

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
ETEC Tereza Aparecida Cardoso Nunes de Oliveira
Ensino Médio com Habilitação Profissional-Técnico em Secretariado

STORYTELLING COMO ESTRATÉGIA COMUNICATIVA EM APRESENTAÇÕES ESCOLARES

Graziela Maria Villela¹

Ingrid Natasha Affonso da Silva²

Laura Lessa Abade³

Manuella Lira Rodrigues⁴

Mônica de Souza Santos⁵

Thainá Rahiara Chaves de França⁶

Orientadora: Profa. Kalyne Rodrigues Villela Neves

Resumo: Este artigo aborda o *storytelling* como um recurso estratégico em apresentações escolares, buscando compreender como essa técnica torna as apresentações mais claras e envolventes, tendo como base teórica livros e artigos científicos que discutem o storytelling nos campos da educação, da comunicação e do Secretariado. A metodologia utilizada foi uma abordagem mista, combinando métodos quantitativos e qualitativos, com a aplicação de questionários e um programa de mentoria aplicado a estudantes de um curso de Secretariado, por meio da elaboração de uma plataforma educacional, que pode ser utilizada como curso. Os resultados mostraram que a maioria dos estudantes apresenta dificuldades para falar em público, e os participantes do programa de mentoria consideraram o uso da técnica eficaz. Constatou-se que a narrativa também é relevante no contexto do Secretariado, pois contribui para o fortalecimento da comunicação institucional. Assim, concluiu-se que o uso dessa ferramenta pode aprimorar o desempenho, o engajamento e a qualidade das apresentações orais.

Palavras-chave: Storytelling. Apresentações. Estudantes. Secretariado.

¹ Aluna do curso Técnico em Secretariado, na ETEC Tereza Aparecida Cardoso Nunes de Oliveira-
graziela.gravillela@gmail.com

² Aluna do curso Técnico em Secretariado, na ETEC Tereza Aparecida Cardoso Nunes de Oliveira-
ingridnatashaaffonsodasilva@gmail.com

³ Aluna do curso Técnico em Secretariado, na ETEC Tereza Aparecida Cardoso Nunes de Oliveira-
lauraabade4@gmail.com

⁴ Aluna do curso Técnico em Secretariado, na ETEC Tereza Aparecida Cardoso Nunes de Oliveira-
manuellalirarodrigues1802@gmail.com

⁵ Aluna do curso Técnico em Secretariado, na ETEC Tereza Aparecida Cardoso Nunes de Oliveira-
monicasouza030308@gmail.com

⁶ Aluna do curso Técnico em Secretariado, na ETEC Tereza Aparecida Cardoso Nunes de Oliveira-
thainarahiara933@gmail.com

1.Introdução

O ato de contar histórias está presente na sociedade desde os seus primórdios, sendo utilizado como um recurso essencial para transmitir conhecimentos, motivar, despertar o interesse e promover socialização. Na contemporaneidade, o excesso de informações modificou a forma como esses dados são recebidos e processados, fragilizando a credibilidade das narrativas tradicionais. Diante disso, surge o *storytelling* como uma alternativa para restabelecer conexões e tornar a comunicação mais significativa.

A prática de contar histórias sempre foi uma das formas mais eficazes de garantir atratividade, compreensão e retenção de conteúdo. Em meio à sobrecarga informativa, tornou-se necessário encontrar métodos que gerem confiança e favoreçam o engajamento. Assim, o *storytelling* destaca-se como uma estratégia comunicativa capaz de criar vínculos emocionais e promover o aprendizado de maneira mais dinâmica e eficaz.

O *storytelling*, termo derivado da junção das palavras *story* (história) e *telling* (contar), consiste em narrar de forma envolvente, despertando interesse e conexão. Sua estrutura básica envolve introdução, problema, clímax e desfecho, podendo ser aplicada em diversas áreas, como administração, tecnologia, marketing e educação. No campo pedagógico, essa técnica surge como um recurso que favorece a expressão oral, aprimora a comunicação e estimula o desenvolvimento pessoal e profissional dos alunos.

No ambiente escolar, um dos principais desafios é a dificuldade dos estudantes em realizar apresentações orais, influenciada pela insegurança e pela falta de preparo. O uso do *storytelling* contribui para transformar informações em narrativas cativantes, facilitando a compreensão e despertando o interesse. Assim, essa prática torna as apresentações mais fluidas, criativas e eficientes, favorecendo o aprendizado e a autoconfiança.

Além disso, o *storytelling* tem ganhado destaque por seu potencial de tornar a aprendizagem mais significativa, promovendo a compreensão, a memorização e a reflexão crítica dos alunos. Essa técnica estimula o pensamento narrativo e contribui para a formação integral, unindo emoção, raciocínio e experiência prática.

Apesar de sua ampla aplicação em diversos campos, ainda há carência de estudos que abordem o uso do *storytelling* na área secretarial e, especialmente, no contexto educacional. Essa lacuna evidencia a importância de aprofundar as pesquisas sobre como essa ferramenta pode atuar como recurso pedagógico e estratégico, auxiliando tanto na formação de futuros profissionais quanto na melhoria dos processos de comunicação.

Portanto, a elaboração deste estudo justifica-se pela necessidade de compreender como o *storytelling* pode contribuir para o desenvolvimento das competências comunicativas dos alunos, além de favorecer a construção de apresentações mais envolventes e eficazes. Além disso, o principal objetivo deste estudo é analisar a aplicação do *storytelling* como recurso pedagógico em apresentações orais, explorando suas vantagens, desafios e contribuições para o processo de ensino-aprendizagem.

2. Metodologia

A metodologia utilizada para a elaboração deste estudo foi de abordagem mista, reunindo os métodos qualitativo e quantitativo. Foram realizadas pesquisas bibliográficas com base em artigos científicos e livros que discutem o *storytelling* na educação, na comunicação e na profissão de Secretariado, além da aplicação de questionários, da realização de entrevistas e do desenvolvimento de um programa de mentoria com aulas práticas para um grupo de alunos da turma do 1º Secretariado.

