



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

JORNALISMO MULTIMÍDIA: ONDE A APRENDIZAGEM BASEADA EM PROJETOS ENCONTRA OS GAPS DE FORMAÇÃO

Soraya Venegas Ferreira¹; sosovenegas@gmail.com

RESUMO

Quais seriam os principais desafios de implementar metodologias ativas que apostam na Aprendizagem baseada em Projetos para identificação e redução dos gaps na formação de jornalistas multimídia? Esse questionamento norteou a reflexão sobre como lidar com aspectos cognitivos e emocionais de equipes multidisciplinares formadas por estudantes de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda, durante o primeiro semestre de 2025, na disciplina Produção de Projetos Multimídia, ministrada na Universidade Estácio de Sá. Os projetos multimídia exigiram que os discentes articulassem linguagens textuais, sonoras e visuais em plataformas convergentes. Durante o processo, foram identificados gaps de formação ligados a conteúdos inerentes à prática jornalística, identificação de gêneros jornalísticos, bem como de linguagem adequada a cada meio. Para implementação dos projetos, foram ativadas competências socioemocionais imprescindíveis para que a aprendizagem colaborativa fosse viável.

PALAVRAS-CHAVE

Metodologias Ativas. Aprendizagem baseada em Projetos. Produção Laboratorial de Jornalismo Multimídia.

1. INTRODUÇÃO: DESAFIOS DA APRENDIZAGEM BASEADA EM PROJETOS

As Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) para o curso de Jornalismo apontam que o egresso deve ser capaz de atuar como “produtor intelectual e agente da cidadania dando conta, por um lado, da complexidade e do pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas e, por outro, dos fundamentos teóricos e técnicos especializados” (MELO et. Al. 2009: 16). Para atender às DCNs, parece

¹ Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ), com Estágio Pós-Doutoral em Teorias do Jornalismo (UFF), professora titular da Universidade Estácio de Sá, onde integra, como pesquisadora bolsista, o Programa Pesquisa, Produtividade, Desenvolvimento Tecnológico e Extensão Inovadora.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



adequado que ao estudante seja demandada postura proativa em relação ao seu aprendizado. Nesse sentido, as metodologias ativas de aprendizagem ganham cada vez mais espaço nos Projetos Pedagógicos de Curso (PPCs) e nos planos de ensino das disciplinas.

As metodologias ativas se estabelecem como uma ruptura com o modelo de ensino instrucional, deslocando o foco do professor para o estudante como sujeito central do processo de formação. Afastam-se da pedagogia tradicional, centrada na transmissão de informações, para se apoiarem no princípio da "aprendizagem pela ação", na qual o estudante deve mobilizar seus conhecimentos prévios e capacidades criativas para resolver desafios, analisar contextos e criar soluções. Ao integrar reflexão e prática, as metodologias ativas visam estimular a autonomia, o pensamento crítico e a colaboração, transformando a sala de aula em um ambiente de experimentação e de investigação, o que se coaduna com o perfil do egresso demandado pelas DCNs.

Entre as metodologias que colocam o estudante no centro do processo destaca-se a Aprendizagem baseada em Projetos. Embora guarde algumas semelhanças com a metodologia de Aprendizagem baseada em Problemas, pois ambas se baseiam no construtivismo, elas têm escopos e resultados diferentes. Enquanto a Aprendizagem baseada em Problemas busca a resolução de um dilema inicial já estruturado, a Aprendizagem baseada em Projetos trata da concepção e execução de um produto ou processo tangível. Mas, nas duas há demanda por construção de conhecimento para dar conta de situações autênticas, o que requer o desenvolvimento de competências cognitivas e socioemocionais em contextos colaborativos.

Juliana Vasconcelos diz que a Aprendizagem baseada em Projetos é uma metodologia centenária, pois surgiu em 1900, quando o norte-americano John Dewey “comprovou que era possível “aprender mediante o fazer”, valorizando as habilidades dos alunos para a solução de problemas reais, instigando-os a pensar, questionar e se desenvolverem tanto intelectualmente como também fisicamente e emocionalmente”



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



(VASCONCELOS, 2020:12). A metodologia pressupõe aprendizagem colaborativa e atividades que ativem conteúdos interdisciplinares, promovendo um diálogo entre as áreas de conhecimento, em torno de um tema comum e de um produto concreto. Na disciplina Prática de Projetos Multimídia, ministrada em 2025.1 no curso de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá – campus Maracanã, a intenção foi promover uma conexão mais profunda entre os conteúdos de disciplinas do curso, quebrando a fragmentação sentida pelos estudantes, além de integrar saberes, perfis socioemocionais e competências diversas.

Muitos foram os desafios enfrentados pelos 26 estudantes, a maioria do curso de Jornalismo, inscritos na disciplina. Eles se organizaram em torno de seis projetos, cujos temas e estrutura foram pactuados conforme os interesses, disponibilidade, habilidades e competências dos integrantes das equipes. Apenas um aluno atuou sozinho, pois já tinha um projeto em curso, que atendia às demandas da disciplina. Esse mesmo estudante tinha como missão reestruturar seu projeto para melhor atender à perspectiva jornalística e agir como consultor técnico para as demais equipes, uma delas composta integralmente por alunos de Publicidade e Propaganda.

