

ANEXO I

STORYTELLING NA ABORDAGEM CLIL: ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA PROMOVER ATENÇÃO, ENGAJAMENTO E RETENÇÃO EM AULAS DE QUÍMICA EM ALEMÃO E INGLÊS

Tiago da Fonseca Carneiro¹
Júlia Mariana da Silva Fróz²

RESUMO

Este trabalho examina o uso do *storytelling* no planejamento de aulas fundamentadas na abordagem Aprendizagem Integrada de Conteúdo e Língua (Content and Language Integrated Learning – CLIL), desenvolvidas para a regência de uma turma de 2ª série do Ensino Médio da Escola de Aplicação da Universidade Federal do Pará. A pesquisa justifica-se pela escassez de discussões teórico-metodológicas acerca da incorporação do *storytelling* ao ensino de línguas adicionais, especialmente quando compreendido em sua concepção oriunda do marketing. O objetivo geral é analisar de que modo os princípios estruturantes do *storytelling* podem ser aplicados ao planejamento de aulas CLIL. Especificamente, investigam-se as formas pelas quais tais princípios emergem em planos de aula de Química ministrados em Alemão e em Inglês, examinando seus efeitos sobre a atenção, o envolvimento emocional e a retenção de conteúdos. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de natureza documental e observacional, baseada na análise dos planos de aula e na observação participante das regências. Os resultados indicam aumento nos níveis de atenção, engajamento e uso das línguas adicionais ao longo das aulas. Conclui-se que, diferentemente da concepção tradicional de *storytelling* como contação de histórias, sua aplicação estratégica potencializa o engajamento discente no contexto CLIL. Ademais, a realização de atividades experimentais ampliou o caráter experiencial da proposta, aproximando-a de uma perspectiva participativa alinhada ao conceito de *storydoing*.

Palavras-chave: CLIL; *storytelling*; planejamento de aula.

INTRODUÇÃO

A abordagem Aprendizagem Integrada de Conteúdo e Língua (Content and Language Integrated Learning – CLIL) refere-se, na Linguística Aplicada, a um conjunto de princípios basilares para o *design* de cursos de línguas adicionais em que, segundo Richards e Rodgers (2014), aplicam-se, especialmente: 1) os princípios da Abordagem Comunicativa, porém com o foco no conteúdo de alguma disciplina ou em temas fora do domínio puramente linguístico; 2) o apoio a programas de recepção e suporte ao imigrante em países de língua inglesa, viabilizando sua integração à sociedade ao trabalhar conteúdos relacionados à vida real 3) o suporte para a educação imersiva, contexto em que a língua de instrução é diferente da língua vernácula; e 4) o fomento do bilinguismo, especialmente no contexto da União Europeia

¹ Escola de Aplicação da Universidade Federal do Pará. Doutor em Letras. Professor de língua alemã e coordenador de pesquisa. E-mail: tiagofc@ufpa.br.

² Universidade Federal do Pará. Graduada em Letras (Língua alemã). E-mail: marianaaj218@gmail.com.

(política 1+2³). No contexto escolar deste trabalho, os tópicos 1 e 3 são especialmente relevantes, realizando-se por meio dos princípios fundamentais da abordagem CLIL, que, segundo os mesmos autores, são: a língua adicional é aprendida mais efetivamente quando é utilizada para compreender um conteúdo; a aula de conteúdo ministrada na língua adicional prepara melhor os estudantes para os estudos acadêmicos (leia-se: escolares); o conteúdo é o ponto de partida para a aprendizagem da língua, ativando tanto processos cognitivos quanto interacionais.

Desde 2024, na Escola de Aplicação da Universidade Federal do Pará, o projeto de pesquisa intitulado “Estratégias de apoio linguístico na Aprendizagem Integrada de Conteúdo e Língua Estrangeira” investiga a aplicação da abordagem CLIL em aulas de Química no Ensino Médio, em que as línguas de instrução são o Alemão e o Inglês. Coordenado pelo Prof. Dr. Tiago da Fonseca Carneiro, o projeto visa propor, a médio prazo, um currículo bilíngue à escola, cujas bases epistemológicas se encontram em conceitos como translinguagem, transsemiótica, letramento disciplinar, letramento avaliativo, *scaffolding* e, no âmbito do planejamento de aulas, *storytelling*, no qual focaremos neste resumo expandido.

