REVISTA AC
Publicação científica

v. [01] | n. [02] | p. [188-194] | [jul-dez] [2026]
ISSN: 3086-819X

O PODER DO STORYTELLING NA FORMAÇÃO INTEGRAL

THE POWER OF STORYTELLING IN INTEGRAL EDUCATION

DOI: 10.5281/zenodo.23548221

Daniel Vinícius Pinto[1]

Resumo

O artigo explora o conceito e a aplicação do *storytelling*, a técnica de comunicação que utiliza narrativas estratégicas para engajar o público. O texto aborda o uso original dessa prática no *branding* e no *marketing*, em que ela diferencia marcas e cria conexões emocionais duradouras, e, principalmente, sua migração e potencial como recurso pedagógico na educação. O objetivo central é demonstrar como ele é uma ferramenta indispensável no contexto da Educação Profissional e Tecnológica (EPT), modalidade que exige a formação de profissionais com um perfil integral e crítico. A metodologia utilizada consiste na análise e síntese de informações sobre o tema. O conteúdo pesquisado detalha a natureza da narrativa humana; define o *storytelling* estratégico (distinguindo-o de fatos históricos); justifica a adoção da técnica na educação pela sua capacidade de facilitar a comunicação e a retenção de conteúdo; e, por fim, ilustra sua eficácia na EPT. Em conclusão, o *storytelling* transcende o papel de mero adorno metodológico. Ele atua como um poderoso catalisador para a aprendizagem ativa, permitindo que o professor da EPT apresente o conteúdo técnico em contextos práticos e humanizados. Isso não apenas estimula a imaginação e a criticidade, mas também desenvolve habilidades socioemocionais como a empatia e a resolução de problemas, essenciais para o sucesso no mercado de trabalho contemporâneo.

Palavras-chave: *Storytelling*. *Branding*. Educação. EPT. Narrativa.

[1]Graduação. Especialização. Mestrando em Tecnologias Emergentes em Educação pela Must University. E-mail: danielpinto21894@student.mustedu.com.

v. [01] | n. [02] | p. [188-194] | [jul-dez] [2026]
ISSN: 3086-819X

Abstract

The paper explores the concept and application of storytelling, the communication technique that uses strategic narratives to engage the audience. The text discusses the original use of this practice in branding and marketing, where it differentiates brands and creates lasting emotional connections, particularly its migration and potential as a pedagogical resource in education. The main objective is to demonstrate how it is an indispensable tool in the context of Professional and Technological Education (EPT), a modality that requires the training of professionals with a comprehensive and critical profile. The methodology used consists of analyzing and synthesizing information on the topic. The researched content details the nature of human narrative; defines strategic storytelling (distinguishing it from historical facts); justifies the adoption of the technique in education due to its ability to facilitate communication and content retention; and, finally, illustrates its effectiveness in EPT. In conclusion, storytelling transcends its role as a mere methodological ornament. It acts as a powerful catalyst for active learning, allowing the EPT teacher to present technical content in practical and humanized contexts. This not only stimulates imagination and critical thinking but also develops socioemotional skills such as empathy and problem-solving, which are essential for success in the contemporary job market.

Keywords: Storytelling. Branding. Education. EPT. Narrative.

1 Introdução

O ato de contar histórias, a narrativa, é uma prática ancestral que acompanha a experiência humana desde os tempos pré-históricos, evoluindo como uma poderosa ferramenta de comunicação e registro. Na sociedade contemporânea, esse potencial foi reconhecido e adotado de forma estratégica no mundo corporativo sob o nome de *Storytelling*, definido como uma técnica de comunicação que utiliza narrativas para construir marcas e afetar as emoções do público. Com a busca por métodos de ensino mais engajadores, o *Storytelling* migrou para o ambiente acadêmico, sendo recontextualizado como um valioso recurso pedagógico.

A relevância deste trabalho reside em analisar a eficácia dessa migração e demonstrar como o poder de engajamento da arte narrativa se torna um instrumento fundamental para a formação de alunos no contexto da Educação Profissional e Tecnológica (EPT). O objetivo central é analisar o conceito e a aplicação do *Storytelling* para evidenciar sua capacidade de promover uma formação profissional

v. [01] | n. [02] | p. [188-194] | [jul-dez] [2026]
ISSN: 3086-819X

integral e crítica, que transcenda o conhecimento técnico puro e desenvolva habilidades cognitivas e socioemocionais.