Estabelecer um ambiente em que os estudantes fossem instigados a trabalhar em sinergia, conceber um projeto autoral com potencial de continuidade, a partir de critérios pré-estabelecidos, ativou gaps de formação quanto a conteúdos relativos à prática jornalística (pesquisa, pauta, apuração, edição, veiculação), gêneros jornalísticos (informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional), características de cada meio (textos, imagens fixas - fotografias e ilustrações, produção e edição de vídeos) e também desafios quanto a montagem das equipes, planejamento e divisão de tarefas. Para os estudantes de Publicidade, as características do projeto tiveram que ser adaptadas em função dos gaps e, não por acaso, essa foi a equipe que mais demandou, de modo supervisionado, as ferramentas de inteligência artificial generativa para estruturar o projeto e conceber pautas.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Na Aprendizagem baseada em Projetos, assim como na dinâmica profissional, o ideal é que sejam montadas equipes heterogêneas, multidisciplinares, com integrantes que tenham competências complementares e que consigam estabelecer uma dinâmica eficaz de trabalho. A complementaridade de saberes permite que o projeto transite por diferentes camadas de complexidade e, assim, simule o ambiente das redações contemporâneas, na medida em que exigem que os discentes articulem linguagens textuais, sonoras e visuais em plataformas convergentes.

A utilização da metodologia de Aprendizagem baseada em Projetos, com essa turma em específico, possibilitou que as equipes desenvolvessem postagens semanais, de complexidade crescente, enfrentando durante o percurso desafios éticos e técnicos inerentes à profissão. Nesse cenário, a metodologia de Aprendizagem baseada em Problemas atuou de modo complementar ao introduzir problemas específicos — como o de seleção e verificação de fontes ou ajustes de pauta para atender ao ritmo de produção — o que demandou soluções rápidas e fundamentadas.

A disciplina tinha a ambição de funcionar como um laboratório de práticas inovadoras, em que o conhecimento fosse construído coletivamente através da experimentação. Nem tudo funcionou como previsto, gaps de formação emperraram o processo produtivo e impactaram a qualidade final das produções e pausas foram necessárias para voltar ao modelo expositivo de conteúdos ainda não apreendidos pelos estudantes. Mas, em termos gerais, a avaliação de docente e discentes foi positiva quanto ao uso da Aprendizagem baseada em Projetos no processo de formação profissional.

2. ASPECTOS DA PRODUÇÃO MULTIMÍDIA

Para dar conta do conteúdo previsto em Práticas de Projetos Multimídia é necessário compreender que o PPC de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá prevê o ensino baseado na construção de habilidades e competências que se circunscrevem



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



em cada disciplina. Apesar de haver uma periodização recomendada, há pouquíssimos pré-requisitos entre as disciplinas ou requisição de maturidade acadêmica para sua seleção. A partir desse cenário, constata-se que as mais diversas motivações determinam o percurso acadêmico de cada estudante: quantidade e modalidade (online, remota ou presencial) de disciplinas ofertadas, disponibilidade financeira e de horário, preferência por docentes e por colegas para estabelecimento de equipes de trabalho, interesse específico pelo conteúdo, entre outras. O resultado são turmas heterogêneas, com estudantes em momentos diferentes do processo de formação e *backgrounds* distintos em termos de conteúdo. Por isso, apesar de ser uma disciplina cuja metodologia está fundamentada na aprendizagem baseada em projetos, é necessário apresentar teorias e conceitos, ainda que brevemente.

A primeira unidade da disciplina transita entre história e teoria, em busca de um certo nivelamento entre os inscritos, contemplando a gerações da Web e suas características e os conceitos de Ciberespaço, Cibercultura e Convergência, que são apresentados segundo as perspectivas basilares de Pierre Levy e Henri Jenkins. O Ciberespaço é definido por Lévy (1999) não apenas como a infraestrutura física das redes de computadores, mas como o ambiente comunicacional que emerge da interconexão mundial. Trata-se de um espaço virtual de interação, desterritorializado e dinâmico, que suporta a Cibercultura – o conjunto de técnicas, práticas, atitudes e valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do digital. Para Lévy, a cibercultura é a expressão da inteligência coletiva, um processo de mobilização de competências que permite aos indivíduos colaborar e compartilhar saberes de forma distribuída e coordenada.

Henry Jenkins (2009) expande as noções anteriores através do conceito de Convergência. Diferente de uma interpretação meramente tecnológica – unificação de funções em um único dispositivo, a convergência é descrita como um processo cultural e social. Ela se manifesta no fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



mediáticas e no comportamento migratório dos públicos, que percorrem diferentes canais em busca de experiências diversas. O ciberespaço fornece o suporte técnico e o *locus* para a convergência, enquanto a cibercultura estabelece a gramática social que estimula a participação ativa dos sujeitos.

A partir desse contexto, chega-se a discussão conceitual sobre os termos multimídia, hipermídia, intermídia, crossmídia e transmídia. Nem sempre a delimitação entre esses conceitos é clara, mas para efeito da disciplina, cujo título centra-se na multimídia, nos apoiamos em Santaella (2014).