Além disso, foi elaborada uma plataforma interativa com vídeos sobre o que é o *storytelling* e como utilizá-lo, destinada a estudantes e professores durante sua jornada acadêmica e a seleção dos artigos ocorreu com base na relevância dos assuntos abordados, e a análise dos dados foi realizada de forma quantitativa e qualitativa, a fim de avaliar a eficácia da utilização do *storytelling* como estratégia comunicativa nas apresentações orais.

2.Desenvolvimento

2.1 Conceito e fundamentação da comunicação

A palavra “comunicação” vem do termo latino *communicatio* que significa “ação de partilhar”. Desse modo, compreende-se que a comunicação se refere ao ato de compartilhar ideias, informações, conceitos e experiência entre grupos e indivíduos. Sendo assim, esse processo torna-se uma ferramenta fundamental para a convivência em sociedade, pois possui a finalidade de ensinar, motivar, liderar e provocar a reflexão, apresentando-se como essencial para a construção de vínculos sociais e profissionais.

A comunicação é o ato de compartilhar informações entre duas ou mais pessoas para obter um entendimento a respeito de algum assunto ou situação. É quando a pessoa transmitiu alguma coisa para alguém, onde partilham diferentes informações entre si, afetando ou não o comportamento do outro e tornando o ato de comunicar uma atividade essencial para o dia a dia. (Mecenas, 2016, p. 13)

Entretanto, esse processo não se resume somente a trocas de informações. Para que haja eficácia na comunicação, é preciso seguir a seguinte estrutura: emissor, quem transmite a mensagem; receptor, quem a recebe; mensagem, o conteúdo transmitido; código, o sistema de sinais utilizado; canal, o meio em que a mensagem é transmitida; referente, o contexto; e o feedback, a resposta do receptor, encerrando o ciclo comunicacional. Além disso, também existem ruídos que podem prejudicar a retenção completa da mensagem.

Neste sentido a linguagem se configura como um *médium*, não como ‘meio’ ou ‘veículo’, mas como lugar ao qual os sujeitos adentram para conferir sentido as suas expressões internas e as expressões comunicadas pelo outro com quem se relaciona. Desta forma, a interação afetiva da qual falamos trata-se sobretudo da capacidade de ambos os sujeitos adentram mutuamente afetar pelas próprias expressões que formulam durante a comunicação. (Lopes, 2013, p. 5)

2.2 O profissional de Secretariado como agente de comunicação

O profissional de secretariado possui um papel decisivo dentro das organizações, pois auxilia no fluxo e na eficiência do processo comunicacional, trabalhando diretamente com setores, gestores, clientes e demais públicos. Vale ressaltar que suas funções vão além de processos administrativos, abrangendo também a gestão e envio de informações, o que exige clareza, objetividade e assertividade. “Pode-se dizer que organizações cuja estrutura organizacional tem profissionais de secretariado, em verdade, possuem um colaborador habilitado e possuidor de habilidades nitidamente relacionadas às funções comunicativas.” (Mecenas, 2016, p.32)

Dessa forma, para efetuar essa ação é necessário que o secretário ou secretária tenha domínio das formas de comunicação - oral, escrita e digital – e habilidades interpessoais que auxiliem na construção de relacionamentos harmônicos e produtivos no ambiente de trabalho, potencializando o clima organizacional. Sendo assim, não serão transmitidas apenas informações, mas será possível organizá-las, interpretá-las e filtrar os seus conteúdos, garantindo que a comunicação chegue com sucesso ao receptor. “O mundo globalizado e imerso em avanços tecnológicos de variadas matrizes, tem na comunicação um hábil instrumento integrador dos mecanismos que otimizam o fazer profissional no contexto das organizações.” (Mecenas, 2016, p. 13)

Ademais, ao ser um agente comunicacional o profissional de secretariado torna-se extremamente relevante para a imagem institucional da empresa, pois, em muitos casos, é o primeiro contato entre a organização e seus públicos. Desse modo, a postura e a comunicação adotada reforçam a credibilidade e eficiência organizacional.

Ao discorrer sobre o secretário executivo como agente facilitador da comunicação interna das organizações, vê-se que a comunicação no âmbito empresarial se tornou amplamente discutida como fator imprescindível no alcance da qualidade competitiva na era da globalização. As modernas formas de atuação das organizações ante o capitalismo multinacional estabelecem uma crescente preocupação quanto ao modo de como as organizações vêm analisando o processo

comunicativo dentro delas. (Mecenas, 2016, p. 32)

Portanto, o secretário ou secretária exerce uma função estratégica na comunicação institucional, atuando como mediador entre gestores e colaboradores e entre empresa e sociedade. Nesse sentido, sua habilidade comunicacional não apenas fortalece a comunicação interna e externa, mas promove integração, transparência e confiança.

2.3 A narrativa como recurso comunicacional

A narrativa constitui um dos meios de comunicação mais antigos e eficazes utilizados pela sociedade. Desde os primórdios, contar histórias se tornou uma ferramenta essencial para transmitir valores e crenças, com o intuito de envolver e prender a atenção dos ouvintes. Os autores afirmam que “(...) histórias e narrativas são capazes de localizar experiências no tempo e no espaço, e, com isso, atrair a atenção da audiência e conduzir ações que as conectem a partir de um contexto social.”

Dessa forma, no contexto comunicacional, a narrativa funciona como uma ponte que conecta o emissor e o receptor da mensagem, pois, além de transmitir informações, as histórias quando contadas com efetividade ajudam a despertar emoções que tornam a situação memorável para ambas as partes. De acordo com Lima (2023, p.4), “Comunicar bem e com efetividade possui todo potencial de ressignificar velhos contextos e paradigmas.”, ou seja, contar uma história pode contribuir para transformar percepções, gerar maior engajamento e criar conexões mais significativas entre as pessoas envolvidas no processo de comunicação.

