



TRANSMEDIA STORYTELLING: O COMPARTILHAMENTO DE SABERES A PARTIR DO PROJETO *CONVERSAS QUE FICAM*¹

Gabriel Henrique Collaço

Resumo: A pesquisa-ação mostrou forma de compartilhar saberes, com uso de *transmedia storytelling*, a partir do projeto *Conversas que Ficam*, sendo prática criativa e inovadora, com uso de metodologias ativas que, inicialmente, mobilizou professores que desejam trabalhar com a estratégia de ensino baseada em contar histórias para aprendizagem significativa. Ainda, de acordo com os procedimentos metodológicos, a pesquisa teve abordagem de pensamento indutivo e de natureza qualitativa, sendo do tipo aplicada, de caráter exploratório e com técnica bibliográfica. Assim, com o uso do *transmedia storytelling*, professores e estudantes perceberam a construção de narrativas em determinado contexto de ambiente de aprendizagem, avaliando e identificando elementos de reflexão crítica sobre novos conhecimentos e atitudes.

Palavras-chave: *Transmedia stoytelling*. Educação. Metodologias ativas. Aprendizagem significativa. *Conversas que Ficam*.

1 INTRODUÇÃO

O projeto *Conversas que Ficam*² inspira a evolução das pessoas e seus ideais culturais, e tem a ideia de trazer novas experiências e vivências com entrega racional e emocional do público que se deseja atingir. Mesmo trabalhando com as urgências de informação, as conversas rompem paradigmas e criam a crítica da crítica. Um espaço de investigação acadêmico-científica com a verificação do que o trabalho produz naquele espectador. “Saber como alguém recebe o que se está dizendo e como se posiciona no que estamos investigando é peça chave do projeto em desenvolvimento. Por isso, as conversas ficam.” (COLLAÇO, 2016).

Sendo assim, o projeto estimula e mobiliza os que estão em busca de aprendizado contínuo com visão mais elaborada de textos da cultura a partir do uso de metodologias ativas, isto é, métodos que despertem o protagonismo do estudante.

¹ Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização em Marketing Digital e Comércio Eletrônico, da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Marketing Digital e Comércio Eletrônico.

² O projeto está disponível no site www.conversasqueficam.com.br.



Nesse sentido, o objetivo deste artigo é mostrar a forma de compartilhamento de saberes a partir do projeto *Conversas que Ficam* com uso de *transmedia storytelling*. Nesse contexto, faz-se o seguinte questionamento: De que forma pode ser feito o compartilhamento de saberes, a partir do projeto *Conversas que Ficam*, com uso de *transmedia storytelling*?

Neste momento, em estudos da pós-graduação e motivado pelo tema ao participar de cursos livres com Martha Gabriel (PhD), Fernando Palácios (Storyteller), Martha Terenzio (ESPM) e Joni Galvão (The Plot - sócio de Robert McKee), surgem questionamentos também pelo aumento de convergências em redes sociais. Henry Jenkins (2006, p. 32) afirma: "A convergência está modificando o modo como criamos, consumimos, aprendemos e interagimos uns com os outros."

Nas conversas na academia, percebe-se que quem acessa o *Conversas que Ficam* decide ler pelo primor textual, pela delicadeza das palavras, pela gentileza dos espaços, pela permuta de novas possibilidades de olhares. Compra pela linguagem, pela estética. A aprendizagem se dá por metodologias ativas ao espectador emancipado.

De acordo com os procedimentos metodológicos da pesquisa, o método de abordagem foi o de pensamento indutivo, pois partiu da contextualização de um caso específico, o projeto *Conversas que ficam*, para alcançar o todo, isto é, o uso de *transmedia storytelling* em ambientes de aprendizagem significativa. A pesquisa foi aplicada, pois tem a intensão de objetivos comerciais com a venda do projeto em andamento, mas que busca constante aperfeiçoamento.

A natureza da pesquisa foi qualitativa, com coleta a partir da leitura que dados secundários, ou seja, dados que já se encontram disponíveis, que já foram objeto de estudo e análise tais como livros, dissertações, teses, sites oficiais, sendo assim, com a utilização de diversos tipos de fontes sendo caracterizada como técnica de pesquisa bibliográfica.