A multimídia, por sua vez, consiste na hibridação, quer dizer, na mistura de linguagens, de processos signícos, códigos e mídias. (...) O ciberespaço se apropria e mistura, sem nenhum limite, todas as linguagens pré-existentes: a narrativa textual, a enciclopédia, os quadrinhos, os desenhos animados, o teatro, o filme, a dança, a arquitetura, o design urbano etc. Nessa malha híbrida de linguagens, nasce algo novo que, sem perder o vínculo com o passado, emerge com uma identidade própria: a multimídia, (...) Ao se fundir com a multimídia, o hipertexto se torna hipermídia, quer dizer, os nós, que remetem a outros documentos, não são mais exclusivamente textuais, mas conduzem a fotos, vídeos, músicas etc. Essa mistura densa e complexa de linguagens, feita de hipersintaxes multimídia -- povoada de símbolos matemáticos, notações, diagramas, figuras, também povoada de vozes, música, sons e ruídos -- inaugura um novo modo de formar e configurar informações, uma espessura de significados que não se restringe à linguagem verbal, mas se constrói por parentescos e contágios de sentidos advindos das múltiplas possibilidades abertas pelo som, pela visualidade e pelo discurso verbal. (SANTAELLA, 2014: 212-213)

Levando em conta a dinâmica de uma disciplina semestral, nos apoiamos ainda nos conceitos de crossmedia e transmídia. O professor Denis Renó aposta na diferença entre eles, embora reconheça que, muitas vezes, são usados como sinônimos. Ele cita Andreas Veglis (2012), que define crossmedia como “produção de qualquer conteúdo (notícias, música, texto e imagens) por mais de uma plataforma de mídia (por exemplo, impressão, web e TV) dentro da organização” (VEGLIS, apud RENÓ, 2013: 207). Luciana Finger (2011) opta também pela definição mais simplista de *crossmedia*, ou mídia cruzada, caracterizando-a como processo de difusão de conteúdo, não necessariamente idêntico, em diversos meios, cujo objetivo é criar uma interação do



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



público com o conteúdo. Para ela, o mais relevante não é a adaptação dos conteúdos segundo o meio em que são produzidos, mas sobretudo, como se interligam.

Para Renó (2013), a crossmedia se refere a transmissão de um mesmo conteúdo por plataformas diferentes, já a narrativa transmídia “tem como característica a difusão de mensagens distintas, a partir de plataformas diversas, por redes sociais e ambientes facilitadores de retroalimentação e em dispositivos móveis” (RENÓ, 2013: 207). Nas onze semanas de produção da disciplina, escolhemos disponibilizar conteúdos mais densos e longos em um blog, com adaptações para *feed* (em texto ou vídeo) em perfil correspondente no Instagram, com uma chamada a cada novo conteúdo nos *stories* e, se possível, mensagem com os links de acesso aos conteúdos no aplicativo WhatsApp nos grupos do curso e da turma. Os conteúdos seriam bastante semelhantes, havendo apenas adaptações de linguagem e complementações de acordo com a plataforma de veiculação.

Ao aplicar o conceito de multimídia ao jornalismo, as demandas produtivas são multiplicadas, assim como as exigências em termos de habilidades e competências dos estudantes e profissionais, pois a multimídia permite que a profundidade do texto seja complementada pela vivacidade do vídeo e pela clareza analítica de uma infografia, por exemplo. Essa multiplicidade exige competências de redação, produção, captação e edição de foto, áudio e vídeo, gestão de fluxos informativos, além da capacidade de decidir qual formato é mais eficaz para cada matéria ou parte dela.

Nesse sentido, é necessário reconhecer que a prática jornalística contemporânea exige uma atuação integrada em um ecossistema composto por sites, blogs, redes sociais e aplicativos de mensagem, cujas características foram retomadas sob forma de exposição dialogada, visto que cada um desses espaços possui uma gramática própria e requisitos técnicos específicos que sejam criadas remissivas entre eles. O plano de ensino da disciplina determinava que a turma (ou cada equipe) deveria planejar e editar um blog, usando a ferramenta wordpress. Ele funcionaria como "âncora" da



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



informação, demandando tanto multimídia como hipertextualidade e interação com o público via contato de email do projeto e caixa de comentários.

Com o advento das plataformas de redes sociais, a motivação de interagir com conteúdos editoriais parece ter abandonado sites e blogs e migrado para as plataformas de redes sociais e aplicativos de mensagens. Assim, Facebook, Instagram, X (antigo Twitter) e TikTok, entre outras redes, operam sob a lógica da economia da atenção. A linguagem é visual. O jornalismo nessas redes utiliza a estratégia de notícias rápidas ou chamadas para outras plataformas, como no caso do projeto, o blog. Nas redes sociais, o aspecto linguístico é marcado pela oralidade e pelo uso de ganchos visuais para atrair o usuário para o conteúdo profundo hospedado no site principal. Nesse sentido, foi estimulado o uso de linguagem mais informal e até emojis.

