

ANDRÉ FELIPE FERREIRA GOMES

**DOSE DUPLA - QUEM FAZ EMPREENDEDORISMO: UM PODCAST DE  
ENTREVISTA SOBRE O PERFIL DOS JOVENS EMPREENDEDORES NO NORTE  
DE MINAS**

Viçosa - MG

Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV

2022

ANDRÉ FELIPE FERREIRA GOMES

**DOSE DUPLA - QUEM FAZ EMPREENDEDORISMO: UM PODCAST DE  
ENTREVISTA SOBRE O PERFIL DOS JOVENS EMPREENDEDORES NO NORTE  
DE MINAS**

Memorial apresentado ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Ricardo Duarte Gomes da Silva

Viçosa - MG  
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV  
2022

## AGRADECIMENTOS

Começo agradecendo a Deus e a todos que contribuíram para a realização deste trabalho. Sozinho e sem a ajuda nem o aporte de todas as pessoas presentes nada disso estaria acontecendo. O meu muito obrigado as fontes que toparam participar, aos funcionários do DCM, em especial a Leandro Vieira que me auxiliou e socorreu nas edições do podcast e ao meu orientador Ricardo Duarte, por aceitar embarcar comigo nesse projeto e pelos ensinamentos e lições não apenas aqui, mas também ao longo de todo o curso.

Voltar ao dia 7 de março de 2017, onde minha história começou a ser escrita aqui, só foi possível graças a minha família. O meu muito obrigado aos pais Dhay e Dozinha e aos meus avós Neca e Tina que mesmo longe de casa me apoiaram, a minha irmã Camila que veio comigo de ônibus saindo de Montes Claros para até então uma desconhecida Viçosa, na qual nem sabíamos como chegar. A minha irmã Lívia e o meu cunhado Cristóvam por terem se deslocado no momento onde não tinha onde ficar para me ajudar conseguir uma casa e um cantinho em Viçosa. E hoje, deixo, meu amor, dedicação ao meu sobrinho e afilhado Eduardo, que hoje, não entende, mas um dia vai saber que esse trabalho também é para você.

Se eu não desisti até hoje, é porque tive colegas ao meu lado que junto comigo foram trilhando nossos caminhos ao longo de todo o curso, por isso, quero agradecer aos meus amigos Marcelo Zinato, Melina Matos e Yuri Tomaz pelas felicidades e risadas compartilhadas. Também agradeço a Guilherme Salgado, que nos últimos momentos esteve do meu lado, dando força e muito apoio na qual foi fundamental para que eu prosseguisse e terminasse esse projeto.

Um agradecimento especial, a minha tia Simone Sá, que me auxiliou nesse processo final de trabalho e mesmo com suas enfermidades, se entregou e ofereceu a me ajudar na busca das fontes em Montes Claros, correndo atrás, entrando em contato, cobrando respostas e fazendo a ponte necessária para a existência desse podcast.

Esse podcast só está no ar, porque cada um fez parte disso, gratidão a todos e todas. Muito obrigado!

**RESUMO:** Este memorial tem o objetivo de analisar e compreender quem são os jovens que fazem empreendedorismo no mundo contemporâneo, especialmente, no Norte de Minas. A partir do podcast "Dose Dupla", um projeto experimental desenvolvido como trabalho final, tem-se como pauta, entrevistas com convidados que contam suas histórias de vida de como começaram a empreender, desde suas dificuldades até atingir o sucesso nas suas lideranças individuais. No país com um mercado de trabalho tão enfraquecido e fragilizado, o desejo de independência financeira é o principal anseio de muitos jovens para tentar fugir do desemprego e ter mais flexibilidade no tempo e estilo de vida. Dessa maneira, o recorte dos jovens, e principalmente, os norte mineiros, são o principal foco nas histórias ouvidas desse projeto, ou seja, busca-se observar a ambição e o interesse de quem demanda ter mais autonomia no seu próprio trabalho, proporcionando assim, material para todos quem se possa permitir ouvir e saber como está as novidades e tendências do mercado.

**PALAVRAS-CHAVE:** empreendedorismo, jovem, podcast, entrevista.

**ABSTRACT:** This memorial aims to analyze and understand who are the young people who undertake entrepreneurship in the contemporary world, especially in the North of Minas Gerais. From the podcast "Dose Dupla", an experimental project developed as a final work, interviews with guests who tell their life stories of how they started to undertake, from their difficulties to achieving success in their individual leaderships. In a country with such a weakened and fragile labor market, the desire for financial independence is the main desire of many young people to try to escape unemployment and have more flexibility in terms of time and lifestyle. In this way, young people, and especially those from the north of Minas Gerais, are the main focus in the stories heard in this project, that is, the aim is to observe the ambition and interest of those who demand more autonomy in their own work, thus providing, material for everyone who can afford to listen and find out about the news and trends in the market.

**KEY-WORDS:** entrepreneurship, young, podcast, interview.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	<b>12</b>
2.1. Objetivos gerais.....	12
2.2. Objetivos específicos.....	12
<b>3. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>13</b>
3.1. Pesquisa em rádio e podcast.....	13
3.2. Empreendedorismo.....	15
3.3. Perfil do jovem empreendedor.....	17
3.4. O Podcast e seu lugar no jornalismo dentro do contexto do empreendedorismo.....	19
3.5. Empreendedorismo no Norte de Minas.....	21
<b>4. PERFIL DO PÚBLICO.....</b>	<b>22</b>
4.1. Público-alvo do "Dose Dupla".....	22
<b>5. PRÉ PRODUÇÃO.....</b>	<b>23</b>
<b>6. PRODUÇÃO.....</b>	<b>26</b>
<b>7. PÓS PRODUÇÃO.....</b>	<b>27</b>
<b>8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>28</b>
<b>9. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO.....</b>	<b>29</b>
<b>10. ANEXOS.....</b>	<b>32</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O formato do podcast vem sendo atraído e interessado como objeto de estudo e de análise nos últimos anos devido seu rápido crescimento como mídia digital na área do radiojornalismo e também como consumo de conteúdo. Ao longo do tempo, com o advento da internet, as telas foram mais consumidas pelos usuários, no entanto, com o avanço exponencial do podcast, a popularidade dos conteúdos digitais em áudio e a saturação dessas telas, deixaram esse novo formato como uma alternativa na busca de informações e de entretenimento do usuário.

Devido isso, um dos principais motivos segundo o site Consumidor Moderno é, sem dúvidas, a diversidade dos temas que o podcast proporciona, englobando desde debates políticos a assuntos do universo nerd, passando por mercado de trabalho, feminismo, economia e até mesmo suspense e ficção científica<sup>1</sup>. O criador da Orelo (uma comunidade em torno dos Creators)<sup>2</sup> Luiz Felipe Marques explica que esse movimento de potencialização dos podcasts nos últimos anos foi impulsionado pela pandemia e cansaço das telas: "O consumo de conteúdo digital é mais frequente, seja ele streaming de vídeo, de áudio, ou mesmo de outros canais e plataformas sociais. O fato é que as pessoas estão cada vez mais consumindo conteúdos digitais e o podcast se encaixa nisso."

No universo acadêmico, ainda há um número pequeno de pesquisas relacionadas a essa temática. É um novo modelo de pesquisa, mas que vem cada vez mais sendo explorado por jovens pesquisadores a fim de aumentar a bagagem de conhecimento e informações sobre o assunto. No portal do Intercom desde 2012, existem trabalhos relacionados com rádio e podcasts, tais como análises de recursos criativos durante o uso do Nerdcast, podcast do site Jovem Nerd, a partir da observação do material sonoro em busca de mostrar os recursos criativos utilizados. A utilização do podcast como ferramenta jornalística de segmentação, colaboração e informação e o uso do podcast na educação como tecnologia e desenvolvimento nas metodologias de ensino da comunicação também foram assuntos

---

<sup>1</sup> Disponível em <<https://www.consumidormoderno.com.br/2021/07/19/crescimento-podcasts/>> Acesso em: 9 jun, 2022.

<sup>2</sup> Creator ou criador de conteúdo é aquela pessoa que se dedica a criar conteúdo na internet capazes de ajudar, divertir ou vender algo para sua audiência.

tratados no Intercom apresentado no DT Comunicação audiovisual do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação por Cláudia Maria Arantes de Assis Saar. Esse artigo apresenta que o podcast é o principal exemplo de maior visibilidade às novas tecnologias no desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação. Assim, segundo Saar (2013) "o podcast, novo meio pelo qual a informação é transmitida. O podcast é a junção do rádio tradicional com as possibilidades da internet." Por meio disso, pode-se perceber que o podcast é diferente de se fazer rádio na internet. Outro ponto importante do artigo é que o podcast pode ser usado na educação com a finalidade de disseminar informações por meio de pessoas ou empresas como forma de leitura especializada. No artigo, Saar (2013) cita uma pesquisa da Folha de São Paulo sobre o auxílio de podcast no aprendizado de estudantes, a pesquisa afirma que as leituras oferecidas por podcasts são mais eficientes por causa da tecnologia e seus funcionamentos em detrimento dos meios tradicionais de aprendizagem.

