estado do Rio Grande do Sul. Junto a isto, os meses foram destinados à audição e decupagem<sup>10</sup> dos programas em áudio.

Os estudos sobre o rádio, na maioria das vezes, abordam técnicas, histórias ou formatos utilizados, o que é de muita relevância para sua compreensão. Este trabalho, porém, não se limitou apenas ao resgate memorial, a proposta foi a de analisar a inserção da cultura na radiodifusão sonora. A questão da produção cultural geralmente é ligada ao contexto audiovisual e não ao radiofônico. Desta forma somado ao referencial bibliográfico foram utilizadas pesquisas feitas na Internet — o que facilitou o acesso a uma variedade de materiais referente à cultura e comunicação, possibilitando a reflexão entre estes dois assuntos.

Para a coleta de informações sobre o processo de produção realizamos entrevistas com o Diretor Executivo da Rádio Progresso, Alessandro Heck, e com o produtor do programa “A Hora Alemã” e coapresentador, Erlo Endruweit. O objetivo foi obter informações relevantes para a investigação. Segundo Gil (2008, p.50) “A entrevista é, portanto, uma forma de interação social. [...] é uma das técnicas de coleta de dados mais utilizada no âmbito das ciências sociais”.

O principal questionamento foi o porquê da escolha do rádio como meio para a veiculação dos conteúdos que caracterizam a identidade da etnia alemã. A entrevista permitiu a aproximação com a realidade social e as informações que foram coletadas a partir dela estão diretamente ligadas ao que essas pessoas sabem, creem, buscam, desejam, fazem. Este método possibilitou captar aspectos ligados à vida social dos entrevistados e tudo aquilo que os cerca, de modo que também se teve acesso às explicações dos mesmos para complementar o estudo.

Por fim realizamos análise do conteúdo dos programas selecionados, com intuito de identificar os temas mais recorrentes dos programas, bem como aspectos relacionados à sua linguagem e outros recursos utilizados para a realização dos referidos programas com base nos conceitos mobilizados no decorrer deste estudo e nos objetivos iniciais. As músicas, o tipo de conteúdo e a linguagem utilizada foram utilizados como

---

<sup>10</sup> Decupagem – termo mais comum em produções audiovisuais (reportagens, filmes, campanhas publicitárias, etc.) com objetivo de organizar um banco de imagens. Trata-se de uma descrição específica de elementos contidos em um material gravado.



fundamentação para os apontamentos. A seguir descrevemos o formato padrão do programa.

### **Descrição do programa “A Hora Alemã”**

O “A Hora Alemã” vai ao ar todos os sábados das 7h30min às 8h da manhã, com apresentação de Luis Roberto, co-apresentação e produção do diretor do Centro Cultural 25 de Julho de Ijuí, Erlo Adolfo Endruweit e trabalhos técnicos de Anderson Barbosa. Com o formato atual ele já é veiculado há mais de 19 anos na Rádio Progresso de Ijuí. Nas palavras do diretor da RPI, Alessandro Heck,

Trata-se de uma programação importante na medida em que preserva a cultura dos pioneiros, não só alemães como também de outras etnias. Isto se dá por meio do uso da música, informações pertinentes ao país e da preservação do idioma alemão usado nos títulos musicais mencionados que são traduzidos (HECK, 2014).

O programa anteriormente era apresentado por Adolfo Tiede, conhecido como unkel Tiede (tio Tiede). Mais tarde a produção era feita pelo Consulado Alemão de Porto Alegre através de um convênio com o rádio até o ano de 1995, onde o Centro Cultural 25 de Julho de Ijuí passou a produzir o “A Hora Alemã” nos padrões atuais.

A estrutura padrão do programa é iniciar com a vinheta de identificação e em seguida uma trilha. O locutor faz a introdução dando informações, marcando a hora, o dia, a temperatura, indica os patrocinadores e apresenta a equipe. Logo os apresentadores conversam sobre algum assunto aleatório e saúdam aos ouvintes com expressões na língua alemã. Na sequência rodam as duas primeiras músicas.