Este estudo foi desenvolvido por meio de revisão bibliográfica, utilizando autores que fundamentam tanto o conceito de *Storytelling* no *branding* quanto sua aplicação na educação, como Santos (2016) e Oliveira e Castaman (2020). O trabalho está estruturado em três eixos principais:

a) Fundamentos do Storytelling e Branding: explora a essência da técnica, distinguindo o *Story* (estrutura narrativa) da *History* (fatos reais), e detalha sua potência no *branding* para criar conexão emocional;

b) Migração para a esfera educacional: justifica a transição do *Storytelling* para a escola, destacando seu alinhamento com a neurociência da comunicação e a necessidade de romper com o modelo de ensino tradicional;

c) Aplicação na EPT: apresenta o *Storytelling* como uma solução eficaz para a demanda da EPT por uma formação que desenvolva criticidade, empatia e resolução de problemas, instrumentalizando o estudante para o mercado de trabalho dinâmico.

Dessa forma, a presente análise demonstra que a narrativa é a maneira mais natural e envolvente de comunicar e reter o conhecimento, atuando como um poderoso catalisador para a aprendizagem ativa na EPT.

2 *Storytelling*

A narrativa faz parte da experiência humana desde os tempos pré-históricos, quando a necessidade de transmitir e registrar informações levou ao desenvolvimento do ato de contar histórias como uma ferramenta poderosa de comunicação e interação. Essa prática ancestral evoluiu com os meios de comunicação, ganhando novas formas através da imprensa, do rádio, da televisão e, mais recentemente, da internet, permitindo a criação de histórias complexas com abrangência mundial e duradoura.

Na sociedade contemporânea, o potencial da narrativa foi reconhecido e estudado, sendo adotado estrategicamente dentro do *branding* e do *marketing* sob a alcunha de *Storytelling*. Segundo Santos

v. [01] | n. [02] | p. [188-194] | [jul-dez] [2026]
ISSN: 3086-819X

(2016), o *Storytelling* é definido como uma técnica de comunicação que utiliza narrativas estratégicas para a construção e promoção de marcas e produtos, afetando as emoções do público.

Com a virada do século e a busca por métodos de ensino mais engajadores, o potencial estratégico do *Storytelling* começou a ser reconhecido na academia como um recurso pedagógico. A transição da esfera corporativa para o ambiente educacional se justifica pela capacidade inerente da técnica em facilitar a comunicação, a retenção de conteúdo e, sobretudo, estimular habilidades cognitivas e socioemocionais.

Nesse contexto, o presente trabalho se propõe a analisar o conceito e a aplicação do *Storytelling*, demonstrando como a arte narrativa, fundamentada em estratégias de comunicação e na capacidade de gerar engajamento, se torna um instrumento indispensável no contexto da Educação Profissional e Tecnológica (EPT), modalidade que exige a formação de profissionais com perfil integral e crítico (OLIVEIRA; CASTAMAN, 2020).

3 Fundamentos do *Storytelling* e sua potência no *branding*

O termo *Storytelling*, embora seja uma tendência moderna no mundo dos negócios, remete ao ato fundamental de contar histórias, um recurso que inspira sentimentos como desejo, admiração e identificação. Santos (2016) destaca que o objetivo primordial dessa ferramenta é reproduzir uma mensagem de forma que afete as emoções das pessoas através do relato.

A relevância do *Storytelling* no *branding* está em sua capacidade de diferenciar a marca por meio de uma narrativa autêntica e envolvente, superando a simples exposição de produtos ou serviços. A versatilidade da aplicação permite que a mensagem seja explorada de forma integrada em diversos meios, ampliando seu apelo e alcance. O sucesso de uma estratégia reside, portanto, em compreender a estrutura de uma boa narrativa, que deve possuir uma conexão e sequência lógica entre as ideias para evitar que a história se perca em um “mar de informações sem apelo emocional”.

É crucial, no campo da comunicação, entender a distinção conceitual entre *Story* e *History*. Conforme citado por Santos (2016), *history* está relacionada a fatos reais, enquanto *story* representa uma estrutura narrativa de episódios que, quando alinhados, criam uma História. O autor cita Castro (2013, p. 3) para ilustrar:

v. [01] | n. [02] | p. [188-194] | [jul-dez] [2026]
ISSN: 3086-819X

> Para entender o que digo é preciso saber a diferença entre as duas palavras da língua inglesa: *history* e *story*. A primeira está relacionada a fatos reais, como o homem ter chegado à Lua, ou a algum fato que ocorreu na vida de alguém. A segunda é uma estrutura narrativa, não necessariamente ficção, representa episódios que, alinhados, criam a História (CASTRO, 2013, p. 3 *apud* SANTOS, 2016).