Um trabalho em específico escrito por Laís Cerqueira Fernandes pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) em 2017 apresentado pelo Intercom e tem como tema Jornalismo de Peito Aberto: o Podcast Mamilos e a Empatia na Era da Convergência chama atenção pelo conteúdo e pela ressignificação a narrativa jornalística por meio do podcast Mamilos, objeto de estudo analisado entre o programa e os ouvintes. A cultura da convergência é o principal fator para que essa nova plataforma seja mais explorada, ou seja, o podcast associado a internet nos dias de hoje possibilita novas inovações de se comunicar e fazer jornalismo.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. [...] A convergência refere-se a um processo, e não a um ponto final (JENKINS, 2013, p.43)

Esse trecho retirado do artigo citado por Fernandes (2017) é mais um exemplo de que a tecnologia é um importante agente para o aperfeiçoamento do jornalismo e do seu processo narrativo-criativo. A cultura de convergência das mídias sempre será uma estratégia ativa na construção de novos conteúdos, nesse caso o podcast.

O artigo usa o exemplo do podcast Mamilos<sup>3</sup> Como exemplo de podcast que atua no encontro de debates de notícias polêmicas, esse é um bom estudo de caso evidenciando o consumo de notícias em formato de podcast. De fato, como o público, em geral, está

---

<sup>3</sup> Disponível em: <[http://www.b9.com.br/podcasts/"Mamilos"/>](http://www.b9.com.br/podcasts/). Acesso em: 15 jun. 2022.

acostumado com a cultura da convergência com informações rápidas e em poucos minutos, é uma novidade o podcast trazer essa informação "mastigada" como Fernandes (2017) fala que "Estamos navegando em um processo, ainda ativo e em movimento, de construção de novas mídias, nas quais as potencialidades para uma comunicação mais integrada e produzida sob demanda exigem do estudo jornalístico um olhar mais abrangente e atento."

Já em 2019 um trabalho que especifica o podcast como um gênero híbrido ao ciberjornalismo por Bárbara Mendes Falcão e Ana Carolina Rocha Pessoa Temer pela Universidade Federal de Goiás (UFG) gera uma reflexão sobre a nova configuração do gênero jornalístico. Novos formatos como o podcast quando surgem podem ser justificados pela sua acelerada expansão no Brasil nos últimos anos e ausência de estudos conceituais acerca dessa nova mídia. O áudio é um formato de mídia imersivo por essência e a partir disso existem elementos narrativos e tecnológicos que conseguem aprofundar e potencializar essa experiência imersiva. Assim como o áudio é importante para o espírito do podcast, a internet é o outro fator que se dá pela difusão dessa mídia sonora. Conforme Falcão e Temer (2019) é inegável que o podcast chega para dar novo fôlego ao jornalismo ao explorar o potencial da mídia sonora no ambiente online. Por isso, os trabalhos realizados que contam o podcast como a principal função do novo "fazer jornalismo" sempre apontam a internet como análise do conteúdo citado.

Nesse contexto e no campo da pesquisa em rádio no Brasil, em live disponível pelo canal GP de Rádio da Intercom<sup>4</sup>, a pesquisadora de podcasting Luana Viana destaca o potencial criativo que existe nos podcasts. O *boom* dos podcasts despontou a partir de 2019, a grande maioria das produções e das pesquisas anteriores eram ainda muito nichados a um público limitado, na live, afirma que os principais desafios atuais para a pesquisa de podcast é a dificuldade de mensuração de dados, ou seja, não ter um número exato de pessoas que estão compartilhando ou acessando e nem quantos podcasts existem hoje no Brasil e no mundo, um dado restrito que mesmo no meio digital é um grande desafio para pesquisas que visam mapear, por exemplo, não há como ter um mapeamento de podcasts apresentado somente por mulheres ou mesmo quais são os podcasts voltados para o jornalismo político e afins (VIANA, 2022).

Durante a live, Viana (2022) afirma as diferenças entre as características do rádio e do podcast, o rádio é definido como é um meio de comunicação efêmero, as informações se perdem se o ouvinte não estiver ligado e prestando atenção no momento, linguagens e

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=z6DX15r9GLU&t=1487s>> Acesso em: 22 jun, 2022.

repetições de algo que foi dito para que o ouvinte consiga captar a mensagem de forma efetiva. Por outro lado, nos podcasts, como uma mídia sob demanda, a linguagem não exige tanto a repetição, pois se perdemos uma informação tem a opção de voltar, pausar e escutar novamente. A audiência do podcast é caracterizada como escuta atenta, podemos fazer outras atividades ao mesmo tempo que estamos escutando aquilo que está sendo narrado. Pode-se perceber então, um maior envolvimento com a narrativa, e isso, cria uma potencialidade de fidelização com sua audiência (VIANA, 2022).

Outro ponto importante citado, Viana (2022) avalia que essa audiência deliberada ela muda o modo de produzir podcasts, e como o podcast é vista como uma mídia íntima (BERRY, 2019) pelo uso de fones de ouvido que cria laços de intimidade com o ouvinte e o interesse pela escolha de querer escutar aquele determinado assunto no podcast. Para a produção de um podcast, é necessário pensar na audiência e no público que devemos atingir, uma vez que dentro do assunto retratado há uma infinidade de escolhas que o nosso público-alvo pode preferir. Assim sendo, é preciso construir uma narrativa que logo no primeiro ou no segundo minuto vá angariar a atenção do ouvinte e fazer valer o voto de intimidade da escolha do seu podcast.

No artigo retratado como "O Jornalismo em Primeira Pessoa em Podcasts Narrativos: Encontros e Tensões Deontológicos",<sup>5</sup> Luana Viana ainda fala que foi o artigo para a Intercom que ela fala sobre o jornalista em primeira pessoa nesses podcasts e foi curiosamente o primeiro artigo que ela trabalhou e que encontra referências estrangeiras que falam sobre isso, uma vez que são pesquisas muito recentes.

Após uma pesquisa no campo de busca do Google Acadêmico através de palavras-chave "podcast" e "jornalismo", pode-se encontrar trabalhos relacionados à estética do podcast e como esse novo formato transformou a notícia e a história contada em suas linguagens e narrativas. As pesquisas mais recentes contribuíram para a produção, um desses trabalhos realizado por Rafaela Pelozzi de Menezes debatem as consequências que o assédio pode causar no psicológico e no exercício da profissão de mulheres jornalistas dentro e fora das redações. O podcast é o formato perfeito para produções como essas já que é a melhor maneira de difusão de um assunto, nesse caso o assédio sofrido por jornalistas, para Menezes (2022), o podcast foi escolhido para ampliar a disseminação do assunto no meio jornalístico, que vem trabalhando cada vez mais com essa plataforma para propagação de notícias e informações.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt4-rm/luana-viana.pdf>> Acesso em: 22 jun, 2022.

O artigo aprofunda o assédio no mercado de trabalho e suas consequências, como escolha do podcast, Menezes pesquisou e investigou o tema de diversas formas e olhares por meio das referências tragas ao trabalho. Um ponto importante e fundamental para implementação desse projeto e que traz um tema um tanto quanto polêmico é a utilização de apenas vozes, característica radiofônica do podcast e também a exposição da imagem das fontes fez com que as pessoas se sentem mais confortáveis, esse é um ponto positivo para a escolha de um podcast. Desse modo, esse trabalho é apenas um exemplo de muitos nos últimos anos a produção de podcasts tem crescido no campo da comunicação.

É importante frisar que a maioria dessas produções são de estética documental e denunciativa, algo que requer mais opinião e mais seriedade. A produção audiovisual inclui conversas com produtores e suas opiniões sobre o estado atual do podcast no Brasil e todas as suas capacidades de produção como conteúdo de áudio.

Outro campo muito encontrado na busca é o podcast esportivo. O jornalismo esportivo é algo muito consolidado e, por isso, trabalhos atrelados foram frequentes. Chamam atenção o Papo de Surfe, um trabalho escrito por Gabriel Grigoli utilizando a ferramenta do podcast para bate papo com jornalistas ligados ao surfe e como viver nesse meio midiático de um esporte em ascensão. Por meio do podcast, o artigo direcionou a relação entre o surfe e quem acompanha o esporte. Esse é um exemplo, na qual se encaixa em um específico público-alvo, um nicho característico que desencadeia fontes singulares ligados ao surfe. O jornalismo esportivo é, sem dúvida, um fundamento dentro das narrativas jornalísticas envolvidas, no cenário dentro do podcast é cada vez mais comum, conforme Grigoli (2022) "No meio esportivo, são diversos podcasts sobre os mais diferentes esportes. Futebol é o esporte que possui mais programas no formato, desde produções caseiras e amadoras até publicações de gigantes da comunicação como Globo Esporte e ESPN". Essa fala citada no artigo, conclui que o futebol é mais representativo como um grande suporte no esporte e no podcast tratado como ferramenta de trabalho.

Dessa forma, um outro podcast em formato de trabalho mais recente é o Fu7Cast, que visa mostrar o cenário do futebol 7 feminino em Santa Catarina. É uma vertente interessante dentro do futebol, mostrando um lado mais escondido da grande mídia. O podcast é bem dinâmico, há uma dupla de apresentadores que trocam de vozes e se alternam para falar. Em todos os episódios, buscam uma alternativa de narrar situações e desafios que o Futebol de 7 tem e, por conseguinte, há dialetos locais com termos característicos do sul do Brasil.

Na busca dentro das pesquisas da plataforma do SciELO<sup>6</sup> Podem ser vistas trabalhos cujo objetivo é tratar o estudo dos podcasts por meio das suas potencialidades. Foram poucas publicações sobre o assunto, a mais recente em dezembro de 2021. Há ainda, muito o que explorar sobre esse universo, desafios como bibliografia e dados são as principais adversidades encontradas. No entanto, há caminho para mais demandas para esse gênero que cresce exponencialmente no Brasil.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo Geral**

A partir dessa pesquisa tem-se, como objetivo geral, produzir um podcast de formação dividido em episódios a fim de entender e perceber acerca do papel da liderança e da condução de jovens empreendedores na contemporaneidade e como pensam e também desempenham essas funções no contexto das organizações.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Apontar e identificar o perfil de alguns jovens empreendedores da região norte-mineira;
- Saber as principais características e razões que levam o perfil dos jovens empreendedores a abrir algum tipo de negócio;
- Observar as apresentações e discursos dos jovens empreendedores sobre o papel da liderança nas organizações contemporâneas; e
- Analisar as estratégias utilizadas pelos perfis estudados a partir das experiências e conhecimentos ao longo da formação.