De acordo com os objetivos, a pesquisa se deu por meio exploratório que "tem como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Seu planejamento tende a ser bastante flexível, pois interessa considerar os mais variados aspectos relativos ao fenômeno estudado". (GIL, 2010, p. 27). No que tange aos procedimentos, foi uma pesquisa que explora um único tema bem delimitado, sendo assim, de caráter monográfico



A técnica de pesquisa-ação também foi utilizada, pois, ao ser adotada, o pesquisador teve a pretensão de desempenhar um papel ativo na própria realidade dos fatos observados. Importante salientar que a participação do pesquisador ocorre em todas as etapas da pesquisa, ao se tratar de projeto de sua autoria. Segundo Michel Thiollent (2007), o pesquisador na pesquisa-ação organiza o que está investigando em torno da concepção, do desenvolver e da avaliação de uma ação planejada para equacionar os problemas encontrados no campo, no caso o projeto *Conversas que Ficam*, ou seja, na comunidade de observação.

Para isso, dividiu-se o artigo em seções que tratam de contextualizar o projeto *Conversas que Ficam*, apresentar as formas de uso de *transmedia storytelling* em ambientes de aprendizagem e, ainda, estudar as possibilidades de compartilhamento de saberes no referido projeto. No caso do *Conversas que Ficam*, a crítica pode ser objetiva e direta, mas não só com a preocupação de informar e orientar. Crítica que leve a descrição, sensações, um mapeamento de pensamentos, como espécie de um texto dramático, com uso de técnicas de *storytelling*. Este foi um ponto diferente, uma forma de entender os processos comunicacionais a partir de uma cobertura minuciosa do que vem ocorrendo no cenário das aprendizagens. Para isso, fez-se necessário o estudo para o compartilhamento de saberes, a partir do projeto *Conversas que Ficam*, com uso de *transmedia storytelling*.

2 CONVERSAS QUE FICAM: DISCURSOS CONFECCIONAIS, IDENTIDADE E PERTENCIMENTO

A partir de uma linguagem mais rebuscada, que eleve o nível das conversas, com questionamentos para promoção de debate e, conseqüentemente, as mudanças e aprimoramento de conhecimento cultural, o projeto *Conversas que Ficam* cuida nos detalhes e na qualidade que inspira novas experiências e sensações, tornado o projeto especial, com perfil contemporâneo e com boas histórias para contar em diversas mídias e ambientes de aprendizagem.

A ideia do projeto em desenvolvimento é de que a qualidade das informações e as fontes possam trazer novas experiências e vivências com entrega racional e emocional do público que se deseja atingir, sempre com o pensamento de que mídias e



redes, atualmente, são espaços de aprendizagem significativos. O uso do *storytelling* é ferramenta que auxilia no compartilhamento de saberes e agregar valor ao produto.

De acordo com Fernando Palacios e Martha Terenzzo (2016, p. 180), “acima de tudo, o Storytelling pode resolver aquilo que chamamos de Paradoxo da Compreensão: ‘só se compreende um novo conhecimento quando se presta atenção, só prestamos atenção naquilo que julgamos como útil, só julgamos como útil que somos capazes de compreender’”.

Ao tratar de projeto que tem como proposta a formação de público em espaços acadêmicos, boas histórias dos resultados das conversas podem ir para as redes. Para isso há necessidade do uso do *transmedia storytelling*, técnica que extrapola os limites dos encontros presenciais e de apenas uma mídia.

Esta abordagem é significativa quando pensamos que com o mundo digital, pode-se utilizar diversas ferramentas para criar as histórias, por exemplo, imagens, vídeos, textos, sons, mídias e redes sociais. Sendo assim,

a multiplicação e diversificação incessantes dos meios e das técnicas de comunicação correspondem precisamente, a essa necessidade cada vez mais complexa para a marca de falar com públicos diversificados, de lhes dirigir discursos específicos, de estender sua presença em suas vidas cotidianas, de interagir o mais frequentemente possível com os consumidores (SEMPRINI, 2006, p. 44).

Nesse sentido, o convívio a partir de espaços de discussão acadêmica é a oportunidade no momento. Pode-se alcançar futuras oportunidades nas diversas redes e mídias, mas para isso, há necessidade de encontrar possibilidades e caminhos adequados com o uso de *storytelling*. A ideia do projeto é mesmo a manutenção, pelo menos no momento, nas universidades, imbricados aos negócios e, futuramente, com o aprofundamento de estudos, nas redes e mídias sociais.

Para Robert McKee (2016, p. 21), “a estória não é somente o que você tem a dizer, mas como você o diz. Se o conteúdo é clichê, a narração será clichê. Mas se sua visão for profunda e original, o formato da história será único”.

Conforme expõem Fernando Palacios e Martha Terenzzo (2016, p. 184), “quanto mais conexões possíveis entre um assunto e o nosso arcabouço referencial, mais interessante este assunto se torna. Então, o interesse por um assunto depende muito do referencial que já possuímos”. Quem sabe seja neste ponto que o projeto *Conversas que*



Ficam possa ampliar seus horizontes com uso de *transmedia*, afinal, os autores completam: [...] Aí está o truque das histórias: elas podem introduzir um assunto totalmente novo em meio a assuntos conhecidos e assim gerar a sua familiaridade. É o poder da contextualização existente em qualquer história.

