



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS  
CURSO DE JORNALISMO**

**ANDRÉ BARBOSA CORDEIRO  
ELITON FULGÊNCIO DE ARAUJO**

**RELATÓRIO TÉCNICO DE PRODUTO MIDIÁTICO  
PODCAST DIREITO SIMPLIFICADO**

**CAMPINA GRANDE-PB  
2021**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I  
CENTRO DE INTEGRAÇÃO ACADÊMICA**

**ANDRÉ BARBOSA CORDEIRO  
ELITON FULGENCIO DE ARAUJO**

**RELATÓRIO TÉCNICO DE PRODUTO MUDIÁTICO  
PODCAST DIREITO SIMPLIFICADO**

Relatório técnico apresentado ao Curso de Jornalismo do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo

**Orientador:** Prof. Dr. Antônio Simões Menezes.

**CAMPINA GRANDE-PB  
2021**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A663p Araujo, Eliton Fulgêncio de.  
Podcast direito simplificado [manuscrito] : /André Barbosa  
Cordeiro / Eliton Fulgencio de Araujo. - 2021.  
36 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de  
Ciências Sociais Aplicadas , 2021.

"Orientação : Prof. Dr. Antônio Simões Menezes ,  
Departamento de Comunicação Social - CCSA."

1. Podcast. 2. Jornalismo de serviços. 3. Mídia digital. 4.  
Direito trabalhista. 5. Produto midiático. I. Título

21. ed. CDD 070.4

ANDRÉ BARBOSA CORDEIRO  
ELITON FULGENCIO DE ARAUJO

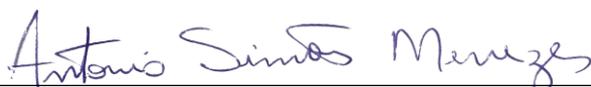
RELATÓRIO TÉCNICO PRODUTO MIDIÁTICO  
PODCAST DIREITO SIMPLIFICADO

Relatório técnico referente ao “Podcast Direito Simplificado” apresentado ao Curso de Jornalismo do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo

Área de concentração: Webjornalismo

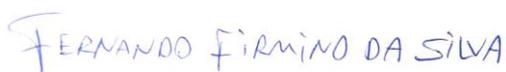
Aprovado em: 27 /05 /2021.

**BANCA EXAMINADORA**



---

Prof. Dr. Antônio Simões Menezes (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Dra. Verônica Almeida de Oliveira  
Lima  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## **DEDICATÓRIA**

Dedicamos à Deus, aos professores, amigos e familiares que contribuíram em cada etapa do curso

## AGRADECIMENTOS

**Eliton Araújo:** Agradeço primeiramente ao coordenador do curso de Jornalismo por seu empenho.

Ao professor Antônio Simões Menezes pela paciência, amizade e companheirismo, além de sua dedicação em nos ajudar com a elaboração, produção e apresentação deste trabalho.

Agradeço imensamente as dezenas de professores nos quais estivemos juntos durante os mais de 5 anos de curso, onde trocamos experiências, realizamos vários trabalhos e atividades que me ajudaram na construção da carreira que iniciarei em um mercado tão competitivo.

Às pessoas que passaram pela minha vida, na qual elenco aqui minha avó materna, Lenice Edite, que nunca desanimou e sempre foi o pilar pra que eu continuasse no curso, em várias vezes até com ajuda de forma financeira, a minha esposa Karine Mayara que me ajudou e entendeu a ausência de várias coisas no decorrer do curso e que foi compreensiva todo momento.

Agradeço também a Deus pela passagem da minha avó paterna Dona Josina, que faleceu justamente dois dias após a apresentação do meu TCC. Uma semana bastante difícil pra mim e meus familiares, mas sabedor de que ela estará em um bom lugar pela pessoa que foi aqui na terra.

Não poderia deixar de agradecer também e parabenizar aos colegas de classe que assim como eu, chegaram a este final de curso e agora partirão em busca de sua consolidação no mercado de trabalho. Desejo sucesso a cada um, de coração.

À minha filha Eloah Vitória, que apesar da pouca idade entendeu minhas ausências e os momentos que não pude compartilhar brincadeiras com ela e ter mais tempo de dedicação.

E por fim, agradeço aos funcionários da UEPB que sempre foram muitos solícitos quando nos foi necessário.

**André Barbosa:** Agradeço a Deus, pela força e fé, sem esses elementos não teria resistido. Pelos livramentos dos perigos da estrada, em 230 km percorridos diariamente, por cinco anos, metade desse tempo percorridos à noite, a isso eu agradeço. Ao corpo

universitário da UEPB, pela acolhida desde o primeiro momento. Destaco os agradecimentos aos docentes: Ingrid Fachine, Ana Sousa, Roberto Faustino, Kleyton Canuto e Antônio Simões, pela atitude humanitária no apoio prestado durante a passagem de uma situação delicada, ocorrida a mim, no meio do curso. Gesto que somados ao de colegas me deram forças para seguir.

Aos colegas da turma 2015.1, a todas as amizades construídas ao longo desses dias. Ao meu colega de curso Eliton Araujo, pela parceria e amizade.

Aos meus filhos, Débora Gabrielly e José Daniel, pela inspiração e incentivo para conclusão dessa jornada. A minha mãe Iracema Cordeiro (in memoriam), que partiu sem despedidas no decorrer da minha graduação. As minhas irmãs; Alexsandra Cordeiro (in memoriam), e Andreia Soares (in memoriam). Ao meu padrasto Amaro Soares pelo apoio irrestrito de sempre. A minha tia Aparecida Barbosa, pela assistência constante.

A PJ Transportes, nas pessoas de Preto e Jane, sendo significativos na condução até a universidade. “Seu Antônio” do espetinho, pelo auxílio prestado.

## RESUMO

O Podcast Direito Simplificado é um produto midiático para atender às necessidades de informação jurídica do público empreendedor do Polo de Confecção de Pernambuco. O polo é composto por 10 municípios, sendo os de Santa Cruz do Capibaribe, Toritama e Caruaru os principais produtores. Segundo o Núcleo Gestor da Cadeia Têxtil e de Confecções em Pernambuco – NTCPE, estima-se que existam na região pelo menos 14.000 empreendimentos, entre formais e informais, e mais de 100.000 pessoas envolvidas diretamente na produção. De acordo com um levantamento realizado pelo Sebrae, para cada quatro empresas informais, há apenas uma formalizada. Com duração de 15 minutos e periodicidade semanal, o Podcast é baseado teoricamente no jornalismo de serviço, por isso, oferece um conteúdo de qualidade com orientação sobre direitos trabalhistas. Parte do trabalho foi feito de maneira remota devido às restrições impostas pela Covid-19. Neste relatório constam os objetivos, produção, cronograma, detalhamento técnico da gravação e edição, e fundamentação teórica. O podcast busca tornar-se um complemento jurídico essencial aos empreendedores.

