



A Teoria Organizacional aplicada à rádio Putzgrila¹

Natalia NISSEN²

Marcelo FREIRE³

Universidade Federal de Santa Maria – UFSM - RS

Centro de Educação Superior Norte RS - Cesnors

RESUMO

Este artigo dialoga sobre a Teoria Organizacional presente na rádio online Putzgrila. Durante o presente estudo foram analisados os aspectos e a hipótese de aplicação dos critérios da Teoria Organizacional na rotina de produção e transmissão da rádio Putzgrila. Concluímos que apesar de a internet ser um meio avançado em relação ao rádio tradicional, algumas características de organização do meio analógico são conservadas.

PALAVRAS-CHAVE: teoria organizacional; teorias do jornalismo; jornalismo online; Putzgrila.

1 INTRODUÇÃO

As teorias do jornalismo permitem compreender o funcionamento de empresas de jornalismo e, também, determinados critérios de noticiabilidade e políticas editoriais. Essas teorias são: Teoria do Espelho, Teoria do Newsmaking, Teoria do Agendamento, Teoria do Gatekeeper, Teoria da Ação Política, Teoria dos Critérios de Noticiabilidade, Teoria da Cauda Longa e Teoria Organizacional. No presente estudo de caso pretendemos verificar a aplicação da Teoria Organizacional dentro de uma empresa jornalística. Buscamos entender a organização jornalística da rádio web Putzgrila, o comportamento dos apresentadores, a presença de uma autoridade institucional, bem como outros aspectos presentes na Teoria Organizacional apresentada pelo sociólogo Warren Breed e compilada por Nelson Traquina.

¹ Trabalho apresentado no IJ01 - Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFSM/Cesnors, email: nissen.natalia@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFSM/Cesnors, email: marcelofreire@gmail.com



A rádio Putzgrila é uma das mais de 40 mil rádios online de Porto Alegre e foi criada por Pedro da Fonseca há quatro anos. O nome remete a uma tradicional gíria usada pelos jovens que vivem na região metropolitana da capital do Rio Grande do Sul. A programação da rádio online é variada, porém, dedicada a um único estilo musical: o rock and roll e suas vertentes. A Putzgrila segue uma estrutura de rádio FM no que tange a programação veiculada 24 horas por dia e sete dias por semana. Além de notícias relacionadas ao rock, a rádio também transmite shows ao vivo e entrevistas com artistas e outras pessoas envolvidas com o mundo da música.

Seguindo as principais tendências do jornalismo, a rádio Putzgrila transmite conteúdo multimídia no seu endereço da web, além da programação radiofônica, há reprodução de vídeos e produção de textos relacionados ao rock and roll.

A escolha deste veículo como objeto de estudo no presente artigo justifica-se pela prerrogativa do radiojornalismo online estar cada vez mais em evidência e, ainda, pelo fato de que a rádio Putzgrila tem uma linha editorial informal. Assim, é importante analisar a possibilidade de uma cultura organizacional diferente das tradicionais em um meio em constante aprimoramento como a internet.

O presente artigo visa analisar e esclarecer a estrutura organizacional de uma rádio online, neste caso a Putzgrila, a partir dos conceitos elaborados na Teoria Organizacional. Também buscamos compreender os processos e a atividade profissional jornalística dentro desta estrutura empresarial. Este trabalho se justifica como uma ferramenta para conhecer a estrutura organizacional do veículo escolhido e os aspectos da Teoria Organizacional presentes na rádio Putzgrila.

Considerando que apesar das mudanças tecnológicas as emissoras de rádio, bem como de outros meios de comunicação, mais tradicionais dificilmente alteram sua política editorial de forma significativa, as rádios online permitem que se forme um perfil de identidade dos ouvintes que participam ativamente da programação enviando sugestões e opiniões a respeito do conteúdo produzido. Os usuários e emissoras estão em constante mudança devido às próprias reconfigurações da internet, as pessoas estão ligadas por características comuns relacionadas ao conteúdo que as rádios veiculam.



Este estudo de caso, ainda, se justifica pela possibilidade de estabelecer os interesses comuns das pessoas envolvidas na produção do conteúdo da rádio Putzgrila e o resultado do processo de interação social dentro da organização. Verificaremos a hipótese de a Teoria Organizacional não se aplicar a linha editorial da emissora de rádio em questão.