Na concepção de Martha Gabriel (2014, p. 125),

O letramento digital consiste não apenas em saber operar o ambiente digital, os seus buscadores on-line ou conhecer os comandos de *login* e *logout* dos seus sistemas, mas também, e principalmente, em compreender o processo informacional mais complexo e interconectado por detrás desses sistemas para conseguir o melhor resultado possível nas pesquisas. Isso só é possível por meio de uma combinação de habilidades e conhecimentos técnicos do ambiente digital associadas com o exercício da capacidade analítica e crítica em relação à informação.

Fernando Palacios e Martha Terenzio (2016, p. 184), completam que no caso, “o Storytelling foi feito justamente com função de educação e é onde ganha muita força ao ser aplicado. O truque é destacar tudo aquilo que for importante - o que a audiência não pode esquecer – por meio de repetições recontextualizadas”.

Os conteúdos do projeto *Conversas que Ficam* buscam o aprimoramento da aprendizagem a partir de histórias em diversas mídias. Mesmo trabalhando com as urgências de informação, rompe e cria uma crítica da crítica. Um espaço de investigação acadêmico-científica. Também é uma forma de verificação do que o trabalho produz naquele espectador. Saber como alguém recebe o que se está contando, dizendo, e como se posiciona no que se está investigando. Por isso, conversar a partir de histórias e desejar que as conversas fiquem registradas com caráter de pertencimento.

Para Alfredo Castro (2013, p. 9), “as histórias permanecem conosco, falamos não apenas em um nível racional, mas também em um nível emocional. Histórias envolvem, conectam”. Sendo assim, para o autor, “storytelling é um modelo de comunicação através do qual se conta uma história utilizando determinadas técnicas organizadas em um processo consciente que possibilita a articulação de informações em um determinado contexto e com um fim desejado”. (CASTRO, 2013, p. 10).

Interessante se faz entender que as histórias podem ser contadas de uma mesma forma ou de formas diferentes com utilização de mídias e redes. O conceito de *crossmídia*, por exemplo, refere-se a mesmo conteúdo utilizado em diferentes meios de



comunicação. Ressalta-se que esse conteúdo cruza as mídias, mas continua igual. Mas a proposta é a busca por conteúdos em *transmedia*, isto é, conteúdos complementares que utilizam diferentes mídias para poderem levar uma mensagem ao público. Pode ser um conteúdo explorado em livro didático, em mídias e redes sociais, em ambientes diversificados de aprendizagem, sejam eles, presenciais ou virtuais.

Martha Gabriel (2010, p. 111) expõe a definição de *transmedia* como “o uso integrado das mídias, de forma que uma história ou mensagem ultrapasse os limites de um único meio, e que não necessariamente se restringe ao meio digital”. E isso é bastante pertinente por se tratar de projeto, no caso o *Conversas que Ficam*, que tem vínculo com o ensino em diferentes ambientes de aprendizagem.

Para atrair o público ao saber, procura-se alternativas de ações de publicação na nas redes e mídias com uso de *transmedia storytelling*, primeiramente, com a apresentação do projeto *Conversas que ficam*. Por se tratar de novo projeto, nesta fase inicial, pretende-se convidar o público de forma direta e indireta a partir de desenvolvimento de textos roteirizados que levem a aprendizagem de determinado tema.

Segundo Jony Galvão (2015, 156), “[...] quando o assunto é mudar o modo de pensar das pessoas, nesse caso defendo veementemente o uso de histórias, ou storytelling”, pois as “histórias, inevitavelmente produzem resultados mais efetivos e duradouros na audiência – e isso se aplica tanto dentro quando fora do ambiente corporativo”. (GALVÃO, 2015, 156).

O compartilhamento de saberes é ferramenta de promoção educacional do projeto *Conversas que Ficam*, dessa forma, o conteúdo é peça fundamental para a exposição das histórias. Interessante levar a partir do conteúdo produzido, o público para outras redes e mídias. Esta é a proposta de mostrar possibilidades de utilização de histórias em *transmedia*.

Conforme Martha Gabriel (2014, p. 40), "a proliferação de tecnologias e plataformas digitais, somadas às plataformas e tecnologias tradicionais, oferece um campo fértil para as mais diversificadas ações em virtualmente qualquer área do conhecimento".