---

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://www.scielo.br/>> Acesso em: 10 jun, 2022.

### 3. REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 Pesquisa em Rádio e Podcast

O rádio é uma grande ferramenta dentro do jornalismo, é através desse meio de comunicação que é possível contar histórias, levar informações e, principalmente, o seu potencial criativo com liberdade de produzir atrações e programas radiofônicos. A pesquisa em rádio e seus possíveis gêneros e formatos como o podcast ainda era muito pequena e nichada até o início de 2019, quando foi lançado o podcast Café da Manhã, do Jornal Folha de São Paulo.

Luana Viana como uma das principais referências atuais em estudos e pesquisas sobre podcast e seus formatos Viana (2022) afirma que os principais desafios que se tem para pesquisar sobre esse assunto passa pelo digital, no qual o podcast se encaixa, diferente do rádio que é um formato mais consolidado, embora seja mais antigo, o rádio ainda corresponde como meio essencial no universo de pessoas que estimam e prezam, principalmente no interior. Além disso, a falta de bibliografia acerca disso, o pode ser que "apesar do digital e apesar das plataformas serem baseadas em dados e em números não temos acesso a quantidade de podcasts e isso é um grande desafio para as pesquisas que visam mapear e nichar tipos de podcasts." (VIANA, 2022).

Com o advento do podcast, isso fez com que alguns pesquisadores questionarem sobre suas raízes radiofônicas e até sobre seu conteúdo desde sua base. Medeiros (2006, p. 6), um dos primeiros autores brasileiros a pesquisar sobre o tema, justificava que “o podcasting, ao contrário do que muitos pensam, não é uma transmissão de rádio (...) e, muito menos, um podcast não é um programa de rádio, no máximo, uma metáfora de um programa de rádio”. O autor vê a produção e transmissão de rádio associada ao suporte, equipamento de rádio, portanto o conteúdo deve ser propagado, ou seja, na opinião do autor, o rádio deve ser transmitido pelo ar, não digitalmente.

A partir do campo de pesquisas recentes, o uso do conceito de *storytelling* em podcasts pode ser percebido em muitos casos, o que se encaixa no radiojornalismo narrativo. Por mais que esse formato apresenta uma visível expansão e grande variedade de conteúdo atendendo a diversos nichos, percebemos como a produção voltada para jornalismo narrativo é pequena. Entretanto, o *storytelling* nesse tipo de conteúdo é predominante. (VIANA, 2020, p. 3).

A construção de narrativas baseadas nesse conceito e aplicações tecnológicas prende e fideliza a audiência. De maneira ampla, Cogo (2012, p. 135) pontua o que se entende por *storytelling* sem restringi-lo a um suporte ou tipo de narrativa. Para o autor, essa técnica constitui uma lógica de:

estruturação de pensamento e de um formato de organização e difusão de narrativas, por suportes impressos, audiovisual ou presencial, com base nas experiências de vida próprias ou absorvidas de um interagente – ou ainda por relatos ficcionais, derivando daí relatos envolventes e memoráveis. (COGO, 2012, p. 135)

Como mencionado, a técnica se molda de acordo com a plataforma em que é veiculada e difundida, em consonância com suas proposições, perpassando narrativas fáticas e ficcionais por meio de diversos formatos. Bastante discutido no âmbito da divulgação de marcas, o *storytelling* busca contemplar as dimensões cognitivas do ser, rompendo com as estratégias engessadas e verticalizadas de priorizar o produto no lugar do consumidor. (VIANA, 2020, p. 4).

Se um dos propósitos desse novo conceito atrelado às novas tecnologias é criar uma sensação envolvente de contar histórias que cativa e atrai o público, então o meio do som é um aliado efetivo na criação desse ambiente. O áudio por si só possui o caráter imersivo em sua essência, como afirma Viana (2018):

[...] ao lançar mão desse tipo de narrativa, tem como propósito conduzir o ouvinte a vivenciar histórias em situações imaginadas ou reproduzidas, numa forma de imersão com o conteúdo, sejam elas reais ou de ficção. A narrativa radiofônica possui elementos que contribuem de forma fundamental para uma imersividade, como a possibilidade de reconstituição sonora de áudios históricos, a entonação e o envolvimento emocional que a voz humana pode proporcionar. (VIANA, 2018, p. 8)

Dessa maneira, considera-se que outras características do rádio ajudam a potencializar o uso do *storytelling* nas narrativas de podcast. Da mesma forma, é possível perceber que é uma técnica para contar fatos como histórias, com ênfase na narrativa e na descrição. O rádio, por se basear pela sua própria natureza na linguagem do som, recorre muitas vezes à descrição dos fatos, dos lugares e de pessoas como estratégia para contextualizar o ouvinte e aproximá-lo da situação transmitida e propagada. É o que se pode chamar de caráter

sinestésico, ou seja, uma percepção de relações entre sensações. Cunha e Mantello (2014, p. 59) acreditam que o uso dessa técnica:

atinge os cinco sentidos, não deixando que o sujeito fuja da mensagem [...]. A sinestesia ocorre mesmo que o texto seja de um jornal impresso, a priori focado na leitura e no sentido da visão. O propósito da técnica do storytelling é, a partir de um sentido preponderante, acionar outros, graças à forma de estruturar o relato jornalístico.

O podcast ainda traz possibilidades de retomadas narrativas, ou seja, os estudos realizados ao longo da história dos podcasts no Brasil privilegiam a busca pelas especificidades dos formatos como uma demanda de expandir e desenvolver as caracterizações do que são os produtos. Viana (2020) demonstra isso ao buscar alinhar como a mídia foi conceituada dentro e fora da noção de linguagem radiofônica nas últimas décadas. Por outro lado, a preocupação manifestada por Berry em entrevista na revista *Radiofonias*<sup>7</sup> sobre a necessidade de buscarmos ampliar e aprofundar as especificidades é uma das motivações pela busca da observação sistemática sobre o que é chamado de eixos estruturais da produção de podcasts no Brasil.

### **3.2 Empreendedorismo**

Conforme pensamento e ponto de vista de Baggio e Baggio (2014, p. 26), o empreendedorismo pode ser entendido como “a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação”, e incluem que empreender “é a busca do auto-conhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas.” É notório, a partir disso, ter conhecimento que ao longo das últimas décadas vêm surgindo cada vez mais empresas com propostas diferenciadas e produtos arrojados e modernos que chocam com modelos de empresas mais conservadores na organização.

No Brasil, o empreendedorismo aperfeiçoou-se desde a década de 1990, com o surgimento do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)<sup>8</sup>, o qual fornece ao empreendedor brasileiro o suporte necessário para a abertura de uma empresa, difundindo, assim, o empreendedorismo de uma maneira mais intensa e organizada no Brasil (DORNELAS, 2001).

---

<sup>7</sup> Disponível em: [https:// bit.ly/3cVMLwB](https://bit.ly/3cVMLwB) > Acesso em 3 jul, 2022.

<sup>8</sup> Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>> Acesso em 09 jul, 2022.

No contexto do empreendedorismo é necessário fazer as coisas de forma diferente, antecipar fatos, implementar ideias, procurar oportunidades e assumir riscos planejados. mais do que isso tem a ver com a busca de uma própria auto-realização dentro da história de vida. Nesse sentido, Dornelas (2001) diz que muitos brasileiros têm buscado no empreendedorismo o caminho para o sucesso. No entanto, nem todos têm conseguido atingir o que almejam no campo empresarial. É notório o espírito empreendedor do brasileiro, mas é preocupante o fato de muitos destes que têm iniciativa tentaram empreender achando que vontade e sorte são os ingredientes principais para a geração de grandes negócios.

Apesar do que Dornelas (2001) afirma, a crise gerada pela pandemia do novo coronavírus (Covid-19) fez com que os brasileiros encontrassem no empreendedorismo uma fonte alternativa de renda. De acordo com um levantamento realizado pela empresa de monitoramento de empreendedorismo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), junto com o Sebrae e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), 52 milhões de brasileiros possuem negócio próprio. Destes, mais de 9 milhões são considerados microempreendedores individuais. Segundo Baggio e Baggio (2014, p. 27), são “inovadores de contextos” e, além disso, podem ser vistos como “o indivíduo que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados.” (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 37).

Por conseguinte a isso, Baggio e Baggio (2014) concluem que

O Brasil está sentado em cima de uma das maiores riquezas naturais do mundo ainda relativamente pouco explorada: o potencial empreendedor dos brasileiros. O Brasil é atualmente um dos países onde poderia haver uma grande explosão empreendedora. Só os brasileiros têm poder para que isso aconteça. (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 2)

Informações retiradas do site Terra<sup>9</sup>, em uma coluna na sua página de notícias neste ano de 2022, diz que em 2020 possuir ou construir um novo negócio virou uma sólida motivação para muitos brasileiros, ainda segundo dados do site, em 2021, o Brasil registrou mais de 3,9 milhões de empreendimentos formalizados como micro e pequenas empresas ou microempreendedores individuais. Em relação ao ano anterior, que registrou 3,3 milhões de negócios, houve um crescimento de 19,8%, é o que mostra a pesquisa realizada pelo Sebrae.