Já os aplicativos de mensagem, como o WhatsApp, representam para o Jornalismo, a oportunidade de entrada da informação no espaço privado do usuário. A linguagem deve ser curta e direta. Tecnicamente, esses canais são usados para a distribuição de "pílulas" informativas, alertas de última hora, ou como nas redes sociais, chamadas para outras plataformas. A integração ocorre quando esses aplicativos funcionam como vetores de tráfego, enviando o usuário para o ecossistema multimídia maior. No caso do projeto, nem sempre a dinâmica de produção e de postagens conseguiu acompanhar o que se esperava da integração entre blog, perfil no Instagram e veiculação de chamadas pelo WhatsApp pessoal dos estudantes para que tivéssemos uma comunicação eficaz, atraente e multiplataforma.

Em termos técnicos, houve dificuldades em montar o blog, da criação da conta até o manejo da versão gratuita do wordpress. Mesmo recorrendo a expertises individuais, era desafiador lidar com definir a identidade visual, gravar, editar e fazer uploads de vídeos, entre outras questões práticas. Quanto aos gaps jornalísticos, havia dúvidas de como estruturar a pauta multimídia; como definir o "tom de voz" do projeto e, conseqüentemente, das matérias; o que caracterizava cada gênero, formato e meio



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



jornalísticos e, por fim, a gestão da produção e veiculação de conteúdos de forma a integrar blog, perfil de Instagram e grupos de WhatsApp. A cada sugestão, surgia a pergunta: “Mas, isso é Jornalismo?”.

3. OS PROJETOS PARA ALÉM DO PLANO DE ENSINO: ENTRE GAPS DE APRENDIZAGEM E USO ÉTICO DA IA GENERATIVA

Concluído o arcabouço conceitual, a partir de uma dinâmica em que cada estudante se apresentava e anunciava suas habilidades no processo de apuração, produção, redação jornalísticas, captação e edição de vídeos, *webdesign* e gestão de redes sociais, esperava-se que fossem formadas equipes multidisciplinares baseadas no conjunto de competências que tornariam o projeto viável e que, para além do cumprimento da disciplina, tivesse potencial de continuidade.

Mas, o que se viu foi que os estudantes estavam mais propensos a aprender novas habilidades do que se separar de grupos anteriormente construídos a partir de afinidades. Assim, três equipes foram montadas de modo relativamente ágil. As outras três foram mais desafiadoras. Cinco alunos do curso de Publicidade e Propaganda, que estavam cumprindo a disciplina em regime de equivalência se recusaram a se espalhar pelas outras equipes para apoiar na definição do produto multimídia, no *webdesign* e na gestão de redes sociais, visto que não tinham formação em Jornalismo. Eles escolheram formar a “equipe de publicitários” e tentar “dar conta” da produção de conteúdo jornalístico.

Um estudante já tinha site estruturado, que atendia relativamente as demandas da disciplina. Seu objetivo era aperfeiçoar o projeto editorial do site, do canal no Youtube e do perfil no Instagram integrando-os de modo mais eficaz, potencializando alcance, engajamento e oportunidades de monetização. Esse estudante teve, além dos desafios acordados com a professora, a tarefa de atuar como consultor técnico das demais equipes quanto ao domínio do wordpress, montagem do blog e construção das



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



identidades visuais dos projetos. A sexta equipe foi se estruturando a medida que os alunos retardatários iam se inscrevendo e chegando na disciplina.

A partir da definição dos grupos, retomamos a exposição dos aspectos referentes à pauta para o ambiente digital e, para tal, revisitamos diversos conteúdos do curso: questões basilares que envolvem a construção da pauta, planejamento e apuração, definição do gênero jornalístico predominante e tom de voz, características de textos, fotos, ilustrações, vídeos jornalísticos, quando e como usar hipertextos e hiperlinks e como fazer a integração multiplataforma para potencializar alcance e engajamento.

Cerca de um mês após o início das aulas, cada equipe deveria entregar seu projeto, cujos itens obrigatórios eram os seguintes: 1. Nome do veículo jornalístico com justificativa; 2. Canais de comunicação do veículo (que estabelecemos conjuntamente ser o blog e o Instagram); 3. Missão e política editorial; 4. Público alvo e abrangência; 5. Tom de voz; 6. Entre quatro e seis editorias ou seções com as devidas justificativas; 7. Periodicidade de postagens (semanal, mas detalhando os dias de cada canal de comunicação e a estratégia de engajamento); 8. Equipe e divisão de tarefas nas rotinas de trabalho.

O projeto precisava atender a algumas premissas, que envolviam não apenas a negociação entre os integrantes das equipes, mas pesquisa prévia dos possíveis temas norteadores dos blogs, que deveriam contemplar pautas criativas capazes de demonstrar seu diferencial de mercado. O blog deveria atender obrigatoriamente a linguagem jornalística e contemplar pelo menos quatro possibilidades de assuntos entre 1. Curiosidades; 2. Efemérides; 3. Reportagens de história de vida; 4. Entrevistas temáticas com fontes especializadas; 5. Noticiário; 6. Dicas e serviços e 7. Dados estatísticos e, a pedidos dos alunos, um espaço de Jornalismo Opinativo.

