

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LUCIMARA GONÇALVES DOS SANTOS

VÍDEO “QUEM SOU EU?” COMO FERRAMENTA DE  
MARKETING PESSOAL

CURITIBA

2025

LUCIMARA GONÇALVES DOS SANTOS

## VÍDEO “QUEM SOU EU?” COMO FERRAMENTA DE MARKETING PESSOAL

Artigo apresentado ao curso de Especialização em Mídias na Educação, Setor de Educação Profissional e Tecnológica, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Mídias na Educação

Orientadora: Prof. M.a. Aura Maria de P. S. Valente

CURITIBA

2025



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SETOR DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO MÍDIAS NA EDUCAÇÃO -  
40001016401E1

## TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação Mídias na Educação da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Monografia de Especialização de **LUCIMARA GONÇALVES DOS SANTOS**, intitulada: **VÍDEO QUEM SOU EU COMO FERRAMENTA DE MARKETING PESSOAL**, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua aprovação no rito de defesa. A outorga do título de especialista está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

Curitiba, 25 de Novembro de 2025.

Documento assinado digitalmente  
**AURA MARIA DE PAULA SOARES VALENTE**  
Data: 06/12/2025 21:42:58-0300  
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

**AURA MARIA DE PAULA SOARES VALENTE**  
Presidente da Banca Examinadora

Documento assinado digitalmente  
**ELSON FAXINA**  
Data: 09/12/2025 22:17:44-0300  
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

**ELSON FAXINA**  
Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

## **VÍDEO QUEM SOU EU? COMO FERRAMENTA DE MARKETING PESSOAL**

Lucimara Gonçalves dos Santos

### **RESUMO**

O presente artigo analisa o uso do vídeo “Quem sou eu?” como ferramenta de marketing pessoal e estratégia pedagógica voltada à formação da identidade profissional e ao desenvolvimento das competências comunicativas de estudantes da Educação Profissional e Tecnológica. A experiência foi desenvolvida com alunos do curso Técnico em Administração do Colégio Estadual Júlio Szymanski, em Araucária (PR), no contexto da disciplina de Introdução ao Marketing. A metodologia baseou-se em uma abordagem qualitativa e participativa, com a realização de oficinas de roteiro, gravação e análise dos vídeos produzidos pelos estudantes. Os resultados evidenciam que o uso de mídias digitais no contexto escolar favorece o protagonismo estudantil, o autoconhecimento e a valorização da imagem profissional, promovendo aprendizagens significativas e integradas às demandas do mundo do trabalho contemporâneo.

Palavras-chave: Marketing pessoal; mídias digitais; educação profissional; protagonismo estudantil; autoconhecimento

### **1 INTRODUÇÃO**

As transformações tecnológicas do século XXI têm provocado mudanças profundas na forma como os indivíduos aprendem, se comunicam e constroem suas trajetórias profissionais. No campo da Educação Profissional e Tecnológica (EPT), esse cenário exige a formação de sujeitos críticos, criativos e conscientes de suas potencialidades, capazes de se posicionar de maneira ética e comunicativa no mundo do trabalho. Nesse sentido, a escola passa a ter papel central na mediação de experiências que articulem saberes técnicos e humanos, promovendo o desenvolvimento integral dos estudantes.

O presente artigo discute o uso do vídeo “Quem sou eu?” como ferramenta de marketing pessoal e estratégia pedagógica voltada ao desenvolvimento da identidade profissional. Segundo Kotler e Keller (2016), o marketing pessoal envolve estratégias de valorização da imagem individual e a gestão intencional da imagem, fundamentado em autoconhecimento, como clareza de propósito e coerência entre valores e práticas. No ambiente escolar, essa abordagem contribui para que os

estudantes aprendam a comunicar suas competências e objetivos de forma consciente e autêntica.

A pesquisa foi desenvolvida com 160 estudantes do curso Técnico em Administração do Colégio Estadual Júlio Szymanski, localizado no município de Araucária, Paraná. Durante as aulas de Introdução ao Marketing, observou-se que muitos alunos apresentavam dificuldades ao falar sobre si mesmos, demonstrando insegurança e baixa percepção de suas habilidades. Observou-se a necessidade de preparar os alunos para apresentarem-se de forma coerente e confiante em situações acadêmicas e profissionais.

