



Agora Negócios, o jornal do futuro empreendedor¹

Felipe Martin PAMPLONA²

Francisco VERRI³

Kristianne dos Santos PEREZ⁴

Rodrigo Alessandro BASNIAK⁵

Thaís Fernandes KOGA⁶

Centro Universitário de Maringá, Maringá, PR

RESUMO

Voltado para os futuros empreendedores, o Agora Negócios é uma publicação que busca contribuir para que o empresário consiga sobreviver no mercado, pois de acordo com dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), 42,1% das empresas criadas não passam dos cinco anos de vida, enquanto outros 20,4% não sobrevivem mais do que nove anos. Dessa forma, visto a falta de publicações com este objetivo, tenta-se traduzir informações ao público alvo, para que estes possam obter conhecimento e aplicar no cotidiano.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo; economia; jornal laboratorial.

INTRODUÇÃO

O Agora Negócios é uma publicação voltada para os futuros empreendedores, ou seja, para quem pretende abrir o próprio negócio ou o cidadão que está começando no ramo. Portanto, sob o viés da ética e de estratégias sustentáveis, busca contribuir para que o empresário consiga sobreviver no mercado, visto que, segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), 42,1% das empresas criadas não passam dos cinco anos de vida, enquanto outros 20,4% não sobrevivem mais do que nove anos. De acordo com o Sebrae (Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), aproximadamente 50% das micros e pequenas empresas falem antes de completar quatro anos.

De acordo com Kucinski (2007), um dos desafios do jornalismo econômico é traduzir os processos econômicos complexos em linguagem acessível, sendo assim, o Agora

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade Documentário em áudio (avulso).

² Estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo, email: felipe1383@hotmail.com.

³ Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo, email: chicoverri@hotmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo, email: kristianneperez@hotmail.com.

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo, email: rodrigobasniak@hotmail.com.

⁶ Estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo, email: thaifs.koga@gmail.com.



Negócios atende a este conceito, visto que, pretende esclarecer as dúvidas, burocracias e estratégias econômicas envolvidas com o empreendedorismo.

Outro conceito exposto pelo autor é o jornalismo de serviço, que é “didático e voltado a uma cidadania econômica” (KUCINSKI, 2007, p.16). Fica evidente a inserção desta publicação às considerações do autor, compreendendo que o jornal é voltado para o conhecimento e auxílio de sobrevivência no mercado, gerando cidadania tanto ao público alvo, quanto aos jornalistas responsáveis pela divulgação dessas informações.

Portanto, a publicação atende a alguns conceitos jornalísticos, mas acima de tudo respeita a ética jornalística:

Exigir que ajam com responsabilidade social e com consciência, que não abusem do poder que estão investidos, que não se valham dele para destruir reputações e para deformar as instituições democráticas é exigir que o espírito que se encontra na origem do jornalismo não seja corrompido (BUCCI, 2000, p.11).

2 OBJETIVO

Geral: Auxiliar aos que tem interesse em abrir o próprio negócio a obter êxito no mercado, sob o viés da ética e estratégia sustentável, para que cumpra com as responsabilidades com seu público.

Específicos: - Discutir o cenário empresarial e econômico de Maringá e do Paraná;

- Apresentar um olhar analítico de especialistas na área;
- Integrar os novos empresários aos que permanecem no mercado;
- Possibilitar que a empresa consiga prestar serviço ao seu público alvo;
- Propor um debate com o leitor, fazendo-o obter conhecimentos de diversos campos para sua formação intelectual e pedagógica ao abrir o próprio negócio;
- Como um meio de comunicação, apresentar ao público o cunho jornalístico de transmitir as informações mais interessantes e necessários no cotidiano;
- Proporcionar conhecimento do assunto, além de aprendizado jornalístico dos discentes responsáveis pela publicação;



- Fomentar a discussão sobre as teorias que envolvem a produção, principalmente quanto ao jornalismo econômico.

3 JUSTIFICATIVA

A publicação se justifica pela busca de auxiliar na formação intelectual relacionado ao empreendedorismo, ao público alvo, gerando conhecimentos para que este sobreviva ao mercado e, conseqüentemente, traga bons frutos à sociedade. “Os meios de comunicação se edificam como o novo palácio da aristocracia - por isso, mais do que antes, devem ser regidos por uma ética que preserve, acima de tudo, os direitos do cidadão” (BUCCI, 2000, p.11).

O Agora Negócios tem um diferencial acadêmico e profissional, pois trabalha com conceitos pouco estudados e utilizados, como o jornalismo econômico:

O desafio de traduzir processos econômicos complexos em linguagem acessível não foi vencido, seja porque os processos econômicos se definem num outro plano de saber que não o do saber convencional, seja devido à sua instrumentalização ideológica crescente (Kucinski, 2007, p.14).