**Palavras-Chave:** Podcast. Jornalismo de Serviços. Mídia Digital. Direito Trabalhista.

## **ABSTRACT**

The Direito Simplificado Podcast is a media product to meet the legal information needs of the enterprising public of the Confection Center in Pernambuco. The hub consists of 10 municipalities, Santa Cruz do Capibaribe, Toritama and Caruaru being the main producers. According to the Center for the Management of the Textile and Clothing Chain in Pernambuco - NTCPE, it is estimated that there are at least 14,000 enterprises in the region, between formal and informal, and more than 100,000 people directly involved in production. According to a survey carried out by Sebrae, for every four informal companies, there is only one formalized. With a duration of 15 minutes and weekly, the Podcast is theoretically based on service journalism, so it offers quality content with guidance on labor rights. Part of the work was done remotely due to restrictions imposed by Covid-19. This report contains the objectives, production, schedule, technical details of recording and editing, and theoretical foundation. The podcast seeks to become an essential legal complement for entrepreneurs.

**Keywords:** Podcast. Service Journalism. Digital Media, Labor Law.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.</b> ....	<b>10</b>
<b>2 OBJETIVOS</b> .....	<b>12</b>
2.1 Objetivo Geral. ....	12
2.2. Objetivo Específicos.....	12
<b>3 JUSTIFICATIVA</b> .....	<b>13</b>
<b>4 PÚBLICO-ALVO.</b> .....	<b>14</b>
<b>5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>15</b>
5.1 Podcast.....	15
5.2 Chegada do podcast ao Brasil.....	17
5.3 Jornalismo de Serviço.....	18
<b>6 ORÇAMENTO</b> .....	<b>20</b>
<b>7 CRONOGRAMA</b> .....	<b>21</b>
<b>8 PLANEJAMENTO, PRODUÇÃO E EXECUÇÃO</b> .....	<b>22</b>
8.1 Planejamento. ....	22
8.2 Produção.....	22
8.3 Execução. ....	25
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>28</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>29</b>
<b>APÊNDICE.</b> .....	<b>31</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Mudanças e transformações acontecem nos processos de comunicação através do tempo e sem interrupções. O avanço da tecnologia digital, que aconteceu de maneira mais intensa principalmente a partir dos anos de 1980, permitiu o desenvolvimento de novas plataformas de comunicação para atender um público ávido por informação. Ao longo dos anos, os telefones celulares desenvolveram-se, adquiriram novos recursos e expandiram seus usos originais La Polla, M., Martinelli, F., & Sgandurra, D. (2013). A situação foi ampliada com a democratização dos reprodutores móveis de mídias digitais como o iPod e o ‘smartphone’.

Enquanto meios de comunicação analógicos, a exemplo do rádio e depois a TV, desenvolveram-se demoradamente, produtos nativos digitais transformam-se e adaptam-se rapidamente, como aconteceu com o podcast, sucessor do rádio, numa adequação constante às mutações da rede de computadores. De acordo com Cardoso (2007), essas mudanças atendem demandas conforme a necessidade dos usuários.

A história dos meios de comunicação de massa demonstra que uma nova tecnologia não erradica outra, torna-se uma alternativa. Na maior parte dos casos uma nova tecnologia constitui uma extensão das anteriores [...] Assim, cada nova mídia é o resultado de uma metamorfose de uma mídia anterior, que evolui e se adapta à nova realidade em vez de desaparecer (CARDOSO, 2007, p. 189).

Com uma vasta quantidade de segmentação, o podcast visa oferecer um conteúdo de qualidade, mantendo a originalidade, credibilidade e fidelidade da informação que é transmitida, além de adaptar-se ao cotidiano daqueles que buscam sempre se informar e não querem perder nenhuma atualização sobre determinado assunto. Muitos criadores de podcast veem um local apropriado no meio para explorar e apresentar seu conteúdo de forma dinâmica e com custos que barateiam e facilitam a produção.

Com a popularização do podcast, o jornalismo começou a se apropriar dessa nova forma de comunicar. Nos últimos 10 anos principalmente, vários conglomerados de comunicação passaram a adotar a ferramenta como um novo espaço dedicado à disseminação de informações factuais e do cotidiano. No Brasil, De acordo com a pesquisa da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod) publicada em 2020, a estimativa é que o país tenha 34,6

milhões de ouvintes de podcast. Correspondente a 8% da população. Gradativamente o jornalismo de serviço começa a fazer parte dos podcasts de notícias<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Disponível.: <https://exame.com/bussola/nas-ondas-do-audio-8-dos-brasileiros-ouvem-podcast-e-tendencia-so-cresce/>. Acesso em 20 de maio de 2021.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo Geral**

Produzir um jornalismo de serviço com informações sobre o universo jurídico, mais precisamente Direito Trabalhista, para auxiliar a ação nessa área dos empreendedores do Polo de Confecção de Pernambuco.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Oferecer, através de entrevistas, informações jurídicas a respeito das relações trabalhistas;
- Trazer fontes confiáveis e com clareza dirimir todas as possíveis dúvidas dos empreendedores;
- Possibilitar a interação através das redes sociais;
- Apresentar um quadro com empreendedores relatando suas boas práticas jurídicas;

### 3. JUSTIFICATIVA

Segundo o Núcleo Gestor da Cadeia Têxtil e de Confeções em Pernambuco – NTCPE, estima-se que existam na região do polo de Confeção de Pernambuco, pelo menos 14.000 empreendimentos, entre formais e informais, e mais de 100.000 pessoas envolvidas diretamente na produção. O polo é composto por 10 municípios, sendo os de Santa Cruz do Capibaribe, Toritama e Caruaru os principais produtores. Estes possuem Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) médio e contabilizam taxas de informalidade que variam de 23,9% em Caruaru, 39,8% em Santa Cruz do Capibaribe a até 57,3% em Toritama. Segundo levantamento realizado pelo Sebrae, estima-se que, para cada quatro empresas informais, há apenas uma formalizada<sup>2</sup>.