Diante dessa realidade, formulou-se a seguinte questão norteadora: Como o uso de vídeos curtos com a temática “Quem sou eu?” contribui para o desenvolvimento do marketing pessoal e da identidade profissional de estudantes da educação técnica

O objetivo geral deste estudo é elaborar e aplicar um produto educativo baseado em mídias digitais que favoreça a construção da identidade profissional dos estudantes.

Os objetivos específicos são: desenvolver habilidades comunicativas por meio da produção e socialização de vídeos; estimular o autoconhecimento e a autoexpressão dos participantes; integrar teoria e prática por meio de uma experiência pedagógica baseada em mídias digitais, promovendo o desenvolvimento de competências para o ingresso dos estudantes no mercado de trabalho.

Além do desenvolvimento técnico e comunicativo, justifica-se a presente atividade por dialogar com o conceito de marketing pessoal, entendido como o conjunto de estratégias voltadas ao autoconhecimento e à valorização da própria imagem de forma ética e coerente com os valores pessoais (KOTLER; KELLER, 2016). Dessa forma, o vídeo torna-se não apenas um produto midiático, mas também uma ferramenta de formação humana, à medida que permite aos alunos enxergarem a si mesmos como sujeitos de potencial, capazes de comunicar quem são e o que desejam alcançar.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

Esta seção apresenta os referenciais teóricos que fundamentam o estudo, abordando o papel das tecnologias na educação contemporânea, os princípios das

metodologias ativas, o conceito de marketing pessoal e a cultura da autoria no contexto das mídias digitais. Esses eixos dialogam diretamente com a proposta pedagógica analisada, permitindo compreender como o vídeo “Quem sou eu?” favorece o desenvolvimento da identidade profissional dos estudantes.

## 2.1 TECNOLOGIAS E PRÁTICAS PEDAGÓGICAS NA EDUCAÇÃO CONTEMPORÂNEA

Segundo Kenski (2012), às tecnologias não são neutras: elas carregam intencionalidades, valores e possibilidades que devem ser apropriadas criticamente pela educação. A autora afirma que “as tecnologias sempre estiveram presentes nos processos educativos, transformando as práticas e a cultura escolar” (KENSKI, 2012, p. 35). Nesse sentido, o uso de vídeos, redes sociais e plataformas digitais pode se tornar um meio de aprendizagem ativa, quando planejado pedagogicamente.

Moran (2015) ressalta que o professor contemporâneo é mediador de aprendizagens, não mais o detentor único do conhecimento. Sua função é criar condições para que os estudantes aprendam por meio de experiências reais, colaborativas e criativas. Essa concepção de docência é fundamental para projetos que envolvem mídias, pois o foco desloca-se da técnica para a intencionalidade educativa.

## 2.2 METODOLOGIAS ATIVAS E PROTAGONISMO ESTUDANTIL

As metodologias ativas propõem a participação efetiva do estudante no processo de aprendizagem (BACICH; MORAN, 2018), estimulando a curiosidade, autonomia, e a experimentação e a tomada de decisões. O protagonismo estudantil é, portanto, o eixo central desse modelo, que valoriza o saber-fazer e o aprender a aprender.

Freire (1996) complementa essa perspectiva ao afirmar que “ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua própria produção ou construção” (FREIRE, 1996, p. 22). Dessa forma, ao criar um vídeo que expressa quem são e o que valorizam, os estudantes se tornam autores e construtores de sua própria narrativa de vida e de trabalho.

## 2.3 MARKETING PESSOAL E IDENTIDADE PROFISSIONAL

O conceito de marketing pessoal, segundo Kotler e Keller (2016), refere-se ao processo de gestão da imagem individual, envolvendo autoconhecimento, comunicação e coerência entre discurso e prática. No contexto da educação profissional, esse conceito é fundamental, pois prepara os estudantes para se apresentarem de forma ética e positiva em ambientes profissionais.

