



Comunicação Comunitária e Internet: A Construção e a Divulgação da Identidade Étnica Alemã Através dos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela

Trabalho apresentado ao GT Relações Públicas, do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul

Marceli Cristine Schonarth

Universidade Federal de Santa Maria

Acadêmica do Curso de Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria

Aluna do curso Técnico em Segurança do Trabalho do Colégio Técnico Industrial de Santa Maria

Resumo

Este trabalho pretende verificar como a inserção dos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela nos meios de comunicação comunitários constrói e divulga a identidade étnica alemã. Foram analisados a crise da identidade, a contribuição dos meios de comunicação de massa para a crise da identidade, a identidade étnica, os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela e a comunicação nos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela. Com a globalização, tem-se acesso a produtos de todo o mundo, e os meios de comunicação de massa divulgam e distribuem esses produtos para que sejam consumidos pelos indivíduos. Assim, os indivíduos não se sentem representados no ambiente em que se inserem e buscam a re-identificação com as suas identidades culturais locais, dentre as quais está a identidade étnica, construída e divulgada por entidades étnicas.

Palavras-chave

Comunicação; Comunicação e Cultura; Folkcomunicação.

1. Introdução

Há, atualmente, uma crise da identidade, ocasionada pela globalização, com a contribuição dos meios de comunicação de massa. Com a globalização, produtos de todo o mundo estão acessíveis, cabendo, aos meios de comunicação de massa, divulgar e distribuir esses produtos para que sejam consumidos pelos indivíduos. Ao se depararem com uma infinidade de produtos e de identidades possíveis de serem consumidos, os indivíduos não se sentem representados no ambiente em que se inserem e buscam a re-identificação com as suas identidade culturais locais. Uma dessas



identidades culturais locais é a identidade étnica, construída e divulgada por entidades étnicas.

É nesse contexto que se inserem os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela, que, com 42 anos de existência e formado por 450 dançarinos e 1.800 ex-dançarinos, constroem e divulgam a identidade étnica alemã através da sua inserção nos meios de comunicação comunitários. O grupo de dançarinos utiliza um sistema de comunicação comunitária que é a internet, com uma *homepage* e uma comunidade virtual oficial (há outras três comunidades virtuais de categorias específicas do grupo), além de inserções em jornais impressos, na mídia radiofônica e na mídia televisiva, especialmente durante o Festival do Chucrute e durante turnês nacionais e internacionais. O sistema de comunicação utilizado pelos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela define-se como comunitário porque o grupo de dançarinos possui a liberdade de comunicar o que for de seu interesse no meio de comunicação comunitário por ele escolhido e porque o grupo é responsável pela produção, pelo planejamento e pela gestão do meio de comunicação comunitário por ele escolhido, bem como pelas mensagens comunicadas no mesmo, características da comunicação comunitária.

O objetivo deste trabalho é verificar como a inserção dos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela nos meios de comunicação comunitários constrói e divulga a identidade étnica alemã. Foram analisados a crise da identidade, a contribuição dos meios de comunicação de massa para a crise da identidade, a identidade étnica, os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela e a comunicação nos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela.

2. A Crise da Identidade

As identidades, que, por muito tempo, estabilizaram o mundo social, estão sendo substituídas por outras, e novas identidades estão ascendendo e fragmentando os indivíduos, até então considerados sujeitos unificados, o que conduz a uma crise de identidade, parte de mudanças estruturais e institucionais que estão alterando os quadros de referência que situavam os indivíduos no mundo social, sintetizadas pelo termo “globalização”. A crise de identidade, conforme Hall (2005), é a descentração dos indivíduos do seu lugar no mundo social e cultural, mas também de si mesmos, pois abala a idéia que eles têm de si próprios como sujeitos integrados.



As sociedades contemporâneas são sociedades em mudança constante e rápida, o que as distingue das sociedades tradicionais. De acordo com Guiddens, *apud* Hall (2005), nas sociedades tradicionais, as práticas sociais do passado são valorizadas e utilizadas para orientar o presente e o futuro, enquanto, nas sociedades contemporâneas, as práticas sociais são continuamente examinadas e reformuladas. Segundo Laclau, *apud* Hall (2005), conquanto a modernidade desarticule as identidades do passado, ela possibilita a articulação de novas identidades.