Percebe-se, no projeto *Conversas que Ficam*, que os discursos dos participantes advém da receptividade do uso de tecnologias da informação e da comunicação. Em um mundo em que as imagens, sons, escritas e oralidade modificam os



tipos de aprendizagem, o *storytelling* é ferramenta colaborativa para as novas visões e culturas que são confeccionadas nas histórias e aguçam o pensamento dos que participam das discussões sobre determinado tema, em algum lugar, em algum tempo e com características culturais diversas.

O *Conversas que Ficam* gera provocações de metamorfoses aos textos da cultura. Transformações de pessoas, de momentos, de lugares e de tempos. Discursos confeccionais possíveis que, não raro, descambam para o monólogo disfarçado de diálogo. Sendo assim, imprescindível apresentar as formas de utilização do *transmedia storytelling* em ambientes de aprendizagem.

3 TRANSMEDIA STORYTELLING EM AMBIENTES DE APRENDIZAGEM

Colaborar com o processo de formação é tarefa do projeto *Conversas que Ficam*. Para isso, o projeto utiliza de métodos ativos em diferentes ambientes de aprendizagem, em que o protagonismo do estudante é fundamental para a disseminação de novas práticas.

O conteúdo estruturado, roteirizado, é peça fundamental para o uso da estratégia com *storytelling* na educação. Um simples texto com imagens e que envolva os processos tecnológicos de criação podem sim fazer com que as pessoas acessem, compartilhem e andem pelos espaços virtuais e presenciais de aprendizagem. Interessante levar a partir do conteúdo produzido, os estudantes para outras redes e mídias. O conteúdo com uso de recursos gráficos, mensagem simples. Mesmo estando em espaços elaborados, estes que convivemos cheios de possibilidades tecnológicas, o conteúdo tem que buscar o lado cativante, familiar, de contato direto com as pessoas. Buscar o lúdico. Afinal, para o conteúdo se tornar aprendizagem significativa, ele tem que entreter.

No entendimento de Fernando Palacios e Martha Terenzzo, “o Storytelling foi feito justamente com a função de educação e é onde ganha muita força ao ser aplicado. O truque é destacar tudo aquilo que for importante - o que a audiência não pode esquecer - por meio de repetições recontextualizadas”. (PALACIOS; TEREZZO, 2016, p. 184).

Os registros dos materiais trabalhados em ambientes de aprendizagem não têm só com caráter técnico, mas também focados nos aspectos ético, político e estético, e



com todos os outros capazes de fazer os participantes situar-se consigo e com o mundo cada vez mais complexo e célere nas vicissitudes das próprias transformações.

Para isso, escolheu-se o *transmedia*, “[...] técnica de transmitir um conteúdo que transcenda uma única mídia, de forma que cada mídia contribua com suas potencialidades e contenha uma parte completa da história”. (GABRIEL, 2014, p. 117). Martha Gabriel (2014, p. 117) completa que “quando esse conteúdo é uma história, essa técnica se chama *transmedia storytelling*, e, assim, o fio condutor que liga as várias mídias e constrói o caminho hipermidiático entre elas é a história.

Conforme explicam Fernando Palacios e Martha Terenzzo (2016, p. 337), “quando a não linearidade passa a transbordar de uma mídia para a outra temos o que se chama de campanha *transmedia*. Além de estranho, o termo também é impreciso. Pode dar a ideia de replicar uma história em diferentes mídias. Mas não é isso”.

E o projeto *Conversas que Ficam* propõe justamente a continuidade de suas histórias em diversas mídias, para que haja a circulação dos saberes em conhecimento espiralado. Importante, assim, faz-se explicar a própria essência da palavra *storytelling*: Segundo Fernando Palacios e Martha Terenzzo (2016, p. 64), *story* “é a construção mental feita de memórias e imaginações que cada pessoa tem sobre uma determinada história”. Já o *telling*, conforme os autores “é uma versão da história expressa por um narrador, seja em forma de texto, roteiro ou relato, e depois ganha vida por meio de atuações, filmagens e publicações”. (PALACIOS; TERENCEZZO, 2016, p. 64).

“*Story*” e “*telling*” devem se complementar. Para Joni Galvão (2015, p. 179), “[...] é importante lembrar que a história inevitavelmente deve ser trabalhada antes de ser contada. O processo de *telling*, portanto, só começa quando termina a criação da história”. Para isso, pensa-se que no projeto *Conversas que Ficam* o trabalho inicial esteja focado no planejamento de ensino, com metodologias expostas em roteiros.

E isso é salutar para o projeto *Conversas que Ficam* que trabalha com materiais em diversas mídias para a colaboração do processo de aprendizagem, pois conforma Martha Gabriel (2014, p. 117), existe sincronia com partes dos cérebros enquanto uma história é contada. Isso, conforme exposto pela autora, cria empatia.