Contudo, além de envolver os indivíduos, as histórias quando utilizadas como recurso comunicacional podem ajudar na preservação de memórias e no fortalecimento das relações humanas, já que quando contadas fazem com que as pessoas envolvidas se conectem e debatam sobre diferentes assuntos. Nesse sentido,

As histórias educam, divertem e dão, principalmente, identidade cultural, despertando o desejo de continuar aprendendo e aguçando a imaginação, possibilitando o

pensamento criativo e constituindo um mecanismo básico de conhecimento do mundo. (Miller, 2014, p.5)

2.4 O *Storytelling* como ferramenta estratégica no Secretariado

Como já mencionado anteriormente, o *storytelling*, reconhecido como a arte de contar histórias de maneira estruturada e envolvente tem sido uma ferramenta bastante eficaz não apenas no campo da comunicação, mas também tem sido utilizada como técnica em áreas estratégicas dentro de organizações para engajar os funcionários e transformar a comunicação em algo mais envolvente.

O *storytelling* nas organizações pode ser, então, entendido como um recurso estratégico comunicacional, que amplia o diálogo, potencializa a interação entre os sujeitos e reforça a identidade coletiva do sujeito, sendo que esse tipo de comunicação possui distintas formas de gestão, no contexto das organizações. Pode ainda conduzir os sujeitos a olharem a organização através de uma comunicação filtrada, controlada e repleta de novas subjetivações. (Magalhães, 2014, p.101)

No âmbito do Secretariado, essa técnica se revela como uma ferramenta inovadora, capaz de potencializar a interação entre gestores, transformando a maneira como as informações são transmitidas e compreendidas dentro da organização. Isso porque, o profissional de Secretariado exerce um papel essencial dentro da empresa, ajudando na mediação de informações, na construção da imagem organizacional e na gestão de relacionamentos institucionais importantes para o andamento da empresa.

Além disso, a utilização do *storytelling* no contexto secretarial ajuda a atender diferentes demandas da atualidade como as inovações e a humanização da comunicação. Em meio as grandes dificuldades do ambiente corporativo, elaborar histórias bem estruturadas podem auxiliar na apresentação de relatórios, no compartilhamento de experiências e principalmente no engajamento dos funcionários em processos internos.

O *storytelling* é uma forma eficiente de compartilhar experiências profissionais com o objetivo de revigorar a organização. É voltado

para o entrosamento das equipes, que desenvolverão a autoconfiança necessária para enfrentar momentos de crise. (Blair, apud Melo, 2011 apud Magalhães, 2014, p.99)

Sendo assim, o *storytelling* pode ser um recurso estratégico bastante eficaz no Secretariado, pois contribui para tornar a comunicação mais clara e pertinente. Ao transmitir informações através de narrativas, o profissional facilita a compreensão da mensagem, favorece o engajamento dos profissionais já que contribui para a construção de sentidos, auxiliando na transmissão de valores e objetivos dos profissionais e fortalece a imagem organizacional, consolidando o papel do profissional de Secretariado como mediador de informações e agente estratégico dentro das empresas, tornando assim a comunicação entre os colaboradores mais eficaz e eficiente.

2.5 O impacto do *Storytelling* nos processos de ensino-aprendizagem

O artigo de Valença e Toste (2019) explora a prática do *storytelling* como uma estratégia pedagógica inserida na metodologia de aprendizagem ativa, destacando seu potencial para promover engajamento e retenção de conhecimentos em ambientes de ensino. Os autores afirmam que: “A prática, portanto, conecta abstrações conceituais à realidade social dos alunos, reforçando valores e conhecimentos por meio de experiências e da significância contextual.” (Valença, Toste, 2019, p.222)

Com isso, o *storytelling* tem feito grandes impactos positivos no contexto educacional. O fato de contar histórias está presente desde sempre em nosso cotidiano e, quando inserido nos métodos de aprendizagem e ensino, o conteúdo torna-se uma realidade para o aluno, proporcionando maior motivação e envolvimento. As narrativas prendem a atenção e fortalecem o processo de ensino, tornando as aulas mais dinâmicas e estimulando uma participação mais ativa dos alunos. A história pode ser definida como uma narrativa – uma passagem de conhecimento ou uma cadeia de eventos ditos ou escritos em prosa ou verso (Valle, 2003, apud Salim et al., 2019, p. 1597). O *storytelling* permite aos alunos expressarem suas vivências e percepções, e a tecnologia é empregada como facilitadora desse processo.

Além de promover o engajamento, o *storytelling* contribui para um entendimento melhor dos conteúdos mais complexos, uma vez que são apresentados em forma de enredo, facilitando a compreensão dos alunos. Isso é extremamente necessário em matérias de interpretação histórica, social e científica, em que o conhecimento e as vivências cotidianas atuam juntas.

Um dos impactos está na memorização, já que os conteúdos passados em forma de histórias tendem a ser mais fáceis de memorizar, por estarem ligados ao nosso emocional, fortalecendo, assim, a fixação a longo prazo. “As narrativas acionam não apenas a cognição, mas também a emoção, criando conexões significativas que favorecem a compreensão e a retenção do conhecimento a longo prazo.” (Souza; Moura, 2018, p. 45). Sendo assim, o *storytelling* também auxilia no desenvolvimento de habilidades socioemocionais, pois, no ato de se colocarem no lugar do personagem da narrativa, os alunos passam a desenvolver sentimentos de imaginação, criatividade e empatia.

Esse recurso ainda promove uma aprendizagem ativa, na medida em que os alunos se envolvem diretamente na construção da narrativa, tornando-se protagonistas do processo educativo e participantes ativos da construção do conhecimento. O *storytelling* evidencia que não se trata apenas de uma técnica inovadora, mas de um recurso pedagógico capaz de transformar o ensino nas escolas contemporâneas, ao tornar as aulas mais significativas, contextualizadas e envolventes. Dessa forma, contribui para a humanização do processo de ensino e aprendizagem, fortalecendo vínculos, estimulando a criatividade, o pensamento crítico e a autonomia dos estudantes.