Para o senso comum, a identificação é construída a partir do reconhecimento de uma origem comum, de características compartilhadas ou de um ideal semelhante. Para a abordagem discursiva, por sua vez, a identificação é

um processo de articulação, uma suturação, uma sobredeterminação, e não uma subsunção. Há sempre “demasiado” ou “muito pouco” – uma sobredeterminação ou uma falta, mas nunca um ajuste completo, uma totalidade. Como todas as práticas de significação, ela está sujeita ao “jogo” da *différance*. Ela obedece à lógica do mais-que-um. E uma vez que, como num processo, a identificação opera por meio da *différance*, ela envolve um trabalho discursivo, o fechamento e a marcação de fronteiras simbólicas, a produção de “efeitos de fronteiras”. Para consolidar o processo, ela requer aquilo que é deixado de fora – o exterior que a constitui. (Hall, 2000, p. 106)

Para a abordagem psicanalítica, por fim, a identificação é a “mais remota expressão de um laço emocional com outra pessoa” (Freud, *apud* Hall, 2000, p. 107), e o seu objeto pode ser aquele que é adorado ou aquele que é odiado. É o processo pelo qual os indivíduos identificam-se com os demais, seja pelas suas similaridades, seja pela ausência de diferenças.

Rutherford, *apud* Woodward (2000), utiliza o termo “identidade” como o encontro do passado com as relações sociais, culturais e econômicas do presente, como a intersecção da vida cotidiana com as relações sociais, econômicas e políticas de subordinação e de dominação. Já Hall (2000), utiliza o termo “identidade” como as posições que os indivíduos assumem, mesmo sabendo que as mesmas são representações e que as representações são construídas a partir do lugar do Outro, não podendo ser ajustadas aos processos de sujeito que nelas são investidos.

Para Hall (2005), há três concepções de identidade, sendo elas a do sujeito do Iluminismo, a do sujeito sociológico e a do sujeito pós-moderno. A primeira alvitava que os indivíduos eram sujeitos unificados e que a sua identidade era interior, surgindo com o seu nascimento e desenvolvendo-se, contudo permanecendo essencialmente a



mesma. A segunda propunha que a identidade dos indivíduos era interior e exterior, formando-se na interação entre o eu e a sociedade. A terceira, finalmente, sugere que os indivíduos não têm uma identidade essencial, pois ela aprimora-se continuamente a partir dos momentos que eles vivenciam no mundo social.

Conforme Woodward (2000), os indivíduos posicionam-se diferentemente em momentos e em locais diferentes, adaptando-se aos papéis que estão exercendo e aos contextos sociais em que estão inseridos, enquanto, conforme Berger e Luckmann, *apud* Zanini (2002), as identidades são fenômenos derivados da dialética entre os indivíduos e a sociedade, refazendo-se continuamente. De acordo com Hall (2005), os indivíduos são confrontados por uma multiplicidade de identidades possíveis, com cada uma das quais ele pode identificar-se, mesmo que temporariamente.

A cultura nacional é uma das fontes principais de identidade cultural, e, segundo Scruton, *apud* Hall (2005), a existência e a ação dos indivíduos como seres autônomos dependem da identificação de si mesmos como membros de um arranjo que eles reconhecem como o seu lar. A nação não é apenas uma entidade política, mas sim um sistema de representação cultural e uma comunidade simbólica e imaginada, o que explica o seu poder de gerar identidade e lealdade, para Schwarz, *apud* Hall (2005). A cultura nacional, ao produzir sentidos sobre a nação com os quais os indivíduos podem identificar-se, sentidos que se encontram nas memórias sobre o passado da nação, constroem identidades.

A cultura nacional e as identidades construídas por ela, porém, nem sempre são unificadas, visto que, conforme Renan, *apud* Hall (2005), três itens são necessários para a unidade da nação, sendo eles memórias comuns, desejo de viver em conjunto e vontade de perpetuar a herança recebida. De acordo com Brennan, *apud* Hall (2005), as identidades nacionais são a congruência entre a condição de membro do estado-nação político e a identificação com a cultura nacional. Segundo Hall (2005), as nações modernas, compostas por culturas diferentes, são híbridos culturais, e as identidades nacionais não subordinam as diferenças culturais e não estão livres de jogos de poder, de divisões e de contradições.