A ausência de assessorias jurídicas para auxiliar os empreendedores, justamentedevido ao alto número de informais, resulta em fiscalizações realizadas pelo Ministério Público do Trabalho (MPT) e algumas sanções têm sido arbitradas a estes empreendedores por não estarem adequados devidamente ao que rege a lei. A falta de conhecimento na área jurídica é muitas vezes definida como a causa das sanções.

A ideia de criar este podcast vem para ajudar a orientar esses empreendedores no sentido de mostrar os meios e os caminhos legais para formalização. Ressaltando as vantagens e benefícios que a condição pode oferecer para a empresa, para os trabalhadores e contribuir para o desenvolvimento da região. A tentativa de ajudar a suprir essa necessidade, não significa que o podcast busca substituir a especialidade jurídica e a assistência que é prestada por este profissional. Há apenas a tentativa de ajudar os empreendedores a entender melhor as questões trabalhistas e quais meios podem e devem ser adotados para que operem na legalidade.

Nosso podcast traz linguagem de fácil compreensão. Oferece como diferencial tratar dos temas jurídicos de maneira acessível aos leigos no assunto. Conta com credibilidade ao buscar fontes capacitadas, como profissionais do direito e da contabilidade. Além disso, o jornalismo de serviço, sendo um dos pilares desse produto jornalístico, ajuda os empreendedores na tomada de decisões.

---

<sup>2</sup> Disponível em <<https://empreender360.org.br/case-e-diagnostico-polo-de-confeccao-textil-do-agreste-pernambucano/>> Acesso em 11 de maio de 2021

O programa de estreia tem 15 minutos de duração e foi dividido em três blocos, onde o primeiro é composto pela contextualização do assunto, em seguida no segundo bloco apresentamos o nosso convidado que traz informações sobre como funciona a garantia dos direitos trabalhistas e como os empreendedores podem se adequar, respondendo perguntas, baseadas no contexto da região do Polo de Confecção de Pernambuco.

No último bloco, o especialista responde novos questionamentos sobre a consequência de não ser formalizado e o descumprimento da legislação trabalhista, também aponta caminhos para a formalização. Além disso, criamos um quadro denominado “Garantindo Direitos”, que visa trazer o relato de empreendedores do Polo de Confecção que destacam as vantagens de estar formalizado e pontuam o que fizeram para superar a crise que afetou o comércio do Polo.

O que nos motivou a se debruçar sobre o assunto foi, além de tudo, os impactos ocasionados pela pandemia do novo coronavírus que prejudicou a produção, os empregos e a dinâmica histórica de como funciona o Polo através de suas feiras semanais onde toda produção é escoada. Com a instabilidade da economia, os empreendedores começaram a reavaliar seus quadros funcionais e na redução drástica de produção, ocasionando nas perdas de postos de empregos, e em alguns casos, na ilegalidade dos cortes desobedecendo à legislação trabalhista.

#### **4. PÚBLICO-ALVO**

O Podcast Direito Simplificado é direcionado para empreendedores e pessoas envolvidas na produção têxtil que atuam na região do Polo de Confecção de Pernambuco. Empresas formais ou informais, que não têm acesso a conteúdos relacionados ao que diz a lei, no tocante a direitos trabalhistas, como também às informações adicionais que complementam o serviço de uma assessoria jurídica.

## 5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 5.1 Podcast

Citada pela primeira vez em fevereiro de 2004, em um artigo publicado pelo jornalista Ben Hammersley no Jornal britânico, *The Guardian*, a palavra podcast apareceu como sinônimo de audioblog, que era uma forma de publicar arquivos de áudio na internet em um formato semelhante ao texto postado no blog. Seu significado vem do prefixo de “pod” oriundo do termo iPod, nome do mais popular tocador de áudios fabricado pela empresa norte-americana Apple Computer, com o sufixo de “casting” que significa a transmissão pública e massiva da informação (FOSCHINI e TADDEI, 2006).

Embora haja certa semelhança entre o podcast e o que poderia ser chamado de “rádio pela internet”, já que se trata essencialmente de informações passadas via arquivos de áudio, não é esse o caso. Meditsch (1999) classifica modelos de difusão de áudio como o do podcasting, como sendo um tipo de serviço, na verdade, fonográfico, “não se caracterizando como radiofônico por não ser emitido em tempo real”. Nesse ponto, o podcasting é visto como uma forma de transmitir arquivos de áudio ou até mesmo de vídeo através da internet.

Segundo Primo (2005) “podcasting é um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na internet”. Esse processo se dá a partir da relação entre o arquivo de áudio do podcast e um arquivo de texto que ajuda a divulgá-lo. Alguns aplicativos que hospedam conteúdos de podcast tem a função de avisar aos ouvintes toda vez que um novo arquivo é lançado. Conhecido por feed RSS, já utilizado em blogs, a ferramenta possibilita que os inscritos possam receber de maneira automática todo conteúdo.

Já o podcast é transmitido através do podcasting e permite o download dos arquivos. Os episódios (como também são chamados os arquivos) ficam salvos no feed do “canal”, podendo ser reproduzidos quando e quantas vezes o ouvinte desejar. Através do programa agregador, o ouvinte é automaticamente informado quando há um novo episódio, possibilitado pela assinatura do feed RSS, que se atualiza sempre que o dispositivo se conecta à internet. Nos smartphones, os programas agregadores são em formato de aplicativos (ASSIS; LUIZ, 2010).

Ainda de acordo com Assis e Luiz (2010), a prática do podcasting surgiu em 2004 quando Adam Curry, um ex-apresentador de TV, cansado da programação repetitiva e

maçante das rádios convencionais, queria uma forma de oferecer ao público uma transmissão diferenciada de programas de rádio que pudessem ser personalizados conforme o desejo de cada pessoa. Para isso, Curry desenvolveu uma forma de transferir o áudio disponibilizado através do RSS para o agregador iTunes a partir de um script de Kevin Marks. Essa forma de transferir o áudio foi chamada de Rsstoipod e disponibilizada para outros programadores. Depois disso, veio vários outros agregadores que permitiam a mesma funcionalidade dedownload. Esse sistema foi denominado podcasting (MACK e RATCLIFF, 2007, apud ASSIS e LUIZ, 2010).

Desenvolvido através da junção de várias tecnologias que antes mesmo da criação do podcast existiam e atuavam de forma paralela, o produto conta com uma característica inovadora que é de o ouvinte ter acesso ao material a qualquer dia, local e horário, sendo obrigatório ter apenas uma conexão via internet e um aparelho que possa reproduzir o conteúdo. Todo este processo é resultado da convergência midiática, descrita por Jenkins (2013).

