

Como citar este texto: FIEPKE, Rejane Beatriz. SCHWAAB, Reges Toni. Efeitos de sentido da identidade alemã no programa *Die Deutsche Stunde* da Rádio Comunitária de Novo Machado. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 08, n. 01, pp. 71-95, jan./jun. 2017.

**Efeitos de sentido da identidade alemã no programa  
*Die Deutsche Stunde* da Rádio Comunitária de Novo Machado**

Rejane Beatriz Fiepke <sup>1</sup>

Reges Toni Schwaab <sup>2</sup>

Recebido em: 15 de maio de 2017.

Aprovado em: 09 de junho de 2017.

**Resumo**

O presente artigo consiste no estudo dos efeitos de sentido produzidos pelo programa radiofônico, *Die Deutsche Stunde*, em língua alemã, da Rádio Comunitária de Novo Machado - RS. A perspectiva teórico-metodológica está fundamentada na Análise de Discurso Francesa (ORLANDI, 2007) e na conceituação de identidade alemã e língua local (GAELZER, 2014). A partir de um corpus selecionado de quatro edições do programa, desenvolvemos um mapeamento para compreender como o programa faz uso da língua, identificar se há marcadores linguísticos que remetem a uma distinção identitária, bem como elementos que explicitam traços culturais. Observamos sentidos ligados ao cotidiano da população local, traços da adaptação que a língua sofreu, bem como, um anseio em preservar costumes, e assim compor uma identidade alemã a partir do que é ressignificado da herança dos imigrantes.

**Palavras-chave:** Rádio; Análise de Discurso; Identidade Alemã.

**Introdução**

O programa radiofônico *Die Deutsche Stunde*<sup>3</sup>, da rádio Atual 104.9 FM, é a principal atração das noites de quarta-feira para um grande número de habitantes

---

<sup>1</sup> Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria e Mestranda em Letras/Estudos Linguísticos, pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Santa Maria. [rejanefiepke@hotmail.com](mailto:rejanefiepke@hotmail.com)

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2011), com estágio de doutoramento na Universidade Nova de Lisboa, Portugal. [reges.jor@gmail.com](mailto:reges.jor@gmail.com)

<sup>3</sup> Tradução nossa: A Hora Alemã.

novomachadenses de descendência alemã. Com uma diversidade de estilos de músicas em alemão e o discurso do locutor, que interage com os ouvintes, trazendo peculiaridades dos costumes locais, o programa se consolida como sendo o único desta emissora voltado a um público específico, e com uma participação muito significativa deste público, principalmente por meio de ligações telefônicas<sup>4</sup>.

*Die Deutsche Stunde* retrabalha os traços culturais da primeira etnia que colonizou o município, os alemães<sup>5</sup>, e contribui para que as características étnicas se perpetuem entre a nova geração<sup>6</sup>. Ressaltamos ainda, as especificidades e importância do veículo rádio, que mesmo num contexto atual em que mídias digitais ganham espaço todo dia, ele mantém a sua função de informar e aproximar os ouvintes.

Assim, surge a pesquisa, impulsionada pela seguinte proposta: estudar os efeitos de sentido da identidade alemã no programa *Die Deutsche Stunde*. Considerando que programação é na língua local falada pelos imigrantes, a *Sprachmischung*<sup>7</sup>, que é a principal característica identitária preservada entre a população de origem germânica, procuramos compreender quais os sentidos que emanam do discurso do locutor, se estão atrelados a identidade alemã. Além disso, buscamos refletir acerca do uso da língua, observando se há ocorrências que merecem ser destacadas; identificar se há presença de marcadores linguísticos de distinção identitária; e, investigar a relação entre o meio rádio, o uso da língua e a identidade.

Os caminhos teórico-metodológicos se dão por meio da Análise de Discurso de linha francesa. Foram adotados ainda, procedimentos de apoio para auxiliar na realização do estudo, como pesquisa bibliográfica, entrevista aberta com a equipe do

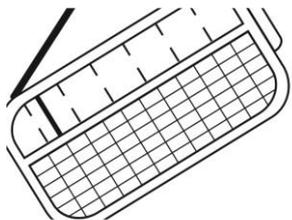
---

<sup>4</sup> Informações da equipe do programa, obtidas por meio de entrevista aberta.

<sup>5</sup> “A partir de 1918, os primeiros colonizadores alemães chegaram a Novo Machado, procedentes de vários países Europeus, quer seja, entre outros, da Letônia, Lituânia, Romênia, Estônia, Rússia, Polônia e da própria Alemanha, ocupando inicialmente a região da atual sede e arredores” (PRIEBE e SCHROEDER, 2005, p. 52).

<sup>6</sup> “A gente vê a dimensão desse programa, às vezes recebemos ligações até de crianças de 5, 10 anos, que dizem que estão escutando o programa e entendendo, então ficamos felizes com isso, porque é um programa que abrange a todas as idades, e com isso percebemos que a cultura está se preservando” (STEFANSKI, 2016).

<sup>7</sup> Tradução: mistura de línguas. “A mistura do dialeto alemão com a língua Portuguesa” (GAELZER, 2014, p. 7).



programa e a técnica da semana construída para a coleta da amostra que deu origem ao corpus.

O texto está organizado em quatro etapas. Inicialmente apresentamos o programa de rádio analisado no contexto da comunidade local, trazendo características e aspectos históricos, bem como, a importância da rádio comunitária em uma cidade de interior e de baixo índice demográfico como o do município Novo Machado. A segunda parte se refere aos procedimentos metodológicos, em que detalhamos todo o processo da construção desta pesquisa. Já na terceira etapa, acontece a análise do corpus, ou seja, o estudo dos efeitos de sentido no programa *Die Deutsche Stunde*. Por último, nas considerações finais, destacamos os resultados obtidos e futuras possibilidades de investigações acerca deste tema.

## **O programa no contexto da comunidade local**

O programa radiofônico, *Die Deutsche Stunde*, é veiculado na rádio comunitária Atual FM 104.9 de Novo Machado, Rio Grande do Sul. Conforme Priebe e Schroeder (2005)

O Município foi criado pela Lei nº 9.555 de 20 de março de 1992, com uma área de 218,325 Km<sup>2</sup>, possui 3.925 habitantes, localizado ao noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, na Região do Alto Uruguai e pertencente à Região da Grande Santa Rosa. (PRIEBE e SCHROEDER, 2005, p. 22)

Priebe e Schroeder (2005, p. 126) destacam que as atividades econômicas do município de Novo Machado são essencialmente agrícolas, com ênfase no cultivo de soja, trigo, milho, suinocultura, e produção leiteira. Fato possibilitado pelas favoráveis condições climáticas e do solo, pertinentes para a prática da agricultura.

Em decorrência de sua localização geográfica, que dista aproximadamente 530 km de Porto Alegre<sup>8</sup>, a maior parte dos habitantes de Novo Machado não mantém vínculo ou relações com a Capital do Estado do Rio Grande do Sul. Tal situação é comum para as regiões interioranas afastadas dos grandes centros.