As mudanças estruturais e institucionais, sintetizadas pelo termo “globalização”, estão deslocando a cultura nacional e as identidades construídas por ela. Para McGrew, *apud* Hall (2005), a globalização refere-se aos processos que ultrapassam as fronteiras nacionais, integrando e conectando organizações e comunidades em novas combinações de espaço e de tempo. A globalização, fenômeno inerente à modernidade, tem algumas



possíveis conseqüências, tais quais a desarticulação das identidades nacionais, o reforço das identidades nacionais e de outras identidades pela resistência à globalização e a articulação de novas identidades.

A globalização produz uma multiplicidade de identidades em escala global. Os fluxos culturais e o consumismo global criam possibilidades de identidades partilhadas entre indivíduos distantes no espaço e no tempo. Com a exposição a influências externas, é difícil conservar as identidades intactas, e as diferenças que definiam as identidades nacionais reduzem-se a uma língua franca internacional e a uma moeda global, homogeneizando a cultura.

Conforme Hall (2005), há três contratendências à globalização: a globalização reforça as identidades culturais locais; a globalização é um processo desigual; e as identidades culturais são relativizadas pelo impacto da compressão espaço-tempo.

O fortalecimento das identidades culturais locais ou a articulação de novas identidades, contratendências à globalização, podem ser percebidos em grupos que buscam a re-identificação com as suas culturas de origem, a recuperação das unidades sentidas como perdidas, o que Robins, *apud* Hall (2005), denomina “Tradição”. Outros aceitam que as identidades sujeitam-se à história, à política, à representação e à diferença, não podendo ser unitárias, o que Robins denomina “Tradução”. De acordo com a Tradução, os indivíduos retêm vínculos com os seus lugares de origem e com a sua tradição, que não são assimilados pelas novas identidades, mas sim que são negociados. Há, portanto, uma tendência à homogeneização cultural e, concomitantemente, ao ressurgimento da etnia.

O “ressurgimento da etnia”... traz para a linha de frente o florescimento não-antecipado de lealdades étnicas no interior das minorias nacionais. Da mesma forma, ele coloca em questão aquilo que parece ser a causa profunda do fenômeno: a crescente separação entre o pertencimento ao corpo político e o pertencimento étnico (ou mais geralmente, a conformidade cultural) que elimina grande parte da atração original do programa de assimilação cultural... A etnia tem-se tornado uma das muitas categorias, símbolos ou totens, em torno dos quais comunidades flexíveis e livres de sanção são formadas e em relação às quais identidades individuais são construídas e afirmadas. Existe agora, portanto, um número muito menor daquelas forças centrífugas que uma vez enfraqueceram a integridade étnica. Há, em vez disso, uma poderosa demanda por uma distintividade étnica pronunciada (embora simbólica) e não por uma distintividade étnica institucionalizada. (Hall, 2005, p. 96)



3. A contribuição dos meios de comunicação de massa para a crise da identidade

A personalidade dos indivíduos, nas sociedades contemporâneas, é influenciada pelas intermediações cotidianas, que ocorrem através da comunicação interpessoal, da comunicação grupal e também da comunicação massiva.

A personalidade é o modo relativamente peculiar e constante de perceber, pensar, sentir e agir dos indivíduos, uma definição ampla que inclui as suas crenças, emoções, desejos, habilidades, atitudes e aspectos físicos, bem como o modo como esses aspectos relacionam-se, conferindo-lhes identidade. A personalidade e a identidade relacionam-se. A identidade são as representações e os sentimentos que os indivíduos desenvolvem sobre si mesmos, a partir das suas vivências. É a síntese pessoal dos indivíduos sobre si mesmos, incluindo dados pessoais (sexo, cor, idade), biografia (trajetória pessoal) e atributos que os outros indivíduos conferem-lhes. Esse conceito supera a compreensão dos indivíduos enquanto conjunto de valores, habilidades, atitudes e papéis, pois compreende todos esses aspectos integrados, o indivíduo em sua totalidade, e busca captar a singularidade dos indivíduos, produzida no confronto com os demais. As mudanças na trajetória pessoal, nas situações sociais ou nas relações sociais determinam um processar contínuo da definição de si mesmos, fazendo com que a identidade seja um processo de representação do seu “estar sendo” no mundo.