A segunda e a terceira parte do programa iniciam com a trilha e o locutor, da mesma forma que no primeiro bloco, marca a hora, o dia, a temperatura e indica os patrocinadores. Durante estes blocos os apresentadores homenageiam os aniversariantes da semana, informam alguns eventos ligados à comunidade e ao Centro Cultural 25 de Julho e também mandam saudações a alguns ouvintes, onde a cada cumprimento Erlo Endruweit grita a expressão “- Alô, Alô!”. Entre estes blocos tem mais um intervalo musical, com duas músicas anunciadas pelo co-apresentador Erlo Endruweit, sempre em alemão.

Ao final do terceiro bloco roda a quinta música do programa, quando a melodia se encaminha para o final o operador diminui o volume e a deixa como trilha sonora. Em seguida os apresentadores se despedem dos ouvintes, Erlo Endruweit faz sua



despedida na língua alemã. Para finalizar roda a vinheta e a assinatura de identificação do programa.

### **Análise**

O programa “A Hora Alemã”, que vai ao ar todos os sábados através da Rádio Progresso de Ijuí - AM 690, há mais de 19 anos, foi tomado como objeto norteador deste estudo. Com o formato musical e informativo, o programa chama a atenção pela linguagem utilizada: em grande parte do tempo as conversas são feitas em alemão assim como as músicas que são todas na língua germânica, de forma a evidenciar aquela cultura.

A partir dos apontamentos feitos na decupagem dos programas, atrelado ao embasamento teórico, foi possível perceber que o rádio se consolida como meio apropriado para unir as pessoas de uma determinada localidade, primordialmente no interior. Neste caso o programa dos alemães se utiliza do rádio para recuperar as tradições deixadas pelos imigrantes teutos e sustentar a identificação dos descendentes com suas raízes através do vínculo cultural, mesmo que muitos destes nunca tenham ido à Alemanha.

Na dimensão em que o rádio aproxima as pessoas, suas características específicas e peculiares foram bem pontuadas neste estudo. No que tange a linguagem utilizada no programa “A Hora Alemã”, pode-se projetar que ao utilizar um som, uma música ou uma frase pronunciada na língua alemã se busca remeter a outra situação da vida do ouvinte, seja ele alemão, descendente de alemão ou, até, de outras etnias. A mensagem produz significados conforme a herança sociocultural de cada indivíduo. O programa se utiliza de muitos bordões, o que faz o ouvinte mesmo sem entender a língua alemã, associar estas expressões e sem perceber muitas vezes inseri-las em suas falas, um exemplo claro encontrado no programa é o – *guten morgen (bom dia)*-.

No momento em que o rádio rebusca o imaginário das pessoas e permite a valorização de aspectos ligados à cultura, pois ao se tratar de um meio “cego”, ou seja, sem o recurso da imagem, este veículo induz o ouvinte a recriar no seu imaginário a cena, sendo que a produção radiofônica só se utiliza do som. Na cobertura de futebol, por exemplo, é comum que muitas pessoas ouçam a partida pelo rádio e assistam na televisão. O contorno de emoção que o rádio cria ao jogo é uma ilustração clássica desta característica deste veículo. No “A Hora Alemã” com a utilização das músicas, do dialeto e das conversas rodeadas de assuntos da culinária alemã e outros costumes, sem



dúvidas, o programa evoca na mente do ouvinte situações e momentos condizentes à sua imaginação ou conhecimento que, compartilhadas acabam aproximando a comunidade em geral.

As músicas típicas alemãs que são reproduzidas nos programas são originais da Alemanha, trazidas através de CD's, o que demonstra que o grupo tem a preocupação de cultivar aquilo que é próprio do país.

Ao longo do estudo percebemos que o rádio é um meio de comunicação que favorece a comunidade, pois ao ser produzido por um integrante do Grupo Cultural 25 de Julho de Ijuí, se estreitam as relações dentro do próprio grupo e se fortalece a identidade da etnia alemã no município. Apesar de ser veiculado por uma emissora comercial o programa possui características de gênero comunitário, pensando na premissa de que este formato é feito para o povo e pelo povo. Porém é importante ressaltar que o programa “A Hora Alemã” não se encaixaria em uma rádio comunitária, pois durante as edições são feitos anúncios de parceiros da Rádio Progresso de Ijuí, através de comerciais em locução.