Para Demo (2011), a construção de uma identidade profissional sólida está diretamente ligada ao desenvolvimento da autoestima e da capacidade crítica. O marketing pessoal, nesse sentido, ultrapassa o campo mercadológico, tornando-se uma dimensão da formação integral.

## 2.4 MÍDIAS DIGITAIS E CULTURA DA AUTORIA

Pierre Lévy (1999) descreve a cibercultura como um espaço de colaboração e compartilhamento, no qual cada sujeito pode se tornar autor e produtor de conteúdo. A integração das mídias digitais ao ambiente escolar amplia as formas de expressão e de produção de conhecimento. Valente (2020) reforça que a aprendizagem mediada por mídias favorece a autonomia e o engajamento, especialmente quando o aluno é desafiado a criar e refletir sobre suas próprias produções.

Nesse sentido, o vídeo “Quem sou eu?” insere-se na perspectiva da cultura da autoria, na qual os estudantes não apenas consomem conteúdos, mas produzem narrativas que os representam. Ao se verem na tela, os alunos ampliam o senso de pertencimento e reconhecem o valor de sua voz e de sua história.

## 3 METODOLOGIA

A pesquisa é de natureza qualitativa, com caráter descritivo e exploratório, fundamentada na observação participante e na análise de produções audiovisuais escolares. Conforme Minayo (2012), esse tipo de abordagem busca compreender percepções e significados atribuídos pelos sujeitos envolvidos.

O projeto “Quem sou eu?” foi realizado com alunos do 2º ano do Curso Técnico em Administração do Colégio Estadual Júlio Szymanski, localizado no município de Araucária, Paraná. Participaram cinco turmas, totalizando cerca de 160

estudantes, sob orientação da professora responsável pela disciplina de Introdução ao Marketing.

### 3.1 ETAPAS DA PESQUISA

A execução do projeto ocorreu em cinco etapas planejadas de forma articulada e complementar, ou seja, fases que se conectam e se fortalecem mutuamente, garantindo coerência entre teoria, prática e reflexão. Planejadas para promover o protagonismo dos estudantes e a integração entre teoria e prática. O roteiro-guia impresso, elaborado pela professora e entregue previamente aos alunos, serviu como instrumento orientador para a reflexão pessoal e para a organização das ideias antes do início das gravações. Esse material foi utilizado como base de planejamento, estimulando o autoconhecimento e a expressão individual.

### 3.2 SENSIBILIZAÇÃO E INTRODUÇÃO TEÓRICA

A primeira etapa consistiu em uma roda de conversa mediada pela professora, com o objetivo de sensibilizar os alunos quanto à importância do autoconhecimento e da construção da identidade profissional. Foram apresentadas situações reais do mundo do trabalho e discutidos conceitos de marketing pessoal com base em Kotler e Keller (2016) e Demo (2011), relacionando-os às vivências dos próprios estudantes. Durante esse momento, os alunos compartilharam experiências, valores e expectativas sobre o futuro profissional, criando um ambiente de confiança e escuta ativa. Essa fase foi essencial para despertar o interesse e preparar emocionalmente o grupo para o processo de produção audiovisual.

### 3.3 OFICINA DE ROTEIRO

Na segunda etapa, os alunos receberam o roteiro impresso “Quem sou eu?”, elaborado como um guia reflexivo com perguntas sobre identidade, valores, talentos, sonhos e objetivos profissionais.

O material foi preenchido individualmente em sala de aula e serviu como base estruturante para o vídeo, garantindo que cada estudante refletisse de forma autêntica sobre quem é e como deseja se apresentar ao mundo.

Ao todo, foram produzidos cerca de 160 roteiros individuais, correspondentes aos alunos das cinco turmas do curso Técnico em Administração.