Para obter dados referentes ao histórico da Rádio Atual FM 104.9 e ao programa em estudo, e por não haver material bibliográfico sobre o assunto, fizemos uso de entrevista aberta, do tipo em profundidade, que segundo Duarte (2002),

tem como ponto de partida um tema ou questão ampla e flui livremente, sendo aprofundada em determinado rumo de acordo com aspectos significativos identificados pelo entrevistador enquanto o entrevistado define a resposta segundo seus próprios termos, utilizando como referência seu conhecimento, percepção, linguagem, realidade, experiência. (DUARTE, 2002, p. 65).

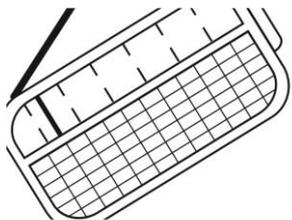
Leandro Stefanski, responsável pela rádio, relata que a emissora passou a funcionar legalmente em outubro de 2009, e há pouco tempo, sua programação começou a ser transmitida pela Internet<sup>9</sup>. No entanto, antes disso a emissora já estava no ar desde 2006, período em que surgiu o primeiro programa *Die Deutsche Stunde*.

Desde o início a programação foi um sucesso, sempre com um grande número de ouvintes e participações. Depois, devido as irregularidades, a rádio foi fechada por certo período de tempo, e assim que foi reaberta, em 2009, a comunidade logo pediu pra nós sobre a possibilidade de ter um programa em alemão de novo. Então fomos em busca de uma pessoa que se dispusesse a ser o locutor, porque o do primeiro programa não tinha mais condições de prosseguir devido a problemas pessoais. Até que pensamos no Arnaldo Fehlauer, entramos em contato, ele aceitou e está fazendo o programa até hoje. (STEFANSKI, 2016).

---

<sup>8</sup> Informação obtida pelo Google Maps.

<sup>9</sup> Site da Rádio Atual FM 104.9, de Novo Machado: <http://www.radioatualfm.com.br/>



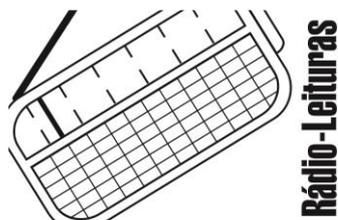
*Die Deutsche Stunde* passou por duas fases, antes e depois do fechamento da emissora em função de questões legais. No primeiro momento, o locutor era outro e a programação se dava no período de tempo de uma hora. Já no segundo, a partir de 2009, além de um novo locutor, a duração foi estendida para duas horas. “Percebemos que estava se tornando difícil atender a todos os pedidos do pessoal em apenas uma hora de programação, então resolvemos acrescentar mais uma”, afirma Stefanski (2016).

O rádio se diferencia dos demais veículos de comunicação devido ao fato de apenas atingir diretamente o sentido da audição. Salinas (1994) enfatiza essa característica única do rádio

O rádio é o único meio de comunicação de massa que se utiliza apenas do som em sua expressão. O rádio possui a exclusividade da magia sagrada do som. Atribui-se seu poder justamente à ausência da imagem, poder este que reside na sua capacidade de ativar a imaginação visual, onde nada é visto, somente ouvido, e a mente de cada um encarrega-se de criar as imagens que correspondem ao som. (SALINAS, 1994, p. 84).

Em seu histórico a UNESCO é caracterizada por incentivar o uso dos meios de comunicação como meio de desenvolvimento local e social. Parte de um material informativo, composto por um folheto sobre “Centros Multimedia Comunitários”, no item sobre as rádios comunitárias, destaca:

A rádio comunitária é pouco custosa, fácil de manejar e tem a vantagem de alcançar a todos os membros da comunidade em sua própria língua. Como meio de comunicação de massa, incrementa consideravelmente o potencial de desenvolvimento implícito no intercâmbio de informação, de conhecimento e de experiência. A rádio comunitária não só informa, educa e entretém, mas dota a comunidade de mais poder ao outorgar a palavra a todos ‘sem-voz’, com o que favorece a transparência nos assuntos públicos (UNESCO, [s./d.]).



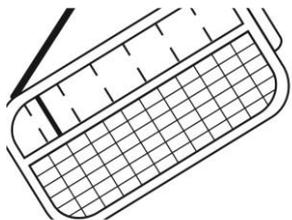
Em concordância, alinhado a esse pensamento, Peruzzo (2004), também apresenta as características inerentes à rádio comunitária, que desempenha um importante papel na comunidade onde está inserida e prioriza sempre pelo local, dando primazia aos sujeitos e contextos mais próximos de onde ela se encontra.

A rádio comunitária que faz jus a este nome é facilmente reconhecida pelo trabalho que desenvolve. Ou seja, transmite uma programação de interesse social vinculada à realidade local; não tem fins lucrativos; contribui para ampliar a cidadania melhorando o nível de informação, educação informal e cultura dos receptores sobre temas diretamente relacionados à sua vida; permite a participação ativa das pessoas residentes na localidade e de representantes de movimentos sociais e de outras formas de organização coletiva na programação, nos processos de criação, no planejamento e gestão da emissora. (PERUZZO, 2004, p. 243).

Observando o formato do programa, percebemos que segundo os sete gêneros radiofônicos identificados por Barbosa Filho (2003), *Die Deutsche Stunde* se enquadra no gênero radiofônico entretenimento. As características do gênero entretenimento são a combinação entre sequências musicais, informações locais, homenagens, anúncios, classificados, participação dos ouvintes, e comentários do locutor acerca de diversos assuntos banais. Barbosa (2009) destaca que as especificidades deste gênero

Ligam-se ao universo do imaginário, cujos limites são inatingíveis e causam proximidade e empatia entre a mensagem e o receptor que não podem ser desprezadas, sob o preço cruel da perda de contundência da transmissão dos significados de uma determinada informação para o público. (BARBOSA, 2009).

Toda a programação tem como idioma a língua falada na comunidade local, que se trata de um fenômeno em que o contato de duas ou mais línguas resulta em uma mistura de elementos que compõe uma espécie de terceira língua, que Gaelzer (2014, p. 172), chama de *Sprachmischung*. Conforme a autora, “ao trabalharmos com o conceito de *Sprachmischung*, estamos falando de uma variação dialetal que envolve a



hibridação da língua Alemã com outra língua, no caso, a língua Portuguesa, criando um léxico intermediário entre as duas línguas”.