Além das mudanças estruturais e institucionais que estão alterando os quadros de referência que situavam os indivíduos no mundo social, sintetizadas pelo termo “globalização”, os meios de comunicação de massa também contribuem para a crise de identidade dos indivíduos. Conforme Adorno e Horkheimer, *apud* Silva (2002), até mesmo os indivíduos mais distraídos consomem os produtos dos meios de comunicação de massa. Com a globalização, produtos de todo o mundo estão acessíveis, e os meios de comunicação de massa encarregam-se de divulgar e de distribuir esses produtos para que sejam consumidos pelos indivíduos.

De acordo com Ortiz, *apud* Silva (2002), o consumo é um universo de significação que influencia e modela as práticas cotidianas. Nele, os indivíduos reconhecem-se uns aos outros e constroem as suas identidades, imagens trocadas e reconfirmadas pela interação social. Assim, os meios de comunicação de massa são fontes de autoridade, possuindo legitimidade para definir a validade das ações individuais e para orientar os indivíduos em uma ou em outra direção.



Sabe-se, atualmente, que os meios de comunicação de massa não são onipotentes, que os receptores não são passivos e que a recepção é o lugar em que ocorre a negociação e a produção de sentido, com a participação do produtor e do receptor e a transação entre eles. Compreende-se a existência de mediações, conjunto de fatores que estrutura, organiza e reorganiza a percepção e a apropriação da realidade pelo receptor. Apesar disso, é inegável que os produtos dos meios de comunicação de massa influenciam a identidade dos indivíduos.

Além de distribuírem os produtos de todo o mundo, os meios de comunicação de massa transformam os produtos locais, para que sejam absorvidos, assimilados e consumidos facilmente pelos indivíduos. A cultura antes restrita a um grupo é reintroduzida na sociedade com novos apelos para o consumo massivo. A cultura hegemônica incorpora traços de outras culturas, o que é um dos processos responsáveis pela identificação dos indivíduos com os produtos dos meios de comunicação de massa. O conceito de hegemonia de Gramsci possibilita pensar o processo de dominação social não como imposição desde um exterior e sem sujeitos, mas sim como um processo em que uma classe hegemônica na medida em que representa interesses que as classes subalternas também reconhecem de alguma maneira como seus. A hegemonia faz-se e desfaz-se permanentemente em um processo vivido, feito não só de força, mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade.

Ao se depararem com uma infinidade de produtos e de identidades possíveis de serem absorvidos, assimilados e consumidos, os indivíduos não conseguem mais se sentir representados no ambiente em que se inserem e acabam buscando, mesmo que inconscientemente, a re-identificação com as suas culturas de origem. Os indivíduos retêm vínculos com os seus lugares de origem e com a sua tradição, que não são assimilados pelas novas identidades, mas sim que são negociados. Segundo Hall (2005), ao invés de pensar no global como substituindo o local, deve-se pensar em uma nova articulação entre ambos.

4. A identidade étnica

Os indivíduos confrontam-se, simultaneamente, com uma multiplicidade de identidades, dentre as quais a identidade étnica torna-se referência para comportamentos e para relações sociais em momentos e em locais específicos. Ela pode permanecer invisível ou pode ser invocada quando se deseja participar de um grupo étnico.



Conforme Barth, *apud* Zanini (2002), grupo étnico é uma categoria atributiva e identificadora empregada pelos próprios indivíduos e cuja característica é organizar as interações entre os indivíduos, enquanto, conforme Weber, *apud* Zanini (2002), grupo étnico é um grupo humano que, por semelhanças nos hábitos, nos costumes ou em ambos, ou ainda por lembranças de colonização e de migração, crê na procedência comum, de modo que essa crença torna-se importante para a propagação de relações comunitárias, sendo indiferente a existência de uma comunidade de sangue efetiva. De acordo com Cardoso de Oliveira, *apud* Zanini (2002), grupo étnico é uma relação social de determinado tipo que se estabelece no encontro com a diferença.

A memória de uma origem comum permite a formação de grupos étnicos, embora existam clivagens como gênero, faixa etária, classe social e outros, que interagem no processo identitário. Segundo Rousso, *apud* Zanini (2002), memória coletiva é a representação do passado observada em determinado momento e em determinado local, apresentando um caráter recorrente e repetitivo, referindo-se a um grupo significativo e sendo aceita por esse grupo e fora dele.