Martha Gabriel (2014, p. 117) explica que “as histórias têm o poder de nos conectar. Por meio da análise cerebral se observa que, quando uma história é bem contada,



áreas equivalentes no cérebro do emissor e receptores são ativadas - é como se o contador estivesse implantando ideias no cérebro dos receptores”.

Joni Galvão (2015, p. 21) corrobora quando expõe que:

A capacidade de contar histórias está em nossa essência. Por mais que a vida em sociedade, a formação escolar e acadêmica tolham tal habilidade, ela sempre poderá ser resgatada - especialmente se contarmos com a ajuda de ferramentas de estruturação de storytelling. A partir do momento em que lançamos um olhar mais apurado sobre os elementos que formam uma narrativa, ampliamos a compreensão sobre as histórias, os filmes e os livros que já compõem nosso repertório. Consequentemente, transformamos também nossa capacidade de criar, estruturar e recontar histórias, num movimento natural e inevitável. (GALVÃO, 2015, p. 21).

Sempre bom pensar o papel pedagógico com potencialidades didáticas ao utilizar as novas tecnologias, as quais não substituem a interação pessoal, porém complementam ou então constituem seu instrumento. Além disso, necessária a vinculação da teoria e da prática nas atividades pedagógicas. Nesse sentido, o projeto *Conversas que Ficam* colabora com a promoção de ações diferenciadas aos diversos tipos de desenvolvimentos, sejam físicos ou mentais, para o crescimento afetivo, estético, emocional e intelectual.

Sobre isso, afirmam Fernando Palácios e Martha Terenzzo (2016, p. 179-180) que o ensino tenha sido a aplicação mais antiga do *storytelling*:

Para resumir, existem cinco principais benefícios dessa prática:

1. gerar uma comunicação mais próxima com o jovem;
2. conquistar o interesse de novos alunos;
3. transmitir o conhecimento de forma mais interessante;
4. garantir um aprendizado mais eficiente, por ser demonstrado na contextualização;
5. permitir uma intertextualidade entre disciplinas, já que as histórias nunca são sobre um único assunto.

Acima de tudo, o Storytelling pode resolver aquilo que chamamos de Paradoxo da Compreensão: "só se compreende um novo conhecimento quando se presta atenção, só prestamos atenção naquilo que julgamos como útil, só julgamos como útil aquilo que somos capazes de compreender.

Martha Gabriel (2014, p. 118) completa com característica no uso de histórias na educação:

é que não apenas educadores, mas também, e talvez principalmente, qualquer estudante pode participar do processo de criar e contar estórias. Isso tem se tornado possível porque ao mesmo tempo em que as tecnologias se tornam



cada vez mais acessíveis e intuitivas, fáceis de usar. Assim, as fronteiras estão se dissipando entre pessoas que criam, usam, produzem, transformam, publicam, distribuem e têm qualquer outro relacionamento com conteúdos e histórias. Isso permite que professores, educadores e criadores de conteúdo ampliem o universo ficcional de suas histórias educacionais de forma a incluir a participação do estudante de forma ativa e interativa que as mídias atuais permitem.

Ressalta-se que é fundamental pensar o papel pedagógico com potencialidades didáticas exploradas nas histórias, e ao utilizar as mídias, as quais possibilitam novas interações e trazem diversos benefícios para o processo ensino-aprendizagem, envolvendo os participantes e, ao mesmo tempo, tornando o estudo mais agradável, pois estes possuem contato com as mídias e redes sociais no cotidiano fora da sala de aula presencial.

No entendimento de Joni Galvão (2015, p. 182), “seja qual for o suporte de uma comunicação, a história deve ser coerente com a expressão, ou seja, *story* e *telling* devem estar integrados”. (GALVÃO, 2015, p. 182).

No entanto, Martha Gabriel salienta que:

[...] o principal desafio na criação de histórias transmedia engajadoras que criem conexão para transmitirem o conteúdo educacional desejado é que elas precisam ser criadas com os interesses dos estudantes em mente, ou seja, novamente destacamos a importância do foco ser no leitor, e não no escritor, para que o processo seja efetivo. Isso também reforça a ideia como instrumento de educação no século XXI, já que o seu caminho, [...], é um processo focado no estudante, em que ele vai avançando na sua jornada individual, criando a sua história de desenvolvimento com o auxílio catalisador do professor. (GABRIEL, 2014, p. 119)

Chega-se ao entendimento inicial de que os diálogos são possíveis. Sendo assim, torna-se salutar a pesquisa que objetiva proposta de compartilhamento de saberes, utilizando *transmedia storytelling*, para o desenvolvimento do projeto *Conversas que Ficam*.