---

<sup>9</sup> Disponível em:

<<https://www.terra.com.br/noticias/cresce-numero-de-empreendedores-no-brasil.c8cc8dd226e188f51ae840df90354b95qw8yprsu.html>> Acesso em 16 dez, 2022.

### 3.3 Perfil do jovem empreendedor

Conforme De Magalhães Mateus (2016), o jovem empreendedor é aquele que, diante do mercado e numa determinada sociedade, não mede esforços nem poupa energia e criatividade para executar os planos e projetos concebidos em instantes que outros, na maioria das vezes, costumam desperdiçar lamentando a falta de oportunidades e injustiças do mundo. É notório que, a partir de um conceito sobre quem faz e exerce o empreendedorismo, faz-se necessário pensar sobre os tempos que mudaram e nas transformações na modernidade capitalista contribui para jovens tenham traços de personalidade mais concisos no mundo dos negócios com mais persistência, afinco e interesse pela conquista no mercado, no nicho em que atua.

Não obstante, De Magalhães Mateus (2016) diz que:

O jovem empreendedor, assim, deve empenhar-se em contínuo aprimoramento para, dentro do mundo moderno, defrontar-se com a mudança munido de conhecimento porque "o recurso econômico básico - 'os meios de produção' - não é mais o capital nem os recursos naturais (a 'terra' dos economistas) nem a mão-de-obra.

A maior parte dos jovens brasileiros que possuem uma cultura empreendedora está situada e limitada na classe média-alta da economia do nosso país. Segundo posto Sproesser, Lima-Filho e Martins (2009):

A cultura empreendedora difundida atualmente no país tem, no segmento de jovens pertencentes à classe média, um terreno fértil, que vem, nos últimos tempos, captando ideais liberais que valorizam a livre-iniciativa, e a autonomia em sua realização pessoal e profissional. Essa juventude da classe média, cuja formação é voltada ao trabalho na modalidade empreendedora, pode ser explicada por influências que objetivam uma intenção de reprodução e ascensão social também compatível às aspirações familiares.

Dessarte, isso é fruto de um cenário sócio-econômico do Brasil atrelado aos altos índices de desemprego crescente nas últimas décadas, essa situação fomenta, em parte, maior interesse da sociedade na abertura de micro e pequenas empresas, ou seja, reintera uma magnitude econômica pelo empreendedorismo a mais pela necessidade de sobrevivência do que pelo aproveitamento de oportunidades de mercado nas áreas mais procuradas. Existe a necessidade de instituições que deem suporte educacional a essa crescente demanda. O papel

da educação não formal e voltada ao trabalho faz-se necessário nesse contexto de interesse da sociedade pelo empreendedorismo. É o ambiente neoliberal forçando a sociedade em busca de alternativas no mundo do trabalho, que não sejam aquelas historicamente tradicionais, tal como o emprego formal. (SPROESSER, LIMA-FILHO e MARTINS, 2009, p. 8).

Nogueira e Almeida (2002) em estudo acerca da educação das famílias dos comerciantes e empresários mostraram que a influência dos pais na educação dos jovens visa promover sua reprodução social. Em alguns casos, a formação de um jovem como filho de pais corporativos pressupõe que ele esteja presente apenas como apêndice das intenções familiares (GRUN, 2002).

Posto isso, Zouain, Oliveira e Barone (2007) analisaram dados baseados na caracterização socioeconômica do jovem empreendedor; momento, ambiente do negócio e dificuldades enfrentadas; tecnologia, finanças e perspectivas futuras. A pesquisa compôs jovens de 18 a 34 anos e dentro da configuração da caracterização socioeconômica no corte por gênero, para os associados, foram respondentes homens (90,2%) e mulheres (9,8%). Entre os não-associados ocorre uma ligeira mudança desse perfil, com ganhos para as mulheres, que dobram a sua participação: representaram 18,8% e os homens, 81,2%. Considerando-se a variável raça/etnia, 70,7% dos associados se declararam brancos e 24,3% se declararam pardos. Os demais eram asiáticos ou indígenas. Entre os não-associados ocorre um crescimento significativo dos pardos, e, em contrapartida, conseqüente redução dos brancos: 50% se declararam pardos, 31,2% se declararam brancos e 12,5% amarelos, ou seja, de origem asiática (ZOUAIN, OLIVEIRA e BARONE, 2007).

Outro ponto importante destacado foi sobre as tecnologias, finanças e perspectivas a partir dos dados dos jovens empreendedores analíticos da pesquisa para os empreendimentos dos associados em que o celular consistiu em um instrumento de aumento da receita, ele trouxe um acréscimo de 30% (...) É relevante ressaltar que, constitui também um fator extremamente positivo em termos de gestão e de produtividade, que todas as empresas dos associados estão informatizadas, enquanto 75% das empresas dos não-associados possuem computadores. Entre os associados, 40% possuem sistema integrado entre a caixa registradora da empresa e o computador, sendo um importante indicador de qualidade da gestão contábil-financeira da empresa. Para os não-associados que possuem computador, esse percentual cai para 33% (ZOUAIN, OLIVEIRA e BARONE, 2007).

Evidencia-se, por fim, que nessa conjuntura em que se preza delinear um modelo traçado sobre o perfil dos jovens empreendedores atualmente escancara a importância de uma identificação e concordância de políticas públicas concentrados nas micro e pequenas empresas, aspirando o fortalecimento da economia e autonomia do jovem empreendedor. Além disso, tangencia bem como atores e papéis sociais relevantes no processo de desenvolvimento socioeconômico não só do Brasil como um todo, mas também em lugares nichados como o Norte de Minas, região destacada pelo presente trabalho.

### **3.4 O Podcast e seu lugar no jornalismo dentro do contexto do empreendedorismo**

De acordo com Viana (2021, p. 3) o podcast é um formato que surgiu em 2004 e provém das expansões do rádio (KISCHINHEVSKY, 2016), demonstrando um vasto crescimento nos últimos anos. O podcast se preocupa, assim, com a sua narrativa, isto é, a forma como será contada uma história, o modo como essa história é narrada chama-se *storytelling*.

Sobre esse fenômeno presente e muito constante em podcasts, Viana (2020) destaca que:

O uso do storytelling não é novo quando se pretende contar histórias e construir narrativas. No entanto, essa técnica tem se desenvolvido e construído suas próprias características para atender aos objetivos traçados de acordo com a área em que é utilizada (...). Trata-se de um recurso a que diferentes vertentes da comunicação recorrem para conquistar e fidelizar sua audiência.

Ou seja, a tecnologia é moldada de acordo com sua plataforma de comunicação, em consonância com suas reivindicações, permeando narrativas de fatos e ficcionais por meio de diversos formatos. Muito discutido no contexto do *branding* e do marketing, o *storytelling* visa considerar a dimensão cognitiva da existência, rompendo com estratégias rígidas e verticais que priorizam os produtos em detrimento dos consumidores.

No mercado existem podcasts sobre empreendedorismo, Gustavo Oliveira criador do Programa Mente Empreendedora<sup>10</sup>, compartilha insights, técnicas e princípios para ser e performar como um bom empreendedor, com um estilo de vida em alta performance. O

---

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://podcasts.apple.com/br/podcast/a-mente-empreendedora/id1105639808?mt=2>> Acesso em 07 jul, 2022.

podcast tem poucos minutos e já conta com mais de 260 episódios. Bruno Perini e Malu Perini são sócios na vida e nos negócios. Toda quinta-feira pode-se esperar um podcast<sup>11</sup> muito divertido e com vários convidados para falar de temas relacionados ao mundo do empreendedorismo, dinheiro e desenvolvimento pessoal. Esse é um podcast semanal que lida com dicas e bate papo de mais de 1 hora, um exemplo de fidelidade com sua audiência.

Empreendedorismo feminino é algo que vem mudando e crescendo nos últimos anos, assim como podcasts apresentados por mulheres. O podcast Do Zero ao Topo<sup>12</sup> engloba essas duas circunstâncias, na apresentação de Letícia Toledo editora do InfoMoney, ela entrevista e conta histórias dos empreendedores e empresários por trás das maiores empresas do país.

O PrimoCast<sup>13</sup> é o podcast oficial do Primo Rico, um dos maiores canais sobre investimentos e finanças e empreendedorismo do mundo. Este podcast trata sobre conteúdos novos acerca de investimentos, bolsa de valores, riqueza, empreendedorismo e mindset, com objetivo de alcançar a independência financeira. É um podcast semanal, toda segunda-feira às seis e trinta da manhã, Thiago Nigro, dono e idealizador do Primo Rico reúne o próprio time, somado a convidados para falar sobre temas relacionados a finanças, investimentos, empreendedorismo e dicas de livros para um bate-papo descontraído e ao mesmo tempo informativo.

Todos os podcasts citados são alguns dos principais exemplares de podcasts relacionados ao empreendedorismo. A ideia de aumento da produtividade em momentos operacionais e pensando no crescimento empreendedor, os podcasts são ótimos aliados na multitarefa e no melhor desenvolvimento do tempo.

Sobre isso, Oliveira (2021) diz:

[...] o objetivo do consumo de podcasts durante os afazeres diários e a sua relação com a exigência da produtividade na contemporaneidade, foi possível concluir que o podcast não é visto como lazer e/ou ócio, mas sim como mais uma atividade a ser cumprida entre tantas outras: a de estar bem-informado, e de suprir uma demanda de tempo que exigiria atenção plena caso fosse realizada por outra mídia, como a televisão ou o jornal impresso. (OLIVEIRA, 2021, p . 39).