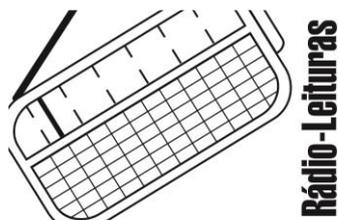
Assim, é importante ressaltar que mesmo não se tratando de uma língua reconhecida gramaticalmente, a *Sprachmischung* também é considerada como uma língua ao invés de um dialeto. Uma das principais características da *Sprachmischung*, são as constantes modificações que ela enfrenta no contexto sócio histórico da época em que se encontra inserida. Assim, não se pode defini-la ou estudá-la a partir de regras pré-estabelecidas, devido ao fato de estar sempre em movimento. Para sustentar essa ideia, é válida a reflexão de Orlandi (2002, p.66) acerca de língua fluída, em que a autora afirma que “a língua fluída seria aquela que não se deixa imobilizar nas redes dos sistemas e das fórmulas”.

Na região de abrangência do programa radiofônico *Die Deutsche Stunde* há uma forte presença de traços da cultura alemã, mantidos ao longo do tempo. Uma vez praticantes de mesmos hábitos culturais, e principalmente, falantes de uma mesma língua, os sujeitos de descendência alemã se constituem em uma espécie de “nós” em relação aos outros, um grupo distinto dos demais presentes na sociedade, conforme relata Neumann

A formação de identidade étnica é sempre relacional, pois envolve a construção e a afirmação de um nós diante de um outro. Os imigrantes vindos em diferentes épocas e regiões da Alemanha, carregando suas peculiaridades, constituíram no Brasil sua identidade enquanto grupo étnico alemão, contrapondo-se aos outros. (NEUMANN, 2014, p. 27).

Silva (2009) afirma que apenas se pode dizer que determinada identidade existe quando é possível identificar outra, diferente da primeira, com suas características e traços peculiares. Segundo o autor a identidade é

uma construção relacional, ou seja, para existir ela depende de algo fora dela, que é outra identidade. Além disso, precisamos considerar que toda identidade é uma construção histórica: ela não existe sozinha, nem de forma absoluta, e é sempre construída em comparação com outras identidades, pois sempre nos identificamos



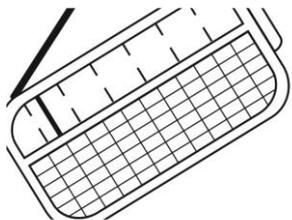
como o que somos para nos distinguir de outras pessoas. (SILVA; SILVA, 2009, p. 204).

No estudo em questão, podemos destacar a língua como uma característica marcante e inerente à identidade dos sujeitos que se dizem “alemães”. Segundo Gaelzer (2011), a língua recebe um lugar de destaque, pois ela é o elemento de ligação dos imigrantes entre o país de origem, a sua cultura e o outro lugar, onde se estabelece um novo vínculo. É pela língua que os imigrantes guardam os seus saberes, a sua história e os seus bens simbólicos. Os estudos de Meyer (2000 apud AREND 2005) e Grützmänn (1999 apud AREND 2005) mostram que “a língua foi o elemento central acionado pelo ideário germanista no processo de construção da diferenciação e identificação dos imigrantes e descendentes”.

Em virtude dos aspectos históricos do município, no que se refere à língua e processo de imigração, é pertinente lembrar como ocorreu a inserção do rádio em Novo Machado. Conforme Priebe e Schroeder (2005, p. 282), não há informações de que no início da colonização existisse algum rádio no município. De acordo com um levantamento realizado pelas autoras, foi somente em 1939 e 1940 que entraram os primeiros rádios em Novo Machado.

Priebe e Schroeder (2005, p. 283) destacam que o rádio desempenhou um papel importante na região, por ocasião da II Guerra Mundial, quando as pessoas, ainda muitos pioneiros ou descendentes, queriam saber notícias sobre os acontecimentos do seu país de origem. Porém, “os que possuíam rádio, e queriam escutar notícias da Guerra, tinham que se cuidar da censura”.

Os imigrantes e seus descendentes sempre mantiveram vivo o sentimento de pertencimento à terra natal, reforçado principalmente por aspectos étnicos e culturais como a língua e tradições que trouxeram da nação de origem. Em relação a esse elo simbólico que permanece entre os sujeitos, pode-se falar no princípio legal do jus sanguinis. De acordo com Burlamaque (2006), por meio do sistema do jus sanguinis a nacionalidade de origem obtém-se de acordo com a dos pais, à época do nascimento, pois se trata de nacionalidade obtida de acordo com a filiação.



O critério do jus sanguinis foi adotado na Antiguidade Clássica e Oriental. Posteriormente, com a Revolução Francesa, movimento que pôs fim ao Antigo Regime e, com ele, lembranças do feudalismo, passou a ser mais utilizado. Simetricamente ao que acontece com o sistema do jus soli, o jus sanguinis é adotado pelos países de emigração, sobretudo os europeus, que desejam manter vínculos com seus nacionais. (BURLAMAQUE, 2006, p. 23).

Desse modo, existe a possibilidade da cidadania germânica ser estendida aos descendentes até a segunda geração, o que reforça o sentimento de pertencimento à nacionalidade do país de origem dos pais.

Assim, denota-se o papel fundamental do rádio na vida da população descendente de imigrantes, pois considerando que a maior parte da cultura e suas crenças são transmitidas pela oralidade para as novas gerações, o rádio tem parte importante neste processo.

### **Procedimentos metodológicos**

Buscamos compreender quais são os efeitos de sentido originados no entorno da identidade alemã discursivizada pelo programa, e constituída essencialmente pela língua, lembrando que Bakhtin (2004) afirma que as palavras apenas assumem efeitos de sentido a partir das práticas sociais, e que, portanto, a realidade da língua é social. Mostrando desse modo, que somente é possível compreender os sentidos produzidos pelos discursos quando se considera o contexto em que se encontram.

Considerando que o dispositivo teórico-metodológico empregado é a Análise de Discurso (AD) de Linha Francesa, Orlandi (2007) afirma que a AD, que teve a sua origem na França com Michael Pêcheux, na década de 1960, fez do discurso seu objeto primordial, a partir de contribuições e releituras de elementos de três áreas do conhecimento: a linguística, o materialismo histórico e a psicanálise. Schwaab (2007) explica o procedimento da análise

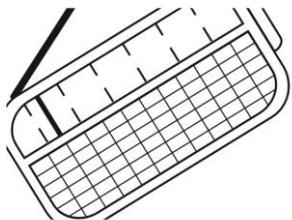
A AD vai considerar o funcionamento lingüístico (da ordem do interno) e as condições de produção em que ele se realiza (da ordem da exterioridade). Desse modo, o lingüístico e o aspecto histórico e social ficam reunidos sob a denominação do discurso. Isso porque o desenvolvimento da AD se dá a partir do imbricamento de aspectos da Lingüística, do Marxismo e da Psicanálise. Assim, busca relacionar a língua com a história e como elas atuam na produção de sentidos, deslocando a noção de homem e pensando um sujeito discursivo que funciona pelo inconsciente e pela ideologia. (SCHWAAB, 2007, p. 16).

Por meio da Análise de Discurso, acontece o estudo dos efeitos de sentido, que nesta pesquisa giram em torno da identidade. Orlandi (1987, p. 11), fala que a formação dos sentidos foge do controle do indivíduo que profere o discurso, pois “o sujeito diz, pensa que sabe o que diz, mas não tem acesso ou controle sobre o modo pelo qual os sentidos se constituem nele”.