2 A TEORIA ORGANIZACIONAL

O sociólogo norte americano Breed (1993 apud TRAQUINA, 2004, p.152) afirma que o jornalista passa por um processo de socialização da política editorial de um veículo, assim deixa de lado suas crenças jornalísticas e absorve tudo que for possível em relação ao veículo em que está inserido. É uma realidade quase inconsciente do jornalista quando entra numa empresa, ele acaba sendo controlado pela visão dos diretores daquela determinada emissora. Segundo Traquina (2004) “assim, na teoria organizacional, a ênfase está num processo de socialização organizacional em que é sublinhada a importância de uma *cultura* organizacional, e não uma *cultura profissional*”.

Breed (1993 apud TRAQUINA, 2004, p.153) sustenta a ideia de que existem seis fatores que contribuem com a aceitação da política organizacional sem grandes objeções por parte dos jornalistas. O primeiro fator é a *autoridade institucional e as sanções* que se refere ao mito de que um repórter será excluído no primeiro ato equivocado, as possíveis alterações que os editores podem fazer em seu texto e até mesmo a publicação sem o nome do repórter que realmente fez o trabalho.

O fator seguinte é *os sentimentos de obrigação e estima para com os superiores*, com o passar do tempo a intimidade é inevitável e alguns profissionais acabam sentindo maiores sentimentos de obrigação com seu trabalho e uma admiração por aqueles que estão na empresa há mais tempo. Esse fator está diretamente ligado ao terceiro, *as aspirações de mobilidade*, quando o jornalista se familiariza com a empresa existe uma maior possibilidade de evolução de cargo; a chance de crescimento na carreira é oposta a luta contra a política editorial. A *ausência de grupos de lealdade em conflito* é o quarto elemento de aceitação, o local de trabalho do jornalista tem relações pacíficas e não necessita da intervenção dos sindicatos para resolver determinados problemas.



Segundo o autor, o quinto fator corresponde ao *prazer da atividade*, ou seja, a satisfação em contar histórias, ser o primeiro a saber dos acontecimentos, e principalmente, ser reconhecido pelo seu trabalho. Este está relacionado ao elemento *as notícias como valor*, e como afirma Traquina:

Assim, o jornalista investe na realização desse objetivo: obter mais notícias e não contestar a política editorial da empresa. (...) assim a harmonia entre os jornalistas e a direção é cimentada pelos seus interesses comuns pela notícia (TRAQUINA, 2004, p. 155).

Breed (1993 apud TRAQUINA, 2004, p.155) defende que cinco fatores são constantes e fazem parte da rotina de todos os meios de comunicação, no entanto, os sentimentos de estima e obrigação com o veículo e seus superiores pode ser alterado.

As regras impostas pela diretoria da empresa podem ser questionadas de uma maneira não muito clara quando o jornalista souber utilizar-se dos conhecimentos técnicos do jornalismo e, também, manipular fontes, textos, e notícias sem que o resultado seja falso ou a contestação às regras fique clara. O jornalista decide o tom que será usado na notícia. Isso demonstra que a rígida política editorial de uma empresa pode ser ultrapassada se considerados alguns fatores importantes.

Dentro da Teoria Organizacional o jornalista tem consciência de que seu trabalho será analisado pelos níveis hierárquicos dentro da empresa e que, a qualquer momento, pode sofrer alterações e ser controlado pelos superiores. Segundo Traquina, o jornalista tem de se antecipar a este controle para evitar que seus textos sejam retocados ou excluídos.

O aspecto econômico não deve ser desprezado diante desta teoria, pois, todo o trabalho dos jornalistas depende dos meios que uma empresa oferece para a realização das tarefas. “O espaço ocupado pela publicidade intervém diretamente na produção do produto jornalístico” afirma Traquina (2004). Por isso, empresas menores têm maiores dificuldades para contratar funcionários em tempo integral e oferecer pagamentos mais atraentes.

O autor conclui que todos os aspectos dentro de uma empresa devem ser considerados quando é feita uma notícia. A repercussão da notícia irá repercutir, também, diretamente nas finanças da empresa e na aspiração de mobilidade do jornalista que a escreveu, entre



outros aspectos importantes que já foram mencionados a respeito da Teoria Organizacional.