A realidade da radiodifusão sonora no interior do estado muitas vezes recorre à comunidade para definir sua programação e algumas outras para preenchê-la. Atentou-se, nesta análise, para um aspecto interessante, o “A Hora Alemã” caracteriza-se como um gênero comunitário, no entanto a Rádio Progresso de Ijuí, como uma emissora comercial possui seus clientes, os ouvintes indiretamente e os patrocinadores diretamente. O programa pela importância que construiu na programação da RPI e pelo impacto que tem na comunidade ijuiense é veiculado “gratuitamente” (sem custos para o Centro Cultural 25 de Julho), tornando-se matéria prima, retribuindo pelo espaço com audiência. E com isso o resultado é ter mais patrocinadores no horário.

Podemos identificar um problema grave encontrado nas cidades interioranas, as emissoras acabam restringindo o olhar para os lucros e deixam de se preocupar com a qualidade da programação. Não é o caso da Rádio Progresso, pois ao perguntarmos a relação entre o “A Hora Alemã” e o programa “Aproximando Nações”, veiculado na Rádio Repórter de Ijuí, Alessandro Heck nos respondeu que a principal característica é que um é produzido apenas pela UETI – União das Etnias de Ijuí -, e o “A Hora Alemã”, é produzido em conjunto entre Rádio Progresso e Centro Cultural 25 de Julho, mostrando uma preocupação com a qualidade da programação. Contudo, a partir do teor com que foi respondida esta pergunta, subentende-se que exista uma influência política na democratização dos espaços para veiculação de outros programas do mesmo gênero,



além dos programas dos italianos e alemães que já são veiculados, esta situação também se configura como um ponto a ser melhorado.

O conteúdo que vai ao ar alcança uma gama heterogênea de ouvintes, sejam eles da etnia alemã ou não, as informações buscam em boa parte do tempo o interesse do Centro 25 de Julho; os aniversariantes são um exemplo, mas os informes sobre as feiras e eventos não são limitados apenas a etnia alemã. Como um todo não é possível afirmar que o público do programa atinja apenas integrantes da etnia alemã. Partindo do princípio de que identidade não significa a definição da descendência, vemos como relevante a realização de um estudo voltado para os ouvintes, a fim de compreender de que maneira o programa se insere no cotidiano da comunidade e de que forma eles se identificam com o mesmo, porém esta é uma proposta de estudo a ser desenvolvida futuramente.

Com a nova configuração do sistema de comunicação atual, a perspectiva da radiodifusão sonora estará fortemente ligada à interação pessoal. Em tempos de convergência midiática, mais uma vez se vislumbra uma tendência evolutiva ao rádio, que se mantém como meio de comunicação versátil e de credibilidade. Agora a tendência do veículo é possuir uma abrangência maior, em escala global, por meio da Internet, além da interatividade proporcionada pelas redes sociais. O que talvez possa preocupar é o domínio cada vez maior das grandes empresas sobre os pequenos veículos, como estratégia para as disputas econômicas, tirando muitas vezes o espaço de programas simples, mas ricos culturalmente.

### **Considerações Finais**

Estudar cultura e comunicação é um grande desafio. Estes dois campos estão diretamente ligados à experiência do ser humano, ao convívio social e à identificação cultural, que possuem múltiplas faces. Uma definição precisa e inerente a este assunto é inexecutável pela complexidade e mutabilidade da vivência humana e pela interdisciplinaridade do tema. Porém no que diz respeito à mídia, estas relações são intensificadas, pois em uma era da informação inserida dentro de uma sociedade globalizada como a nossa, os meios de comunicação assumem a função de articulador destas múltiplas identificações culturais.

A escolha por analisar o “A Hora Alemã” ligado à identidade cultural e os meios de comunicação deveu-se ao sucesso que o programa atinge culturalmente e por sua tradição, já estando no ar há mais de 19 anos; Além da importância do rádio como meio



de comunicação, que leva informação, induz a reflexão, educa e serve como instrumento para o fomento da cultura. Por oferecer um aparelho receptor de fácil aquisição, além de muitas outras plataformas que possibilitam ouvir rádio — seja no celular, *tablets*, computadores através da Internet, no carro e no próprio aparelho receptor de rádio convencional — pode-se dizer que quase todas as pessoas possuem um “radinho” em suas mãos.