Com base nisso, Schwaab (2007) ressalta que um mesmo discurso proferido em ocasiões distintas jamais poderá ser considerado igual, tendo em vista que as palavras significam por meio do histórico, social e imaginário do sujeito que fala, produzindo sempre diferentes efeitos de sentido.

Para a AD, todo discurso é efeito de sentidos entre locutores, com o sentido dependendo de complexas relações. Assim sendo, as palavras mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam. Elas são adjetivadas a partir dessas posições, ou seja, da relação com as formações imaginárias. O sentido se forma por um trabalho da rede da memória, ele não está fixado a priori como essência das palavras, nem tampouco pode ser qualquer um: há a determinação histórica. Assim, um enunciado sempre pode se tornar outro. Um texto parte em inúmeras direções. A AD considera o texto em sua materialidade como uma peça com suas articulações. Todas são relevantes para a construção do ou dos sentidos. (SCHWAAB, 2007, p.20).

A Análise de Discurso não se preocupa com as questões atreladas diretamente à língua, como situações gramaticais por exemplo. Seu foco é o discurso. Orlandi (2007) explica que a palavra discurso, em sua etimologia, possui o sentido de movimento, de percurso, e que “com o estudo do discurso observa-se o homem falando”. Ainda, Orlandi afirma que “na análise de discurso, procura-se compreender a língua fazendo sentido,



enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história” (ORLANDI, 2007, p.15).

Para construir o corpus para a análise, nos apropriamos da proposta da semana construída, com algumas adaptações. Teramo (2006) explica o processo de desenvolvimento desta técnica:

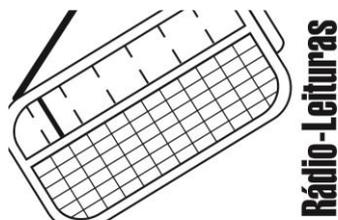
A semana construída consiste em seleccionar um dia da primeira semana do período escolhido, em seguida, o segundo dia da segunda semana e assim por diante, para realizar um calendário semanal. O monitoramento através das semanas construídas permite obter uma amostra aleatória de informação dos meios, ampliando o alcance da sua seleção. Isso evita distorções próprias de um pequeno tempo informativo, enquanto preserva as diretrizes da marca editorial. (TERAMO, 2006, p. 61) [tradução minha].<sup>10</sup>

O recorte das edições do programa *Die Deutsche Stunde* se deu em um período de quatro meses, em que, tendo como base a técnica da Semana Construída, optamos por criar um mês construído, pelo fato do programa ser realizado apenas uma vez por semana, no caso, na quarta-feira. Assim, por se tratar de um programa de entretenimento, atrelado a questões locais, decidimos seleccionar o período entre novembro de 2015 e fevereiro de 2016, para garantir uma possível maior diversidade temática e ter um corpus que permita uma visão mais ampla sobre as suas características.

A partir desse recorte temos o programa da primeira semana de novembro, o programa da segunda semana de dezembro, da terceira semana de janeiro, e da quarta semana de fevereiro, que juntos compõe o mês construído que dá origem à amostra a

---

<sup>10</sup> La semana construida consiste en seleccionar un día de la primera semana del período elegido, luego el segundo día de la segunda semana y así consecutivamente hasta cumplir una semana calendario. El monitoreo a través de semanas construidas permite obtener una muestra aleatoria de la información de los medios ampliando el rango de su selección. Esto evita distorsiones propias de un momento informativo reducido, al mismo tiempo que suele conservar las marcas de la pauta editorial. (TERAMO, 2006, p. 61).



partir da qual o corpus foi constituído. A programação foi gravada pela equipe técnica da emissora mediante solicitação e posteriormente cedida para o estudo.

Após o processo de coleta da amostra, foi feita a transcrição dos quatro programas de rádio, com a duração de duas horas cada, primeiro no dialeto alemão, e depois traduzido para o português. A partir de então, realizamos uma leitura minuciosa do material transcrito nas duas versões para dar início à análise.

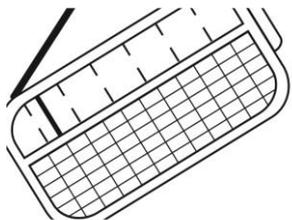
### **Os efeitos de sentido no Die Deutsche Stunde**

Por meio da Análise de Discurso de Linha Francesa, inicialmente optamos por definir a Formação Discursiva, que para Pêcheux (1997) “é o lugar da constituição do sentido” e somente no interior da FD a subjetividade dos sujeitos pode ser compreendida. Uma mesma palavra pode resultar em efeitos de sentidos distintos conforme a FD na qual se encontra inserida. O saber de uma Formação Discursiva se origina a partir do social, histórico e ideológico que afeta o sujeito. Desse modo, para compreender o discurso dos sujeitos faz-se necessário considerar todo o seu entorno.

Observamos que se destacam elementos no discurso do locutor que estão diretamente atrelados às práticas do cotidiano da população de origem alemã, bem como costumes e características desta etnia, assim consideramos propício nomeá-la de Formação Discursiva Identidade Alemã (FDIA). Percebemos que todo o discurso do locutor do programa gira em torno de características próprias de uma cultura local, sem fazer alusão à pátria de origem dos imigrantes ou demonstrar uma afeição à Alemanha. Assim, buscamos entender como se constituem os efeitos de sentido no entorno dessa identidade alemã.

Para guiar a análise, fizemos a seleção das Sequências Discursivas (SD), que segundo Gaelzer (2014) acontecem na “articulação do interdiscurso com o intradiscurso”:

é no interior de uma FD por meio do processo discursivo que acontece a interpelação do indivíduo em sujeito ideológico do discurso e é através do interdiscurso, inscrito em uma dada FD, que as



modalidades de assujeitamento podem ser analisadas e nesta articulação são produzidos os efeitos de sentido do intradiscurso. (GAELZER, 2014, p. 73).

A partir de uma leitura minuciosa do material transcrito, <sup>11</sup>destacamos as principais sequências discursivas relacionadas às características do programa e aos objetivos dessa pesquisa, que totalizam 78 recortes, definidos por meio da observação do discurso. Após uma breve análise, notamos que estas SDs compõe a FDIA. Como meio de organizar o corpus para a respectiva análise, decidimos atribuir a cada SD o número, conforme a ordem em que está inserida na amostra, e a letra, referente ao mês de que foi selecionada. Assim, para saber a ordem da sequência discursiva no corpus e o respectivo mês correspondente ao programa de que foi recortada, usamos a seguinte identificação: SD, seguida de número da SD e a inicial do mês correspondente, sendo N para novembro, D para dezembro, J para janeiro e F para fevereiro.