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://podcasts.apple.com/br/podcast/os-s%C3%B3cios-podcast/id1553427360>> Acesso em 07 jul, 2022.

<sup>12</sup> Disponível em <<https://open.spotify.com/show/48ljM9qIbODhemJ7lLGjeR>> Acesso em 07 jul, 2022.

<sup>13</sup> Disponível em <<https://podcasts.apple.com/br/podcast/primocast/id1451343387>> Acesso em 07 jul, 2022.

### 3.5 Empreendedorismo no Norte de Minas

No contexto do empreendedorismo da região norte mineira, vale ressaltar que a localidade do Norte de Minas Gerais apreende características singulares, mas esquecida. Nesse sentido, cada cidade é um espaço ímpar e cheio de tradições locais. As diversidades encontradas se expressam em aspectos sociais, culturais e econômicos (PEREIRA, 2007).

Pereira (2007, p. 28) ainda cita que:

Trata-se da região Norte de Minas, caracterizada pela ocorrência cíclica da seca, pela economia baseada na agropecuária e uma população em constante migração, devido às precárias condições de vida aí predominantes. Esse conjunto de fatores condiciona a formação de um sistema urbano desarticulado e heterogêneo, cuja desigualdade é expressa no espaço através das relações que são estabelecidas entre seus diversos componentes.

Do mesmo modo, além do ponto de vista citado por Pereira (2007), a pandemia do novo coronavírus (Covid-19), desde março de 2020 também foi um fator agravante para a perda e danos aos empreendimentos da região. Manter os negócios diante da crise causada pela pandemia da Covid-19 é um grande desafio para os empresários. Dados de uma pesquisa do Sebrae sobre os impactos do coronavírus nos pequenos negócios, feita entre os dias 25 a 30 de junho de 2020, mostraram que cerca de 2% das pequenas empresas mineiras tiveram que fechar as portas em Minas Gerais desde o início da pandemia.

É importante frisar também que Montes Claros é a maior cidade da região cujo pólo é condensado e representado pelo vasto campo fértil de oportunidades na cidade na sua dinâmica sócio-estrutural urbana. Segundo o site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>14</sup> Montes Claros tem uma população estimada em 417.478 habitantes, PIB per capita de R \$23.731, 41 reais e um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de 0,770, considerado médio para a média das cidades brasileiras. Além disso, Montes Claros influencia toda a região por conta disso, exercendo um forte papel para que o empreendimento da região tenha poder e domínio e que caminhe para um certo protagonismo para jovens empreendedores que vivenciam essa realidade.

---

<sup>14</sup> Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/montes-claros/panorama>> Acesso em 08 jul, 2022.

## 4. PERFIL DO PÚBLICO

O Brasil é o terceiro país que mais consome podcast do mundo, segundo o levantamento de pesquisa detalhado pela Revista Exame<sup>15</sup>. Os dados fazem parte de um estudo realizado pela plataforma CupomValido.com.br com dados da Statista e IBOPE. Dessa forma, diante das condições e proporções de tamanhos continentais que o Brasil tem, a pluralidade de público é um fator que dissemina maior os gostos e escolhas das pessoas em suas preferências sobre um ou outro tipo de podcast.

Ainda segundo essa pesquisa, o levantamento de usuários que preferem podcast do formato entrevista é o que está no topo da preferência dos brasileiros, seguido por formatos de narrativas e mesas redondas, já o gênero mais ouvido pelos brasileiros é sobre sociedade e cultura.

### 4.1 Público alvo do "Dose Dupla"

O podcast Dose Dupla é considerado um podcast do formato entrevista, sempre com o apresentador e mais um convidado, habitualmente, jovens que se comprometem com o empreendedorismo. Para atingir, principalmente, o público mais jovem e integrantes e que se interessam pelo assunto, é que se foi pensado nos perfis dos convidados.

Apesar da principal fatia do público serem jovens, o sentido desse podcast é levar para a maior parte das pessoas que se interessam pelo empreendedorismo e como é o movimento dessa prática contada pelos convidados do programa.

A ideia é, portanto, atingir quaisquer tipos de público sem distinção de idade, gênero e classe, ou seja, gerar um alcance até pessoas mais velhas, por exemplo, a fim de que elas possam querer saber mais sobre como os jovens atualmente pensam e fazem empreendedorismo, além de conhecer as novidades e as tendências que o mercado exige hoje. É fundamental, antes de tudo, criar uma proximidade com a sua audiência para que seja formada uma fidelização ao longo dos episódios.

---

<sup>15</sup> Disponível em <<https://exame.com/pop/brasil-e-o-3o-pais-que-mais-consome-podcast-no-mundo/>> Acesso em 15 de nov, 2022.

## 5. PRÉ-PRODUÇÃO

A partir do momento da decisão do tema deste presente trabalho - traçar o perfil dos jovens empreendedores no Norte de Minas - comecei a pensar na busca de um formato que casava com o tema a fim de que não fosse algo desinteressante para o principal público-alvo: os próprios jovens, entre 20 e 30 anos, e o podcast que é um formato novo e mais moderno que o rádio se aproxima mais do objetivo final do produto. Falar sobre empreendedorismo e ainda mais relacionado com jovens a esse assunto é um grande desafio, uma vez que pode ser denso e profundo demais para atingir ao público que se interessa, e por causa disso, o podcast é a ferramenta mais oportuna para atenuar essa resistência.

Com o suporte de exemplos de jovens influenciadores e *youtubers* que normalmente acompanho como Luana Carolina e Lucas Bravo, fundadores do projeto da empresa *Studies* - um empreendimento de produtos e materiais escolares e de escritório - me fez refletir sobre como os jovens podem sim empreender e se tornar bem sucedidos nas suas ideias. Outra inspiração para falar e trabalhar sobre o tema foi assistir e acompanhar o *reality* Ideias à Venda<sup>16</sup>, pela plataforma de *streaming* Netflix, um *reality show* sobre empreendedorismo voltado para uma competição entre 4 empreendedores brasileiros que precisam vender suas ideias contando sobre o seu produto e a funcionalidade do mesmo, a cada rodada um participante é eliminado até restar apenas dois que serão os finalistas e irem para o voto da plateia que definirá o vencedor.

Acompanhado por todos esses conceitos e inspirações no papel, o podcast foi pensado com o nome interino "Ativa Mente", cuja denominação remete a uma ideia de cognição e entendimento com intenção de provocar debates e discussões em bate-papo, mas também pode ser aludido a palavra ativamente na qual significa algo ou alguém que pratica uma ação, referenciando o poder e a voz ativa dentro do contexto empresarial e empreendedor da conversa. No entanto, esse nome teve que ser descartado por conta de já existir na plataforma *Spotify*<sup>17</sup> um podcast com esse nome "AtivaMente", tudo junto, o que impossibilita anexá-lo e incorporá-lo como alternativa de consumo e extração do mercado audiovisual.

---

<sup>16</sup> No Ideias à Venda, empreendedores vendem suas ideias para o público e famosos. Disponível pelo catálogo da Netflix, o programa é apresentado por Eliana e tem Luana Génot como jurada.

<sup>17</sup> *Spotify* é um serviço digital que dá acesso instantâneo a milhões de músicas, podcasts, vídeos e outros conteúdos de criadores no mundo todo. Disponível em: <<https://open.spotify.com/>> Acesso em 22 jul, 2022.

Por conseguinte, pensei em outro nome e, de forma, despropositadamente pensei algo que combinasse com o formato do podcast. Um podcast de entrevista curto pensado em ter um convidado por vez me fez chegar no nome "Dose Dupla", nome curto e que chama atenção, uma vez que são episódios rápidos e dinâmicos pensados no cotidiano dos jovens que querem ouvir como o entrevistado chegou até o patamar de empreendimento que está, além da dupla remeter ao apresentador e ao convidado, sempre uma dupla de vozes no comando dos programas.

O formato do podcast foi pensado a priori como um bate-papo com um convidado a cada episódio (jovem entre 20 e 35 anos com algum empreendimento no Norte de Minas). A sugestão de pautas parte do princípio de identificação do perfil traçado quando as fontes estiverem contatadas, como um formato mais dinâmico e descontraído, voltado para uma conversa informal, indicando como se formou num empreendimento tão jovem, o que sua cidade te ensinou, quais são as inovações, desafios e dificuldades até chegar aqui, ou seja, um quadro chamado "Conte a sua história" e qual o poder transformador no mercado de trabalho hoje em dia, por exemplo.

A partir do momento em que as fontes toparem e participarem do podcast *Ativa Mente*, penso que outros quadros podem complementar como pílulas com dicas e assuntos rápidos do entrevistado e que ele tem domínio ou experiência e que seja sobre o episódio do momento no final do mesmo. Também penso que essas fontes sejam diversas, isto é, cada episódio tenha um tema com um viés diferente mas sempre dentro do contexto do empreendedorismo no Norte de Minas, um exemplo: empreendedorismo feminino, mãe/pai jovem empreendedor, empreendedorismo digital, empreendedorismo social, entre outros. Uma das fontes pensadas foi Carolina Oliveira, proprietária das lojas *Carol Store* na cidade de Montes Claros- MG. Outras fontes ainda estão sendo buscadas neste mês de julho.

Alguns recursos foram pensados para a condução do podcast, alguns efeitos sonoros suaves no início e no final do programa e duração entre 15 e 30 minutos, em uma linguagem bastante informal estilo bate-papo com a função de motivar, orientar e entreter a audiência. A estrutura é apenas provisória e pode estar sujeita a alterações, conforme tabela 1.

