



XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã

de 08 a 10 de outubro 2025
Universidade Federal do Tocantins

FORMAÇÃO CIDADÃ DE COMUNICADORES PARA O EMPREENDEDORISMO

SOCIAL: uma proposta pedagógica sobre os 4Ps do projeto e o *Business Model Canvas*¹

Larissa Gaspar Coelho Pinto²

Stefanie C. da Silveira³

RESUMO

Este artigo relata a experiência de uma proposta pedagógica desenvolvida no âmbito de um estágio docência, articulando práticas de formação cidadã e educação empreendedora no ensino de Jornalismo. A pesquisa, de abordagem qualitativa e natureza exploratório-descritiva, apresenta a criação de uma cartilha que integra os 4Ps do projeto ao *Business Model Canvas*, facilitando o desenvolvimento de modelos de negócio jornalísticos pelos estudantes. Os resultados demonstram que o método adotado contribuiu para uma aprendizagem crítica, que responde a desafios da formação em comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

formação cidadã, empreendedorismo, Jornalismo, gestão de projetos, modelo de negócio

1 INTRODUÇÃO

A formação universitária enfrenta o desafio de ir além da transmissão técnica, articulando teoria, prática, mercado e cidadania. No Jornalismo, esse desafio é urgente diante das transformações tecnológicas, econômicas e culturais que atravessam o setor (Arruda et al., 2023 e Sembramedia, 2023). Atento a esse cenário, o colegiado do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) revisou seu Projeto Pedagógico (2015/2021), alinhando-se às novas exigências do campo e às Diretrizes Curriculares Nacionais. Como parte dessa revisão, criou a disciplina JOR6632 – Inovação e Gestão de Projetos em Jornalismo –, ofertada na sexta fase. Ao final da disciplina, o aluno deve ser capaz de conceituar e identificar inovação e elaborar um modelo de negócio viável e sustentável.

Durante o estágio docência da autora junto à disciplina JOR6632, foi desenvolvida uma cartilha para auxiliar os estudantes a materializar modelos de negócio. A proposta articula os 4Ps do projeto (Problema, Panorama, Proposta e Produto) (TXM Business, 2023) aos blocos do *Business*

¹ Trabalho apresentado no GT4 Práticas profissionais e formação cidadã em comunicação da **XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2025**, realizada de 08 a 10 de outubro de 2025, na Universidade Federal do Tocantins, Palmas-TO.

² Mestre e doutoranda do Programa de Pós-graduação em Engenharia, Gestão e Mídia do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGEGC/UFSC) e estagiária da disciplina JOR6632. | E-mail: larissa.gasparcp@gmail.com

³ Professora doutora do curso de graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e ministrante da disciplina JOR6632 | E-mail: stefanie.silveira@ufsc.br

Model Canvas (BMC) (Osterwalder, Pigneur; 2011). O presente artigo descreve como a cartilha foi construída e aplicada como ferramenta pedagógica para orientar os alunos na estruturação de seus projetos de inovação em Jornalismo.

2 METODOLOGIA

Este trabalho é classificado como uma pesquisa exploratória (Gil, 2002), pois explicita a aplicação dos conceitos de formação cidadã e educação empreendedora no contexto de uma disciplina universitária (JOR6632). Esse tipo de pesquisa é adequado quando o objeto envolve práticas pedagógicas inovadoras e não sistematizadas anteriormente, como a criação de uma cartilha para orientar alunos. O processo de investigação teve como base a experiência da autora como professora em formação, com foco na criação de materiais didáticos e acompanhamento das atividades. Foi utilizada a observação participante e a análise documental da própria cartilha e dos modelos de negócio decorrentes da aplicação do trabalho em sala de aula. A cartilha é tanto o ponto de partida deste artigo quanto a ferramenta de apoio para facilitar a transposição da teoria à prática⁴.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O trabalho se organiza a partir de dois conceitos: formação cidadã e educação empreendedora nas universidades. O primeiro prepara indivíduos não apenas para o mercado de trabalho, mas para atuarem com responsabilidade na sociedade, desenvolvendo valores éticos, senso crítico e análise da realidade social (Magalhães, Dalmau e Lima, 2015 e Almeida, 2024). O segundo busca desenvolver habilidades para criação de negócios e geração de empregos, indo além de competências comerciais: forma cidadãos aptos a mediar conflitos, compreender necessidades, identificar desafios e buscar soluções que promovam bem-estar coletivo e realização pessoal (Sebrae, 2024 e Arruda et al., 2023).