3 O RÁDIO E A INTERNET

Para analisar um meio de comunicação online é necessário compreender as principais características deste mesmo veículo em relação ao meio analógico e sua importância para os usuários. A primeira transmissão de rádio no Brasil aconteceu em 1922 e desde então o veículo se popularizou cada vez mais com o passar dos anos, é a ferramenta mais acessível para a população ter acesso às informações. O rádio tradicional atinge pessoas de todas as idades e nos lugares mais remotos.

A internet e a comunicação multimídia permitem uma transformação do rádio e dos ouvintes. Para Castells (2003), a internet é o meio de comunicação que permite a interação entre muitas pessoas em determinado momento, numa escala global.

Como nossa prática é baseada na comunicação, e a Internet transforma o modo como nos comunicamos, nossas vidas são profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação. Por outro lado, ao usá-la de muitas maneiras, nós transformamos a própria Internet (CASTELLS, 2003, p.10).

Essa transformação da própria internet pelos usuários acontece porque a tecnologia da internet se mostra flexível diante das práticas da sociedade e pode ser alterada de acordo com o uso e, não somente, pelos conceitos teóricos pressupostos. Castells (2003), ainda sustenta que a rede de comunicação global está fadada às condições impostas pelo uso da sociedade e as condições específicas da evolução da história.

Lopez (2009) afirma que no final dos anos 1990 surgiram as primeiras iniciativas relacionadas à convergência nos veículos de comunicação, “com a entrada na internet de emissoras de televisão e jornais impressos que, neste período, passaram a adequar e construir conteúdo específico para o site” (LOPEZ, 2009, p.59).

A internet associa os elementos de diversas formas de conteúdo e transforma-se no maior exemplo de convergência digital. O rádio, assim como os outros meios de comunicação tradicionais, deve acompanhar as novas tecnologias e usá-las a seu favor para não ficar obsoleto.



A internet continua sendo um grande espaço de experimentação. A inovação atinge o texto escrito, a televisão, e todas as linguagens. Tem espaço para todo tipo de inovação e reprodução. É como estar vivendo, de uma certa maneira, uma nova Renascença (CARNEIRO, 2002, p. 34 apud MARTINS, 2008, p.37).

Nas rádios de frequência e amplitude modulada fica evidente a coletividade, uma vez que, o conteúdo é produzido para atingir milhares de pessoas com interesses comuns. Na década de 90 algumas emissoras AM/FM começaram a transmitir em tempo real o conteúdo através da rede.

No final de 2007 existiam 346 estações de rádio brasileiras transmitindo conteúdo apenas na internet. Como afirma Kischinhevsky (2008), as *web rádios* não possuem limites de cobertura e atingem audiências em qualquer lugar do mundo exercendo um importante papel de mediação diante das pessoas em deslocamento e, também, aqueles que se identificam com culturas diferentes. O rádio aliado à internet possibilita uma personalização de conteúdo muito mais ampla ao rádio analógico, além da interatividade facilitada pelo uso das redes sociais e mensageiros instantâneos.

O usufruto destas novas ferramentas forma uma teia de sociabilidades, por meio da qual a rede de relações de um indivíduo pode ser consideravelmente ampliada. Isso ocorre graças ao retorno de ouvintes-interagentes em relação aos conteúdos veiculados e também em função da divulgação de perfis em portais, diretórios e comunidades virtuais (KISCHINHEVSKY, 2008, p.10-11).

As rádios online permitem que se forme um perfil de identidade dos ouvintes que participam ativamente da programação enviando sugestões e opiniões a respeito do conteúdo produzido. Os usuários e emissoras estão em constante mudança devido às próprias reconfigurações da internet, as pessoas estão ligadas por características comuns relacionadas ao conteúdo que as rádios veiculam.

4 METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa será feita uma análise da rotina de trabalho e organização da rádio Putzgrila no período de três dias, e ainda, entrevista com o diretor e apresentadores da rádio online. A partir desta análise pretendemos definir quais são os aspectos da Teoria Organizacional no funcionamento da rádio e, também, o reflexo destes aspectos no conteúdo produzido pela emissora.