4 POSSIBILIDADES DE COMPARTILHAMENTO DE SABERES NO PROJETO *CONVERSAS QUE FICAM*

Compartilhar saberes é o objetivo principal do projeto *Conversas que Ficam*. Sendo assim, o *storytelling* é o recurso educativo escolhido, pois tem características de



um discurso com a utilização de diferentes mídias e formatos, sejam webséries, quadrinhos, textos, games, webaulas, webconferências, para exposição e discussão de conteúdos e desenvolvimento de competências. Os estudantes que participam do processo ensino-aprendizagem necessitam de apoio para debates e vivências contemporâneas, para conhecimentos procedimentais e atitudinais.

O projeto *Conversas que Ficam* corrobora com esta formação dos participantes-estudantes protagonistas (heróis) que sejam capazes de ler, interpretar, analisar, escrever e trabalhar a oralidade de forma crítica, além de estabelecer relações e integrar-se aos assuntos propostos nas conversas.

As histórias não estão apenas nos livros, nos filmes e nas peças, ou nas estorinhas que o palestrante conta para ilustrar apresentações, ou nas figurinhas selecionadas para os slides no PowerPoint, e nem mesmo no uso que se faz do Storytelling para marketing e propaganda. Sinceramente acredito que histórias são instrumentos poderosíssimos capazes de, sim, mudar vidas, resolver dilemas morais, problemas e questões aparentemente insolúveis. (MCSILL, 2013, p. 29).

Para Campbell (2011, p. 131) “há tantas histórias sobre heróis, pois é sobre isso que vale a pena escrever. O herói é alguém que deu a própria vida por algo maior que ele mesmo”. Ao iniciarmos a jornada do projeto *Conversas que Ficam*, ainda não era clara a difusão do que se estava produzindo. Uma nova proposta de uso de mídias e redes, com o projeto, em processos de metodologias ativas, com uso de sala de aula invertida, o herói-estudante precisava ser desvendado.

Nos processos de aprendizagem significativa, tem-se alguns arquétipos desenhados como em uma jornada:

Christopher Vogler usou todo o poder da jornada do herói para construir um dos livros mais importantes para roteiristas, “**A Jornada do Escritor**”. **Herói** – Na jornada do herói, é ele quem guia a história, sai do mundo comum, atravessa o limiar e se sacrifica de alguma forma pelo bem comum. O herói é geralmente o protagonista em filmes (geralmente, não sempre) justamente por ser o personagem que mais gera identificação com o público. **Mentor** – É aquele que guia o herói, que ensina algo de valioso para que o herói possa prosseguir em sua jornada. O mentor geralmente é mais velho e mais sábio, pode ser um herói de uma jornada anterior e por isso tem muito a ensinar. (ANDRIGHETTI, 2016).

Na oficina proposta, em que as histórias em diferentes mídias eram contadas para a aprendizagem antes do encontro em sala de aula, isto é, técnica de sala de aula



invertida, fez com que o estudante percebesse a importância de sua atuação no processo, demonstrando interesse autêntico sobre o novo modelo de aprendizagem proposto a partir da contação de histórias que se completavam em diversas mídias e redes.

Utilizou-se o conceito da jornada do herói na oficina do Programa de Formação de Professores da Unisul, em que o projeto *Conversas que ficam* esteve presente no semestre 2017.2. A ideia era de protagonismo dos estudantes, em que é preciso que se trabalhe com os participantes que executem as suas próprias histórias. Os vinte professores em formação passaram por oficina em que registravam no estúdio ao vivo suas histórias e os outros participantes-alunos assistiam ao vivo em sala de aula por meio de tecnologia. Uma abordagem em que os estudantes puderam refletir sobre suas práticas.

Nos ensinamentos da oficina “Storytelling: experimentando narrativas” houve a necessidade de que os professores mostrassem como as coisas mudam e porque eles o fazem. Foi preciso que o protagonista tivesse experiência com significado e que possibilitassem que novos participantes venham a aprender algo com o protagonista. As conversas com os professores-estudantes, na medida que contavam as histórias, faziam perguntas sobre como poderiam produzir novos conteúdos para os seus espaços de aprendizagem a partir de uso de *storytelling*. Metodologia ativa em momento de formação.

Os participantes demonstraram interesse pela nova forma de abordagem de conhecimentos. Sendo assim, a pesquisa-ação teve o seu início para o processo de novas reflexões do próprio projeto *Conversas que Ficam*. Afinal, ressalta-se que a pesquisa-ação além de participação expõe uma forma de ação planejada, com caráter social, educacional e técnico. A concepção e organização desta pesquisa se deram a partir da fase exploratória, do tema de pesquisa, da colocação dos problemas, da teoria, das hipóteses, do campo de observação, da representatividade qualitativa, da aprendizagem, do saber formal e do saber informal e do plano de ação.