**Tabela 1:** Processo e dinâmica de moderação previsto do programa

<b>Desenvolvimento da Estrutura</b>	<b>Descrição</b>
Vinheta de abertura	Áudio sonoro com identidade do podcast
Apresentação do podcast	Nome do podcast
Apresentação do episódio	Tema e cita os nomes de todos os participantes
Comentário de abertura	Apresentador descreve o tema a ser debatido com dados de interesse ao público
Quadro extra - Ping Pong	Perguntas e respostas rápidas
Fechamento	Encerramento e considerações finais

Fonte: elaboração própria

## 6. PRODUÇÃO

Durante o começo da produção, o roteiro foi desenvolvido ao longo dos potenciais nomes de convidados que poderiam surgir. A princípio, a primeira fonte pensada, Carol Store, não foi possível por conflito de agenda e fico aguardando uma possível entrevista como convidada mesmo após a finalização deste trabalho. A partir disso, em Montes Claros, contei com ajuda da minha tia e também advogada Simone Sá e da minha prima Ana Paula Sá, já que ambas moram na cidade há muito tempo e conhecem jovens que estavam em busca de espaço para falar sobre seus próprios empreendimentos e suas histórias de vida.

Diante disso, cheguei a três nomes: Giulia Miranda, advogada criminalista, Gabriel Meireles, estuda Medicina em Montes Claros, na Unimontes (Universidade Estadual de Montes Claros) e é relativamente famoso na internet e Juliana Gorayeb, jornalista e trabalhou como âncora na InterTV, afiliada da Globo em Montes Claros. No entanto, essa última acabou desistindo e não ter mais entrado em contato comigo ou com alguém próximo.

A primeira entrevistada foi a Giulia no dia 13/10/2022 no escritório de advocacia Simone Sá em Montes Claros, apesar da flexibilidade das condições pandêmicas, a gravação foi direto do Anchor, uma plataforma destinada para gravação e edição de podcasts por meio do microfone do MacBook Air, equipamentos improvisados mas que deram resultado suficiente para a audição. Não foi a melhor captação como seria um microfone profissional, mas que satisfiz no certo momento.

A segunda entrevista foi com Gabriel Meireles realizada no dia 16/10/2022, infelizmente não foi possível conversar com o Gabriel pessoalmente, devido a uma viagem que ele estava fazendo em São Paulo na semana que estava em Montes Claros, entretanto, a entrevista foi realizada via Zoom, plataforma de chamadas de vídeos que disponibiliza a gravação de áudio durante a chamada.

Apesar das limitações quanto aos equipamentos, tentei durante toda a entrevista e a produção fazer da forma mais limpa e profissional possível, conforme todos os aprendizados que obtive durante a formação do curso, principalmente nas aulas de Radiojornalismo.

## 7. PÓS PRODUÇÃO

Após todas as gravações terem sido finalizadas, foi o momento de unir e juntar todos os documentos numa pasta para a edição. Primeiramente, o processo de decupar as falas do apresentador para refinar e ratificar o roteiro, a fim de que esteja correspondentes. No total, o tempo de entrevista durou entre 30 e 60 minutos.

Depois de separar cada entrevista feita, foi o momento de editar cada parte constituinte do podcast, para isso eu usei a plataforma da Anchor ligada ao *Spotify* destinada para edições de áudios e vídeos próprios para conteúdos de podcasts. Dentro dessa plataforma eu pude cortar e separar cada fala para uni-las posteriormente em outro programa.

A segunda parte da edição dos episódios foi feita no Departamento de Comunicação Social (DCM provisório) com ajuda e suporte do técnico Leandro Vieira. Com o uso do programa Sound Forge, obtive ajuda do Leandro durante mais de duas semanas montando o esqueleto dos dois episódios do podcast. Corrigindo erros, eliminando pausas e respirações e procurando e inserindo as trilhas sonoras que combinasse com a estética do programa.

A criação das vinhetas de abertura, quadros e encerramento também foi junto ao Leandro e as vozes foram feitas pela Amanda Nunes, a fim de obter uma variedade de sons e não ficar apenas uma voz em todo programa, a diversificação ajuda na identidade do podcast. Outro fator posterior na edição foi a criação do Instagram para que fortalecesse o laço entre produto e o ouvinte e que fosse outra fonte de procura para mais informações do podcast, assim como o logotipo criado pelo site Canva e também as capas de cada episódio produzido até esse momento.

O lançamento dos episódios serão distribuídos e disponibilizados pela plataforma *Spotify* por meio de um perfil criado na rede com o nome Dose Dupla.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após todo o processo de ouvir as histórias e como alguns jovens conseguiram tornar o seu empreendimento como estilo de vida, é possível concluir que esse tema pode estar em alta tanto em 2022 como daqui dez anos, por exemplo. Com o passar do tempo, pode-se perceber um aumento do interesse por isso, talvez pouco estudado anos atrás.

Conectar o produto como um podcast com assunto que é o empreendedorismo é algo que, acredito que atrai os jovens e interessados pelo conteúdo. Hoje em dia, muitos jovens e adultos estão consumindo mais podcasts, crescimento esse intensificado pela pandemia. Isso significa que as pessoas demandam por produtos mais flexíveis e rápidos sem interromper outras atividades que estão fazendo ou enquanto estão realizando tarefas diárias como dirigir ou limpar a casa, por exemplo, e isso implica no aumento do número de podcasts destinados a esse público.

Sendo assim, foi percebido também que muitos jovens, mesmo tendo cursos formados como o Direito e a Medicina por exemplo, começaram seus ramos no empreendedorismo não só relacionando suas áreas com o meio, mas também como uma fonte de renda a mais em suas carreiras. Geralmente, empreender é o sonho de muitos jovens, e saber das histórias de alguns deles, podem levar coragem e vontade para muitos outros que ainda não acreditam que isso possa dar algum resultado. É uma forma de dizer e mostrar que empreender é coisa pra jovem sim.

Outro fator que foi fundamental para esse exercício é do poder que o podcast e a experiência que o usuário tem, além do fácil acesso que possui. Isso, sem dúvida, facilita no sentido de disseminar esse conhecimento e esse assunto para fora da bolha. A popularização do podcast é o que moveu fazer esse produto e identificar dois diferentes tipos de perfis de jovens empreendedores com suas visões de empreendedorismo a fim de servir como inspiração para quem quer começar a empreender.

Por fim, eu reitero meu desejo de continuar com o projeto do podcast após a finalização deste trabalho. Durante a realização das entrevistas e edições pude perceber que a paixão pelo formato do podcast estava mais próxima do que imaginava e, por isso, é uma vontade de prosseguir esse projeto no futuro e, assim quem sabe, deixar esse formato mais fortalecido, vivo e atual do que ele é hoje.

## 9. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: conceitos e definições**. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1): pp. 25-38, 2014.

BERRY, Richard. **There are just 3 types of podcast**. Radio & Podcast Academic, Sunderland (UK), 2020. Disponível em: < <https://bit.ly/3iQQwaj> > Acesso 03 jul. 2022.

COGO, R. S. **Da memória ao storytelling: em busca de novas narrativas organizacionais**. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

CRESCER número de empreendedores no Brasil. Terra: São Paulo, 2 de maio de 2022. Disponível em: [https://www.terra.com.br/noticias/cresce-numero-de-empreendedores-no-brasil,c8cc8dd226e188f51ae840df90354b95qw8yprsu.html#:~:text=Em%202021%2C%20o%20Brasil%20registrado,mostra um%20levantamento%20 realizado% 20 pelo%20 Sebrae](https://www.terra.com.br/noticias/cresce-numero-de-empreendedores-no-brasil,c8cc8dd226e188f51ae840df90354b95qw8yprsu.html#:~:text=Em%202021%2C%20o%20Brasil%20registrado,mostra%20um%20levantamento%20realizado%20pelo%20Sebrae). Acesso em: 6 jul. 2022.

CUNHA, K. M. R; MANTELLO, P. F. **Era uma vez a notícia: storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos**. Comunicação Midiática, Bauru, v. 9, n. 2, p. 56-67, 2014.

DE MAGALHÃES MATEUS, Mário César. **Perfil do jovem empreendedor**. Revista Mineira de Contabilidade, v. 2, n. 7, p. 33-33, 2002.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. Cap. 3, p. 37-57.

FERNANDES, Laís Cerqueira. **Jornalismo de Peito Aberto: o Podcast Mamilos e a Empatia na Era da Convergência 1**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, [s. l.], 2017.

FERRARI, Wanessa. **Crescimento dos podcasts: por que o formato ganha cada vez mais espaço?**. [S. l.], 19 jul. 2021. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/07/19/crescimento-podcasts/>. Acesso em: 3 jul. 2022.

GRIGOLI, Gabriel. **Papo de Surfe**: Relatório de produção de podcast sobre cobertura da mídia brasileira no esporte. 2019. Trabalho de conclusão de curso (Jornalismo) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, [S. l.], 2019.

JUNIOR, Leonardo; ROBERTO, Márcio. **O papel da liderança contemporânea nas organizações: percepção dos jovens empreendedores**. Orientadora: Gisele Silveira Coelho Lopes. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso - TCC (Bacharel em Administração, no Curso de Administração) - Unesc, [S. l.], 2017.

LIVES Futuro da Pesquisa em Rádio - Ep. 2. [S.I]: GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom. 1 vídeo (62 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=z6DX15r9GLU>. Acesso em: 22 jun. 2022.