A partir das audições dos programas, identificamos alguns aspectos que corroboram a hipótese inicial de que o “A Hora Alemã” reforça a cultura representada pela etnia alemã, se utilizando da música germânica e da linguagem. Os apresentadores usam expressões do idioma alemão para dar sequência ao programa, as informações na maioria das vezes são ligadas ao grupo e aos seus participantes. Deste modo, o grupo se utiliza do meio radiofônico em virtude de suas características peculiares, materializadas na relação de proximidade com a comunidade germânica em Ijuí e região.

O intuito era iniciar uma discussão acerca dos meios de comunicação e sua relação com a cultura, abordando o rádio como objeto de estudo. Este trabalho mais do que responder perguntas deixou questões a serem respondidas. É inevitável que possua algumas lacunas por se tratar de áreas abrangentes, porém é um estudo que poderá ser aprimorado em outra instância, com mais profundidade nesta linha tão instigante que é a cultura e a comunicação.

## Referências

BETTI, Juliana Cristina Gobbi. **Radiojornalismo e Linguagem: as transformações nos modelos de rádio informativo**. Artigo on-line. Disponível em <<http://goo.gl/O3Xha9>> Acesso em 6/12/2014.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.

EDGAR, Andrew e SEDGWICK, Peter (orgs.). **Teoria Cultural de A a Z; conceitos-chave para entender o mundo contemporâneo**. Trad. Marcelo Rollemberg. São Paulo: Contexto, 2003. 392p.

ENDRUWEIT, Erlo Adolfo – Diretor do Centro Cultural 25 de Julho e produtor do programa “A hora Alemã”. Ijuí, 2014. Entrevista. Concedida no dia 02 de outubro de 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

\_\_\_\_\_, Luis Artur; KLÖCKNER, Luciano (org). **E o rádio? : novos horizontes midiáticos**. [recurso eletrônico] / – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : Edipucrs, 2010. 646 p. Disponível em: <<http://pucrs.br/edipucrs/eoradio.pdf>>. Acesso em 2 de Outubro de 2014.



GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto alegre: Tchê, 1987.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro - 9. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HECK, Alessandro. Diretor Executivo da Rádio Progresso de Ijuí. Ijuí, 2014. Entrevista. Concedida no dia 22 de outubro de 2014

ISER, Fabiana. **Telejornal e Identidade Étnica: Miatização e Mediação na Recepção do Jornal do Almoço por Afro-Brasileiros, Austríacos e Letos**. São Leopoldo, 2005. Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

LAZZAROTTO, Danilo. **História da Ijuí**. Ijuí. Ed. Unijuí. 2002.

MEDITSCH, Eduardo. (org.). **Teorias do rádio: textos e contextos** – Vol I. Florianópolis: Insular, 2005.

RUTILLI, Marizandra. **Rádio AM e a novas tecnologias digitais: Um panorama histórico da região noroeste do Rio Grande do Sul**. Artigo on-line. Disponível em <<http://goo.gl/hnKT6K>> Acesso em 6/12/ 2014.

REVISTA HISTÓRIA DOS 121 ANOS DE IJUHY. Ijuí: Gráfica Editora Jornalística Sentinela Ltda, abr. 2012.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Letras Contemporâneas Oficina Editorial, 2003. Disponível em: <<http://bocc.unisinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacao-media.pdf>>. Acesso em 30/11/ 2014.

WILM, Melissa Gressler. **Os meios de comunicação de Ijuí: um breve resgate histórico**. In: Formas e Linguagens. Ijuí, editora Unijuí, 2003.

ZARTH, Paulo Afonso. **A “babel do novo mundo”: história das relações étnicos-culturais através da imprensa de Ijuí**. Brasil. Disponível em: <[http://www.academia.edu/2112731/O\\_retorno\\_das\\_etnias\\_no\\_ensino\\_de\\_Historia\\_do\\_melting\\_pot\\_ao\\_multiculturalismo\\_na\\_imprensa\\_de\\_Ijuí](http://www.academia.edu/2112731/O_retorno_das_etnias_no_ensino_de_Historia_do_melting_pot_ao_multiculturalismo_na_imprensa_de_Ijuí)>. Acesso em 05 de Setembro de 2014.