2.5.1 *Storytelling* em apresentações orais e seu impacto na aprendizagem

O uso do *Storytelling* em apresentações orais tem se afirmando como uma estratégia poderosa para poder enriquecer o processo do ensino e da aprendizagem das pessoas. Poder contar várias histórias vai muito além da simples troca de informações, é uma experiência que conecta tanto o conteúdo acadêmico quanto o profissional e também conecta a experiência humana, que desperta a emoção, a curiosidade e a empatia no público. Diferentemente de uma exposição comum, que

muitas das vezes ficam muito concentrada em dados e conceitos, a narrativa cria texto, que atribui o significado e a relevância ao que está ou irá ser apresentado.

No âmbito educacional, o *storytelling* tem um impacto muito expressivo, a relatos bem estruturados que ativam simultaneamente a nossa razão e a nossa emoção, facilitando a fixação das informações e o profundo entendimento do conteúdo. Quando o ouvinte se reconhece na história, ele cria conexões mentais que são mais firmes e duradouras, tornando o aprendizado mais divertido e inesquecível. Além de tudo isso, a prática narrativa da *storytelling*, tem uma narrativa que estimula a participação, e desperta o envolvimento contribuindo para um ambiente bem mais dinâmico e interativo.

Dessa maneira, quando o *storytelling* for integrado nas apresentações, ele irá transformar uma simples exposição de dados em uma experiência marcante e divertida. Ele irá aproximar o conhecimento com a realidade do público, que amplia a compreensão e demonstra que aprender não se limita só na lógica racional, pode também envolver criar idade, emoção, sentimento e o mais importante diversão, e isso que o *storytelling* irá proporcionar para o público. “Como resultado pode-se compreender que a ferramenta *Storytelling* tem impactos positivos para o Ensino e aprendizagem na Educação Infantil, auxiliando os professores em sala de aula.” — Soares & Lara, 2023, p. 1)

2.6 Plataforma educacional “*StoryThinking* o pensamento narrativo” para o desenvolvimento de apresentações com o *Storytelling*

A plataforma “*StoryThinking* o pensamento narrativo” desenvolvida pelo grupo de trabalho de conclusão de curso consiste em um modo educacional inovador, voltado para jovens estudantes que tem como foco a aplicação do *Storytelling* no contexto de ser utilizado no ambiente escolar, profissional e até mesmo no cotidiano.

A plataforma foi criada para apresentar aos alunos da unidade escolar o conceito de *storytelling*, como utilizá-lo e demonstrar como a técnica pode ser utilizada de maneira eficaz em apresentações escolares ou em situações do ramo profissional ou até mesmo no cotidiano, já que a proposta central é que os estudantes sejam

capazes de absorver seus conteúdos e conseguir aplicar de forma prática, visando melhoria no engajamento, clareza e na forma que sua apresentação cause impacto.

Entre os principais benefícios se destaca a inserção de um novo método de comunicação ainda pouco conhecido em instituições escolares, mas que pode ser de uma grande relevância para a melhoria do desenvolvimento de competências de comunicação. A prática do *storytelling* junto ao estudo dentro da plataforma buscam propiciar aos alunos novas habilidades e assim novos conhecimentos que contribuem para que os estudantes fiquem mais criativos e com isso mais preparados para apresentar os seus conteúdos, com isso o projeto visa passar conhecimento acessível a estudantes para potencializar o impacto do aprendizado coletivo.

Dentro da plataforma contamos com nove módulos para auxiliar na aprendizagem dos alunos, cada módulo apresenta uma característica diferente do *storytelling* e como funciona a técnica. É disponibilizado uma apostila para ser utilizada como material de apoio para auxiliar no estudo dos temas.

No primeiro módulo “O que é o *storytelling*?” abrangemos sobre o que é o *storytelling*, suas principais características e valores. Como utilizar, porque utilizar, como funciona no cérebro são pontos abordados na primeira etapa do processo de aprendizagem através da plataforma.

Já no segundo módulo “Por que usar o *Storytelling* nas escolas” apresentamos para os estudantes que a técnica pode ser uma ferramenta poderosa para educação, já que facilita a compreensão e memorização de diversos conteúdos portanto ajuda a transformar materiais complexos em algo acessível e que pode ser cativante.

No terceiro módulo “Os 4 elementos essenciais do *Storytelling*” é apresentado que toda boa história há quatro elementos essenciais sendo eles: personagem, conflito, enredo e mensagem. Durante o módulo a plataforma ensina como desenvolver esses elementos de forma que o conteúdo fique natural, mas ao mesmo tempo marcante.

“Como transformar um conteúdo escolar em história” é o tema do quarto módulo, nele é explicado que para transformar um conteúdo escolar em história é

necessário contextualizar o tema em situações reais ou então imaginárias. Dessa forma o conteúdo ganha emoção e se torna mais fácil de lembrar.

No quinto módulo “Técnicas para prender a atenção da plateia” consiste em apresentar maneiras de atrair a atenção do público na sua apresentação, como dar início ao conteúdo fazendo uma pergunta instigante ou então usar exemplos mais próximos da realidade dos expectadores. É importante criar um ar de suspense e utilizar palavras estratégicas para envolver os alunos com participações dinâmicas. Recursos visuais e expressões faciais ajudam a manter o interesse e o segredo para a atenção é equilibrar informação e emoção.

O contexto do sexto módulo “Erros comuns ao usar o *Storytelling*” é abranger os erros mais comuns que os estudantes cometem durante o uso da técnica, como por exemplo histórias muito longas ou então não conectar a narrativa ao conteúdo e até mesmo usar exemplos que não fazem sentido nenhum no conteúdo. O módulo apresenta formas de não cometer falhas tão grotescas durante a utilização do *Storytelling*.