MEDEIROS, Macello Santos de. **Podcasting: Produção Descentralizada de Conteúdo Sonoro**. Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 5 a 9 de setembro de 2005.

MENEZES, Rafaela Pelози de. **+1 jornalista contra o assédio: as consequências que o assédio pode causar no psicológico e no exercício da profissão de jornalistas (podcast)**. Orientador: Silva, Fernando Pereira da. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso - TCC (Jornalismo) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, [S. l.], 2020.

NOGUEIRA, M. A.; ALMEIDA, A. M. F. **A escolarização das elites**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

OLIVEIRA, Tamiris. **O consumo de podcasts na sociedade da produtividade**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso - TCC (Relações Públicas) - Universidade de São Paulo, [S. l.], 2021.

PEREIRA, Anete Marília et al. **Cidade média e região: o significado de Montes Claros no norte de Minas Gerais**. Programa de Pós Graduação em Geografia. Universidade Federal de Uberlândia, 2007.

SAAR, Cláudia Maria Arantes de Assis. **A utilização do podcast como forma de segmentação, colaboração e informação**. In: Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade Federal do Amazonas. 2013.

SILVA, Thaisy Regina da; JORDÃO, Marcos Mateus Martins. **Fu7Cast**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso - TCC (Bacharel em Jornalismo. Curso de Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, [S. l.], 2022.

SPROESSER, Renato Luiz; LIMA-FILHO, Dario de Oliveira; MARTINS, Eber Luis Capistrano. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. **Revista de Ciências da Administração**, [s. l.], v. 11, n. 24, ed. 1, p. 246-277, 2009.

VIANA, L. **O uso do storytelling no radiojornalismo narrativo: um debate inicial sobre podcasting**. RuMoRes, [S. l.], v. 14, n. 27, p. 286-305, 2020.

VIANA, Luana. **Estudos sobre podcast: um panorama do estado da arte em pesquisas brasileiras de rádio e mídia sonora**. Contracampo, Niterói, v. 39, n. 3, p. 1-16, dez./mar. 2020.

VIANA, Luana; CHAGAS, Luãn José Vaz. **Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais a partir de um panorama histórico**. 2021.

ZOUAIN, Deborah Moraes; OLIVEIRA, Fatima Bayma De; BARONE, Francisco Marcelo. Construindo o perfil do jovem empreendedor brasileiro: relevância para a formulação e implementação de políticas de estímulo ao empreendedorismo. **Revista de Administração Pública**, v. 41, p. 797-807, 2007.

## 10. ANEXOS

<b>Apresentação e Roteiro:</b> André Felipe Gomes <b>Edição:</b> André Felipe Gomes e Leandro Vieira <b>Vozes adicionais:</b> Amanda Nunes <b>Orientação:</b> Ricardo Duarte	<b>Tempo:</b> 27'
---	-------------------

VINHETA DE ABERTURA	OUÇA AGORA O DOSE DUPLA, // UM MERGULHO NA NOSSA MENTE EMPREENDEDORA.
SOBE O SOM 5"	FALA PESSOAL! // EU SOU O ANDRÉ FELIPE GOMES APRESENTADOR DO PODCAST DOSE DUPLA // AQUI VAMOS COMPARTILHAR IDEIAS E DICAS VALIOSAS // PARA QUE VOCÊ POSSA CONHECER NOVAS HABILIDADES VALORIZADAS NO EMPREENDEDORISMO. // TODA SEMANA TEREMOS ASSUNTOS VARIADOS COM UM CONVIDADO ESPECIAL PARA BATER UM PAPO COM A GENTE.  O TEMA DO NOSSO PRIMEIRO EPISÓDIO VAI FALAR SOBRE EMPREENDEDORISMO NA ADVOCACIA // MAS O QUE ISSO TEM EM COMUM? // VAMOS DESCOBRIR COM A NOSSA CONVIDADA DE HOJE, // A GIULIA MIRANDA // NATURAL DO RIO DO JANEIRO E MORA EM MONTES CLAROS, // ELA TEM APENAS 24 ANOS // E É COFUNDADORA DA COMUNIDADE MINERVA. // SEJA BEM VINDA, GIULIA.
DESCE O SOM	
SOBE O SOM 3"	VOU COMEÇAR O EPISÓDIO DE HOJE, CITANDO QUE NUM MUNDO ONDE O MERCADO DE TRABALHO ESTÁ EM CONSTANTE MUDANÇA, // O EMPREENDEDORISMO SURGE COMO CAMINHO PARA A INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA DE MUITOS JOVENS. // E UMA DÚVIDA COMUM DE MUITAS PESSOAS E ESTUDANTES DE DIREITO É SE ADVOGADO TAMBÉM PODE EMPREENDER. // GIULIA CONTA UM POUCO PRA GENTE MAIS SOBRE VOCÊ, DA SUA CARREIRA E DA

<p>TRANSIÇÃO METADE DO PROGRAMA E SOBE O SOM</p> <p>DESCE SOM</p>	<p>MINERVA // E O QUE TE FEZ ESCOLHER ESSE SEGMENTO DE TRABALHO.</p> <p>ENTÃO DESDE A SUA ÉPOCA DE FACULDADE VOCÊ TINHA ESSA MENTE E ESSE ESPÍRITO DE EMPREENDEDORA?</p> <p>A MINERVA É ENTÃO UM ESPAÇO PARA QUE JOVENS ESTUDANTES DE DIREITO OU MESMO JÁ FORMADOS POSSAM TER UMA CAPACITAÇÃO MELHOR DENTRO DAS ÁREAS DE ATUAÇÃO. O NETWORKING COMO VOCÊ CITOU É FUNDAMENTAL, NA PARTICIPAÇÃO DE EVENTOS, OFERECENDO PALESTRAS OU INTEGRANDO COMISSÕES DA OAB. O MERCADO JÁ ERA ASSIM QUANDO VOCÊ ENTROU, GIULIA? O QUE MUDOU?</p> <p>O MERCADO SOFRE MESMO MUITAS MUDANÇAS E PASSA POR VÁRIAS TRANSFORMAÇÕES AO LONGO DOS ANOS. GIULIA VOCÊ DISSE QUE É ADVOGADA CRIMINALISTA CONTA UM POUCO PARA GENTE COMO É LIDAR COM ESSES DOIS MUNDOS COM TAMANHAS RESPONSABILIDADES.</p> <p>VOCÊ CONTOU BASTANTE PRA GENTE SOBRE A MINERVA. SOBRE ELA, TEM MUITO TEMPO DE ATUAÇÃO E CONTA PRA GENTE O QUE DE FATO A MINERVA FAZ, AQUI EM MONTES CLAROS E EM OUTROS LUGARES TAMBÉM.</p> <p>HOJE AQUI NO PODCAST DOSE DUPLA TEMOS A PRESENÇA DA GIULIA, QUE É COFUNDADORA DA EMPRESA MINERVA E ADVOGADA CRIMINALISTA E DARÁ ALGUMAS DICAS PARA NÓS, NÃO É GIULIA!? MAS ANTES, A GENTE QUER SABER QUAL FOI A CHAVE DE VIRADA PARA QUE VOCÊ ENTRASSE PARA ESSE MEIO DO EMPREENDEDORISMO?</p> <p>GIULIA, COM CERTEZA VOCÊ É UMA INSPIRAÇÃO PARA MUITAS PESSOAS NÃO SÓ ESTUDANTES DE DIREITO MAS PARA VÁRIOS OUTROS JOVENS QUE SONHAM EM EMPREENDER.</p>
---	---

<p>SOBE O SOM VINHETA QUADRO PING PONG</p>	<p>MUITO BOM, GIULIA. PARA FINALIZAR, VOU CHAMAR O NOSSO QUADRO PING PONG.</p> <p>O PING PONG É O SEGUINTE GIULIA, EU FAÇO UMA PERGUNTA OU DIGO UMA COISA E VOCÊ RESPONDE DE IMEDIATO COM UMA PALAVRA OU FRASE O QUE VEM NA SUA CABEÇA, PREPARADA?</p>
<p>SOBE A TRILHA - QUADRO PING PONG</p>	<p>O QUE MAIS TE INSPIRA? SEU LIVRO PREFERIDO? QUAL A REDE SOCIAL QUE MAIS USA PARA O SEU TRABALHO? PODCAST QUE MAIS ESCUTA? UM SONHO QUE AINDA NÃO REALIZOU?</p> <p>GIULIA, LEGAL DEMAIS PELA EXPERIÊNCIA E POR COMPARTILHAR TODO SEU APRENDIZADO. OBRIGADO POR ESSE TEMPINHO PRA GENTE BATER ESSE PAPO. PRA QUEM TÁ NOS OUVINDO PODE FICAR À VONTADE PARA PASSAR SUAS REDES SOCIAIS PARA AS PESSOAS PODEREM TE SEGUIR E ACOMPANHAR MAIS VOCÊ E O SEU TRABALHO.</p> <p>GIULIA FOI UM PRAZER TE RECEBER AQUI, CONHECER MAIS SOBRE A MINERVA, SOBRE SUA VIDA COM ADVOGADA E COMO EMPREENDEDORA. OBRIGADO MAIS UMA VEZ PELO PAPO. O DOSE DUPLA FICA POR AQUI. NO PRÓXIMO EPISÓDIO VAMOS FALAR SOBRE EMPREENDEDORISMO DIGITAL, COM UM JOVEM RAPAZ QUE VOCÊS VÃO FICAR SURPRESOS. FIQUE LIGADO. ACESSE NO INSTAGRAM, ARROBA PODCASTDOSEDUPLA PARA MAIS INFORMAÇÕES E CURIOSIDADES. ATÉ SEMANA QUE VEM, GALERA, FUI!</p>
<p>DESCE O SOM E SOBRE FICHA TÉCNICA</p>	<p>ESSE PODCAST É RESULTADO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE JORNALISMO DA UFV PRODUZIDO PELO ALUNO ANDRÉ FELIPE GOMES, VOZES ADICIONAIS AMANDA NUNES, APOIO TÉCNICO LEANDRO VIEIRA, ORIENTAÇÃO PROFESSOR RICARDO DUARTE.</p>