A publicação justifica-se também, pelo público alvo, visto que somente até outubro do ano passado, foram registrados pela Junta Comercial do Paraná 48.188 mil novas empresas no Estado e foram extintas em 2009, 16.549 empreendimentos. Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), 42,1% das empresas criadas não passam dos cinco anos de vida, enquanto outros 20,4% não sobrevivem mais do que nove anos.

A Lei Geral da Micro e Pequena Empresas, de acordo com o portal do Sebrae, existe com outro nome e normas desde 1990, entretanto vem sendo modificada desde 2003 e apresenta algumas facilidades ao empreendedor, como o Super Simples que diminui a contribuição fiscal, além do Micro Empreendedorismo Individual, que vem para legalizar trabalhadores.

Ao levantar os meios de comunicação impressos que atendem ao público alvo, encontra-se em sua maioria, publicações voltadas para a economia ou grandes empresas. Ou seja, tem foco no âmbito nacional e, esquecem-se do micro e pequeno empreendedor, principalmente os que estão sendo inseridos no mercado. E mesmo os impressos voltados para o pequeno, como a “Pequenas Empresas e Grandes Negócios” falham ao trazer as informações ao novo empresário sem muita experiência.



Portanto, além do diferencial de alguns conceitos jornalísticos, a publicação almeja cooperar para um público de grande contribuição na sociedade e de grande importância de investimento dos órgãos públicos, que muitas vezes são esquecidos por alguns meios de comunicação.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A metodologia inicial para realização do projeto seguiu as linhas gerais de uma pesquisa bibliográfica, pois segundo Ida Regina Stumpf (2008), esta pesquisa é um planejamento inicial para qualquer trabalho de pesquisa, sendo que, foi necessário o aprofundamento do tema escolhido para limitação do público alvo e realização de pautas e assuntos.

A partir disso, verificou-se a necessidade de realizar entrevistas, procedimento jornalístico básico para obtenção de informações. Para não limitar a aquisição de informações, optou-se pela entrevista aberta que, de acordo com Jorge Duarte (2008), “é essencialmente exploratória e flexível, não havendo sequencia predeterminada de questões ou parâmetros de respostas” (2008, p. 65). Dessa forma, busca-se que o entrevistado forneça o maior número de informações possíveis, tendo liberdade para explorar diversos aspectos de um mesmo assunto.

Após as entrevistas e obtenção da fotografia que ilustrará a matéria, os repórteres redigem a reportagem partindo dos princípios jornalísticos de objetividade, clareza, entre outros. Para, em seguida a matéria passar pela edição e ser publicada.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A publicação tem 16 páginas, no formato de tablóide, em que apresenta diferentes gêneros jornalísticos em suas editorias. Apresenta uma diagramação “neutra” devido a relevância dos assuntos expostos, mesmo havendo fotos, título, linha fina, entre outros.

A decisão de realizar o Agora Negócios, desde a escolha do tema, do nome, das pautas e da diagramação se deu pela reunião do grupo. Ou seja, os componentes se juntaram para tomar as decisões que formaram este jornal. Em princípio, foi determinada a vontade de uma publicação voltada para o futuro empresário, logo em seguida foi pensado na marca. A partir disso houve reuniões para construção de uma diagramação e a escolha dos temas e produção, além da determinação das tarefas de cada membro.

O projeto editorial definiu que na capa seria colocada, em destaque, a matéria “especial”, com uma foto ilustrativa, além da chamada. Foram destacadas algumas matérias do jornal e exposto a edição, período da publicação e a logomarca.

Na segunda página foi definido a realização de uma foto dos membros, o expediente e depoimentos de pessoas envolvidas na área. Nessa primeira edição houve a declaração do João Luiz de Moura, consultor do Sebrae de Maringá, Adriano Pereira da Silva, consultor do mesmo órgão em Umurama, João Celso Sordi, diretor executivo do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá e de Enio José Verri, Secretário do Planejamento e Coordenação Geral do Paraná.

Na terceira página há a editoria “Agora é Sua Vez”, que apresenta uma matéria informativa com algum empreendedor que começou pequeno e conquistou o mercado. Para isso, além de título, linha fina, existem duas fotos que ilustram essa experiência. Nessa edição, foi escolhido fazer uma reportagem com o casal Quaglia, dono do pão de alho Loriella, que ganhou grande mercado em Maringá.

O editorial “Papo de Empreendedor”, localizado nas páginas quatro e cinco, traz uma entrevista sobre os assuntos envolvidos no jornal e de interesse do público, além de ilustrações e elementos textuais que apresentam o entrevistado. Na primeira publicação, o presidente do Sebrae do Paraná, Jefferson Nogaroli respondeu sobre alguns temas, como o empreendedorismo, crédito, responsabilidade social, sustentabilidade, entre outros.