Recurso amplamente utilizado em estratégias de marketing, o *storytelling* refere-se ao uso estratégico de histórias nas quais os consumidores possam se enxergar, provocando sentimentos que levem a ação de comprar determinado produto (Godin, 2018). No âmbito do ensino e aprendizagem de línguas adicionais, ganhar e manter a atenção plena dos alunos ao longo da aula é um desafio similar ao de vender um produto: o aluno precisa se reconhecer no contexto da aula (no marketing: da história) para a probabilidade de sua participação efetiva aumentar (no marketing: a compra). Estudos que relacionam o poder *storytelling* para o engajamento discente em geral, como o de Wandhe *et al.* (2024), e na Linguística Aplicada, como o de Cameron (2011) já existem, mas o foco predominante é na contação de histórias e no seu uso para o aprimoramento de habilidades. A lacuna encontra-se, portanto, no *storytelling* de viés marqueteiro, cujo objetivo é possibilitar que o aluno se projete na história com vistas a aumentar sua atenção, engajamento emocional e a retenção das ideias discutidas na aula.

Este trabalho tem como objetivo geral examinar como as características do *storytelling* podem ser aplicadas ao planejamento de aulas CLIL. Especificamente, buscamos 1) identificar como tais características figuram em um plano de aula de Química em Alemão e outro de Química em Inglês; e 2) verificar a eficácia desta aplicação para aumentar o nível de atenção, envolvimento emocional e retenção de novos conhecimentos por parte dos alunos.

METODOLOGIA

Realizaremos, neste estudo, uma pesquisa documental de cunho qualitativo vinculado à pesquisa-ação em andamento no referido projeto. Para isso, utilizaremos como fontes os planos de aula de Química, tanto para aulas integradas ao ensino da língua alemã quanto da inglesa.

Analisaremos dois planos de aula: a aula 2 (dois) de química em alemão, cujo argumento narrativo se baseou na identificação de um problema de saúde da vida real e o planejamento um encaminhamento a partir do relato da professora de química sobre uma virose; e a aula 2 (dois) de química em inglês, com *storytelling* baseado na frustração do professor de alemão que não conseguia ter consistência na fabricação de *cupcakes*. A interpretação dos planos de aula selecionados ocorrerá com base nas teorias sobre a abordagem CLIL e *storytelling* no marketing.

As aulas foram planejadas tendo em vista a regência em uma turma de 2ª série do Ensino Médio. O planejamento foi colaborativamente com direcionamento dos professores de língua adicional e da professora de conteúdo (Química) ao longo das reuniões ordinárias do grupo de

³ O objetivo desta política linguística implementada nos anos 1950 é que os cidadãos adquiram competência comunicativa em outras duas línguas europeias para além da sua língua vernácula.

pesquisa, contando, portanto, com o apoio dos estudantes de graduação participantes, que são bolsistas PIBIC e PIVIC. Destaca-se, contudo, a necessidade de realização de reuniões extraordinárias, em formato on-line, para a finalização dos planos de aula, tendo em vista que a elaboração das estratégias de *storytelling* demandou tempo adicional de planejamento.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E DISCUSSÕES