Como afirma Joni Galvão (2015, p. 180), assim como a pesquisa-ação,

a idealização do *telling* deve considerar as possibilidades e limitações impostas por cada suporte. Essas limitações serão as diretrizes para sua estruturação. Seu *telling* será composto apenas por imagens? Ou comportará apenas texto? Será gravado ou feito ao vivo? Haverá uma pessoa diante da plateia? Num olhar mais amplo, o *telling* consiste em estímulos que chegam aos sentidos da audiência e que podem derivar da expressão visual, auditiva ou sensorial.



Criar histórias relevantes para os estudantes, e de qualidade, como benefício no processo ensino-aprendizagem, faz com que o conteúdo cumpra com o seu papel de busca por desenvolvimento de competências, permitindo que o participante tenha a possibilidade de associação conceitual. Isso é necessário para que os estudantes possam ser abastecidos de informações no momento que acessar os canais: mídias e redes. Sendo assim, a promoção e divulgação para exaltar o relacionamento com o público, no caso do *Conversas que Ficam*, além de formar e ampliar esse público, entre outros benefícios, faz com que o transmídia *storytelling* tenham papel significativo.

Para James McSill (2013, p. 35, grifos do autor),

[...] quando a finalidade do Storytelling é a nossa transformação pessoal, bem... já estou dizendo: TRANSFORMAÇÃO, usa-se a fórmula completa. Tenho que sentir que, ao realinhar as estórias da minha vida, eu me transformo noutra pessoa. Dessa forma, o PARA MELHOR é essencial”.

Envolver diversas mídias e disponibilizar histórias com conteúdo relevante em diversas plataformas de aprendizagem, possibilita uma série de novos conhecimentos, mesmo que já se tenham alguns prévios pela experiência profissional ou do dia a dia do estudante. “E aí está o truque das histórias: elas podem introduzir um assunto totalmente novo em meio a assuntos conhecidos e assim gerar uma familiaridade. É o poder da contextualização existente em qualquer história.” (PALACIOS; TERENCEZZO, 2016, p. 184).

Sendo assim, “[...] contar não necessariamente a mesma história, mas expor o mesmo tema em ângulos variados; conceder uma parte da autoria ao público, gerando identificação e pertinência que resultem, no maior grau possível, em um senso de corresponsabilidade entre emitente e receptor pelo desenrolar da história. (XAVIER, 2015, p. 261-262).

Como alertam Fernando Palacios e Martha Terenzzo (2016, p. 4),

as conversas entre consumidores, colaboradores [...] aumentam com as redes sociais. Verdadeiras e boas narrativas podem encantar multidões e despertar muito mais interesse que qualquer fato, dado ou tabela que possam ser despejados nas redes ou nas reuniões. Uma história bem contada interage com as emoções das pessoas.



Os autores completam que quando reordenamos informações, a maneira de expor conteúdos para desenvolvimento de competências pode fazer muita diferença no aprendizado de novos conhecimentos.

A tendência é um apresentador começar a sua exposição falando o nome do projeto que vai apresentar e isso é suficiente para desestimular a audiência, "lá vem mais alguém falar de mais um projeto". Com a lógica de Storytelling seria diferente. O apresentador chegaria com uma informação reveladora e depois desenrolaria o problema a ser enfrentado e só então traria o projeto à tona. Ele deixa para revelar o projeto não como introdução, mas como solução. Toda aula pode seguir essa lógica, em que a chave do conhecimento está inserida em um momento estratégico da história. (PALACIOS; TERENCEZZO, 2016, p. 182-183).

A imersão no projeto *Conversas que Ficam*, com o uso do *transmedia storytelling*, nada mais é do que conquistar a atenção dos estudantes de forma espontânea, gerando interesse para o desenvolvimento de competências e não simplesmente focando na transmissão de conteúdo. Cativar e mobilizar são verbos que combinam bem nesta explicação, pois os professores precisam que de forma espontânea, os estudantes busquem por seus conhecimentos.

Quanto mais conexões possíveis entre um assunto e o nosso arcabouço referencial, mais interessante esse assunto se torna. Então o interesse por um assunto depende muito do referencial que já possuímos. E aí está o truque das histórias: elas podem introduzir um assunto totalmente novo em meio a assuntos conhecidos e assim gerar uma familiaridade. É o poder da contextualização existente em qualquer história. (PALACIOS; TERENCEZZO, 2016, p. 184).

Sendo assim, o projeto *Conversas que Ficam* possibilita caráter de que o processo de ensino não se situa apenas nos conteúdos, mas em como se disponibiliza estes com metodologias que ativem os estudantes e tornem protagonistas das histórias, com métodos efetivamente ativos para que o aprendizado ocorra com o uso de diversificadas mídias seja no ensino na modalidade presencial, a distância ou híbrida.