Para Cardoso de Oliveira, *apud* Zanini (2002), a identidade étnica, construída a partir da memória de uma origem comum, desempenha o papel de bússola, posicionando os indivíduos em mapas cognitivos, orientando gostos, padrões de consumo e padrões de comportamento e produzindo convívio social entre participantes de grupos étnicos. Além disso, a etnicidade é um processo de valorização pessoal, já que os indivíduos buscam ser e ter, através do que possuem ou do que julgam possuir, valor. Conforme Zanini (2002), o papel político da identidade étnica, pelo fato de os indivíduos sentirem-se valorizados, é elevar a sua auto-estima, fazê-los perceberem-se situados socialmente e fazê-los construírem, para si, uma trajetória de continuidade. A etnicidade pode ser definida como um sentimento de pertencimento proveniente do encontro e experimentado pelos indivíduos conforme a sua posição social, ou seja, conforme eles percebem-se em um contexto social e, igualmente, conforme como eles são percebidos pelos demais nesse contexto social.

De acordo com Zanini (2002), ocorre, atualmente, a etnicização da cultura, expressão que ela define como o processo em que uma cultura diferente existente em uma sociedade e em uma nação converte-se em um grupo étnico, e a etnia transforma-se em um código que, além de orientar gostos, padrões de consumo e padrões de comportamento, revela visibilidade, valor, poder. É a instrumentalização da diferença utilizada pelos indivíduos para autovalorizarem-se como pessoa ou como grupo.



Segundo Canclini, *apud* Zanini (2002), nas sociedades contemporâneas, parte da racionalidade das relações sociais constrói-se mais pela disputa pela apropriação de meios de distinção simbólica do que pela disputa por meios de produção.

Os participantes de grupos étnicos, descendentes que talvez nem conheçam a nação de origem dos seus antepassados, sentem-se parte de uma comunidade imaginada, expressão de Anderson, *apud* Zanini (2002), desenvolvendo um sentimento de pertencimento. Para Zanini (2002), a etnicização da cultura é também a reinvenção contínua das tradições para que os limites entre o mundo de pertencente a uma nação e o mundo de descendente estejam delimitados.

Os gostos, os padrões de consumo e os padrões de comportamento transitam, todavia, entre o que é orientado pela identidade étnica e o que é apreendido na sociedade regional e nacional e nos meios de comunicação de massa, que desempenham um papel importante na formação das mentalidades. A identidade étnica não deve ser uma forma de alienação da nacionalidade e de fanatismo, mas sim uma forma atávica de auto-referência.

Muitos participantes de grupos étnicos apenas escutam músicas étnicas, acompanham meios de comunicação destinados à determinada etnia, participam de festas étnicas ou consultam a procedência e a trajetória da sua família. Outros, entretanto, participam de entidades étnicas, criadas para serem locais e formas de expressão coletivas da etnia, agregando descendentes e dando voz ao seu sentimento de pertencimento. As entidades étnicas promovem convívio social e podem, inclusive, criar uma rede de convívio social transnacional, agenciando contatos entre descendentes locais e descendentes residentes em outras cidades, estados ou nações, encontros, intercâmbios culturais e dupla cidadania.

5. Os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela

Povoada por famílias de imigrantes alemãs, Estrela tem, no Festival do Chucrute e nos Kerbs, os seus principais eventos, e, nos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela, um dos maiores divulgadores da sua cultura, predominantemente alemã, nacionalmente e internacionalmente.

Os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela comemoraram, em 2006, 42 anos ininterruptos de atividade, sendo o grupo de danças folclóricas alemãs mais antigo do Brasil em atividade contínua. Nesses 42 anos de atividade, o grupo de dançarinos



contabiliza mais de 1.800 apresentações em seiscentos municípios de seis estados brasileiros e em três turnês internacionais, que abrangeram sete países, incluindo a Alemanha, a Áustria, a Suíça, a Bélgica e a França.