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2013, p.29).

Ainda sobre o período de surgimento, na década de 1980 existia um serviço chamado de RCS (Radio Computing Services) nos Estados Unidos, que tinha sua funcionalidade bastante semelhante ao podcast, tão tradicional existente atualmente. O serviço inicial dos EUA, consistia em fornecer software de música e conversação para emissoras de rádios no formato MIDI. Era um serviço restrito, que não permitia que qualquer pessoa criasse e distribuísse seu conteúdo em áudio.

Em 1993, utilizando como princípio a experiência de áudios em arquivos digitais, que Carl Malamud criou um talk show que trazia entrevistas em áudios que não eram disponibilizadas para o rádio convencional, mas sim como arquivo digital, onde os ouvintes teriam que instalar um arquivo no computador e arrumar um jeito de ouvi-lo.

## **5.2 Chegada do podcast no Brasil**

Sua chegada ao Brasil já veio acontecer por volta do ano de 2006, quando a Apple anunciou o Podcast no iTunes em escala mundial e as pesquisas pelo termo no Google passaram a chamar atenção.

Após todo cenário empolgante que havia sido iniciado com o surgimento de novas mídias, houve um fenômeno chamado de “Podfade”, onde os primeiros podcasts brasileiros deixaram de ser produzidos por razões desconhecidas. De acordo com Assis e Luiz (2010), essa redução na produção dos programas aconteceu em todo o mundo e não apenas no Brasil.

Depois do “podfade” de 2005, novos programas surgiram inspirados nos programas de rádio voltados para jovens, que alinhavam humor, técnica e mixagem de som, produzindo pautas leves e descompromissadas e trilha e efeitos sonoros que valorizavam a fala dos locutores (ASSIS e LUIZ, 2010, p.8).

De acordo com Silva (2008) o primeiro podcast no país foi o Digital Minds, que tinha como fundador Danilo Medeiros e foi criado em 20 de outubro de 2004. Surgido através de um blog homônimo. Há época, vários outros blogs publicaram conteúdos em áudio, mas que não se caracterizavam como podcast devido à impossibilidade de se assinar através do RSS.

Nos anos seguintes o surgimento de podcast no país foi se intensificando, como, por exemplo, o podcast do Gui Leite, criado em novembro de 2004. O Perhappiness, um mês depois, em dezembro do mesmo ano, e Código Livre de Ricardo Macari, sendo este último o mais antigo podcast que ainda é produzido no Brasil desde o surgimento. Em 2005 foi organizada a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast (PodCon Brasil8), primeiro evento brasileiro dedicado exclusivamente ao assunto, nos dias 2 e 3 de dezembro em Curitiba no estado do Paraná. O evento foi organizado por Ricardo Macari e patrocinado pelo podcaster Eddie Silva e pela cervejaria Kaiser.

### **5.3 Jornalismo de Serviço**

Jornalismo de serviço ou jornalismo utilitário é uma classificação de gênero jornalístico na produção jornalística brasileira, com o intuito de atender as necessidades do leitor (DIAS, 1998).

O jornalismo utilitário tem sido detectado na atualidade de maneira cada vez mais frequente. Essa observação foi registrada nas classificações de gêneros no final do século XX. Mello (2010), pondera que: “Na passagem para o século XXI, aparecem outros gêneros: interpretativo, diversional e utilitário, disputando espaço com os gêneros precedentes” (MELLO, 2010, p. 25)

Segundo Vaz, (2008) quem iniciou a classificação de gêneros jornalísticos no Brasil foi Luiz Beltrão, de acordo com a autora, ele não cita o serviço como categoria ou formato em sua classificação nos gêneros do jornalismo. Contudo, reconhece a existência dos serviços no jornal impresso. “O noticiarista recebe, com pedido de publicação, avisos, comunicações, convites, votos de felicitações ao jornal ou de agradecimento a pessoas e entidades. Este material reclama um tratamento especial”. (BELTRÃO, 2006, p.118).

Apesar de aparecer de maneira intensa na passagem para o século XXI, e disputar espaço com os outros gêneros já categorizados, a classificação não é exclusiva e nem decorrente do surgimento nesse período. O jornalismo utilitário é identificado desde publicações no jornal Correio Brasiliense, a partir de 1808, e nas primeiras edições da Folhada Manhã, na década de 1920, remetendo ao início da imprensa no Brasil (VAZ, 2008).

O fato é que a função utilitária e orientadora do jornalismo surge com o nascimento da imprensa, quando já havia interesse pela divulgação de cotação de preços de produtos, como arroz, algodão, café e muitos outros. Mesmo tendo surgido com a práxis do jornalismo, é preciso considerar que a legitimação do gênero utilitário realmente acontece após o processo de industrialização do país. A intensificação da urbanização e suas decorrências determinam a importância dessa espécie de jornalismo, e isso acontece ainda nos dias atuais. (VAZ, 2008, p.189)

De acordo com Vaz (2008), o jornalismo tem o propósito de prestar serviço à sociedade. O termo classificatório utilitário, designa o material jornalístico, produzido com orientações e dicas para o público.

Ainda segundo Vaz (2008), na sociedade contemporânea caracterizada pelo consumismo, há uma vasta opção de produtos e bens simbólicos, que demandam aos cidadãos a busca por mais orientação. “Adentrando nessa lacuna, os meios de comunicação de massa utilizam-se do jornalismo para prestar serviços de utilidade pública, muitas vezes, sobre assuntos e temas que fazem parte do cotidiano dos cidadãos”. (VAZ, 2008, p.8).

Segundo Temer (2001), o jornalismo de serviço se diferencia dos demais gêneros, e notabiliza-se com a característica de ensinar e orientar. “De fato, esta categoria de jornalismo é uma consequência natural do jornalismo enquanto responsabilidade social, visto que oferece opções, propostas, soluções e variados tipos de informações úteis para se enfrentar a vida cotidiana”. (TEMER, 2001, p.135).

## **6. ORÇAMENTO**

A produção de um Podcast não depende de equipamentos sofisticados. Com um smartphone e aplicativos adequados é possível realizar um programa. Porém, o manuseio desses recursos e ferramentas exige habilidades, que demandam tempo para aprender a conduzir e manusear corretamente ao nível de competências necessárias para uma edição de um produto midiático como um podcast.