Já no sétimo módulo “Roteiro simples para apresentação com *Storytelling*” é disponibilizado um modelo básico de estrutura textual utilizando a ferramenta técnica, a estrutura consiste em 1- Estrutura: apresenta situação ou personagem, 2- Conflito: mostrar o desafio/problema, 3- desenvolvimento: explicar como o conflito é enfrentado e 4- Desfecho: apresenta a solução ou conclusão da problemática. Esse formato cria lógica e auxilia a concentração do público.

No penúltimo módulo “*Storytelling* e o uso de recursos visuais” apresentamos que os recursos visuais fortalecem a narrativa, assim a tornando mais atraente e apresentando clareza. Vídeos, imagens, mapas, gráficos e objetos ajudam a ilustrar a história contada já que ajudam a fixar o aprendizado, complementam a fala e não podem distrair a atenção do público.

Pra finalizar os módulos da plataforma é apresentado o nono tópico “Como treinar e ensaiar a sua apresentação” enfatizando que treinar é fundamental para transmitir confiança, ensaiando várias vezes usando a tática de frente para o espelho ou até mesmo gravando a sua própria apresentação, ensaiar com colegas ou familiares também é um bom método de treino já que assim é possível receber um

feedback de como esta a sua apresentação, tudo isso é importante para ajustar a sua entonação, as pausas, postura e tempo. Quanto mais preparado o apresentador estiver, melhor será o desempenho da apresentação, assim tornando a narrativa natural e envolvente.

Em auxílio aos vídeos apresentados durante os módulos, foi desenvolvida uma apostila com informações que complementam os conteúdos apresentados durante os vídeos. Um material de apoio é fundamental em uma plataforma de *storytelling*, já que ajuda na construção e sustentação da aprendizagem do conteúdo apresentado durante os módulos, funciona como um recurso que visa completar e potencializar a experiência do estudante. Dentro desse material de apoio são abordados todos os módulos com os seus respectivos tópicos.

Ao final de cada módulo é disponibilizado um quiz sobre os ensinamentos realizados nos vídeos e no material de apoio. Conforme o estudante vai avançando no estudo dos módulos, cada quiz gera uma nota a partir de suas pontuações que contribuem para a conclusão da plataforma e assim podendo receber o seu certificado para comprovar que o aluno realizou todas as atividades com excelência e assim irá conseguir usufruir da técnica de *storytelling* em ambientes escolares, corporativos ou até mesmo em momentos de seu cotidiano.

Com a idealização que nos dias de hoje a inteligência artificial se tornou parte do nosso dia a dia, foi criado um simulador gamificado que funciona como uma ferramenta interativa, o aluno cria o seu texto utilizando os ensinamentos apresentados na plataforma e recebe um *feedback* automático através da inteligência artificial.

Para validar todos o processo de aprendizagem percorrido na plataforma, o estudante recebe um certificado que visa comprovar sua participação e aprovação, assim atestando que ele estudou, assimilou e compreendeu os conteúdos que foram apresentados durante os módulos, quizzes e apostila de apoio.

Em suma é possível concluir que a plataforma “*StorytThinking* – o pensamento narrativo” contribui significativamente para a formação de alunos mais preparados para utilizar narrativas criativas a partir do uso da técnica do *storytelling*.

2.7 Intervenção no Instagram da escola

O uso das redes sociais como ferramenta de comunicação tem se intensificado nas últimas décadas, especialmente em ambientes educacionais, onde a necessidade de engajamento e alcance de um público jovem é fundamental. Nesse contexto, o grupo de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da instituição iniciou a coleta de dados utilizando o Instagram e outras plataformas digitais da própria instituição de ensino, com o objetivo de desenvolver uma intervenção pedagógica por meio de conteúdos direcionados, aplicando as técnicas de *storytelling*.

O intuito foi explorar essas técnicas como uma estratégia para tornar o conteúdo mais envolvente, acessível e atrativo para o público-alvo, composto predominantemente por estudantes e membros da comunidade escolar.

O *storytelling*, ou a arte de contar histórias, é uma abordagem que visa transmitir mensagens de forma narrativa, criando uma conexão emocional com o público. Esta técnica, amplamente utilizada no Marketing digital e na comunicação de massa, tem se mostrado eficaz também no contexto educacional, ao proporcionar uma forma mais envolvente e dinâmica de aprendizagem e compartilhamento de informações.

Na intervenção, a utilização do Instagram foi central, uma vez que essa rede social é especialmente popular entre os jovens e possui uma estrutura visual que favorece a criação de vídeos curtos, criativos e de fácil consumo. Além do Instagram, outras plataformas também foram exploradas, como o TikTok, com o objetivo de garantir que a mensagem atingisse o maior número possível de estudantes. A criação de vídeos curtos e criativos, baseados nas técnicas de *storytelling*, permitiu uma conexão mais direta com os alunos, utilizando narrativas que combinavam elementos de humor, empatia e desafios comuns no cotidiano escolar.

Dessa forma, o grupo assumiu a iniciativa de realizar pesquisas e elaborar roteiros para o início da intervenção. Foi desenvolvido um cronograma de vídeos e criados roteiros, com início das gravações estabelecido, mantendo um tom acadêmico, porém atraente para o público-alvo. Entre os vídeos produzidos, destacam-se aqueles voltados à divulgação do vestibular da unidade, *vlogs* de visitas técnicas realizadas e a promoção de simulados que seriam realizados.

A partir da análise dos resultados obtidos, foi possível concluir que a intervenção realizada nos aplicativos digitais da unidade escolar trouxe impactos

positivos para a divulgação dos conteúdos acadêmicos. Antes da aplicação das técnicas de *storytelling*, os vídeos anteriormente publicados pela escola apresentavam um alcance limitado, com uma média entre 600 e 1.000 visualizações, o que demonstrava um baixo engajamento do público com esse tipo de conteúdo.

Com o início da aplicação das técnicas de contar histórias, observou-se uma mudança significativa nos resultados. O primeiro vídeo publicado após a intervenção alcançou aproximadamente 4.700 visualizações, evidenciando um aumento expressivo quando comparado aos números anteriores. Esse crescimento indicou que a forma como o conteúdo passou a ser apresentado despertou maior interesse do público.