A análise da rotina de trabalho será feita através da observação participante da rotina de trabalho no período entre 13h e 18h, durante três dias consecutivos. Neste horário a Putzgrila apresenta maior índice de audiência, e também, é o horário em que mais pessoas se encontram no estúdio, seja apresentando um programa, fazendo uma participação especial ou se preparando para apresentar o próximo. Durante a tarde a rádio tem uma programação ao vivo, ao contrário dos outros períodos do dia em que, eventualmente, a transmissão de conteúdo é programada horas antes de ir ao ar.

A observação participante permitirá uma condução na entrevista não-estruturada, assim, durante a rotina do estúdio poderemos interferir e fazer perguntas relevantes e conduzir os entrevistados de acordo com os tópicos marcados no guia da entrevista. Essa técnica de observação permite uma integração com o ambiente analisado e uma coleta de detalhes que, possivelmente, passariam despercebidos com uma observação simples.

Além das práticas de entrevista e observação que serão adotadas, esta pesquisa se estrutura com base nos conhecimentos teóricos sobre as teorias do jornalismo, principalmente, a Teoria Organizacional. A análise também considera estudos sobre rádio online e convergência digital, e as peculiaridades que envolvem a produção de conteúdo relacionado a determinado estilo de música, entre outros dados que podem contribuir para o entendimento da comunicação através do rádio online.

5 A TEORIA ORGANIZACIONAL APLICADA À RÁDIO WEB PUTZGRILA

O rádio é o meio de comunicação que possibilita a veiculação imediata das informações e, também, é o meio mais acessível a todas as classes sociais em todos os lugares do mundo. Com o avanço das tecnologias de comunicação o rádio foi incorporado à internet, surgindo assim, as *web rádios*. Muitas das consolidadas emissoras de rádio FM e AM transmitem sua programação via internet, mas há ainda, aquelas que existem apenas na web.

A rádio Putzgrila vem se destacando como alternativa de entretenimento ao público do gênero musical rock and roll pois, desde julho de 2011 apresenta um crescente número de ouvintes que participam ativamente da programação através das redes sociais. Foi criada em 2004 e transmite conteúdos essencialmente ligados ao rock and roll, assim,



além das músicas, também veicula notícias ligadas ao estilo musical de maneira informal, muitas vezes ignorando determinados critérios jornalísticos tradicionais, como por exemplo, a imparcialidade. Este veículo de comunicação também é caracterizado pela associação de membros que ajudam a mantê-lo, como um clube, dividindo as despesas sem haver lucros.

A rádio tem, aproximadamente, vinte membros ativos que contribuem com recursos financeiros e são responsáveis pelos programas transmitidos sete dias por semana. Uma vez que todos os associados à Putzgrila têm projetos paralelos e desenvolvem outras atividades fora da rádio, alguns apresentadores dividem-se em escalas de apresentação, um mesmo programa que é transmitido quatro vezes por semana é apresentado por dois locutores diferentes.

Os apresentadores também cobrem as ausências uns dos outros, assim, quando um imprevisto pode afetar a grade de programação outra pessoa apresenta o programa para que ele não fique de fora da transmissão diária. Essa facilidade de substituição só é permitida porque dentro da Putzgrila todos os membros têm familiaridade com os demais programas e o *feedback* dos ouvintes é positivo em relação a isso.

As pautas abordadas nos programas são definidas pelos próprios apresentadores, no entanto, o diretor e os ouvintes fazem eventuais sugestões. A maioria das notícias veiculadas na rádio é reprodução de outros veículos que abordam música, mas cada apresentador faz considerações pessoais a respeito dos assuntos noticiados. Essas notícias são, na maioria das vezes, reescritas antes de serem publicadas no site da rádio e sempre apresentam a referência no final do post.

O responsável por cada programa tem a liberdade de levar convidados ao estúdio durante a transmissão de seu programa, geralmente, esses convidados são músicos independentes que encontram na Putzgrila uma forma de divulgar novos trabalhos de maneira menos burocrática que em uma rádio tradicional. Além de novas bandas, aquelas que já estão consagradas no cenário do rock and roll gaúcho também visitam o estúdio da Putzgrila com frequência para divulgar discos, pela consideração que têm a rádio que auxilia as bandas em início de carreira, ou ainda, pela amizade que mantêm com os próprios apresentadores.