Tivemos menos de três meses de prazo para a produção do Podcast Direito Simplificado. Desde a elaboração, fundamentação e a produção propriamente. Desse modo, optamos por um estúdio e orientação de um profissional técnico da área radiofônica. Para a gravação e edição do episódio “Pandemia e relações trabalhistas no Polo de Confeções de Pernambuco”, usamos o espaço do estúdio de gravação da Rádio Polo FM. Eliton Araujo é colaborador na emissora, e a direção disponibilizou gratuitamente a estrutura necessária para a execução do trabalho.

A edição contou com a colaboração do técnico da rádio, Anderson Figueiredo e Marcos Meirelles, que não nos cobraram pela assessoria. As vinhetas foram gravadas e cedidas pela comunicadora e profissional da Polo FM, Márcia Arantes. A emissora é sediada em Santa Cruz do Capibaribe-PE. Não houve custos para produção do episódio.

**7. CRONOGRAMA**

	<b>Março</b>	<b>Abril</b>	<b>Maio</b>
<b>Orientação</b>	x	x	x
<b>Elaboração do projeto</b>	x	x	
<b>Elaboração de roteiro e scripts</b>	x	x	x
<b>Levantamento de fontes biográficas</b>	x	x	x
<b>Gravação e edição</b>		x	x
<b>Publicação em plataforma</b>			x
<b>Revisão</b>			x
<b>Apresentação do TCC</b>			x

## **8. PLANEJAMENTO, PRODUÇÃO E EXECUÇÃO**

### **8.1 Planejamento**

A definição do trabalho para a Conclusão estava resolvida que seria um produto midiático desde os primeiros períodos do curso. No decorrer dos anos surgiram inúmeras ideias, outros tantos projetos, e tentativas de iniciar um modelo de empreendedorismo visando atender a demanda na área da profissão que futuramente estaremos aptos a atuar.

O ano de 2020, que seria o último para conclusão do curso, foi marcado pela interrupção brusca das atividades acadêmicas, devido à pandemia do novo coronavírus. Esse afastamento da academia, aliado ao cansaço adquirido em cinco anos de estudos, arrefeceu momentaneamente os esforços de seguirmos.

Contudo, no início do ano de 2021, trouxe-nos de volta o entendimento de que, precisávamos concluir o curso, para estarmos aptos ao exercício da profissão de jornalista, cuja atuação, não esmoreceu na pandemia, pelo contrário, tornou-se necessária.

Ocorre que durante a elaboração do relatório de Estágio Supervisionado Obrigatório, Eliton Araújo conversou com o professor orientador Antônio Simões sobre a ideia de fazer um Podcast como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). O professor Antônio Simões se mostrou interessado e se disponibilizou a ajudar.

Ele abraçou junto conosco a ideia e o desafio de delimitar o tema, o planejamento, a parte teórica e a produção do podcast, para ser executado em pouco menos de três meses.

A escolha do nome do podcast foi uma sugestão dada pelo nosso professor orientador, que nos auxiliou na escolha. Inicialmente havíamos estudado algumas possibilidades e definimos alguns nomes que foram discutidos com nosso professor. Após a sua sugestão, achamos a proposta de nome bastante intuitiva e optamos por seguir o que nos foi apresentado.

## 8.2 Produção

A escolha do tema para o primeiro episódio atendeu aos usuários com informações sobre fatos atuais. A região é economicamente ativa e teve uma importante redução da produção e das vendas durante a pandemia, afetando principalmente as relações trabalhistas<sup>3</sup>.

A preferência por Felipe Barros, para participar no primeiro programa, ocorreu pelo mesmo ser especialista em direito trabalhista. A indicação foi do jornalista Melqui Lima, que fez a ligação entre nós e o profissional. Ele veio para trazer um aspecto geral sobre as relações trabalhistas no Polo de Confecção de Pernambuco nesse período de restrições.

Felipe esclarece como a pandemia afetou as relações trabalhistas na região, quais aspectos da legislação se enquadram no contexto e como empreendedores devem agir. Com essas informações, o empreendedor poderá se nortear nas tomadas de decisões.

A entrevista aconteceu por meio remoto, através do aplicativo WhatsApp. Foi realizado um primeiro contato, e a seguir, enviada às perguntas classificadas por tópicos. As respostas foram enviadas pelo mesmo aplicativo. O arquivo veio em formato OGG, sendo necessário a conversão para MP3. Foi utilizado o aplicativo Conversor de áudio MP3, baixado gratuitamente no Play Store.

O podcast teve publicação nas plataformas de streamings Spotify e Soundcloud, e nas redes sociais, Facebook, Instagram e Youtube. A definição por essas plataformas se dá pelo fato de sua popularização, em pesquisa recente divulgada pelo Canaltech, o Spotify atingiu, em fevereiro de 2021, aumento de 21% anual com relação à quantidade de usuários assinantes Premium, chegando a 158 milhões de usuários ativos na modalidade. Nos três primeiros meses de 2021, foram registrados 356 milhões de usuários ativos.<sup>4</sup>

No YouTube, os dados cada vez mais chamam atenção, a plataforma ocupa a 2ª posição em quantidade de visitas, perdendo apenas para o Facebook, mas atinge marcas que se aproximam de 2 bilhões de usuários mensais. Um levantamento feito pela empresa Hubspot, nos Estados Unidos, constatou que os usuários consomem mais de 1 bilhão de horas de vídeos no YouTube diariamente.

---

<sup>3</sup> Disponível em < <https://www.brasilefato.com.br/2021/04/04/pandemia-agrava-condicoes-de-trabalho-no-polo-de-confecoes-do-agreste-pernambucano> > Acessado em 11 de maio

<sup>4</sup> Disponível em < <https://canaltech.com.br/resultados-financeiros/spotify-ja-tem-mais-de-320-milhoes-de-usuarios-ativos-173801> > Acessado em 13 de maio

A plataforma SoundCloud iniciou seu serviço de armazenamento e compartilhamento de músicas no ano de 2008, e se estabeleceu como uma das mais conhecidas no mercado de streaming, destacando-se por seus recursos sociais. Além de possibilitar a hospedagem de músicas, a ferramenta online também permite a publicação de outros conteúdos em áudio, incluindo audiobooks e podcasts, além de possibilitar o contato direto entre fãs e criadores.<sup>5</sup>

O Instagram é um aplicativo gratuito, a partir dele, é possível tirar fotos com o celular e aplicar efeitos nas imagens com recurso para compartilhamento. Há ainda a possibilidade de postar essas imagens em outras redes sociais, como o Facebook e o Twitter.