Além disso, ao longo das postagens seguintes, foi possível perceber um crescimento contínuo no número de visualizações, reforçando a eficácia das estratégias adotadas. Em alguns casos, os vídeos chegaram a atingir cerca de 10.000 visualizações, o que confirma que o uso do *storytelling* contribuiu para tornar os conteúdos acadêmicos mais atrativos, acessíveis e relevantes para a comunidade escolar. Dessa forma, os resultados demonstram que a intervenção cumpriu seu objetivo ao ampliar o alcance e o engajamento dos materiais divulgados pela instituição.

2.8 Entrevistas

A análise feita nas entrevistas evidenciou pontos importantes sobre o uso do *storytelling* como ferramenta de comunicação. Quando perguntados sobre o impacto de narrativas envolventes na atenção do público, todos os entrevistados concordaram que a abordagem funciona muito bem. Um deles, inclusive, comentou que “contar bem a história é muito importante, muito mais importante que a história em si”, e isso indica que a forma de transmitir influencia diretamente a recepção da mensagem.

Os participantes também mencionaram que o *storytelling* tem um papel significativo nos processos de vendas. Conforme relatado, quem não domina essa habilidade enfrenta mais dificuldade para convencer outras pessoas, o que demonstra a relevância de aprimorar essa competência.

No que diz respeito ao conhecimento do conceito dentro das empresas, os entrevistados afirmam que organizações mais desenvolvidas aplicam o *storytelling* de forma estruturada. Entretanto, eles observam que o *storytelling* ainda possui espaço para expansão no mercado de forma mais ampla.

Outro ponto que vale destacar foi a necessidade de desenvolver essa habilidade desde cedo. Um dos entrevistados comentou que, ao apresentar um trabalho de escola, o aluno que está apresentando já está exercitando os princípios básicos do *storytelling*. Dessa forma, a técnica se mostra essencial não apenas para apresentações acadêmicas, mas também para o desempenho futuro no mercado, que exige cada vez mais uma comunicação clara, objetiva, criativa e persuasiva.

A entrevista foi realizada durante uma visita técnica à USP Marketing Week, evento que contou com palestras de diversos profissionais da área. Diante desse contexto, o grupo buscou compreender melhor a percepção dos palestrantes sobre o conceito de *storytelling* e sua aplicação no ambiente escolar. Para isso, foi entrevistado Felipe Pontual, profissional da empresa ASICS, onde atua na área de Marketing Esportivo.

Durante a entrevista, Felipe Pontual (2025) destacou que o uso do *storytelling* desempenha um papel fundamental na comunicação, uma vez que contar histórias de forma envolvente aumenta significativamente a atenção do público durante apresentações. Além disso, ressaltou que a utilização de narrativas claras e atrativas contribui para a venda de produtos, serviços e ideias, tornando a comunicação mais persuasiva.

Pontual (2025) também afirmou que, embora o conceito de *storytelling* já seja amplamente difundido em empresas mais estruturadas, sua aplicação ainda se encontra em processo de expansão no mercado. Por fim, enfatizou a importância do desenvolvimento da habilidade de contar histórias desde a infância, destacando que essa competência contribui de forma positiva para a formação profissional e para o desempenho futuro no mercado de trabalho.

Dessa forma, a entrevista reforça a relevância do *storytelling* não apenas no contexto corporativo, mas também no ambiente educacional, evidenciando seu

potencial como uma ferramenta eficaz para o engajamento, a comunicação e o desenvolvimento de habilidades essenciais para a formação dos estudantes.

Além disso, foi também realizada uma mentoria com dois grupos de alunos do 1º ano do curso técnico em Secretariado, com o objetivo de desenvolver e aprimorar competências relacionadas à comunicação oral. No âmbito dessa mentoria, foi ministrada uma aula expositiva sobre os conteúdos de *storytelling*, contemplando a apresentação sistematizada dos conceitos, estratégias e materiais didáticos pertinentes à temática. Como desdobramento da abordagem teórica, propôs-se uma atividade prática, na qual os estudantes foram orientados a elaborar e apresentar uma exposição oral utilizando os princípios e técnicas trabalhados anteriormente, possibilitando a aplicação concreta dos conhecimentos adquiridos.

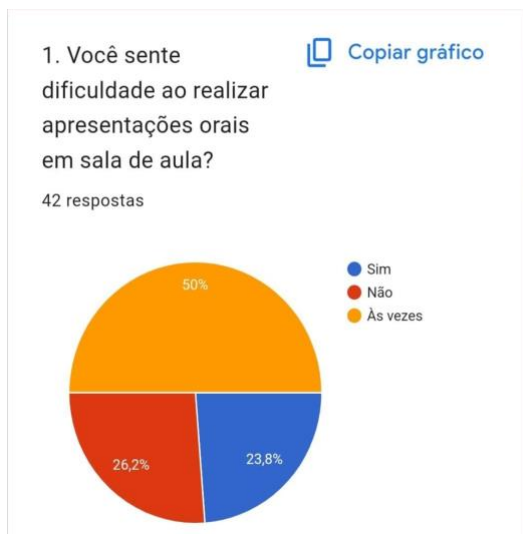
A atividade prática apresentou resultados expressivamente positivos, evidenciados pelo elevado nível de envolvimento dos alunos e pelos feedbacks favoráveis recebidos. Nesse contexto, a professora Kalyne Rodrigues Villela Neves manifestou sua avaliação acerca dos impactos da mentoria, destacando a evolução significativa no desempenho dos estudantes, especialmente no que se refere à organização do discurso, à expressividade oral e ao engajamento do público. Segundo a Neves (2025), a utilização da técnica de *storytelling* como estratégia de estruturação e apresentação dos conteúdos configurou-se como um diferencial relevante para a qualificação das apresentações orais. A professora ressaltou, ainda, que a mentoria contribuiu para o fortalecimento das habilidades comunicativas dos alunos participantes e exerceu influência positiva sobre estudantes não mentorados, os quais passaram a incorporar as estratégias observadas, motivados pelos resultados alcançados. Dessa forma, a evolução nas menções atribuídas aos alunos e o interesse crescente pela metodologia adotada reforçam a eficácia da mentoria enquanto estratégia pedagógica voltada à melhoria da formação acadêmica e profissional.