Estabeleceu-se que a matéria principal seria a do blog, que serviria de base para as dos outros canais, cuja publicação seria simultânea e com identificação de autoria das matérias e imagens. Haveria 11 publicações ao longo do semestre, sendo as duas



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



primeiras um “quem somos”, com apresentação da equipe e um editorial do veículo, que funcionaria como uma “carta de intenções” do projeto e a última o anúncio de férias ou encerramento do projeto. As demais deveriam contemplar, pelo menos quatro diferentes formatos jornalísticos, a saber: 1. Reportagem; 2. Nota; 3. Notícia; 4. Entrevista; 5. Enquete; 6. Minidocumentário; 7. Serviço; 8. Artigo de Opinião; 9. Texto-legenda; 10. Crônica. Desse modo, os cinco gêneros jornalísticos propostos por José Marques de Melo, teriam chance de ser contemplados.

Melo ressalta “duas características básicas definem um gênero: sua aptidão para agrupar diferentes formatos – todos com caracteres comuns, embora diferentes entre si – e sua função social” (MELO, 2016: 49) e apresenta uma possibilidade de correspondência entre os gêneros e sua função social, a saber: 1. Informativo: vigilância social; 2. Opinativo: fórum de ideias; 3. Interpretativo: papel educativo, esclarecedor; 4. Diversional: distração, lazer e 5. Utilitário: auxílio nas tomadas de decisões cotidianas. Mesmo gerando algumas controvérsias a “classificação Marques de Melo” tem sido usada na formação de jornalista e, para tal, o próprio autor ressalta a importância da *práxis*.

Ainda assim há embates evidentes, e não só entre os pares do meio acadêmico, como também quando comparamos o que pesquisamos ao que o senso comum e os jargões do mercado orientam. Um exemplo: é comum, ainda, que os cidadãos se refiram a todo texto jornalístico como “artigo”; ou, então, que no próprio ambiente profissional intitulem qualquer seção publicada regularmente como “coluna”. Há de se ponderar todas essas especulações, pois elas sinalizam descompassos a serem acertados. Não restam dúvidas de que o melhor caminho a seguir é o que nos aproxima da *práxis*. Mesmo que seja necessário avaliar criticamente os vícios terminológicos dos profissionais e as distorções do senso comum, as reflexões sobre os gêneros e formatos vigentes na imprensa só têm sentido se nos ajudarem a mais bem produzir e/ou a melhor acompanhar essas produções (MELO e ASSIS, 2016: 53)

Seguimos apostando na *práxis* para definir a lista de recursos multimídia. Cada matéria precisaria contemplar, ao menos, quatro, a saber: 1. Texto, 2. Hiperlink (que poderia de qualquer veículo); 3. Vídeo; 4. Áudio; 5. Fotografia; 6. Podcast; 7. Videocast; 8. Infográfico; 9. Ilustrações e Animações; 10. Recursos de interação (caixa de



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



comentários, call to action, etc.) e 11. Hashtag. Os estudantes deveriam selecionar os recursos mais adequados a cada ambiente de veiculação e características da matéria.

A partir do anúncio do escopo do projeto, os gaps de aprendizagem foram sendo enunciados pelos estudantes. Destacam-se os referentes a própria concepção de um projeto e a negociação de temas, divisão de tarefas e estabelecimento de lideranças entre os integrantes das equipes; falta de criatividade na concepção de pautas, desde as mais básicas até as mais complexas em função dos recursos multimídia; noções incompletas sobre gêneros e formatos jornalísticos; concepção de editoriais e seções; atribuição de autoria, sobretudo nas imagens; e separação inequívoca entre Jornalismo e produção de conteúdo com características promocionais ou de entretenimento.

Em 2025, quando os projetos estavam em curso, a profissão de multimídia ainda não estava regulamentada, mas muitas vezes os estudantes se viam mais como produtores de conteúdos diversificados, do que efetivamente jornalistas. Em janeiro de 2026, a Lei nº 15.325/2026 regulamentou o exercício da profissão de multimídia, reconhecendo-o como “trabalhador multifuncional, com formação superior ou técnica, apto a atuar em criação, produção, captação, edição, gestão e distribuição de conteúdos digitais em diversas plataformas” (BRASIL, 2026). Entre as atribuições listadas na lei estão desenvolvimento de sites, interfaces digitais, animações, jogos eletrônicos, publicações digitais, gestão de redes sociais e direção de conteúdo audiovisual, podendo o profissional atuar em produtoras e emissoras de radiodifusão, o que motivou protestos capitaneados pela Federação Nacional de Jornalistas. Segundo sua presidenta, Samira de Castro, ela representa “um ataque estrutural à profissão de jornalista. A lei do multimídia abre caminho para a precarização do trabalho, o esvaziamento da regulamentação profissional e a perda de direitos históricos da categoria”. (FENAJ, 2026).



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Essa falta de fronteira entre as duas atividades perpassou o entendimento dos estudantes durante todo o semestre. É importante destacar alguns pontos fortes da turma, embora boa parte deles esteja ligada justamente à produção multimídia: engajamento dos estudantes com os projetos; apoio entre as equipes; disponibilidade do estudante que atuava como “consultor técnico”; fluência para produção e edição em vídeo e publicações no perfil do Instagram e algumas equipes bastante criativas quanto ao design e estruturação do “quem somos”.

A partir da identificação dos pontos fortes e dos gaps de aprendizagem, a metodologia da Aprendizagem baseada em Projetos foi tomando forma, com alguns momentos expositivos, outros de orientação e com a proposta de uso supervisionado de ferramentas de IA Generativa para “desbloquear” a criatividade no momento de construção de algumas pautas e estruturação de apuração jornalística.