Em 1964 e em 1965, o Côro da Comunidade Evangélica de Estrela realizava o Baile do Côro, que reunia vários corais da região. Nessa época, um grupo de pessoas, também ligadas à Comunidade Evangélica de Estrela, entre elas, o casal Adolfo e Helga Ziebel, tiveram uma idéia inovadora quanto ao evento. Em uma garagem particular, o casal Ziebel começou a ensaiar alguns pares de dançarinos, para apresentar danças típicas, e, em 1966, o Baile do Côro passou a chamar-se “Baile do Chucrut”, com decoração de guirlandas e com comida típica alemã. Na primeira edição do evento, o grupo de dançarinos foi oficialmente apresentado ao público e obteve grande aceitação.

Durante alguns anos, o maestro Ziebel, com seu bandoniã, ensaiou o grupo de dançarinos, e, nos dois anos seguintes, devido a sua enfermidade, foi Helga quem passou a ensaiá-lo. Nesse período, o grupo já havia realizado várias apresentações e era composto, também, por crianças. Nos dois anos seguintes, o professor Elmar Götz, da Alemanha, ensaiou o grupo de dançarinos, e, após ele retornar ao seu país, o professor Beno Heumann assumiu os ensaios por vários anos, até 1984. Em 1985, Andréas Hamester, então dançarino do grupo, foi convidado a instruir as cinco categorias de dançarinos da época, atividade que realiza até hoje.

Atualmente, o Conjunto de Danças Típicas Alemãs, como era denominado, é conhecido como Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela. Tendo, como mantenedora, a Comunidade Evangélica de Estrela, o grupo possui doze categorias de dançarinos, dos três aos oitenta anos de idade, somando mais de 450 componentes e 1.800 ex-componentes. Os ensaios ocorrem todos os sábados, às 13h30min, na Comunidade Evangélica de Estrela.

Além das apresentações em diversos municípios, estados e países, os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela apresentam-se, todos os anos, no Festival do Chucrute, sempre no mês de maio, em Estrela, promovido pela Comunidade Evangélica de Estrela e por casais comendadores e apoiado pelo grupo de dançarinos. O evento, que está em 42ª edição, é o mais tradicional Festival de Folclore Alemão do Rio Grande do Sul, animado com música, dança e gastronomia típica alemãs.



6. A comunicação nos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela

Os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela utilizam um sistema de comunicação comunitária, que é a internet, com uma *homepage* e uma comunidade virtual oficial (há outras três comunidades virtuais de categorias específicas do grupo de dançarinos), além de inserções em jornais impressos, na mídia radiofônica e na mídia televisiva, especialmente durante o Festival do Chucrute e durante turnês nacionais e internacionais. A divulgação dos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela nos meios de comunicação de massa e, principalmente, nos meios de comunicação comunitários (os meios de comunicação de massa transformam os produtos locais, para que sejam absorvidos, assimilados e consumidos facilmente pelos indivíduos) possibilita que um grande contingente populacional venha a conhecê-lo e, conseqüentemente, venha a conhecer algumas características da identidade étnica alemã. O grupo de dançarinos, conjuntamente com o Festival do Chucrute, confere visibilidade à identidade étnica alemã no espaço público midiático e divulga a música, a dança e a gastronomia típicas alemãs.

Na década de 1970, a comunicação de massa gerava opiniões controversas, pois, enquanto algumas pessoas fascinavam-se com a mesma, outras a consideravam inibidora da liberdade de expressão da população brasileira. Ela se refere aos produtos das indústrias comerciais de publicidade, mídia impressa, rádio, teledifusão e cinema, configurando produtos de consumo. Conforme Adorno e Horkheimer, *apud* Downing (2001), a comunicação de massa é uma versão ilegítima e implicitamente fascista das necessidades do público, sufocando o seu espírito de questionamento e alienando-o. Assim, a idéia de democratizar a comunicação fortalecia-se, o que não implicava na existência de meios de comunicação mais democráticos, mas sim em uma atitude ativa das comunidades.