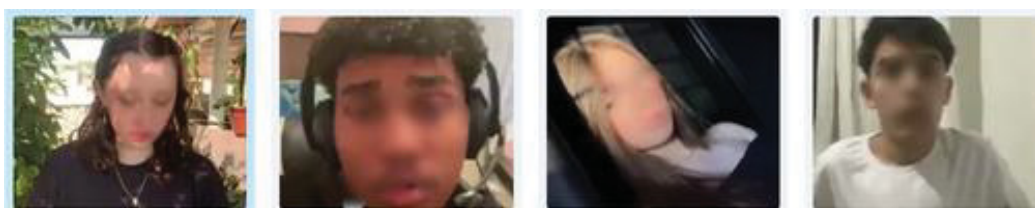
O conteúdo do roteiro foi posteriormente utilizado na gravação e na edição dos vídeos. O modelo completo encontra-se reproduzido neste trabalho, em Apêndice A.

### 3.4 GRAVAÇÃO DOS VÍDEOS

A terceira etapa correspondeu à gravação dos vídeos, realizada em ambiente escolar, utilizando aparelhos celulares pessoais e aplicativos digitais acessíveis, como *CapCut* e *InShot* para a edição dos vídeos. Cada estudante gravou um vídeo curto, com duração média de um minuto, respondendo à pergunta central “Quem sou eu?” e apresentando aspectos de sua trajetória, valores e metas profissionais, conforme disponibilizando no roteiro contido do tópico 3.2.

No total, foram produzidos aproximadamente 160 vídeos, um por participante. As gravações foram realizadas de forma autônoma, com acompanhamento da professora e apoio dos colegas, priorizando a espontaneidade, a clareza da fala e a criatividade na apresentação.

FIGURA 1 – CAPAS PROJETO “QUEM SOU EU?”



Fonte: A autora (2025).

### 3.5 EDIÇÃO E SOCIALIZAÇÃO

Na quarta etapa, os vídeos foram editados individualmente pelos próprios alunos, utilizando recursos simples de corte, inserção de texto e trilha sonora, conforme as orientações didáticas discutidas em aula. Após a finalização, realizou-se uma sessão de socialização coletiva, em que os vídeos foram exibidos em sala, seguidos de comentários e reflexões.

O momento de partilha foi conduzido de forma colaborativa e empática, valorizando a autenticidade e a expressividade de cada produção. A avaliação qualitativa considerou critérios como clareza, originalidade e coerência entre o discurso e a imagem apresentada.

### 3.6 ANÁLISE REFLEXIVA

Por fim, a última etapa consistiu em uma roda de conversa avaliativa, na qual os alunos discutiram como o processo de produção do vídeo contribuiu para a compreensão de suas potencialidades e para o fortalecimento de suas identidades pessoais e profissionais.

### 3.7 INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS

Para orientar o processo reflexivo dos estudantes e subsidiar a construção dos vídeos, utilizou-se o Roteiro para Vídeo “Quem Sou Eu?”, composto por questões abertas organizadas em categorias temáticas relacionadas à identidade pessoal e profissional. O instrumento, elaborado previamente pela docente responsável, contempla os seguintes eixos:

- a) Informações pessoais (nome, idade, ocupação, localização);
- b) Interesses e hobbies;
- c) Habilidades e qualidades;
- d) Visão de futuro (metas, motivação, projeções profissionais);
- e) Rotina e estilo de vida;
- f) Presença online;
- g) Autoimagem (autoavaliação em uma palavra e espaço para informações adicionais).

O roteiro foi aplicado individualmente em sala de aula e teve papel duplo: (1) orientar a elaboração dos vídeos e (2) servir como base para a análise qualitativa dos conteúdos produzidos. A presença desse instrumento possibilitou padronizar a coleta, favorecer o autoconhecimento e garantir consistência entre os vídeos gerados pelas diferentes turmas. O modelo integral do roteiro encontra-se disponível no Apêndice 1 deste trabalho.

## 4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A análise das produções audiovisuais e das interações realizadas ao longo do projeto confirmou o potencial do vídeo “Quem sou eu?” como estratégia formativa na Educação Profissional e Tecnológica. Os estudantes demonstraram evolução

progressiva em aspectos como autoconhecimento, comunicação, autoestima e construção da identidade profissional. Os resultados são apresentados a seguir, articulados ao referencial teórico que sustenta este estudo.