2.9 Resultados Obtidos

A presente pesquisa teve como objetivo analisar os efeitos do uso do *storytelling* em apresentações orais, por meio de um estudo comparativo entre turmas do ensino

médio técnico. A amostra foi composta por 42 alunos, cujos dados permitiram identificar aspectos relevantes sobre o desempenho e a percepção dos discentes em relação à prática de falar em público através de um formulário que continha nove perguntas e foram respondidos de acordo com os gráficos abaixo.

Gráfico 1



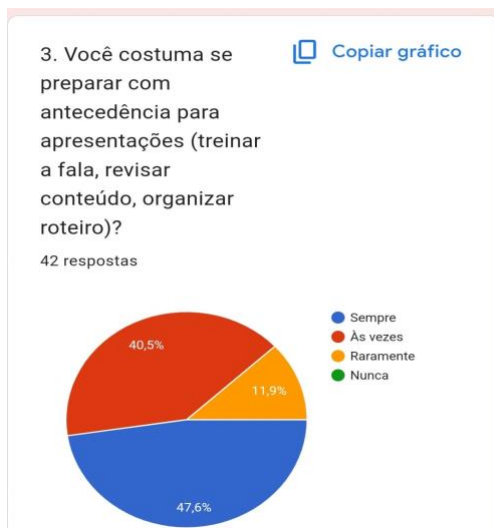
Fonte: As autoras, 2025.

Gráfico 2



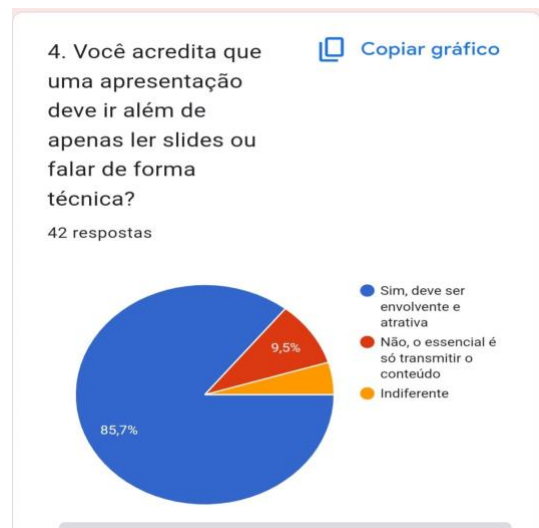
Fonte: As autoras, 2025.

Gráfico 3



Fonte: As autoras, 2025.

Gráfico 4



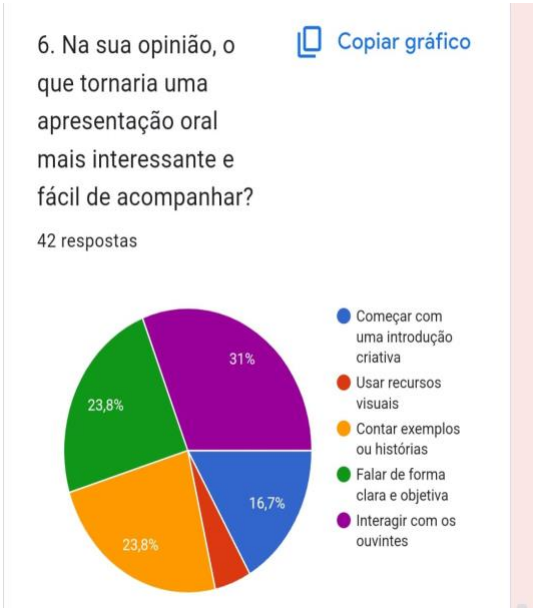
Fonte: As autoras, 2025.

Gráfico 5



Fonte: As autoras, 2025.

Gráfico 6



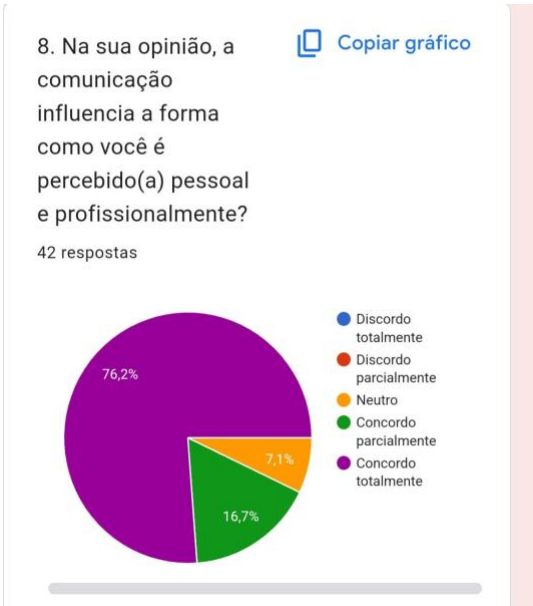
Fonte: As autoras, 2025.

Gráfico 7



Fonte: As autoras, 2025.

Gráfico 8



Fonte: As autoras, 2025.

Gráfico 9



Fonte: As autoras, 2025.

Os resultados indicam que 50% dos participantes relataram possuir dificuldades em apresentações orais, sendo os principais desafios a organização das ideias (45,2%) e o nervosismo (23,8%). Apesar dessas limitações, 47,6% dos alunos afirmaram preparar-se antecipadamente para suas apresentações, o que demonstra uma preocupação com o aprimoramento do desempenho. Ademais, 85,7% consideraram que uma boa apresentação deve ser envolvente, evidenciando o reconhecimento da importância da comunicação atrativa.