Para Xavier (2015), definir *storytelling* não é tarefa simples, uma vez que o conceito comporta ao menos três dimensões distintas: a pragmática, entendida como a arte de elaborar e encadear cenas cujo sentido envolva e capte a atenção; a pictórica, concebida como a arte de construir e articular as peças de um quadro marcante; e a poética, relacionada à arte de erigir monumentos imaginários e significativos com “tijolos” narrativos. Se, por um lado, o autor triangula as abordagens funcional, imagética e lírica na busca por uma conceituação técnico-artística do *storytelling*, por outro, também o compreende como ferramenta narrativa empregada para estabelecer um *rapport* capaz de mobilizar sentidos e emoções intensos na audiência. Ambas as aulas selecionadas para análise dialogam estreitamente com esse tripé. Na aula de Química em Alemão, o plano previa, no início da regência, o relato da professora acerca de como se sentia diante do quadro viral apresentado dias antes. Tal estratégia favoreceu o envolvimento – e mesmo a comoção – dos alunos, que passaram a refletir sobre possíveis formas de ajudá-la por meio do assunto Soluções, estabelecendo um laço de empatia como condição inicial para o trabalho subsequente. Já na aula de Química em Inglês, o plano contemplava o relato do professor sobre dificuldades recorrentes em suas fornadas de cupcake, cuja inconsistência resultava em desperdícios e frustração. Os alunos assumiram, então, a responsabilidade de buscar uma solução à luz da Cinética, compreendendo que ingredientes e quantidades interferem diretamente na qualidade final do produto.

O *storytelling* possui, ainda segundo Xavier (2015), papel relevante na manutenção da atenção e do interesse em sala de aula, uma vez que tais dimensões se vinculam intrinsecamente à afetividade, a qual favorece a construção de uma identificação mais profunda entre professor e alunos. De modo análogo ao que ocorre em campanhas de marketing, nas quais narrativas são mobilizadas para influenciar a tomada de decisão do consumidor, o *storytelling* estimula o engajamento e a conexão emocional com vistas à retenção — entendida como a capacidade de rememorar a história e, conseqüentemente, a ideia por ela veiculada. Nesse sentido, no contexto do ensino e da aprendizagem, configura-se como estratégia de significativo potencial formativo e comunicativo (Wandhe *et al.*, 2024). No plano de aula de Química em Alemão, uma vez estabelecido o elo emocional a partir do relato sobre o estado de saúde da professora, a etapa subsequente conduzia à apresentação da *Elektrolytlösung* (solução eletrolítica — soro caseiro), por meio de atividade de escuta com preenchimento de lacunas. Tal encaminhamento sustentou a tomada de decisão dos alunos em ajudá-la, preparando-os para a etapa prática de elaboração do soro. No plano de língua inglesa, por sua vez, os alunos demonstraram engajamento ao apoiar o professor na identificação do problema em sua receita de cupcake, aprendendo a categorizar os fatores cinéticos — concentração, temperatura, superfície de contato e catalisador — que influenciam a velocidade das reações químicas.

A preparação de ambas as aulas à luz da ferramenta *storytelling* fundamentou-se, ainda, em passos básicos para a construção de histórias orientadas ao estabelecimento de *rapport* e à mobilização para a ação, conforme sistematizado por Biesenbach (2018): (1) determinar a audiência, levantando o máximo de informações a seu respeito; (2) definir o que se espera dela, isto é, o objetivo a ser alcançado; (3) antecipar possíveis desafios ao alcance desse objetivo; (4) apresentar um personagem que tenha superado tais desafios; e (5) assegurar que a narrativa contemple uma resolução. No contexto da aula de Química em Alemão, o objetivo esperado dos alunos era claro: a preparação de um soro caseiro. Os desafios foram didaticamente

equilibrados pelo suporte previsto no planejamento, uma vez que os estudantes deveriam calcular e preparar duas soluções — de NaCl (sal de cozinha) e de sacarose (açúcar) — posteriormente combinadas para constituir a solução eletrolítica. Os próprios alunos assumiram o papel de personagens que superaram o desafio de produzir o soro para a professora, passando a integrar ativamente a história inicialmente apresentada. Na aula de Química em Inglês, os alunos foram desafiados a interpretar dados experimentais (massa, tempo e volume dos cupcakes) para comparar a velocidade das reações em diferentes condições. Ao confrontarem uma receita padrão com versões modificadas quanto a fatores cinéticos, buscaram identificar a origem do problema. Para além da análise, puderam testar as hipóteses com ingredientes reais, assando os *cupcakes* em sala. Assim, também integraram a narrativa como agentes da resolução, garantindo o desfecho do problema proposto.

