

RADIOJORNAL EMPREENDER USC: UMA EXPERIÊNCIA RADIOFÔNICA ENVOLVENDO O MICROEMPREENDEDORISMO

Daniela Gaspar Silva¹; Laura Martines Palhano²; Marcelle Pereira Conte³; Vinicius Falcão de Souza⁴; Vitória Maffei Dutra da Silva⁵; Daniela Pereira Bochembuzo⁶

¹Estudante de Graduação do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC).
Email: danielagaspar0602@gmail.com

²Estudante de Graduação do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC).
Email: laurapalhano.21@hotmail.com

³Estudante de Graduação do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC).
Email: marcellepconte@gmail.com

⁴Estudante de Graduação do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC).
Email: vinicius_falcaodesouza@hotmail.com

⁵Estudante de Graduação do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC).
Email: vitoria_dutraesilva@hotmail.com

⁶Orientadora do trabalho. Professora dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade do Sagrado Coração (USC). Membro do GPECOM/USC. Email: daniela.bochembuzo@usc.br

RESUMO

Este trabalho demonstra as dinâmicas usadas para a elaboração da edição piloto do radiojornal Empreender USC, um produto radiofônico voltado à plataforma web e que discute temas relacionados ao microempreendedorismo brasileiro. O radiojornal em questão apresenta notas, notícias, boletins e reportagens que discutem a atuação do microempreendedor atualmente em perspectivas nacional e regional. O programa aborda assuntos como economia, legislação, perguntas frequentes e casos pessoais que envolvem o tema proposto. A produção se justifica observando o contexto atual, em que o desemprego crescente aliado a possibilidade de ser dono do próprio negócio estimulam o crescimento de microempresas no cenário econômico nacional.

Palavras-chave: Jornalismo. Microempreendedorismo. Rádio; Radiojornal.

INTRODUÇÃO

Como aponta Ferraretto (2001), a partir da década de 70, o rádio brasileiro sofre uma reestruturação. Nessa época, amplia-se o número de emissoras FM's, cuja tecnologia propicia a diferenciação de sua programação em relação às tradicionais AM's. Desde então, o rádio tem buscado a segmentação de conteúdo e público.

Mediante a ideia de segmentação do público ouvinte e o crescimento do empreendedorismo, que acabou se tornando um fenômeno mundial, foi desenvolvido o radiojornal Empreender USC.

Levando em conta o cenário econômico brasileiro, se tornar um microempreendedor acaba sendo mais vantajoso, pois os custos necessários para uma microempresa são reduzidos se comparados às outras categorias empresariais. Considerando que o número de microempreendedores brasileiros cresceu quase 10% no último semestre, segundo o site G1, a criação do produto no formato de radiojornal torna-se viável e pertinente.

OBJETIVOS

O objetivo do presente trabalho é produzir a edição-piloto de um radiojornal para a plataforma web que discuta os temas relacionados ao microempreendedorismo brasileiro, de forma a sanar dúvidas do público sobre o tema por meio da produção de conteúdo de qualidade jornalística.

METODOLOGIA

Para compreender a questão econômica que envolve o microempreendedorismo brasileiro, foram realizadas entrevistas com profissionais atuantes, além de pesquisa bibliográfica, documental e de campo para descobrir todos os assuntos pertinentes ao tema e posteriormente, desenvolver as pautas. Foram consultadas obras de autores como Ferraretto (2001), Meditsh (1999), McLeish (2001) e Barbosa Filho (2003). Além disso, artigos científicos envolvendo o microempreendedorismo e reportagens que apresentavam dados estatísticos serviram como base para a elaboração do produto. A seleção dos conteúdos presentes no radiojornal foi feita com base nos critérios de noticiabilidade apresentados por Traquina (2005).

RESULTADOS PARCIAIS OU FINAIS

Como resultado, obteve-se um programa jornalístico no formato de radiojornal, com 25 minutos de duração, dois apresentadores, cinco reportagens e quatro boletins ilustrados e não ilustrados, de acordo com a descrição de tais formatos propostas por Barbosa Filho (2003). A linguagem informal e clara, respeitando os princípios na norma culta da língua portuguesa foi utilizada durante toda a transmissão. O programa é finalizado com um quadro de perguntas e respostas sobre questões comuns a pessoas que estão pensando em se tornar microempendedoras. Esses questionamentos foram respondidos por especialistas da área. A edição dos conteúdos foi realizada por similaridade de assunto, utilizando-se de uma estrutura básica em um único bloco. Dentro do projeto plástico, o grupo fez uso de *background*, vinhetas e cortinas.

CONCLUSÕES E/OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

Produzir um trabalho cujo tema envolvesse leis e economia foi um desafio para o grupo, pois a maioria dos seus integrantes nunca havia trabalhado com tais assuntos anteriormente. Por tanto, acredita-se que o Empreender USC foi de grande importância para a formação pessoal e profissional de cada envolvido em sua produção. Após a conclusão do produto, pudemos perceber que a organização foi crucial para elaboração do trabalho, e que a função primordial do jornalismo, que consiste em levar informação verdadeira e de qualidade ao público, foi alcançada. Além disso, acreditamos que todos os objetivos propostos no começo do trabalho foram cumpridos com êxito e que empreendedorismo é um tema pertinente e relevante à comunidade.

REFERÊNCIAS

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas: 2003.

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

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**. Coimbra: Livraria Minerva, 1999.

TREVIZAN, Karina. **Número de microempreendedores individuais cresce 9,7% no semestre**. G1. São Paulo, 27 Jul. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2016/07/numero-de-microempreendedores-individuais-cresce-97-no-semester.html>>. Acesso em: 21 nov. 2016.