No que se refere ao conhecimento sobre o *storytelling*, observou-se que 47,6% dos alunos desconheciam o conceito, embora 31% tenham destacado a relevância da interação com o público e 23,8% mencionaram o uso de histórias como recurso comunicativo. Tais resultados apontam para o potencial do *storytelling* como estratégia pedagógica e comunicativa, capaz de tornar as apresentações mais dinâmicas, expressivas e eficazes.

Dessa forma, conclui-se que o uso do *storytelling* pode contribuir significativamente para o desenvolvimento das competências comunicativas dos alunos, auxiliando na organização das ideias, no controle do nervosismo e na criação de uma conexão mais empática com o público. Assim, a técnica se mostra uma ferramenta valiosa no

contexto educacional, especialmente para aprimorar as habilidades orais e fortalecer a autoconfiança dos discentes durante suas apresentações.

STORYTELLING COMO ESTRATÉGIA COMUNICATIVA EM APRESENTAÇÕES ESCOLARES

STORYTELLING AS A COMMUNICATIVE STRATEGY IN SCHOOL PRESENTATIONS

EL STORYTELLING COMO ESTRATEGIA COMUNICATIVA EM PRESENTACIONES ESCOLARES

Abstract: This article addresses storytelling as a strategic resource in school presentations, seeking to understand how this technique makes presentations clearer and more engaging. It draws on books and scientific articles that discuss storytelling in the fields of education, communication, and secretarial studies. The methodology employed was a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative methods, with the application of questionnaires and a mentoring program applied to students in a secretarial course, through the development of an educational platform that can be used as a course. The results showed that most students have difficulty speaking in public, and the participants in the mentoring program considered the use of the technique effective. It was found that narrative is also relevant in the context of secretarial studies, as it contributes to strengthening institutional communication. Thus, it was concluded that the use of this tool can improve the performance, engagement, and quality of oral presentations.

Keywords: Storytelling. Presentations. Students. Secretarial work.

Resumen: Este artículo aborda la narración como recurso estratégico em presentaciones escolares, buscando comprender cómo esta técnica las hace más claras y atractivas. Se basa em libros y artículos científicos que abordan la narración em los campos de la educación, la comunicación y los estudios de secretariado. La metodología empleada fue um enfoque de métodos mixtos, combinando métodos cuantitativos y cualitativos, com la aplicación de cuestionarios y um programa de mentoría aplicado a estudiantes de um curso de secretariado, mediante el desarrollo de uma plataforma educativa que puede usarse como curso. Los resultados mostraron que la mayoría de los estudiantes tienen dificultad para hablar em público, y los participantes em el programa de mentoría consideraron efectivo el uso de la técnica. Se encontró que la narrativa también es relevante em el contexto de los estudios de secretariado, ya que contribuye a fortalecer la comunicación institucional. Por lo tanto,

se concluyó que el uso de esta herramienta puede mejorar el rendimiento, la participación y la calidad de las presentaciones orales.

Palabras clave: Narración. Presentaciones. Estudiantes. Trabajo de Secretariado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VALENÇA, M. Marcelo et al. **O Storytelling como ferramenta de aprendizado ativo**. Carta Internacional, 2019. DOI: 10.21530/ci.v14n2.2019.917. Disponível em: <https://cartainternacional.abri.org.br./Carta/article/view/917>. Acesso em: 24 mar. 2025.

LIMA, Denise Ramos. **Comunicação e ambiente no contexto escolar**. Periódicos UFAM, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/BIUS/article/download/13527/8863>. Acesso em: 28 abr. 2025.

TENÓRIO, Nelson et al. **Uso do Storytelling para a construção e o compartilhamento do conhecimento na educação**. Educação Por Escrito, 2020. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/poescrito/article/view/30601>. Acesso em: 22 fev. 2025.

MECENAS, Priscilla Barbosa. **A importância do profissional de secretariado executivo como agente facilitador na comunicação organizacional**. 2017. Monografia (Graduação em Secretariado Executivo) – Departamento de Secretariado Executivo, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2017. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/679>. Acesso em: 23 set. 2025.

MAGALHÃES, Anita Cristina Cardoso. **Storytelling como recurso comunicacional estratégico: construindo a identidade e a imagem de uma organização**. Organicom, São Paulo, Brasil, v. 11, n.20, p.36-106, 2014. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/139221>. Acesso em: 8 mar. 2025.

ALMEIDA, Maria Elizabeth Bianconcini de. **Storytelling digital e aprendizagem: possibilidades para práticas pedagógicas inovadoras**. Revista e-Curriculum,

2016. Disponível em:<<https://revistas.pucsp.br/curriculum/article/view/29214>>. Acesso em: 25 set. 2025.

SANTOS, Inajara Zaragoza dos; CARVALHO, Ana Cláudia. **Storytelling como estratégia pedagógica no ensino fundamental**. Educação em Foco, 2021. Disponível em:<<https://periodicos.ufjf.br/index.php/edufoco>>. Acesso em: 25 set. 2025

SILVA, Márcia Regina da; PEREIRA, Luana. **O uso do storytelling como recurso metodológico no contexto escolar**. Revista Práticas Educativas, 2022. Disponível em: <<https://revistas.uece.br/index.php/praticaseducativas>>. Acesso em: 25 set 2025.

GOLOS, Jaime; COUSSIRAT, Ana. **Storytelling: a arte de contar histórias na vida pessoal e profissional**. Senac, 2019. Disponível em: <<https://editora.sp.senac.br>>. Acesso em: 26 set. 2025.

DUARTE, Nancy. **Reverbere: apresente histórias visuais que transformam seu público**. Alta Books, 2016. Disponível em:<<https://www.duarte.com>>. Acesso em: 26 set. 2025

REYNOLDS, Garr. **Apresentação Zen: Ideias simples sobre design e apresentação**. Novatec, 2011. Disponível em:<<https://www.garrreynolds.com>>. Acesso em: 26 set. 2025

CHAPMAN, Erico. Comunicação e storytelling: como contar histórias que impactam. Comunicação & Educação, 2018. Disponível em:<<https://www.revistas.usp.br/comueduc>>. Acesso em 26 set. 2025