De acordo com Peruzzo (1998), na produção teórica referente à comunicação comunitária, encontram-se algumas características comuns que se caracterizam como fundamentos da concepção de comunicação comunitária, tais quais: expressão de um contexto de luta: a comunicação comunitária é percebida como um modo de expressão das classes populares de acordo com a sua capacidade de atuar sobre o contexto social da qual ela se reproduz. Vincula-se à luta pela conscientização e integra-se em um processo de luta com a perspectiva de uma nova sociedade; conteúdo crítico-emancipador: a comunicação comunitária é percebida como uma crítica da realidade e



como um anseio de emancipação, na luta por uma sociedade mais justa; espaço de expressão democrática: a comunicação comunitária é percebida como um espaço de comunicação democrática, vinculada aos interesses subalternos do povo; o povo como protagonista: a comunicação comunitária é percebida como tendo, como protagonistas, o próprio povo e/ou as organizações ligadas a ele organicamente; e instrumento das classes subalternas: a comunicação comunitária é percebida como uma comunicação das classes subalternas, realizada em um processo de luta de classes ou como uma oposição entre os meios de comunicação de massa e os meios de comunicação comunitários.

O sistema de comunicação utilizado pelos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela define-se como comunitário, visto que se enquadra nos itens “Espaço de expressão democrática” e “O povo como protagonista”. Naquele, porque o grupo de dançarinos possui a liberdade de comunicar o que for de seu interesse no meio de comunicação comunitário por ele escolhido. Neste, porque os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela são responsáveis pela produção, pelo planejamento e pela gestão do meio de comunicação comunitário por ele escolhido, bem como pelas mensagens comunicadas no mesmo.

Pode-se definir comunicação comunitária como um processo de comunicação em que as pessoas apropriam-se das técnicas e constroem, baseados nas suas vivências e em comunidade, modelos e sistemas para divulgar os seus meios de produção. É a participação da comunidade nos processos de comunicação através das mídias, o que contribui para a formação de produtores de comunicação, em lugar de apenas receptores de comunicação, resultando em pessoas que formam e expressam as suas opiniões e os seus conceitos.

A explicação para a busca das comunidades por produzir comunicação e estar na mídia é simples. Segundo Thompson (1995, p. 285), “o conhecimento que nós temos dos fatos que acontecem além do nosso meio social imediato é, em grande parte, derivado de nossa recepção das formas simbólicas mediadas pela mídia”. O campo dos meios de comunicação é o espaço público midiático que confere visibilidade aos acontecimentos sociais.

Conforme dito anteriormente, Estrela e a sua cultura são bastante divulgadas pelos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela, conferindo, tanto à cidade e a sua cultura quanto ao grupo de dançarinos, visibilidade no espaço público midiático e, conseqüentemente, legitimidade, tanto das suas ações, quanto do seu discurso. Os mesmos tornam-se, concomitantemente, sujeitos ativos e passivos do debate público,



produzindo e recebendo comunicação, o que valoriza as identidades e as raízes culturais, abrindo espaço para as manifestações dos saberes e da cultura da população. Nesse sentido, a comunicação comunitária apresenta-se como um canal de expressão dos artistas locais, que, dificilmente, conseguem penetrar na grande mídia regional ou nacional. De acordo com Peruzzo (1998), a comunicação comunitária é, conforme uma corrente de estudo, o universo do popular-folclórico, ou seja, o universo das expressões culturais tradicionais e genuínas do povo, presentes em manifestações folclóricas, danças, ritos, crenças, costumes, objetos e outros.

Além dos jornais impressos, da mídia radiofônica e da mídia televisiva, também a internet vem apresentando-se como uma mídia de comunicação comunitária. Os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela apropriaram-se dessa nova mídia, utilizando, como suportes de comunicação comunitária, uma *homepage* e uma comunidade virtual, que consistem em uma mídia terciária. Segundo Pross, *apud* Baitello Júnior (2001, p. 4), a mídia terciária “são aqueles meios de comunicação que não podem funcionar sem aparelhos tanto do lado do emissor quanto do lado do receptor”, incluindo a telegrafia, a telefonia, o cinema, a radiofonia, a televisão e a fonovideografia, assim como *homepages*, comunidades virtuais e listas de discussões.

A *homepage* enfoca os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela, apresentando as seções: Histórico; Programa de Danças; Agenda; Instrutores; Categorias; Dançarinos; Festival do Chucrute; Ensaios; Fotos; Publicação/Notícias; Espaço dos Ex-dançarinos; Comunidade Evangélica de Estrela; e Contatos. A comunidade virtual, no Orkut, uma rede social filiada ao Google cujo objetivo é ajudar os seus membros a manter relacionamentos e a criar novas amizades, chama-se “Grupos Folclóricos de Estrela”. Ela visa a ser um espaço de encontro entre dançarinos e ex-dançarinos do grupo. Criada em catorze de maio de 2004, somava, em cinco de janeiro de 2007, 154 membros. Entre os principais tópicos, estão informações sobre ensaios e sobre apresentações, sobre como conseguir fotos de apresentações e sobre a escolha da Rainha do Festival do Chucrute, divulgação da *homepage* e conversas sobre as viagens mais marcantes e sobre os melhores ou piores palcos em que o grupo de dançarinos já se apresentou.