#### 4.1 DESENVOLVIMENTO E AUTOCONHECIMENTO

A análise dos vídeos revelou que a maioria dos estudantes destacou elementos de sua trajetória pessoal, valores familiares e conquistas individuais. Esse movimento de autorrepresentação indica um processo de reconhecimento de si, fundamental para o fortalecimento da identidade profissional. Demo (2011) afirma que a valorização da própria história promove empoderamento e amplia a percepção de capacidade do sujeito aprendiz.

Os depoimentos apresentados nos vídeos evidenciaram que muitos alunos, ao refletirem sobre suas experiências, passaram a reconhecer habilidades antes desconsideradas, como responsabilidade, resiliência, organização e disposição para aprender. Essa descoberta de potencialidades dialoga com Freire (1996), ao afirmar que a educação emancipadora ocorre quando o sujeito se percebe como autor de sua própria história e agente de transformação.

Durante as gravações, observou-se o envolvimento crescente dos estudantes na construção de suas narrativas, como ilustra a Figura 1.

FIGURA 2 – REGISTRO DO PROJETO “QUEM SOU EU?”



Fonte: A autora (2025).

## 4.2 COMUNICAÇÃO E PROTAGONISMO ESTUDANTIL

Durante o processo de gravação e socialização dos vídeos, observou-se o desenvolvimento de diferentes competências comunicativas, como clareza na exposição oral, domínio de linguagem e expressão corporal. Muitos estudantes relataram inicialmente sentir insegurança diante da câmera; entretanto, a prática gradual e o apoio dos colegas contribuíram para a superação desse obstáculo.

Esses achados estão alinhados às proposições de Bacich e Moran (2018), que defendem que a aprendizagem ativa se fortalece quando o estudante é colocado em situações de produção e compartilhamento de conhecimento. O protagonismo foi evidente quando os alunos assumiram integralmente o processo criativo, do roteiro à edição do vídeo, tomando decisões sobre formato, estética, narrativa e mensagem.

O trabalho coletivo também favoreceu a construção de um ambiente de respeito, empatia e valorização da diversidade. Moran (2015) destaca que as tecnologias, quando bem integradas às práticas pedagógicas, ampliam as possibilidades de diálogo e colaboração. No projeto, isso se concretizou nas rodas de socialização, em que cada vídeo foi assistido e discutido de forma sensível e acolhedora, fortalecendo vínculos e estimulando a escuta ativa.

## 4.3 FORMAÇÃO DA IDENTIDADE PROFISSIONAL

Os resultados mostram que muitos estudantes passaram a compreender o curso técnico como parte relevante de sua identidade e de seus projetos futuros. Nos vídeos, diversos participantes expressaram metas profissionais mais claras e maior consciência sobre o papel da formação técnica em suas trajetórias.

Nesse sentido, o marketing pessoal foi compreendido não como autopromoção superficial, mas como um processo de reconhecer, organizar e comunicar atributos reais, visão coerente com Kotler e Keller (2016), que destacam a importância da autenticidade e da consistência entre discurso e prática. Ao narrarem suas histórias, os estudantes demonstraram capacidade de articular valores, habilidades e objetivos profissionais de maneira ética e intencional.

Esses resultados convergem com Valente (2020), ao indicar que as mídias digitais, quando integradas a práticas pedagógicas significativas, ampliam o engajamento, estimulam a autoria e fortalecem a relação entre emoção, reflexão e

aprendizagem. Os vídeos funcionaram como um espelho simbólico, permitindo aos alunos enxergarem-se como sujeitos capazes, criativos e portadores de futuro.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A experiência evidenciou que o uso pedagógico de mídias digitais contribui significativamente para o desenvolvimento pessoal, comunicativo e profissional de estudantes da educação técnica. A atividade integrou teoria e prática, promovendo autonomia, expressão criativa e fortalecimento da identidade profissional.

Recomenda-se sua continuidade e ampliação para outras turmas e disciplinas, especialmente aquelas voltadas à comunicação, projeto de vida e inserção no mundo do trabalho.

Esta pesquisa apresenta algumas limitações importantes. Primeiramente, o estudo foi desenvolvido em um único contexto escolar, com estudantes de um curso técnico específico, o que restringe a possibilidade de generalização dos resultados para outras realidades educativas.