Como o “tom de voz” deveria ser eminentemente autoral, as ferramentas não seriam usadas para textos, salvo em momentos específicos de revisão. Nas discussões sobre o uso ou não de ferramentas de IA Generativa, recorreu-se ao que vem sendo praticado oficialmente no mercado jornalístico e tomou-se como base a política editorial do Grupo Globo. Embora bastante discutível, ela está disponível na Internet, o que facilitou os debates. Com ritmos de produção irregulares e características que refletiam os pontos fortes e os gaps de aprendizagem de cada equipe nasceram novos cinco projetos e o planejamento de reestruturação do sexto, a saber:

1. Caminhos de Impacto - <https://caminhosdeimpactocaminhosdeimpacto.wordpress.com/>
2. Carioca em Cena - <https://cariocaemcena.wordpress.com/>
3. Nostalgia anos 2000 - <https://nostalgiaanos2000.wordpress.com/>
4. Sincretizaê - <https://sincretizae.wordpress.com/>
5. Vai Tomando - <https://blogvaitomando.wordpress.com/>
6. Hugo Montaldi Cinema - <https://hugomontaldi.com.br/> (reestruturação)



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Além do blog, cada um dos projetos têm o perfil correspondente no Instagram e deveria distribuir chamadas para cada nova publicação bem como convites para novos seguidores usando os aplicativos de mensagens de seus integrantes. A partir da definição das temáticas tão diversas, já era possível inferir que cada uma das equipes tinha dinâmicas de interação próprias, gaps diferentes em termos de aprendizagem, preferências quanto à gêneros, formatos e meios de produção jornalísticos e que equilibrar essas demandas em apenas uma aula noturna semanal para que os projetos chegassem a bom termo no fim do semestre, sem que nenhum estudante ficasse “no meio do caminho”, seria o grande desafio do docente.

A terceira unidade da disciplina trata da construção da pauta para o ambiente digital, da adaptação de textos para web e plataformas mobile e da produção de reportagens audiovisuais. Mais do que aspectos puramente técnicos, ela trouxe desafios sobre o que separa o Jornalismo de outras produções de conteúdo, o que nos conduziu a adiantar os conteúdos da unidade 4. Ela é centrada nas habilidades e competências necessárias para o Jornalismo Online, os perfis das matérias jornalísticas em texto e imagem fixa; sonoras e audiovisuais e o cotidiano do jornalista contemporâneo, que planeja suas pautas, apuração e produção simultaneamente para os diversos meios. A quinta e última unidade é justamente a que norteia toda a disciplina: construção e avaliação dos projetos, que se deu de forma processual, mas que contou com dois momentos de culminância: a apresentação dos projetos para a turma e, na semana seguinte, para todo o curso.

4. DAS INCERTEZAS À CULMINÂNCIA DOS PROJETOS

Nas primeiras semanas, antes das postagens nas plataformas dos projetos, os textos eram submetidos à professora no SAVA (Sala de Aula Virtual), ambiente disponível em todas as disciplinas para acesso do aluno ao conteúdo digital, postagem de materiais complementares e recebimento e comentário de trabalhos por parte do



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

POMENTO

APOIO



professor. Já nas primeiras postagens havia confusão entre como deveria ser o “quem somos” e o editorial. Algumas equipes fizeram um único texto, outras optaram por um formato acadêmico de apresentação em um projeto cuja tom de voz seria mais descontraído. Nesse aspecto, o projeto Vai Tomado se destacou positivamente ao manter o tom de voz nas duas postagens. No Editorial prometia

No **Vai Tomando**, vamos falar sobre bares da Grande Tijuca, Centro, e Zona Sul carioca, mas não queremos apenas falar sobre bares, mas sobretudo o que acontece dentro deles: a cultura, as pessoas, os sabores e, claro, os *causos* que surgem entre um gole e outro. Os bares são mais do que simples estabelecimentos comerciais: são pontos de encontro, redutos de resistência cultural e espaços onde a vida carioca se manifesta em sua forma mais autêntica. (VAI TOMANDO, 2025).

Figura 1 – Quem somos – Vai Tomando



Fonte: Vai Tomando (print)

Com o passar das semanas e o início da produção dos materiais temáticos, outros gaps foram surgindo. A falta de planejamento das pautas impactou boas ideias e questões tiveram que ser resolvidas na pós-produção. A equipe do blog Sincretizaê era a única que tinha uma estudante de Publicidade entre os de Jornalismo e o projeto tinha como objetivo “abordar o sincretismo entre o catolicismo e religiões de matriz africana e suas tradições que coexistem e se entrelaçam na vida dos cariocas”. (SINCRETIZAÊ, 2025). A primeira postagem, que poderia ter sido uma matéria de jornalismo utilitário, anunciando a festa de São Jorge, não foi feita porque o grupo perdeu o *timing*.