A comunicação comunitária e os movimentos populares são uma nova possibilidade às Relações Públicas. Para Peruzzo (1993), Relações Públicas comunitárias ou populares são aquelas comprometidas com a transformação da sociedade e com a constituição da igualdade social e que podem efetivar-se em ações



que busquem a conscientização, a mobilização, a adesão, a organização e a coesão nos movimentos populares; que contribuam no planejamento de atividades e na realização de pesquisas, de instrumentos de comunicação, de eventos e de outros que facilitem a conquista de aliados para os movimentos populares, através de uma comunicação eficiente com os públicos e com a sociedade; que favoreçam a conquista de espaços nos meios de comunicação de massa; e que estabeleçam relacionamento adequado com os órgãos do Poder Público e com outras instituições da sociedade.

7. Conclusão

No decorrer deste trabalho, percebe-se que, neste momento de crise da identidade, ocasionada pela globalização, com a contribuição dos meios de comunicação de massa, a identidade étnica apresenta-se como uma forma de representação e de identificação dos indivíduos. Por isso, e para isso, as entidades étnicas tornam-se importantes, cujo papel primário não é promover convívio social ou criar uma rede de convívio social transnacional, visto que isso é decorrência, mas sim construir e divulgar a identidade étnica, para que aqueles que sequer a conheceram ou para aqueles que dela se distanciaram, em função da identidade nacional e das identidades distribuídas e divulgadas pela globalização e pelos meios de comunicação de massa, venham a sentirem-se novamente participantes de um grupo étnico e de uma comunidade imaginada.

Os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela podem ser considerados uma entidade étnica, responsável por construir e divulgar a identidade étnica alemã para a população do município de Estrela e do Vale do Taquari e para as demais pessoas que venham a conhecer o grupo de dançarinos, através da sua inserção nos meios de comunicação comunitários. Muitos jovens do município de Estrela e do Vale do Taquari, além de gostarem de outros estilos musicais, como rock, eletrônico, samba, pagode, axé, forró, dentre outros, e de freqüentarem eventos com tais estilos musicais, participam ou interessam-se pelos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela. Dentre os dançarinos e o público do grupo, encontram-se muitos jovens, alguns dos quais conheciam pouco, apenas por recordações e comentários dos familiares, a identidade étnica alemã antes de conhecerem os Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela, o que o fazem, também, pela *homepage* e pela comunidade virtual do grupo de dançarinos.



Para embasar teoricamente e comprovar de forma irrefutável tais constatações, está realizando-se uma pesquisa junto aos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs de Estrela e à população do município de Estrela e do Vale do Taquari, através de pesquisa qualitativa, com pesquisa documental em arquivos públicos e particulares, pesquisa em imprensa audiovisual e escrita e em publicações e observação participante com participação plena e observador participante, bem como com entrevista não estruturada focalizada e acompanhamento do acesso à internet com uma amostra representativa de ambos os pesquisados.

Referências bibliográficas

BAITELLO JUNIOR, N. *O tempo lento e o espaço nulo – Mídia primária, secundária e terciária*. In: FAUSTO NETO, A. et al. *Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

DOWNING, J. *Mídia radical – Rebelia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tomaz Tadeu da Silva & Guacira Lopes Louro. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

_____. Quem precisa de identidade?. In: SILVA, T. (Org.). *Identidade e diferença – A perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

PERUZZO, C. *Comunicação nos movimentos populares – A participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. *Relações Públicas, movimentos populares e transformação social*. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 05 jan. 2007.

THOMPSON, J. *Ideologia e cultura moderna – Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.

WOODWARD, K. Identidade e diferença – Uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. (Org.). *Identidade e diferença – A perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

ZANINI, M. *Italianidade no Brasil meridional – A construção da identidade étnica na região de Santa Maria – RS*. São Paulo: USP, 2002. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.