<p><b>Apresentação e Roteiro:</b> André Felipe Gomes  <b>Edição:</b> André Felipe Gomes e Leandro Vieira  <b>Vozes adicionais:</b> Amanda Nunes  <b>Orientação:</b> Ricardo Duarte</p>	<p><b>Tempo:</b> 17'</p>
--	--------------------------

<p>VINHETA DE ABERTURA 10"</p>	<p>OUÇA AGORA O DOSE DUPLA, // O PODCAST QUE EXPLORA UM MERGULHO EM NOSSA MENTE EMPREENDEDORA.</p>
	<p>(compilado de frases e vozes de vídeos do convidado do episódio Gabriel Meireles)</p>
	<p>FALA PESSOAL! // EU SOU O ANDRÉ FELIPE GOMES APRESENTADOR DO PODCAST DOSE DUPLA// AQUI VAMOS COMPARTILHAR IDEIAS E DICAS VALIOSAS // PARA QUE VOCÊ VENHA CONHECER NOVAS HABILIDADES VALORIZADAS NO EMPREENDEDORISMO. // TODA SEMANA TEREMOS ASSUNTOS VARIADOS COM UM CONVIDADO ESPECIAL PARA BATER UM PAPO COM A GENTE.</p>
<p>TRANSIÇÃO SOBRE SOM E ABAIXA SOM</p>	<p>JÁ DEU PRA PERCEBER UM APERITIVO DO NOSSO CONVIDADO DE HOJE, ESSA ENTREVISTA POR EXEMPLO NO INÍCIO DO NOSSO EPISÓDIO FOI RETIRADO DE UM TRECHO DO PODCAST GROSELHA TALK APRESENTADO PELO MUCA.</p>
<p>TRANSIÇÃO SOBRE SOM</p>	<p>O TEMA DESSA SEMANA É SOBRE EMPREENDEDORISMO DIGITAL//, UM RAMO QUE CRESCE CADA VEZ MAIS COM O CRESCIMENTO DAS REDES SOCIAIS E O SURGIMENTO DE NOVAS PLATAFORMAS NA INTERNET // PRINCIPALMENTE APÓS A PANDEMIA.//</p>
	<p>O NOSSO CONVIDADO DE HOJE É UM EXEMPLO DISSO//, ELE É ESTUDANTE DE MEDICINA, // TEM APENAS 22 ANOS E FAZ VÍDEOS PARA INTERNET SOBRE SAÚDE E EDUCAÇÃO SEXUAL EM GERAL//</p>
	<p>(compilado de frases e vozes de vídeos do convidado do episódio Gabriel</p>

<p>TRANSIÇÃO SOBE E DESCE O SOM</p> <p>TRANSIÇÃO METADE DA ENTREVISTA SOBE O SOM</p>	<p>Meireles)</p> <p>NATURAL DE CARBONITA // HOJE ELE MORA EM MONTES CLAROS, NO NORTE DE MINAS// TEM MAIS DE 2 MILHÕES DE SEGUIDORES NO INSTAGRAM // E MAIS DE 4 MILHÕES DE SEGUIDORES NO TIK TOK.// SEJA BEM VINDO, GABRIEL MEIRELES// MUITO OBRIGADO POR ESSE TEMPO PRA GENTE BATER ESSE PAPO, É UM PRAZER TE RECEBER AQUI.</p> <p>ESTAMOS TODOS ANSIOSOS, GABRIEL! // E VOCÊ QUE ESTÁ AÍ NOS OUVINDO, TÁ PENSANDO EM COMO GANHAR DINHEIRO PELA INTERNET // E JÁ OUVIU FALAR SOBRE EMPREENDEDORISMO DIGITAL?</p> <p>DOS EMPREENDEDORES DIGITAIS DO PAÍS, // 54% COMEÇARAM UM NEGÓCIO HÁ MENOS DE UM ANO,// SEGUNDO LEVANTAMENTO INTITULADO “PANORAMA DE NEGÓCIOS DIGITAIS BRASIL 2020” DA EMPRESA HERON SPARK.</p> <p>MAS, NO SEU CASO, // VOCÊ COMEÇOU HÁ MAIS TEMPO, NÉ GABRIEL? // CONTA UM POUCO PRA GENTE SUA HISTÓRIA DE COMO VOCÊ COMEÇOU A POSTAR VÍDEOS NA INTERNET.</p> <p>VOCÊ CITOU O TIK TOK COMO UMA PLATAFORMA QUE ESTAVA EM ALTA QUANDO VOCÊ COMEÇOU A PRODUZIR VÍDEOS NA INTERNET. DE QUE FORMA PRA VOCÊ DEU NA TELHA PARA ISSO DE FATO ACONTECER?</p> <p>GABRIEL, VOCÊ CONTOU PRA GENTE SOBRE COMO FOI DIFÍCIL SEU INÍCIO NO MUNDO DIGITAL, MAS HOJE VOCÊ FAZ MEDICINA, UM CURSO QUE DEMANDA MUITO, COMO VOCÊ CONSEGUE CONCILIAR AS DUAS COISAS?</p> <p>HOJE AQUI NO PODCAST DOSE DUPLA TEMOS A PRESENÇA DO GABRIEL, ESTUDANTE DE MEDICINA E EMPREENDEDOR</p>
--	--

<p>VINHETA QUADRO PING PONG 5"</p> <p>SOBE O SOM - TRILHA PING PONG</p>	<p>NA INTERNET, E GABRIEL EU PERCEBI QUE VOCÊ TEM UMA FACILIDADE MUITO GRANDE DE SE COMUNICAR. SEMPRE FOI ASSIM? DE QUE FORMA VOCÊ ACHA QUE ISSO CONTRIBUIU PARA QUE VOCÊ CHEGASSE ATÉ AQUI?</p> <p>É ISSO MESMO GABRIEL, TRABALHAR COM A INTERNET EXIGE BOA COMUNICAÇÃO COM SEU PÚBLICO, SEDE POR CONHECIMENTO E MUITA CRIATIVIDADE.</p> <p>E SE VOCÊ QUE ESTÁ OUVINDO PENSA EM SE TORNAR UM EMPREENDEDOR DIGITAL, MAS AINDA NÃO ESTÁ CONVENCIDO, QUE TAL VER ALGUMAS RAZÕES PARA AJUDAR A TOMAR ESSA DECISÃO?</p> <p>O QUE VOCÊ TEM PARA CONTAR PRO NOSSO PÚBLICO, GABRIEL?</p> <p>DICAS DE OURO DO NOSSO ESPECIALISTA HEIN, TENHO CERTEZA QUE VOCÊ JÁ SE CONVENCEU E ANOTOU AS NOSSAS DICAS.</p> <p>PARA FINALIZAR, VOU CHAMAR O NOSSO QUADRO PING PONG.</p> <p>O PING PONG É O SEGUINTE GABRIEL, EU FAÇO UMA PERGUNTA OU DIGO UMA COISA E VOCÊ RESPONDE DE IMEDIATO COM UMA PALAVRA OU FRASE O QUE VEM NA SUA CABEÇA, BORA LÁ?</p> <p>O QUE MAIS TE INSPIRA?</p> <p>SEU LIVRO PREFERIDO?</p> <p>QUAL A REDE SOCIAL QUE VOCÊ MAIS GOSTA DE POSTAR?</p> <p>PODCAST QUE MAIS ESCUTA?</p> <p>UM SONHO QUE AINDA NÃO REALIZOU?</p>
---	---

<p>SOBE O SOM - ENCERRAME NTO</p>	<p>GABRIEL, SHOW DE BOLA, OBRIGADO PELO SEU TEMPO, MUITAS COISAS LEGAIS DE APRENDIZADOS QUE VOCÊ COMPARTILHOU AQUI COM A GENTE. MUITO OBRIGADO POR ISSO, E CARA, PARA QUEM QUISER ACOMPANHAR SEU TRABALHO E TE SEGUIR, VER UM POUCO MAIS DO QUE VOCÊ FAZ E NAS DICAS QUE VOCÊ DAR NO DIA A DIA FICA À VONTADE PARA PASSAR SUAS REDES SOCIAIS.</p> <p>UM ABRAÇÃO, GABRIEL, FOI UM PRAZER TE RECEBER AQUI, OBRIGADO MAIS UMA VEZ PELO PAPO. O PODCAST DOSE DUPLA FICA POR AQUI. FIQUE LIGADO. ACESSE NO INSTAGRAM, ARROBA PODCASTDOSEDUPLA PARA MAIS INFORMAÇÕES E CURIOSIDADES. ATÉ SEMANA QUE VEM, GALERA, FUI!</p> <p>ESSE PODCAST É RESULTADO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE JORNALISMO DA UFV PRODUZIDO PELO ALUNO ANDRÉ FELIPE GOMES, VOZES ADICIONAIS AMANDA NUNES, APOIO TÉCNICO LEANDRO VIEIRA, ORIENTAÇÃO PROFESSOR RICARDO DUARTE.</p>
---	---