Já no processo de apuração, a equipe chegou de madrugada no bairro de Quintino para a alvorada de São Jorge, fez a captação em vídeo, conheceu um terreiro



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

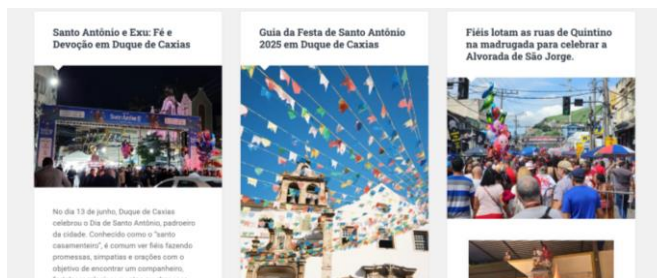
APOIO



de umbanda ao lado da igreja católica, se envolveu com a temática, ficou o dia todo envolvida na apuração, fez algumas entrevistas, tinha um vasto material em vídeo, mas sem saber exatamente o que fazer com ele. A solução foi desdobrá-lo em algumas matérias.

As produções subsequentes passaram a ser melhor planejadas e roteirizadas. A festa de Santo Antônio, em Duque de Caxias, teve matéria prévia sob forma de guia para os devotos. A última matéria em vídeo do semestre foi bem roteirizada. As integrantes da equipe foram para um jogo no Maracanã para apurar a que os torcedores recorriam para que seu time fosse vencedor: havia amuletos, orações, superstições, promessas para santos católicos em uma série de entrevistas feitas na porta do estádio.

Figura 2 – Desdobramento de apuração – Blog Sincretizaê



Fonte: Sincretizaê (print)

Entre as principais dificuldades da equipe do Blog Carioca em Cena estava a de estabelecer limites entre a produção de conteúdo de entretenimento e a construção de matérias jornalísticas, o que foi constatado pela dificuldade do desenho de editoriais, que acabaram seguindo o critério puramente geográfico. A promessa do blog era que “O diferencial do CEC está nesse olhar atento às histórias menos óbvias. Enquanto muitos se concentram no grande espetáculo, o Carioca em Cena vai buscar a simplicidade e as narrativas que, mesmo não recebendo tanta atenção, são fundamentais para entender o Rio como um todo”. (CARIOCAEMCENA, 2025). O que começou com uma produção com características de videoclipe, com música de fundo e caráter



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



publicitário, sobre a feirinha em frente ao Museu do Amanhã foi aos poucos transitando por formatos mais jornalísticos, prioritariamente em vídeo, e culminou com uma matéria com diversas entrevistas (até em inglês, com legendas) entre os comerciantes e frequentadores da Feira da Glória.

Figura 3 – matéria bilíngue na Feira da Glória – Carioca em Cena

Todo domingo contamos com a presença dos feirantes, que vendem uma enorme variedade de produtos de feira, roupas, comidas, artigos de colecionador, entre muitos outros, atraindo uma grande quantidade de visitantes dos mais diversos gostos. E nós, da equipe do CEC, fomos lá acompanhar tudo de pertinho!



<https://www.instagram.com/reel/DJKkyciPZq1/?igsh=cvmVM29b21e1c3>

Fonte: CariocaemCena (print)

Em 2021, um relatório da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) apontou que 67% dos estudantes de 15 anos do Brasil não conseguiram diferenciar fatos de opiniões durante a leitura de textos. O índice estava acima da média de outros 79 países analisados pela organização, que era de 53%. O que parecia alarmante acontecia também entre os estudantes de Jornalismo, que muitas vezes produziam textos opinativos ao serem demandados por matérias informativas, ou ainda, assumiam um tom acadêmico e panfletário em textos que deveriam ser jornalísticos. Essa foi a característica predominante do blog Caminhos de Impacto, cuja relevante temática estava expressa em seu Editorial:

O blog Caminhos de Impacto apresenta o universo do cinema de impacto e das campanhas associadas aos seus filmes, com o objetivo de ampliar sua audiência e, mais importante, fortalecer as causas que os motivam. Como veículo jornalístico, seu propósito é investigar, contextualizar e dar visibilidade a essas produções e às estratégias que as acompanham. Ao informar e refletir sobre o cinema de impacto, contribui para ampliar sua compreensão e alcance, fortalecendo o papel do audiovisual como agente de transformação social. (CAMINHOSDEIMPACTO, 2025)



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



Figura 4- Características Textuais do Caminhos de Impacto



Fonte: Caminhosdeimpacto (print)

A equipe formada integralmente por estudantes de Publicidade e Propaganda ancorou-se em ilustrações e produção de conteúdos, sobretudo no formato requerido pelo Instagram, e que não atendiam aos cânones jornalísticos. Mesmo com os gaps de formação, encerraram o projeto conduzindo uma entrevista com a coordenadora da agência experimental de Publicidade e Propaganda e postaram uma mensagem positiva de encerramento do projeto como solicitado no planejamento de postagens.