Se, por um lado, o *storytelling* contribuiu para a construção de um sólido fio condutor no plano de aula — partindo de um problema concreto até alcançar uma resolução adequada —, por outro, também possibilitou que o trabalho linguístico fosse desenvolvido em estreita correspondência com cada desafio proposto. No plano de Química em Alemão, os alunos aprenderam a nomear operações e símbolos, bem como a expressar procedimentos matemáticos na língua adicional — requisito para que pudessem utilizar as fichas de atividades em duplas e aplicar, de forma autônoma, a fórmula da concentração comum em exercícios realizados na lousa. Na aula de Química em Inglês, ao compararem receitas para identificar a origem do problema nos *cupcakes*, os alunos mobilizaram estruturas gramaticais necessárias para explicar como determinados ingredientes atuam como fatores cinéticos no processo de assamento. Para tanto, trabalharam especialmente locuções adverbiais como *because of*, *due to*, *caused by* e *as a result of*, essenciais para a explicitação de relações de causa e efeito. Conforme argumentam Larsen-Freeman e Anderson (2011), é por meio do engajamento com conteúdos significativos que a língua é efetivamente aprendida.

Tal perspectiva reforça a importância de momentos de reflexão sobre as estruturas linguísticas mobilizadas, as quais funcionam como *scaffolding* — “andaimes” que permitem aos alunos alcançar seus objetivos por meio da língua adicional. Ademais, uma vez estabelecida uma relação sólida de empatia entre alunos e professores, cria-se um ambiente afetivamente favorável à aprendizagem, no qual o desenvolvimento linguístico tende a beneficiar-se de maiores níveis de retenção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, buscamos investigar a aplicação da ferramenta *storytelling* no planejamento de aulas CLIL, identificando as características que emergiram nos planos de aula e verificando a eficácia de sua aplicação quanto à atenção, envolvimento emocional e retenção de novos conhecimentos.

Os resultados apontam para altos níveis de atenção, empatia e retenção dos conhecimentos relativos ao conteúdo de Química e às línguas adicionais envolvidas. Nota-se que o envolvimento pessoal dos alunos não ocorreu a partir dos assuntos em si, mas pelo sentimento de empatia com a situação apresentada pelos professores como condição inicial de ambas as aulas. Logo, assim como o *storytelling* voltado para o marketing, em que a história vem antes do produto, a identificação do aluno com o problema vem antes dos objetivos de aprendizagem.

Além disso, verificamos que o eixo linguístico foi igualmente beneficiado, uma vez que a língua adicional constituiu o principal instrumento de comunicação em todas as etapas de preparação do soro caseiro e de resolução dos problemas relacionados às receitas de cupcake. Desse modo, a retenção da ideia veiculada pela narrativa — isto é, dos conteúdos gramaticais mobilizados — mostrou-se ampliada.

Observou-se, ainda, que, embora os professores tenham buscado manter-se fiéis à estrutura básica do *storytelling*, o ponto central da agência discente emergiu quando os alunos passaram a assumir o papel de personagens que, conforme Biesenbach (2018), representam aqueles que superam os desafios apresentados na história. A proposta aproxima-se, portanto, do conceito de *storydoing*, na medida em que materializa a narrativa em ações concretas, transformando-a em experiência vivida pelos próprios alunos.

REFERÊNCIAS

BIESENBAACH, Rob. **Unleash the power of storytelling: win hearts, change minds, get results**. Evanston: Eastlawn Media, 2018.

CAMERON, Lynne. **Teaching languages to young learners**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

GODIN, Seth. **This is marketing: you can't be seen until you learn to see**. Nova Iorque: Portfolio/Penguin, 2018.

LARSEN-FREEMAN, Diane; ANDERSON, Marti. **Techniques & principles in language teaching**. Oxford: Oxford University Press, 2011.

RICHARDS, Jack C.; RODGERS, Theodore S. **Approaches and methods in language teaching**. Cambridge University Press, 2014.

WANDHE, Priyanka *et al.* Unleashing the magic: the power of storytelling in academics. **International Journal of Emerging Technologies and Innovative Research**, v. 11, n. 2, p. C214–C229, fev. 2024. Disponível em: <http://www.jetir.org/papers/JETIR2402228.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2026.

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