Observamos que nas quatro edições do programa *Die Deutsche Stunde* o discurso do locutor é atravessado por dizeres que remetem à valorização da *Gemeinde* (comunidade), que desde o início da colonização alemã é considerada um pilar fundamental para a preservação dos aspectos identitários étnicos. Gaelzer (2014) afirma que “o processo de identificação desse grupo se deu na medida em que foram consolidando suas *Gemeinde* no desmembramento dos elementos: Família, Religião (construção de igrejas) e Saber (construção de Escolas)”.

Percebemos que prevalece a referência à família, principalmente no que diz respeito às práticas que favorecem a sua unidade, aos momentos de união, de diálogo e interação, marcados essencialmente pelo ato de tomar chimarrão, referido pelos falantes locais como “eine cuie getrinken”, que pode ser exemplificada pela SD a seguir.

---

<sup>11</sup> Os quatro programas selecionados como amostra da pesquisa resultaram em 120 páginas de transcrição do áudio. Ressaltando que o programa não possui um número de blocos limitado e nem tempo de fala do locutor pré-estabelecido, pois a programação é ao vivo e acontece espontaneamente conforme a demanda de ligações, anúncios e assuntos tratados pelo locutor.

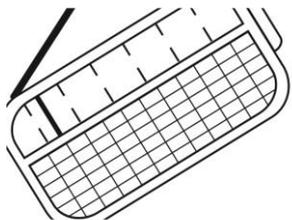
SD1N: Fühlen Sie sich gut, und machen Sie eine schöne Cuie. Aber ich glaube, die Leute sind schon fast grün weil Sie schon viel getrunken haben. Wegen den kleinen Regen von gestern und heute, “du lieber jammer” würde ich gerne wissen, wie viel Kilo Pipoca wurden in diese zwei Tage gegessen. (Tradução nossa: Sintam-se bem, e façam um chimarrão bem bonito. Mas eu acho que as pessoas já estão quase com a pança verde de tanto tomar chimarrão. Com a chuvinha que deu ontem e hoje, meu favor, eu gostaria de saber quantos quilos de pipoca foram comidos nesses dois dias).

O chimarrão não é oriundo da cultura alemã, mas foi adotado pelos imigrantes alemães e preservado ao longo dos anos. Braun (2012, p. 19) enfatiza que “tomar chimarrão, além de ser uma tradição da cultura gaúcha, estimulava a socialização entre os familiares, parentes e amigos”. As famílias alemãs prezavam pela união e, respectivamente todas as práticas culturais que a favorecessem.

Além do chimarrão, comer pipoca também é um hábito comum entre as famílias alemãs da comunidade novomachadense. Devido à maioria dos descendentes de imigrantes ser constituída por agricultores, que não podem desempenhar as suas atividades rotineiras quando chove, reunir-se para conversar em família é o mais comum, e nestes momentos é típico o acompanhamento de pipoca e chimarrão, conforme mostra a SD1N no trecho “*Wegen den kleinen Regen von gestern und heute, ‘du lieber jammer’ würde ich gerne wissen, wie viel Kilo **Pipoca** wurden in diese zwei Tage gegessen.*” (“Com a chuvinha que deu ontem e hoje, meu favor, eu gostaria de saber quantos quilos de pipoca foram comidos”).

A SD37D apresenta uma realidade também relacionada à valorização da questão familiar, que se faz presente na comunidade alemã local, e se repete em todas as datas comemorativas importantes, principalmente nos finais de ano. Trata-se dos familiares e parentes que estão longe e retornam nos períodos de festas para rever a família e amigos, e para isso, é comum que as pessoas que irão recepcionar as visitas se preparem com muita comida:

SD37D: *Die Weihnachtszeit ist schon vor die Tür. Wir wünschen euch alle ein schönes gutes Weihnachtsfeier. Und es ist jetzt ganz nahe. Es dauert*



## Efeitos de sentido da identidade alemã no programa *Die Deutsche Stunde* da Rádio Comunitária de Novo Machado

Rejane Beatriz Fiepke e Reges Toni Schwaab

*jetz gar nicht mehr so lange, dann könnem wir schon anfangen und uns vorzubereiten, ein Rind und ein Schwein abschlachten weil zu Weihnachten kommt immer Besuch. Die Leute kommen von anderen Stadten nach Novo Machado, deshalb müssen die Leute hier sich vorbereiten.* (Tradução nossa: O Natal já está na frente da porta. Nós desejamos a vocês um bom e feliz Natal. E já está bem perto agora. Nem demora mais tanto, agora já dá pra se preparar, matar um terneiro, um porco, umas galinhas, porque no Natal sempre vêm visitas. As pessoas vem das outras cidades para o município de Novo Machado, então as pessoas precisam se preparar.)

Uma das características do programa são as propagandas de lojas e estabelecimentos comerciais locais. No entanto, o diferencial é que os anúncios feitos pelo locutor são espontâneos, sem roteiro prévio, relacionados à realidade dos moradores da comunidade, às datas comemorativas e geralmente dialogam com situações presentes, como mostra a SD29D:

SD29D: *Und ist der "Gás" leer geworden? Habt ihr dem ganzem Nachmittag Pipoca gemacht? Rufen Sie zu der Nummer drei fünf vier vier elf zwanzig an.* (Tradução nossa: E acabou o gás? Fizeram pipoca a tarde inteira? Então liguem no telefone: três cinco, quatro quatro, onze vinte).

Observamos que o locutor associa a propaganda comercial a um hábito comum das pessoas, quando fala "ganzem Nachmittag Pipoca gemacht?" ("Fizeram pipoca a tarde inteira?"), considerando que essa edição do programa se deu em uma semana chuvosa, o locutor atrelou o anúncio à situação cotidiana.

Na SD63F o locutor faz o anúncio de encomendas de tortas para a Páscoa em um mercado da cidade. No entanto é criado um diálogo a partir desta divulgação, que envolve a equipe da rádio, os ouvintes e a vida pessoal do próprio locutor:

SD63F: *Bei die Comtul gibt es Torten zu Bestellung, Sekretär. Wenn jemand Torten zum Ostern bestellen möchte, dan sprecht mal mit den Menschen von der Comtul in Tucunduva und Novo Machado. Die machen immer Torten zu Bestellung. Sekretär, müssten wir auch nicht eine Torte essen? So eine halbe Torte und noch etwas zum trinken. Ich*

*esse Torte so gerne mit Wurst, "mein das schmeckt so gut" aber gekochte Wurst. Also, wenn ihr eine Torte wollt, den macht die Bestellung bei die Comtul! (Tradução nossa: Na Comtul tem encomendas de tortas, secretário. Se alguém quer deixar fazer tortas para a Páscoa, então falem com as pessoas da Comtul, em Tucunduva e Machado. Eles sempre fazem tortas por encomenda. Secretário, nós também não teria que comer uma torta? Uma meia torta e ainda tomar algo junto. Eu gosto muito de comer torta com salame, meu isso é gostoso, mas salame cozido. Então se vocês querem uma torta, façam a encomenda na Comtul).*

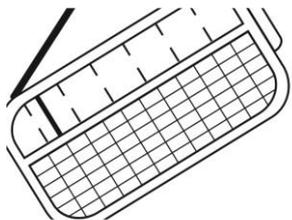
Inicialmente o locutor se dirige ao seu auxiliar no programa, a quem chama de *Sekretär*<sup>12</sup> como se o anúncio fosse para ele, como mostra o início da SD63F *"Bei die Comtul gibt es Torten zu Bestellung, Sekretär"*. (Na Comtul tem encomendas de tortas, secretário). Depois, fala aos ouvintes, *"Wenn jemand Torten zum Ostern bestellen möchte,"* (Se alguém quer deixar fazer tortas para a Páscoa), em seguida novamente ao secretário, e logo comenta de seus gostos pessoais, no caso, comer torta com salame, *"Ich esse Torte so gerne mit Wurst"*. Esse diálogo é comum em todas as edições do programa analisadas, e transmite uma sensação de conversa criada pelo locutor.