O Podcast Direito Simplificado terá sua periodicidade semanal e será disponibilizado sempre aos domingos. A produção de pauta, consulta de fontes, gravação e edição será efetuada no decorrer da semana com uma reunião de pauta entre Eliton e André, para definir o tema abordado na semana. A partir dessa definição, iremos consultar as fontes e personagens que irão participar do Podcast com informações ou sendo entrevistados.

A publicação do novo material será aos domingos porque como nossa proposta é trazer informações para os empreendedores do Polo de confecções teremos mais facilidade em atingir este público, justamente porque no decorrer da semana a maioria está dentro de suas fábricas produzindo para as feiras que acontecem nos domingos, segundas e terças-feiras. Nossa estratégia de divulgação será através das redes sociais na qual estaremos levando todo conteúdo, de forma facilitada, indicando as plataformas nas quais os assuntos podem ser consumidos pelo público-alvo.

Além da participação do especialista em direito trabalhista, o advogado Felipe Barros, tivemos a ideia de trazer um quadro denominado “Garantindo Direitos”, onde apresentamos um exemplo de sucesso existente na região. Definimos pela empresa Rota do Mar, onde o empresário e proprietário da marca, Arnaldo Xavier, deveria participar. O primeiro entrave para elaboração do que havíamos planejado, foi que no momento da execução do projeto o empresário não nos respondeu a tempo. Outros personagens que buscamos não se disponibilizam a dar seus depoimentos, haja vista, a região estava no período no centro epidemiológico de contaminação do novo coronavírus, ocorrendo restrições severas de distanciamentos.

---

<sup>5</sup> Disponível em < <https://canaltech.com.br/empresa/soundcloud/> > Acessado em 20 de maio

Desse modo, refizemos o Podcast. Foi feita uma verdadeira maratona na busca por alguém que pudesse dar um depoimento. Decidimos recolocar o quadro no Podcast, ouvindo dois empreendedores, Luiz José e Fábio Aragão, onde eles trazem um relato de como estão mantendo as relações trabalhistas, ressaltando, que só estão conseguindo se manter ativos por serem formalizados.

É o momento em que os empreendedores declararam como conseguem conduzir as relações trabalhistas nas suas empresas.

### **8.3 Execução**

Na formulação do banner e nome para o Podcast optou-se pela simplicidade e o mínimo de elementos. Preto para a tipografia que retrata profissionalismo e seriedade, e o branco como cor secundária para o fundo representando sofisticação e eficiência<sup>6</sup>.

Para a palavra Podcast foi usada a fonte Clarika Pro Gro, em duas composições, por ser da família das fontes sem serifa que transmite modernidade e objetividade. As letras Pod no formato Clarika Pro Go, e cast, em Clarika Pro Gro Liht. Tamanho 13.

O nome Direito Simplificado foi usado a fonte Egyptian BT, em tamanho 72, da família das serifas que remete ao clássico e a seriedade<sup>7</sup>. A letra T foi substituída pelo ícone de uma balança símbolo da justiça. A logo é constituída pela imagem de um microfone envolto com o símbolo de sinais digitais que é por onde são enviadas as informações até o usuário. As imagens foram capturadas gratuitamente no site pngwing.com. Figura 1.

O banner informativo dos episódios segue o mesmo padrão com a inserção do tema ou assunto do programa com a fonte Egyptian BT tamanho 25. Figura 2. A produção foi executada no software Adobe Photoshop.

<sup>6</sup>  
<sup>7</sup>

---

Disponível em <<https://www.tailorbrands.com/pt-br/logo-maker/cores-dos-logos> > Acessado em 05 de maio  
Disponível em <<https://blumenthal.com.br/clientes/inside/download/Inside.pdf> > Acessado em 05 de maio

*Figura 1- Banner com o logotipo*



Fonte: Própria, 2021.

*Figura 2- Banner com a informação de indicação do episódio*



Fonte: Própria, 2021.

Os episódios estarão disponíveis nas plataformas de streamings Sound Cloud e Spotify. Para convidar os usuários a se conectarem com as produções, será explorada as ferramentas oferecidas pelas redes sociais, Facebook, Instagram e Youtube. Para cada episódio será produzido um conteúdo com o resumo do tema da edição em formatos que se adequem a cada rede social já descrita anteriormente.

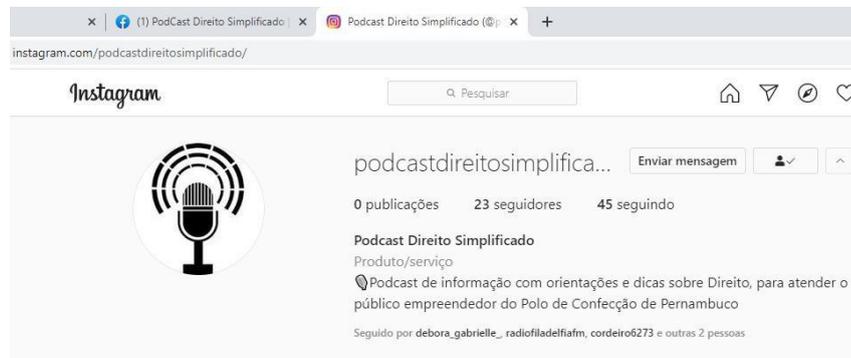
As capas nas contas do Podcast Direito Simplificado, criada nas plataformas e redes sociais, são padronizadas conforme a identidade visual do produto.

**Figura 3 - Capa Sound Cloud - Link de acesso: <https://soundcloud.com/direito-simplificado-301931595>**



Fonte: Própria, 2021.

**Figura 4 - Capa Instagram: [podcastdireitosimplificado](https://www.instagram.com/podcastdireitosimplificado/)**



Fonte: Própria, 2021.

**Figura 5 - Fanpage Podcast Direito Simplificado. Acesso: [facebook/podCastDireitoSimplificado](https://facebook.com/podCastDireitoSimplificado)**



Fonte: Própria, 2021.

**Figura 6** - Canal Youtube Acesso: <https://www.youtube.com/channel/UCcRor0CGQ-4fxBCcxkqltyw>



Fonte: Própria, 2021.