A sexta página vem contemplada com a editoria “Gestão de Pessoas”, voltada para a dificuldade que todo empreendedor tem, principalmente para quem é novo nesse ramo, a comunicação com as pessoas. Na primeira edição foi abordada a comunicação integrada dentro da empresa, para que gere bons frutos ao gestor. Como fontes foram apreciadas psicólogos, assessores de imprensa e professores da área para a realização desta matéria.

“Gestão de Tributos” é a editoria da sétima página. Esta aborda como gerir o que incomoda a maioria dos empreendedores e, que em sua maioria, tem dificuldade de trabalhar e se beneficiar com esta. Quando falamos de micro e pequenos empresários, principalmente os recém inseridos no mercado, percebe-se alguns desconhecimentos. Nessa edição inaugural, é tratado o Super Simples, regime tributário que gera algumas facilidades aos micros e pequenos empresários. Para isso, além de elementos textuais e ilustrações, foram consultados a Receita Estadual e profissionais na área para realização dessa matéria informativa.

Nas páginas 8 e 9 temos a editoria “Especial”, que é a matéria de capa, o carro-chefe da publicação. Esta tem como responsabilidade trazer o diferencial das outras matérias,



sobre um assunto determinante ao público alvo, facilitado por alguns elementos textuais e foto. Na matéria informativa desta edição, foram abordados os cuidados e os procedimentos para abrir uma empresa atualmente no Brasil. Para isso, foram procuradas fontes especializadas no assunto, como consultores do Sebrae e diretores da ACIM (Associação Comercial e Empresarial de Maringá).

“Suplemento” é o nome da editoria das páginas 10, 12 e 13. Compreendendo que existem assuntos relevantes que não se encaixam nas outras editorias, foi criado esse espaço. Deve ser uma matéria informativa que atenda alguns elementos textuais e foto. Na primeira edição foram expostos a formalização como tema e o cooperativismo, em que foi apresentado exemplos eficazes e benefícios com estes assuntos.

A 11ª página tem a editoria “Economia” que vem para solucionar as dúvidas de assuntos relacionados a essa ciência e facilitar o convívio desses no mercado. Nessa edição, é exposto um assunto determinante para abertura de qualquer negócio, o financiamento. Nessa matéria foram entrevistados consultores do Sebrae e o Secretário de Planejamento e Coordenação Geral do Paraná.

A editoria “Novidades” está em referência na página 14, em que aborda as novidades no mercado, para facilitar o futuro empreendedor. Encaixa no espaço tudo que há de novo, desde inovações tecnológicas às áreas de trabalho. Nesta publicação inaugural, foi explorado as incubadoras que facilitam o empresário que não tem como investir e precisa de certa credibilidade e público. Além dos elementos textuais e as fotos, foi explorada um exemplo de sucesso na cidade.

Na página 15 existe a editoria “Responsabilidade Social”, que apresenta uma matéria informativa sobre o assunto da moda em todos os setores. Portanto, a publicação pretende facilitar o entendimento das responsabilidades como gestor. Nessa edição apresentamos a importância e exemplos de responsabilidades na cidade.

A última editoria chama-se “Agora Recomenda” e fica na 16ª página. Esta apresenta recomendações para que o leitor aprenda sobre os assuntos que envolvem sua área. Nessa edição são apresentados dois livros e um curso do Sebrae.

6 CONSIDERAÇÕES

O Agora Negócios trouxe gratos resultados para os envolvidos na publicação. Pois, para os discentes responsáveis, foi um aprendizado, visto que, envolve diversas técnicas jornalísticas, como pensar no público alvo, realização de pautas, entrevistas e fotografias,



além da edição e diagramação, então o grupo envolveu-se em todos os aspectos da realização de uma publicação.

O jornal mostrou-se inovador, pois além de abordar um assunto carente nos meios de comunicação de Maringá, abordou academicamente um tema pouco estudado, o jornalismo econômico, principalmente voltado ao futuro empreendedor. Portanto, a publicação mostra ser uma proposta inovadora, tanto academicamente, quanto mercadologicamente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bucci, Eugênio. **Sobre ética e Imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 62-83.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Demografia das Empresas 2005**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/demografiaempresa/2005/default.shtm> >. Acesso em: 11 dez. 2009.

Kucisnki, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. 3 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo 2007.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **10 Anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas**. São Paulo: SEBRAE/SP, 2008. Disponível em: < <http://www.scribd.com/doc/7430276/Livro-10-Anos-Mortalidade>>. Acesso em: 11 dez. 2009.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Lei Geral da Micro e Pequena Empresa**: Conheça as mudanças, os procedimentos e os benefícios. Disponível em: <<http://www.abinee.org.br/informac/arquivos/lgeral.pdf>>. Acesso em: 11 dez. 2009.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 51-61.