No Jornalismo, esses princípios são centrais: o jornalista cidadão atua como agente de transformação, consciente dos impactos sociais, políticos e culturais de seu trabalho. Pulitzer (2009) destaca que “Só a imprensa faz do interesse público o seu interesse”. O relatório *Punto de Partida* (2023)⁵ revela que, na maioria das universidades, como a UFSC, a disciplina de empreendedorismo é obrigatória, abordando temas como modelo de negócio (51,5%), indústria jornalística (45,5%) e financiamento (39,6%). As metodologias ágeis mais utilizadas incluem *Design Thinking* e o *BMC*,⁶ promovendo uma formação alinhada às demandas do mercado e à inovação no setor.

⁴ Os materiais produzidos pelos estudantes, ao final da disciplina, e os *feedbacks* compartilhados em aula foram considerados evidências empíricas, utilizadas para subsidiar a reflexão crítica e a avaliação dos efeitos pedagógicos do material

⁵ O relatório analisa o ensino de Jornalismo empreendedor na Espanha e América Latina.

⁶ Além dessas metodologias, o relatório cita *Lean Canvas*, *LeanUX*, *Pitching* e *Sprints*.

Os dados reforçam a convergência da JOR6632 com as exigências de um mercado em constante evolução e refletem a importância de conectá-las ao ensino do Jornalismo empreendedor, promovendo inovação e sustentabilidade na indústria de mídia. A experiência descrita neste artigo responde ao plano de ensino ao incentivar uma formação crítica, ética e aplicada, reconhecendo os estudantes como agentes capazes de empreender, inovar e transformar a realidade social por meio da prática jornalística.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A cartilha desenvolvida no estágio docência traduz e integra duas ferramentas da educação empreendedora: o BMC e os 4Ps do negócio. O BMC é uma ferramenta visual composta por nove blocos⁷ que abrangem desde os segmentos de clientes, proposta de valor e canais, até fontes de receita, recursos, atividades, parcerias e estrutura de custos, permitindo compreender o funcionamento e a viabilidade de um negócio. Já a abordagem dos 4Ps do Projeto (Problema, Panorama, Proposta e Produto) visa construir soluções consistentes. O “Problema” é a dor que justifica o projeto, exigindo validação com o público. O “Panorama” analisa o ecossistema da solução. A “Proposta” representa o valor simbólico ou transformação gerada. Já o “Produto” é a resposta concreta ao problema, alinhada aos estudos prévios e ao propósito do projeto (TXM Business, 2023). A cartilha desenvolvida torna a linguagem do empreendedorismo mais acessível e evidencia a convergência entre BMC, 4Ps e as competências de formação cidadã e educação empreendedora, conforme apresentado no quadro 1.

Quadro 1: Convergência 4Ps x BMC x Competências

4Ps	BMC	Competências
Problema	1. Proposta de valor Relacionamento com clientes	1. Pensamento crítico 2. Capacidade de identificar demandas sociais 3. Empatia e escuta ativa
Panorama	1. Segmentos de mercado 2. Parcerias-chave 3. Canais	1. Análise de contexto e tendências 2. Compreensão do ecossistema midiático 3. Visão estratégica e de mercado
Proposta	1. Fontes de receita 2. Estrutura de custos	1. Visão de valor 2. Capacidade de alinhar propósito e viabilidade

⁷ Os nove blocos do BMC são: segmentos de clientes (quem será atendido), proposta de valor (o que se entrega como benefício), canais (como a entrega é feita), relacionamento com clientes (como se estabelece a conexão), fontes de receita (como se gera valor financeiro), recursos principais (o que é necessário mobilizar), atividades-chave (ações essenciais para o funcionamento), parcerias-chave (quem apoia a execução) e estrutura de custos (os gastos envolvidos).