Além da programação jornalística e musical, ainda há espaço para patrocinadores e seus comerciais. Partindo do pressuposto de que a maioria das rádios veiculadas na rede é ilegal e não apresenta maiores custos para seus mantenedores, existe a prerrogativa de uma programação com comerciais diminuídos em relação às tradicionais rádios AM/FM.

Considerando um aspecto importante da Teoria Organizacional que fala sobre os recursos financeiros de uma empresa, os ouvintes também procuram uma emissora com menos conteúdo comercial, e mais informativo e recreativo. Entende-se que uma emissora possui maior autoridade e identidade editorial quando depende menos de investimentos de terceiros.

Quando um jornalista entra na Putzgrila é alertado pelo editor-chefe sobre a política editorial da empresa que define ser proibido veicular músicas que fujam do gênero rock and roll; as canções que fazem parte dos estilos das vertentes do rock são permitidas. No entanto, aquele que colocar na grade de programação uma música do estilo sertanejo, por exemplo, será punido por ir contra as regras da organização. Assim, pode ser levado em conta o argumento de Traquina (2004) ao afirmar as condições de socialização organizacional quando devem ser enfatizados os aspectos culturais da empresa ao invés dos profissionais, principalmente.

O fator mais evidente da Teoria Organizacional dentro da empresa Putzgrila é *o prazer da atividade*. Uma vez que os integrantes da rádio são responsáveis pela divisão de despesas, como se fosse um clube e não recebem salários, todos trabalham no veículo pelo prazer de comunicar e falar de determinado gênero musical. Os locutores são reconhecidos pelo seu trabalho na empresa e sentem a satisfação de exercer tal atividade.

O *feedback* dos ouvintes que são fieis aos programas e conhecem os apresentadores reforçam este aspecto. Através das redes sociais, *Twitter* e *Facebook*, existe uma interação significativa entre produtores e receptores, no momento em que o conteúdo é veiculado o ouvinte interage com o apresentador e expressa sua opinião.



O gosto musical em comum, e o próprio prazer da atividade fazem com que o ambiente de trabalho se torne um lugar harmonioso e sem grandes conflitos, isso corresponde a um dos elementos de contribuição para aceitação da política editorial da web rádio. Pequenas divergências de opinião são resolvidas com conversas e exposição de ideias até que se obtenha um acordo.

Os sentimentos de obrigação para com o veículo e seus superiores ficam claros diante da mobilização dos locutores para a divulgação e crescimento da rádio como um veículo de referência da música alternativa na internet. As redes sociais são as ferramentas mais presentes nas ações de divulgação da emissora. Além disso, também, há o engajamento financeiro dos membros da Putzgrila que contribuem com recursos para a confecção de materiais de divulgação, como banners, faixas, adesivos, entre outros.

Sendo assim, com esta análise concluímos que organização da política editorial da rádio web Putzgrila, apesar de ser informal, pode ser associada aos pressupostos da Teoria Organizacional segundo os critérios de Breed (apud TRAQUINA, 2004). O rádio online possui características próprias que divergem do rádio tradicional, no entanto, o funcionamento de uma emissora, geralmente, segue uma estrutura comum que independe do meio.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a elaboração do presente artigo constatamos que, apesar de ser uma emissora de comunicação alternativa às tradicionais, a rádio Putzgrila apresenta em sua política editorial os principais aspectos trabalhados por Breed (apud TRAQUINA, 2004) na Teoria Organizacional.

O exercício de análise deste veículo de comunicação e das Teorias do Jornalismo propostas por Traquina nos permitem compreender melhor o funcionamento de uma empresa jornalística e o comportamento dos profissionais que fazem parte dela.



REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. 247 p.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Cultura da portabilidade – Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal. **Anais eletrônicos...** Natal: UFRN, 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0057-1.pdf>. Acesso em: 30 out. 2011.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. 2009. 301 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2009.

MARTINS, Nair Prata Moreira. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. 2008. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada) – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, 2008. In: BIBLIOTECA digital da UFMG. Belo Horizonte: UFMG, 2008. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/AIRR-7DDJD8>. Acesso em: 30 out. 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2004.