Uma particularidade é que grande parte dos anunciantes do programa também são ouvintes, e dentre eles, muitos são de origem alemã. O próximo recorte, SD41J, inicia com a divulgação dos serviços da funerária e em seguida o locutor se dirige ao dono e a sua família, perguntando como estão.

*SD41J: Und zu die schweren Stunden haben wir hier die Funerária Novo Machado, hier in die Stadt Machado, und auch in plantão (Bereitschaftsdienst) in Tucunduva Stadt. Das ist Eigentum von Chico Kulbaba, Guten Abend Chico und Familie, alles gut? (Tradução nossa: E nas horas mais difíceis nós temos aqui a Funerária Novo Machado, aqui na cidade de Machado, e também tem plantão em Tucunduva. Isso é do Chico Kulbaba, boa noite Chico e família, tudo bem?).*

No trecho *"Guten Abend Chico und Familie, alles gut?"* (Boa noite Chico e família, tudo bem?), percebemos que ouvir rádio conjuntamente é um hábito que ainda persiste entre os descendentes de alemães. Segundo Priebe e Schroeder (2005), no período da

<sup>12</sup> Aportuguesamento da palavra secretário, que é mais uma palavra criada dentro da *Sprachmischung*.



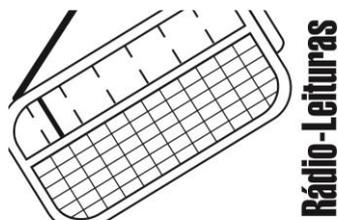
Segunda Guerra Mundial, o rádio, além de cartas, era a única forma dos imigrantes que vieram para o Brasil ter notícias daqueles que ficaram na terra natal, e como poucas pessoas tinham condições de adquirir um rádio, as famílias se reuniam na casa de algum vizinho que possuía o aparelho, e então juntos ouviam as programações. Hoje, apesar do rádio ter-se banalizado, ainda se cultiva o hábito de ouvir certos programas em família, e o locutor deixa isso transparecer em seu discurso no trecho citado.

Além de anúncios comerciais, é comum a divulgação de negócios de compra e venda de particulares. Assim, o programa acaba por servir como um meio de auxiliar nos conhecidos “briques” dos ouvintes, lhes beneficiando neste sentido, como mostra a SD61F, em que um agricultor divulga que está vendendo todas as suas vacas leiteiras devido a problemas de saúde que está enfrentando e por ser um senhor já de idade.

SD61F : *Wollt ihr Milchkühe kaufen? Der Preis ist ungefähr so wie bei dem Metzgerei, ein bisschen mehr. Die Leute verkaufen sie (die Kühe) wegen die Gesundheit; wie soll man sagen? Sie sind bald abgelebt, haben schon viel gearbeitet, deswegen tun sie die Kühe verkaufen.* (Tradução nossa: Vocês querem comprar vacas leiteiras? O preço é mais ou menos o preço de açougue, um pouco mais. As pessoas estão vendendo elas por questões de saúde, como posso dizer?! Já estão bem vividos, já trabalharam bem bonito, então estão vendendo as vacas.)

Todas as edições do programa *Die Deutsche Stunde* analisadas trazem a forte presença de características do dialeto local, a Sprachmischung, e a criação de neologismo, que no caso, são palavras mescladas entre as duas línguas. A SD17N mostra como o locutor intercala o dialeto com o português, inserindo aleatoriamente palavras de línguas distintas em seu discurso.

SD17N: *Und wissen Sie was? Wer uns heute hier anruft, für einen Geburtstag gratulieren oder für irgendwas, oder nur anrufen wollt, wird ein **Premio concorrian**. Wir haben eine schöne “Cuie” hier zum Verlosung, das ist wirklich was schönes. Wer sie bekommt hat den compromisso hier kommern mit Erva” und heisses Wasser und eine “Bomb”, ja weil die Cuie ist hier, sie ist von **Mercado Economico von Pratos, obrigado seu Marcos Scheniquer pelo brinde, pela cuida. Neue cuia, neue erva, neue pipoca, “du lieber jammer”, dann geht das***



*Program schnell zu ende.* (Tradução nossa: Sabem de uma coisa? Se vocês ligarem aqui hoje, pra um aniversário, ou qualquer coisa, ou só querem lugar mesmo, vocês vão concorrer à um prêmio. Nós temos hoje aqui uma cuia bem bonita, é realmente bonita. Quem ganhar ela tem o compromisso de vir aqui com erva e água quente, e uma bomba, sim, porque a cuia está aqui. Ela é do mercado econômico de Pratos, obrigado seu Marcos Scheniguer pelo brinde, pela cuia. Cuia nova, erva nova, pipoca nova, meu favor, assim o programa chega ao fim ligeiro).

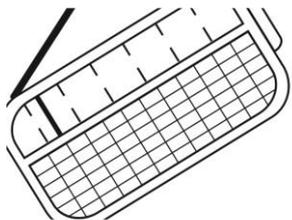
Notamos que a palavra “*concorrian*”, na SD17N, se origina a partir da palavra “concorrer” que teve o seu sufixo “er” substituído pelo “ian”, tornando-se germanizada e desse modo passa a não pertencer mais gramaticalmente a nenhuma das línguas, e o seu sentido se materializa apenas aos falantes do alemão. Gaelzer (2014) comenta que

Ao nos determos sobre a *Sprachmischung*, constatamos que não há apenas uma transferência de uma língua para outra, existe certo processo de germanização das palavras e essas palavras começam a fazer parte do vocabulário dos imigrantes, como se elas “fossem” da língua Alemã. (GAELZER, 2014, p. 190).

As crenças e costumes passados de geração à geração também são uma característica presente na etnia alemã, em que os mais velhos transmitem o seu conhecimento aos seus descendentes. Conhecimento este, que muitas vezes é baseado no senso comum popular, sem alicerce científico, como acontece na SD75F.