Figura 5 – Postagem de encerramento Nostalgiaanos2000



Fonte: Nostalgiaanos2000 (print)

Por fim, o projeto Hugo Montaldi Cinema já estava estruturado e em atividade, sendo composto por um site, um canal no Youtube e um perfil no Instagram. Graduado em cinema, o estudante buscava dar um caráter mais jornalístico a sua produção de conteúdo, além de buscar novas oportunidades de monetização. Para tal, ancorava-se nos dados de alcance e engajamento fornecidos por cada uma das plataformas e ferramentas de pesquisa de tendências de interesse nas redes. Em seu processo de reestruturação, o número de editoriais do site diminuiu, elas ficaram bem desenhadas



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

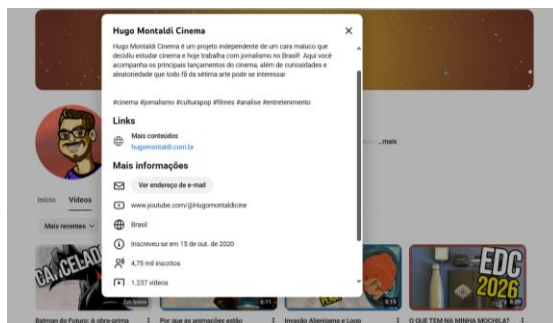
FOMENTO

APOIO



e cada plataforma passou a ter conteúdos específicos. A meta de chegar a 1 mil seguidores no Instagram ainda não foi alcançada, mas houve crescimento orgânico. Como consultor técnico, o estudante desenvolveu habilidades e competências tanto operacionais, como estratégicas buscando orientar os colegas com base em dados. Em termos de habilidades socioemocionais, destacou-se por sua contribuição sempre atenta e disponibilidade elogiadas nos relatórios de todas as equipes.

Figura 6 – Hugo Montaldi Cinema no Youtube



Fonte: HugoMontaldiCinema (print)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A metodologia da Aprendizagem baseada em Projetos mostrou-se adequada para identificação dos gaps formais de aprendizagem, mas sobretudo dos relativos às habilidades socioemocionais, capacidade de planejamento, divisão de tarefas, cumprimento de prazos e resolução de conflitos. Foi um processo desafiador tanto para o docente quanto para os estudantes, mas no fim do semestre três equipes aceitaram o desafio de preparar uma apresentação com os resultados de cada projeto para os estudantes de todo o curso e alguns de seus familiares num evento de culminância organizado em parceria com a disciplina de Produção Audiovisual.

Na ocasião, duas equipes prometeram dar continuidade aos projetos, mesmo sem o compromisso avaliativo da disciplina, o que acabou não ocorrendo, o que de certa forma demonstra o quanto os estudantes são motivados por avaliações e notas.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Todas as equipes concordaram que para o desenvolvimento dos projetos foi imprescindível a atuação de um consultor técnico com disponibilidade de praticamente 24 horas/7 dias. O docente e os estudantes reconheceram os gaps e sua superação, mas avaliam que a disciplina necessita a exigência formal de maturidade acadêmica e de alguns pré-requisitos para que possa cumprir, de fato, sua função formativa.

Mas, ao engajar os estudantes em ciclos de pesquisa, concepção de pauta e pré-puração, planejamento do fluxo de postagens e divisão de tarefas semanais, produção de matérias jornalísticas de diversos gêneros e formatos, e finalizar a disciplina com a apresentação pública e avaliação crítica dos projetos, conclui-se que as metodologias ativas empreendidas no semestre fomentaram a autonomia e o pensamento analítico diante das constantes atualizações do perfil profissional do jornalista. O processo foi exitoso ainda na superação dos gaps de aprendizagem e no fortalecimento da autoestima dos estudantes.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **LEI Nº 15.325**, que dispõe sobre o exercício da profissão de multimídia. Disponível em <<https://www.in.gov.br/web/dou/-/lei-n-15.325-de-6-de-janeiro-de-2026-679838909>>. Acesso em 07 mar. 2026

FENAJ. **Plenária aprova mobilização pela revogação da lei que cria a profissão de “multimídia”**, disponível em <<https://fenaj.org.br/plenaria-aprova-mobilizacao-pela-revogacao-da-lei-que-cria-a-profissao-de-multimidia/>>. Acesso em 07 mar. 2026

GLOBO. **Grupo Globo atualiza princípios editoriais para incluir orientações sobre inteligência artificial**. Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2024/06/27/grupo-globo-atualiza-principios-editoriais-para-incluir-orientacoes-sobre-inteligencia-artificial.ghtml>>. Acesso em 20 fev. 2025

_____. 67% dos estudantes de 15 anos do Brasil não sabem diferenciar fatos de opiniões, afirma relatório da OCDE. Disponível em <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2021/05/06/67percent-dos-estudantes-de-15-anos-do-brasil-nao-sabem-diferenciar-fatos-de-opinioes-afirma-relatorio-da-ocde.ghtml>>. Acesso em 04 mar. 2026

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



RENÓ, Denis. *Interfaces e linguagens para o documentário transmídia*. **Fonseca Journal of Communication**. Monográfico 02, p. 211-233, junho, 2013

MARQUES DE MELO, José e ASSIS, Francisco de. *Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório* – **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Intercom. São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016

____ et. Al. **Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação** (Portaria Nº 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009). Disponível em <<https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2015/07/07.pdf>>. Acesso em 25 fev. 2026

SANTAELLA, Lucia. *Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia*. **Revista Bakhtiniana**, São Paulo, 9 (2): 206-216, Ago./Dez. 2014

VASCONCELOS, Juliana Sales. **Manual para aplicação da metodologia Aprendizagem Baseada em Projetos de maneira interdisciplinar**. Manaus, 2020