A análise apoiou-se exclusivamente em dados qualitativos das produções audiovisuais, sem utilização de instrumentos complementares, como questionários, entrevistas ou rubricas avaliativas, o que limita a triangulação dos dados. Outro aspecto relevante refere-se à dependência de recursos tecnológicos pessoais, o que gerou variações na qualidade técnica dos vídeos e pode ter influenciado a profundidade das narrativas.

Também se reconhece que fatores como timidez, exposição diante da câmera e a própria presença da professora-pesquisadora podem ter influenciado as respostas e performances dos alunos. Por fim, questões éticas relacionadas ao uso de imagem limitaram algumas possibilidades de análise mais detalhada das expressões dos participantes.

Recomenda-se que estudos futuros aprofundem o uso de vídeos como ferramenta de formação profissional, ampliando o projeto para outras turmas e cursos técnicos. Sugere-se também investigar os efeitos de diferentes formatos audiovisuais na autoestima e nas competências comunicativas dos estudantes, bem como realizar análises comparativas entre instituições públicas e particulares.

## REFERÊNCIAS

BACICH, L.; MORAN, J. **Metodologias ativas para uma educação inovadora**. Porto Alegre: Penso, 2018.

DEMO, P. **Educação e qualidade**. Campinas: Autores Associados, 2011.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

KENSKI, V. M. **Tecnologias e ensino presencial e a distância**. Campinas: Papirus, 2012.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson, 2016.

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

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 2012.

MORAN, J. M. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação**. São Paulo: Papirus, 2015.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez, 2011.

VALENTE, A. M. **Mídias e aprendizagem: desafios e possibilidades**. Curitiba: UFPR, 2020.

## APÊNDICE 1 – ROTEIRO

### Roteiro para Vídeo "Quem Sou Eu"

**Instrução:** gravação de no mínimo 30 segundos, adicione fotos atuais e individuais na edição.

#### Informações Pessoais:

- Nome Completo:
- Idade:
- Profissão/Ocupação:
- Localização:

#### Interesses e Hobbies:

- Quais são seus principais hobbies?
- O que você mais gosta de fazer no seu tempo livre?
- Existe algum livro, filme, série ou música que te inspire?

#### Habilidades e Qualidades:

- Quais são suas maiores habilidades?
- Quais qualidades você mais admira em si mesmo?

- O que você faz de melhor?

**Visão de Futuro:**

- Quais são seus objetivos de curto e longo prazo?
- Onde você se vê daqui a 5 anos?
- O que te motiva a seguir em frente?

**Rotina e Estilo de Vida:**

- Como você descreveria sua rotina diária?
- Como você organiza seu tempo?
- Quais são seus hábitos mais importantes?

**Presença Online:**

- Quais redes sociais você utiliza com mais frequência?
- Como você utiliza as redes sociais?
- Qual é o seu nome de usuário em suas redes sociais?

**Em Uma Palavra:**

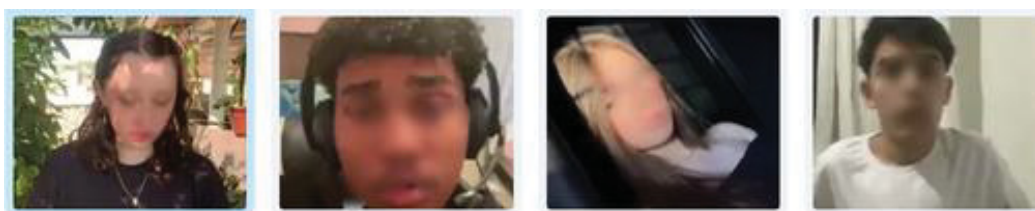
- Se você pudesse se descrever em uma única palavra, qual seria?

**Outras Informações:**

- Há algo mais que você gostaria de compartilhar sobre si mesmo?

## APÊNDICE 2 – REGISTROS VISUAIS DO PROJETO

FIGURA 1 – IMAGENS DE CAPA PROJETO “QUEM SOU EU?”



Fonte: A autora (2025).

FIGURA 2 – REGISTRO DO PROJETO “QUEM SOU EU?”





Fonte: A autora (2025).