---

<https://www.tailorbrands.com/pt-br/logo-maker/cores-dos-logos>  
<https://blumenthal.com.br/clientes/inside/download/Inside.pdf>

## 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a execução desse trabalho, tivemos pouco mais de quarenta dias. As novas restrições de mobilidade dificultaram algumas ações, limitando, por exemplo, os encontros e contatos pessoais. A maneira de trabalho remota proposta, ainda está em processo de adaptação e algumas pessoas encontram dificuldades de comunicação através desse meio.

Durante os momentos de planejamento e execução deste trabalho, enfrentamos algumas dificuldades que ocasionaram em mudanças e adaptações que foram feitas no decorrer do projeto. Nosso programa foi planejado para ser produzido em três blocos, onde entraria um quadro que queríamos trazer algum exemplo de sucesso, mesmo diante da situação pandêmica e das restrições impostas pelo governador de Pernambuco.

De início, desistimos da inclusão do quadro devido à pessoa que havíamos planejado não ter se disponibilizado a dar seu depoimento, diante disso, pensamos em algumas outras situações e a poucos dias da apresentação deste trabalho, conseguimos um empresário que nos falou das vantagens que obteve devido ser formalizado. Adaptamos o quadro a esta situação e decidimos trazer o depoimento do proprietário da marca Luzal, Luiz José, que relatou como consegue manter a produção e garantir os direitos aos seus colaboradores, ressaltando a importância de ser formalizado.

O Podcast Direito Simplificado é um produto pioneiro na região. Com produção de jornalismo utilitário direcionado para uma segmentação da audiência. Após a conclusão deste trabalho, pudemos perceber a importância que tem esse formato de levar conteúdos às pessoas das mais diversas áreas, e especialmente ao empreendedor do Polo de Confecções, que tem delimitado suas ações e buscado meios de manter seu funcionamento diante das dificuldades que foram impostas pela pandemia da Covid-19.

Além disso, pudemos experimentar todo processo de elaboração e execução de um podcast, sendo o primeiro de muitos que pretendemos fazer na nossa prática diária. Nosso planejamento para que os ouvintes possam interagir conosco, é através das redes sociais que criamos voltados a esse projeto, a partir de lá, as pessoas podem sugerir temas e dúvidas para podermos fazer um programa voltado a atender a demanda deste público. Estaremos sempre ativos nas redes sociais acompanhando o ‘feedback’ dos nossos ouvintes.

## REFERÊNCIAS

- ABPOD. **Podpesquisa 2019-2020**, 2020. Disponível em <<http://abpod.org/wpcontent/uploads/2020/03/Podpesquisa-ouvintes-2019.pdf>>. Acesso em: 23 de abril de 2021.
- ABREU, L. **O que são mídias digitais, quais os tipos, benefícios e como fazer seu planejamento**. Rockcontent 2019. Disponível em <<https://rockcontent.com/br/blog/midia-digital>>. Acesso em 03 de maio de 2021.
- ASSIS, P; LUIZ, L. **O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para distribuição de mídias digitais**. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Caxias do Sul, 2010.
- ASSIS, P; SALVES, D; GUANABARA, G. **O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia**. In: Simpósio Nacional ABCiber, 4, Rio de Janeiro, 2010.
- BARBOSA, J. B; MOREIRA, B. D. **O Podcast na Sociedade e Juventude**. Universidade Federal de Mato Grosso, Campo Grande – MS, 2015.
- BELTRÃO, L. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina: FAI/Cátedra Unesco/Methodista de Comunicação para o desenvolvimento regional/Edições Omnia, 2006.
- BODLE, R. Regimes of sharing. **Information, Communication & Society**, v. 14, n. 13, p. 320-337, 2011.
- CARDOSO, G. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007
- CNN BRASIL. **Na quarentena, Spotify ganha 30% de novos usuários; 63 milhões ouvem podcast em 2020**. Disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/07/29/na-quarentena-spotify-ganha-30-em-novos-usuarios-63-milhoes-ouvem-podcast>>. Acesso em 17 de abril de 2021.
- DIAS, P. R. et al. **Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística: um estudo do jornal “Folha de S. Paulo” e da revista “Veja”**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 21., 1998, Recife. Anais... Recife, PE: Intercom, 1998.
- FOSCHINI, A.; TADDEI, R. **Conquiste a Rede: podcast**. São Paulo: Ebook, 2006.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2013.
- G1. **Brasil tem 9,8 milhões de novos internautas entre 2013 e 2014, diz IBGE**. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/11/brasil-tem-98-milhoes-de-novos-internautas-entre-2013-e-2014-diz-ibge.html>>. Acesso em: 01/12/2015.

- HELMOND, A. The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. **Media + Society**, v. 1, n. 2, p. 1-11, 2015.
- LA POLLA, M., MARTINELLI, F., & SGANDURRA, D. (2013). **A survey on security for mobile devices**. *IEEE communications surveys & tutorials*, 15(1), 446-471.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed.34, 1999.
- LUIZ, L. et al. **Reflexões sobre o Podcast**. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2014.
- MACK, S.; RATCLIFFE, M. **Podcasting Bible**. Indianapolis: Wiley, 2007.
- MEDEIROS, M. **Podcasting: Produção Descentralizada de Conteúdo Sonoro**. São Paulo. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005.
- MELO, J. M. Gêneros jornalísticos: conhecimento brasileiro. In: MELO, J. M. ASSIS, F. (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, p.13-22.
- PRIMO, A. F. T. **Para além da emissão sonora: as interações no podcasting**. In: Intexto. Porto Alegre, n. 13, 2005.
- SILVA, E. **Vídeo da apresentação do Prêmio Podcast 2008**. In: Blog do Prêmio Podcast, 9 dec. 2008. Disponível em: <<http://www.blog.premiopodcast.com.br/?p=75>>. Acesso em 06 de maio de 2021.
- TEMER, A. C. R. P.; SANTANA, M. J. S. **Jornalismo de Serviço: um aporte teórico em construção**. *Comunicação & Amp; Informação* 182015. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/index.php/ci/article/view/35716>>. Acesso em 05 de maio de 2021.
- VANASSI, G. **Podcasting como processo midiático interativo**, Caxias do Sul, 2007.
- VAZ, T. C. V. Gênero utilitário. In: MELO, J. M.; ASSIS, F. de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, p. 125-140.
- VAZ, T. C. V. **Jornalismo de Serviço: as espécies utilitárias como gênero na mídia brasileira**. Universidade Metodista de São Paulo: Intercom, 2008. 15 p. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0482-1.pdf>>. Acesso em: 04 de maio de 2021.