SD75F: *Mann sagt das die Hühner in März immer besser Eier legen. Die ältere Leute sagem immer das die “Märzhühner” sind die beste Hühner. Es gibt vieles dass man glauben kann, vieles nicht.* (Tradução nossa: Dizem que galinhas de março põe muito bem. As pessoas antigas sempre contavam que as galinhas de março são as melhores galinhas. Tem muito disso que as vezes podemos acreditar e as vezes não.)

Observamos que o próprio locutor contesta a veracidade da crença popular em alguns casos, “*Es gibt vieles dass man glauben kann, vieles nicht.*” (Tem muito disso que as vezes podemos acreditar e as vezes não). O pensamento dele vai ao encontro ao que acredita a nova geração, o que acontece em parte devido a quantidade de informação



científica que as pessoas tem hoje ao seu alcance, podendo averiguar se as crenças tem sustentação real ou não, como no caso das galinhas.

Em todo o *corpus* analisado, notamos que são poucas vezes em que o locutor discursa apenas em português, sem misturar elementos da língua alemã. Quando isso ocorre geralmente é para traduzir o que foi dito anteriormente em alemão. A SD18N revela uma informação importante, mostrando que nem todos os ouvintes compreendem o dialeto falado no programa.

SD18N: Portanto também quero mandar um grande abraço pra todo pessoal que nos escuta né, que não entende o alemão, mas que mesmo assim nós temos bastante, muitos ouvintes, amigos, que escutam essa Hora Alemã, né, como o Alfonso Calza, o Alcione Deconte.

No trecho citado o locutor inclusive fala o nome de alguns ouvintes que acompanham a programação mesmo sem entender o que é dito. Em entrevista, Stefanski(2016) explica essa situação, frequente entre os ouvintes.

Tem muitas pessoas que comentam com nós na rua, ou ligam pra cá, dizendo que estão sempre escutando o programa, e que muitas vezes só entendem a risada do Felauer (risos), porque não são de origem alemã, mas gostam de escutar mesmo sem saber o que é dito. (STEFANSKI, 2016).

A mesma situação se repete na SD42J, em que desta vez inclui uma informação em um anúncio de uma sorveteria da cidade.

SD42J: *Habt ihr Appetit einem Eis zu essen? Es gibt noch Zweit zu einem hollen. Und das ist heute nicht zu kalt für einen Eis essen. Der Sekretär hat erzähl das die Deustchländer das ganze Jahr Eis essen. Da wird nicht nur Eis im Sommer gegessen, weil der Sommer ist dort zu kurz, deswegen essen sie auch Eis im Winter. Und dass könnem wir auch hier machen. Hier ist die Sorveteria da Marcia. Dort finden sie alle verschieden frische Sachen, und sind auch bijuterias zu verkaufen.* (Tradução nossa: Vocês tem apetite para comer um sorvete? Isso

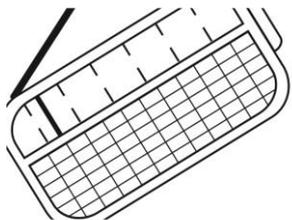
ainda dá tempo de buscar um. E isso nem tá tão frio hoje pra comer um sorvete, o secretário disse que os alemães (residentes na Alemanha hoje) comem sorvete o ano inteiro, lá não comem apenas no verão, porque o verão lá é muito curto, então eles comem também no inverno, e isso nós podemos fazer aqui também. Essa é a sorveteria da Márcia, lá tem todas essas coisas frescas, e também tem bijuterias para vender lá.)

Esta SD inicia como um simples anúncio, mas logo relaciona o ato de comer sorvete com o clima ameno do dia e com a realidade na Alemanha, onde é frio praticamente o ano inteiro, trazendo a informação de que lá o verão é curto “*der Sommer ist dort zu kurz*”. Ainda, o discurso apresenta marcadores linguísticos identitários que distinguem os alemães descendentes de imigrantes que residem no Brasil com os alemães que moram na Alemanha atualmente, como mostra o trecho “*die Deustchländer*”, se referindo aqueles que residem na Alemanha. Na mesma SD42J, o discurso traz uma característica intrínseca ao comércio de cidades pequenas, como mostra a frase “*und sind auch bijuterias zu verkaufen*” (também tem bijuterias para vender lá), em que é comum o local destinado à venda de uma espécie de produto, vender também outros totalmente diferentes, como sorvete e bijuterias.

Como prova de que o programa atinge os sujeitos de origem germânica, há o fato de que a sua audiência não acontece somente por pessoas que residem na área de alcance da rádio, mas inclusive que moram em outros estados. Como mostra a SD55F

*SD55F: Und der Hári Noiarks aus Paraná hört unseren Programm (Radio Atual) jedem Mittwoch por internet. Wie schön, wie gut. Und er möchte eine Musik hören von die Montanaris. Dann such mal diese Musik, Sekretär! Und dann schicken wir die Musik nach Paraná und für alle Leute die uns per Internet hören. (Tradução nossa: E o Hari Noiarks de Paraná está toda quarta-feira ouvindo a rádio atual pela internet, que bonito, que bom. E ele quer uma música dos Montanaris. Então procura a música secretário, e vamos mandar pro Paraná essa música, e pra todas pessoas que estão nos escutando pela Internet.)*

A SD confirma que apesar de ser um programa local, produzido em uma cidade de interior, consideravelmente pequena, é prestigiado por pessoas de muitos lugares, via Internet. Estes ouvintes, na maioria das vezes, ou já residiam no município ou então



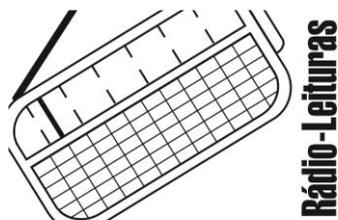
possuem familiares e parentes em Novo Machado, e em sua maioria compreendem a língua alemã.

### **Considerações finais**

O presente estudo se deu em torno dos efeitos de sentido da identidade alemã no programa de rádio *Die Deutsche Stunde*, da rádio comunitária 104.9 FM de Novo Machado. Quanto ao uso da língua falada no programa, a *Sprachmischung*, que é a mesma que a população utiliza em seu cotidiano, observamos que se consolida como a característica determinante da identidade dos que se dizem “alemães”. Atrelado às nuances da língua utilizada, podemos destacar a interação que o locutor busca criar por meio de termos que sugerem um diálogo entre a equipe do programa e os ouvintes, sempre apresentando aspectos que dizem respeito à realidade daquele momento, seja em virtude do clima, das datas comemorativas ou alguma situação que venha a ocorrer naquele dia.

Outra peculiaridade do programa são os anúncios, que na mídia tradicional passam por um processo de criação que leva em conta inúmeros fatores para que atinjam os seus objetivos da melhor maneira possível. No entanto, no *Die Deutsche Stunde*, o locutor rompe totalmente com o padrão dos anúncios, pois transforma o que poderia ser meramente informativo em algo cômico ou exagerado, geralmente levado para a realidade dos ouvintes, inclusive, dialogando com os próprios anunciantes e também trazendo as suas próprias opiniões.