5 CONCLUSÃO



Atualmente, torna-se salutar o exercício do professor formador e problematizador. As estratégias de ensino elaboradas devem despertar o senso crítico e fazem com que estudantes percebam a criação e a concretização de algo que eles próprios realizaram. Uma construção colaborativa a partir de conversas.

O uso de metodologias ativas faz com que os estudantes saiam da passividade de uma aula tradicional expositiva e experimentem novas ferramentas para a inovação, isto é, a criação de algo com utilidade. Buscam assim ambientes de aprendizagem, redes e mídias diversificadas para pesquisas, debates, de aprofundamento e de revisão de temas que nem sempre são assimilados em primeiro contato com novos conhecimentos.

Assim, abrem-se novos canais de comunicação e a certeza de que nos ambientes de aprendizagem, sejam presenciais, virtuais ou híbridos, a ampliação da técnica de *transmedia storytelling* como estratégia didática diferenciada. Em relatos de experiência nos registros reflexivos, os professores-estudantes que participaram das iniciais investidas do projeto *Conversas que Ficam*, relatam que o caráter de utilização do *transmedia storytelling* tornou-os mais ativos às vivências estéticas e colaborou para novos estímulos sensoriais.

Sendo assim, salienta-se o *transmedia storytelling* é uma ferramenta poderosa para se conhecer novas culturas, ter visões diferenciadas e aprimorar o conhecimento. A partir das histórias, conquistou-se a simpatia dos participantes do projeto *Conversas que Ficam*, com abordagem nos diversos meios de comunicação de forma a produzir um sentimento de pertencimento às histórias contadas. Além disso, a proposta em questão foi de conquista de aliados com comunicação eficaz e eficiente e que possibilitou a constituição de laços sólidos e, ainda, de conquista de adesão ao site, redes e mídias do projeto, isto é, uma comunicação a partir da contação de histórias que atraiu associados. Encantar o participante com histórias que gerem novos conhecimentos, tornou o próprio espectador em promotor dos espaços de aprendizagem com uso de *transmedia storytelling*.

Confirmou-se que houve mudança significativa no processo ensino-aprendizagem com uso do *transmedia storytelling*, a partir do projeto *Conversas que Ficam*, pois os participantes da ação tornaram-se mais interessados e a construção de histórias com as temáticas discutidas foram pensadas para as diversas mídias e redes. A mudança de atitude, inicialmente no grupo de vinte professores-estudantes em formação,



foi percebida ao eles exporem as ideias, complementando as informações, respondendo aos questionamentos e participando da história dos outros, ampliando as possibilidades de uso em espaços diferenciados de aprendizagem significativa.

Fica a esperança de que surjam diferenciadas estratégias de ensino e que o uso do *transmedia storytelling* na educação seja cada vez mais difundido, pois o que se desejou aqui neste artigo não foi apenas registrar momentos de pesquisa do projeto *Conversas que Ficam*, mas estimular a experimentação de novas técnicas no processo ensino-aprendizagem. Que surjam novas “conversas” e que outras, simplesmente, fiquem.

REFERÊNCIAS

ANDRIGHETTI, Marcelo. **Arquétipo e significado no storytelling**. 17 de outubro de 2016. Disponível em: <<http://www.escoladeroteiro.com.br/arquetipos-e-significados-como-utilizar-no-storytelling/>>. Acesso em 20 maio 2017.

CAMPBELL, Joseph; MOYERS, Bill. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 2011.

CASTRO, Alfredo Pires de. **Storytelling para resultados**: como usar histórias no ambiente empresarial. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2013.

COLLAÇO, Gabriel Henrique. **Conversas que ficam** (2016). Disponível em: <<http://conversasqueficam.com.br>>. Acesso em: 30 jul. 2017.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**. São Paulo, SP: Novatec, 2010.

_____. **Educar**: a (r)evolução digital na educação, São Paulo: Saraiva, 2014.

GALVÃO, Jony. **Super-histórias no universos corporativo**. São Paulo: Panda Books, 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

MCKEE, Robert. **Story**: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro. 6. reimp. Curitiba: Arte & Letra, 2016.

MACSILL, James. **Cinco lições de storytelling**: fatos, ficção e fantasia. São Paulo: DVS Editora, 2013.



PALACIOS, Fernando; TERENCEZZO, Martha. **O guia completo do storytelling**. Rio de Janeiro. Alta Books, 2016.

SEMPRINI, Andrea. **A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 15. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

XAVIER, Adilson. **Storytelling: histórias que deixam marcas**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2015.