VINHETA DE PASSAGEM	ELITON	<p>EMPREENDEDOR//</p> <p>COM ORIENTAÇÕES BASEADAS EM FONTES CONFIÁVEIS, E CONTEÚDO DE QUALIDADE PARA AUXILIAR OS EMPREENDEDORES DO SETOR TÊXTIL DE CONFECÇÃO//</p>
	ANDRÉ	<p>UM JORNALISMO DE SERVIÇO PARA AJUDAR VOCÊ A TIRAR DÚVIDAS SOBRE TEMAS COMPLEXOS, COMO DIREITO TRABALHISTA, E ORIENTAR COMO O EMPREENDEDOR DO POLO, DEVE AGIR PARA SE ADEQUAR ÀS REGRAS ATUAIS DA LEI //</p>
	ELITON	<p>OS EPISÓDIOS ESTÃO NAS PLATAFORMAS SPOTIFY/ SOUNDCLOUD E EM NOSSAS REDES SOCIAIS, INSTAGRAM/ FACEBOOK E YOUTUBE//</p>
	ANDRÉ	<p>NESTE EPISÓDIO VAMOS OUVIR O ESPECIALISTA EM DIREITO TRABALHISTA, FELIPE BARROS, QUE VAI FALAR SOBRE PANDEMIA E RELAÇÕES DO TRABALHO NO POLO DE CONFECÇÃO DE PERNAMBUCO//</p>
	ELITON	<p>A PARTIR DE AGORA VOCÊ VAI FICAR BEM INFORMADO, / O TEMA DO PODCAST DE HOJE É PANDEMIA E AS RELAÇÕES TRABALHISTAS//</p> <p>DE ACORDO COM O NÚCLEO GESTOR DA CADEIA TÊXTIL E DE CONFECÇÕES EM PERNAMBUCO, A REGIÃO É UMA DAS PRINCIPAIS FORNECEDORAS DE CONFECÇÃO DO BRASIL./ GERANDO CERCA DE 250</p>



<p>SONORA 2 – FELIPE BARROS</p> <p>TRILHA DE PASSAGEM</p> <p>SONORA 3 – FELIPE BARROS</p> <p>BG-TRILHA</p> <p>VINHETA DE PASSAGEM</p> <p><b>TRILHA PASSAGEM DE QUADRO</b></p> <p><b>QUADRO “GARANTINDO DIREITOS”</b></p> <p>SONORA EMPRESÁRIO LUIZ JOSÉ</p> <p>VINHETA DE PASSAGEM</p>	<p>ELITON</p> <p>ANDRÉ</p> <p>ANDRÉ</p>	<p>EMPREENDEDOR DEVE PROCURAR PARA SE ADEQUAR A LEI//</p> <p>NÓS AGRADECEMOS AO DR. FELIPE BARROS POR FALAR CONOSCO, PELA SUA PARTICIPAÇÃO E CONTRIBUIÇÃO/ELE ESCLARECEU PONTOS DA LEGISLAÇÃO TRABALHISTA QUE SÃO IMPORTANTES PARA O CONTEXTO DO EMPREENDEDORISMO NO POLO DE CONFECÇÃO//</p> <p>NO PRÓXIMO BLOCO, TEREMOS O QUADRO GARANTINDO DIREITOS/ VAMOS OUVIR O DEPOIMENTO DE UM EMPREENDEDOR DO POLO DE CONFECÇÃO QUE FALA COMO ESTÁ CONSEGUINDO MANTER A PRODUÇÃO NESTE PERÍODO DE PANDEMIA//</p> <p>LUIZ JOSÉ, É PROPRIETÁRIO DA LUZAL CAMISARIA/ ELE RELATA COMO ESTÁ CONDUZINDO A EMPRESA NESTE PERÍODO E FALA TAMBÉM SOBRE AS VANTAGENS DE SER FORMALIZADO//</p>
--	---	--

SONORA DE FÁBIO	ELITON	E O EMPREENDEDOR E GESTOR MUNICIPAL DE SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE/FÁBIO ARAGÃO/ TAMBÉM FALA SOBRE O TEMA//
SONORA DE FÁBIO	ELITON	E COMO GESTOR DO MUNICÍPIO/ FÁBIO FALA O QUE TEM BUSCADO PARA AJUDAR OS EMPREENDEDORES NESTE MOMENTO//
	ELITON	NESTE EPISÓDIO CONVERSAMOS COM O ADVOGADO FELIPE BARROS, /ELE FALOU COMO AS RELAÇÕES TRABALHISTAS TÊM SIDO TRATADAS NA REGIÃO DO POLO DE CONFECÇÃO DE PERNAMBUCO, EM QUAIS SANÇÕES UMA EMPRESA ESTÁ SUJEITA CASO HAJA ALGUM DESCUMPRIMENTO DOS CRITÉRIO EXIGIDOS NA LEI, E COMO O EMPREENDEDOR DEVE AGIR PARA CUMPRIR A LEGISLAÇÃO//
	ANDRÉ	E O EMPREENDEDOR LUIZ JOSÉ, DA CAMISARIA LUZAL, FALOU COMO ESTÁ CONDUZINDO A EMPRESA NESSE PERÍODO DE PANDEMIA//
	ELITON	E FÁBIO ARAGÃO QUE DESTACA QUAIS MEDIDAS FORAM TOMADAS PARA AMENIZAR OS EFEITOS DA CRISE//

VINHETA DE ENCERRAMENTO	ANDRÉ	INTERAJA CONOSCO ATRAVÉS DAS NOSSAS REDES SOCIAIS / INSTAGRAM/ FACEBOOK E YOUTUBE// DEIXE A SUA SUGESTÃO E INDICAÇÕES SOBRE TEMAS PARA OS PRÓXIMOS PROGRAMAS. //
	ELITON	NO EPISÓDIO VOCÊ VAI SABER COMO SE PREPARAR PARA SER UM EMPREENDEDOR FORMALIZADO, VAMOS CONVERSAR COM O ESPECIALISTA EM CONTABILIDADE, LEANDRO SANTANA, E ELE VAI NOS DIZER QUAIS OS TRÂMITES PARA REALIZAR O PROCESSO, QUAL É A DOCUMENTAÇÃO EXIGIDA, E AS VANTAGENS DE ESTAR FORMALIZADO. //
	ELITON	MUITO OBRIGADO PELA SUA AUDIÊNCIA//
	ANDRÉ	NOSSO PROGRAMA FICA POR AQUI//
	ELITON	ATÉ O PRÓXIMO ENCONTRO//