Produto	Atividades-chave Recursos-chave	1. Capacidade de implementação 2. Planejamento operacional 3. Compromisso com a entrega e a inovação técnica
---------	------------------------------------	--

Fonte: Elaborado pelas autoras (2025)

Essa convergência permite que os alunos compreendam o porquê, para quem e como empreender de maneira ética, estratégica e socialmente consciente. Também considera as especificidades do Jornalismo enquanto negócio e enquanto bem público. Os estudantes refletem sobre a profissão a partir da sistematização de necessidades coletadas junto aos leitores e direcionam a prioridade de seus projetos para a atenção ao usuário. Assim, se fortalece como valor incentivado nos projetos desenvolvidos na disciplina o relacionamento com a audiência e a construção coletiva do produto jornalístico.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência vivenciada no âmbito da disciplina JOR6632 evidencia que a formação cidadã e educação empreendedora, aliadas ao uso didático dos 4Ps do projeto e do BMC, contribuem para o alcance dos objetivos pedagógicos propostos, em especial, a capacidade dos alunos de elaborar modelos de negócio viáveis e comprometidos com a transformação social, algo tão peculiar do Jornalismo. Tal experiência é ainda mais relevante diante dos desafios apontados no relatório *Punto de Partida* (2023) que classifica os principais obstáculos como: a fragilidade na orientação profissional para a comunicação empreendedora e a preocupação em não ganhar dinheiro, falta de recursos e a incerteza sobre o futuro do Jornalismo.

A proposta implementada na disciplina endereça esses desafios ao estimular nos alunos a capacidade de inovar e empreender; de compreender os contextos sociais e culturais em que estão inseridos e de propor soluções conectadas à realidade, assumindo uma postura ativa diante dos desafios atuais do Jornalismo e do próprio campo da Comunicação Social. Ao mesmo tempo, busca valorizar os fatores que mais incentivam os alunos, conforme apontado no relatório: o uso de metodologias ativas, a apresentação de casos de sucesso e a criação de um espaço seguro para experimentação. O resultado foi uma aprendizagem em que os alunos puderam exercer a autonomia criativa e a responsabilidade social, reforçando o papel da universidade como espaço de formação integral para o mundo do trabalho e para a vida em sociedade.

Referências

ALMEIDA, Kathia Susana. Formação cidadã contínua e abrangente: contextos críticos incentivam a reflexão, a análise e a problematização da práxis educativa. **Revista Foco**, v. 17, n. 12, e7183, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.54751/revistafoco.7183>. Acesso em: 15 jul. 2025.

ARRUDA, Carlos; BURCHARTH, Ana; BARCELLOS, Erika Penido; LOURENCINI, Samara Paganini. Impactos da educação empreendedora em alunos brasileiros do ensino superior: um estudo empírico comparando disciplinas obrigatórias e eletivas. **REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 12, n. 3, e2071, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.14211/regepe.12.e2071>. Acesso em: 15 jul. 2025.

GIL, Carlos, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 6ª edição. São Paulo, Atlas, 2002.

MAGALHÃES, Thiago Gonçalves; DALMAU, Marcos Baptista Lopez; LIMA, Marcus Venícius Andrade de. Modelo de negócios para organizações sociais: uma proposta a partir da relação entre recursos e impacto social. In: **COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA – CIGU**, 15., 2015, Mar del Plata. Anais [...]. Mar del Plata: Universidade Federal de Santa Catarina, 2015. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/135883/101_00019.pdf. Acesso em: 15 jul. 2025. ISBN 978-85-68618-01-1.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócio**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

PULITZER, J. **A escola de jornalismo: a opinião pública**. Florianópolis: Insular, 2009

SEMBRAMEDIA. **Punto de partida II: informe sobre la enseñanza del periodismo emprendedor en las universidades de Latinoamérica y España**. [S. l.]: SembraMedia, 2023. Relatório. Disponível em: <https://arquivos.ufsc.br/f/b9065806044549faba29/>. Acesso em: 15 jul. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. *Tudo sobre o Business Model Canvas*. [S. l.]: Sebrae, 2022. E-book. Disponível em: <https://conhecimento.sebraers.com.br/wp-content/uploads/2022/11/E-book-Tudo-sobre-o-Business-Model-Canvas.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2025

TXM BUSINESS. **Os 4 P's do projeto: uma proposta metodológica para construção de negócios**. [S. l.]: TXM Business, 2023. E-book. Disponível em: <https://www.dropbox.com/scl/fo/uj3pds5c08rgayn74cqba/ACXuTbs44AUyTR7kk45t0e8/Ebook%20-%204Ps.pdf?rlkey=j3uoncqgh3gc9ym9lkatygnw8&e=1&dl=0>. Acesso em: 15 jul. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Curso de Graduação em Jornalismo. **Projeto político-pedagógico: Curso de Graduação em Jornalismo**. Florianópolis: UFSC, 2021. Relatório. Disponível em: <https://arquivos.ufsc.br/f/b9065806044549faba29/>. Acesso em: 15 jul. 2025.