A etnia alemã é fortemente marcada pela conservação de valores que buscam ser repassados a cada nova geração, principalmente os que giram em torno da unidade. Em todas as edições analisadas, predomina a valorização da *Gemeinde*, em que se destaca a família. Notamos que o discurso está sempre atrelado a momentos que podem ser desfrutadas em união, como a hora de tomar chimarrão, comer pipoca, voltar à terra natal para rever parentes e amigos, e inclusive o próprio ato de ouvir rádio.



A identidade alemã discursivizada pelo programa se constitui por meio das características de uma cultura alemã que se adaptou ao local, mas sem se desfazer totalmente da herança dos antepassados; que inseriu novos elementos em sua bagagem, principalmente no que se refere à língua, que hoje consiste em uma mistura de alemão com termos do português, bem como, palavras portuguesas que foram germanizadas. No entanto, essa identidade alemã construída longe da pátria de origem dos imigrantes, permanece como orgulho de todos que se dizem alemães.

Foi possível notar a presença, em uma Sequência Discursiva, de marcador linguístico de distinção identitária entre sujeitos oriundos da mesma descendência, porém apenas separados pela imigração. Quanto à população residente no município, o programa, apesar de ser em uma língua restrita à apenas uma das etnias que vive na comunidade, não se mostra excludente, mas pelo contrário, em diversos momentos o locutor repete na língua portuguesa o que foi dito em alemão, pois sabe que há ouvintes que não compreendem o dialeto.

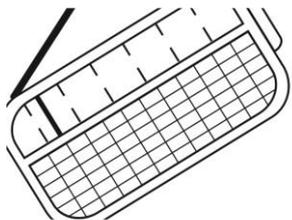
Este estudo contribui para reforçar que o meio de comunicação rádio tem um potencial muito além de disseminação de informações, entretenimento e prestação de serviços à população. No caso, serve como agente em prol da preservação de uma identidade étnica, favorecendo a história e a cultura de um povo, que busca sobreviver em meio a uma realidade atual em que as identidades se encontram em constante crise.

### **Referências bibliográficas:**

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo, Ed. Hucitec, 2004.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**. São Paulo: Paulinas, 2003.

BRAUN, Lídia Baumgarten. **Algumas considerações sobre a inserção de alemães e seus descendentes na sociedade brasileira – Colônia Riograndense**. São Paulo, Unesp, v. 8, n.1, p. 207-228, janeiro-junho, 2012.



BURLAMAQUE, Cynthia A. **A nacionalidade no Brasil e no Mundo**. Âmbito Jurídico. Disponível em:

[http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=1446](http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=1446). Acesso em: 20 jul. 2017

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade. Estudo de Caso**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2002, p. 62-83.

GAEZLER, Vejane. **A identidade do imigrante alemão: a língua, elemento simbólico de identificação**. Revista: Linguagem – Estudos e Pesquisas. V 15, n.2, p.137 – 158, jul/dez 2011. Disponível em: <http://www.revistas.ufg.br/index.php/lep/article/view/32420/17278>. Acesso em: 12 abr. 2016.

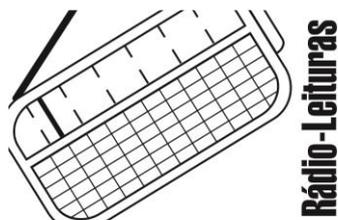
GAEZLER, Vejane. **Construções imaginárias e memória discursiva de imigrantes Alemães no Rio Grande do Sul**. Jundiaí, Paco Editorial: 2014.

NEUMANN, Rosane Marcia. **Imigração e identidade étnica: a construção do “ser alemão” no Sul do Brasil**. História: Debates e Tendências – v. 14, n. 1, jan./jun. 2014, p. 94-107.

ORLANDI, Eni P. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 7 ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.

ORLANDI, Eni P. **Língua e conhecimento linguísticos: para uma história das ideias no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2002.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: Ed. Unicamp, 1997.



PERUZZO, Círcia M.K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

PRIEBE, Gretel; SCHROEDER, Nedi. **Novo Machado conta a sua História.** 2 ed. Novo Machado: 2005.

SALINAS, Fernando de Jesus Giraldo. **O som na telenovela: articulações som e receptor.** 1994. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

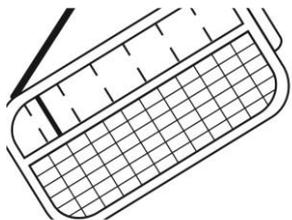
SCHWAAB, R. **Para ler de perto o jornalismo: uma abordagem por meio de dispositivos da análise do discurso.** Em *Questão* (UFRGS. Impresso), v. 13, p. 11-23, 2007.

SILVA, Kalina; SILVA, Maciel H. **Dicionário de conceitos históricos.** São Paulo: Contexto, 2009.

STEFANSKI, Leandro. **Entrevista concedida à autora.** 05 de mar. 2016.

STUMPF, Ida R.C. **Pesquisa bibliográfica.** In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.* 6 ed. São Paulo: Atlas, 2002, p. 51-59.

TERAMO, María Teresa. **Calidad de la información periodística en Argentina.** Estudio de Diarios y Noticieros. Palabra - Clave, junio, número 001. Universidad de La Sabana. Bogotá, Colombia. p. 57 – 84.



### Abstract

The present article consists in the research on the effects of sense produced by the Radiophonic program, *Die Deutsche Stunde*, in German language, of Community Radio from Novo Machado – RS. The perspective theoretical-methodological is grounded on French Speech Analysis (ORLANDI, 2007) and in the conceptualization of German identity (GAELZER, 2014). From the selected corpus, we developed a mapping to understand how the program uses the language, we want to identify if there are linguistic markers that refers to an identity distinction and elements that reveal cultural traits. We watched senses bonded to the daily of the local population, traits of adaption suffered by the language and a wish to preserve the tradition, this way we can draw up a German identity from what is redetermined of immigrants' heritage.

**Keywords:** Radio; Speech Analysis; German Identity.

### Resumen

El presente artículo consiste en el estudio de los efectos de sentido producidos por el programa de radio, *Die Deutsche Stunde*, en lengua alemana, de la Radio Comunitaria de Novo Machado – RS. La perspectiva teórico-metodológica está fundamentada en el Análisis del Discurso Francés (ORLANDI, 2007) y en la conceptualización de identidad alemana (GAELZER, 2014). A partir del corpus seleccionado, desarrollamos una cartografía para comprender de qué manera el programa hace uso de la lengua, identificar si hay marcadores lingüísticos que remiten una distinción identitaria, y elementos que explicitan trazos culturales. Observamos sentidos ligados al cotidiano de la población local, trazos de adaptación en la lengua y ansias de preservar costumbres, y así componer una identidad alemana a partir de lo que es resignificado de la herencia de los inmigrantes.

**Palabras Clave:** Radio; Análisis del Discurso; Identidad Alemana.