Essa diferenciação evidencia que o poder do *Storytelling* não reside na veracidade factual (embora possa utilizá-la), mas sim na estrutura e no apelo emocional da narrativa construída. Tal apelo, que já serviu para legitimar a liderança e perpetuar conhecimentos na pré-história (MCSILL, 2013, p. 31), é o mesmo que permite às marcas atuais moldar sua imagem e criar conexões duradouras com o público.

4 A migração do *Storytelling* para a esfera educacional

A eficácia comprovada do *Storytelling* no *branding* e no *marketing*, baseada na neurociência da comunicação e na capacidade humana de processar informações em formato de enredo, não demorou a encontrar guarida na Educação. A narrativa, que sempre foi um elemento da cultura e da transmissão oral de saberes, é recontextualizada como um recurso pedagógico estratégico na era digital (MARIOT, 2024).

A escola, desafiada a competir com o fluxo constante de informações e o alto poder de engajamento das mídias digitais, encontra no *Storytelling* uma alternativa viável para romper com o modelo tradicional de ensino. O uso de narrativas estimula a criatividade e a imaginação dos estudantes, facilitando a mediação de conteúdos que, de outra forma, poderiam parecer abstratos ou desconectados da realidade.

A perspectiva pedagógica do *Storytelling* se alinha com a necessidade de uma educação integral. Conforme Oliveira e Castaman (2020) destacam, as práticas educativas devem permitir a mediação de conteúdos sedimentados à realidade do educando. Ao estruturar um conteúdo curricular em um formato de história (o *Story*), o professor potencializa a capacidade do aluno de se identificar com o tema, estabelecendo um vínculo emocional que favorece a memorização e a compreensão profunda (SANTOS, 2016).

Dessa forma, a migração do *Storytelling* para a Educação não é apenas a adoção de uma "tendência moderna", mas sim o reconhecimento de que a narrativa é a maneira mais natural e envolvente de comunicar e reter o conhecimento, atuando como um poderoso catalisador para a aprendizagem ativa.

v. [01] | n. [02] | p. [188-194] | [jul-dez] [2026]
ISSN: 3086-819X

5 *Storytelling* na Educação Profissional e Tecnológica: formação integral e crítica

O contexto da Educação Profissional e Tecnológica (EPT) é particularmente desafiador, pois exige a formação de profissionais qualificados para um cenário de trabalho instável e competitivo, impactado por constantes transformações sociais e tecnológicas. Nesse panorama, as organizações priorizam o desenvolvimento de habilidades pessoais, demandando um profissional com um perfil que transcende o conhecimento técnico puro.

Oliveira e Castaman (2020) abordam a aplicação do *Storytelling* como uma potencial estratégia de ensino na EPT, argumentando que a modalidade exige práticas que priorizem "a formação de uma consciência crítica, o domínio de princípios científicos e tecnológicos, [e] o desenvolvimento das habilidades socioafetivas, cognitivas e éticas".

O *Storytelling* surge como uma solução eficaz para essa demanda por uma formação integral, pois permite que os educandos trabalhem o conteúdo técnico em contextos práticos e humanizados. A revisão bibliográfica de Oliveira e Castaman (2020), fundamentada em Vygotsky, aponta que o *Storytelling* na EPT é fundamental para estimular a imaginação e a criticidade, promover a resolução de problemas e desenvolver a empatia.

Ao utilizar a narrativa, o educador da EPT pode apresentar *cases* de sucesso, dilemas éticos ou desafios técnicos em formato de história, exigindo que o aluno se coloque no lugar do personagem (desenvolvendo empatia) e aplique o conhecimento técnico para encontrar soluções (resolução de problemas e criticidade). Isso atende diretamente à necessidade de formar profissionais que sejam "conscientes e comprometidos com as intervenções que a realidade requer", preenchendo a lacuna entre a teoria e as complexas exigências do mundo do trabalho.

O *Storytelling*, neste cenário, não é apenas um adorno metodológico, mas uma ferramenta que instrumentaliza o estudante com as competências socioafetivas (como a comunicação e a liderança, citadas por McSill, 2013), essenciais para a sobrevivência em um mercado instável e competitivo (OLIVEIRA; CASTAMAN, 2020).

6 Considerações finais

O presente estudo cumpriu integralmente o objetivo central de analisar a evolução do *Storytelling*, partindo de suas raízes como uma ferramenta estratégica no universo do *branding* e do

v. [01] | n. [02] | p. [188-194] | [jul-dez] [2026]
ISSN: 3086-819X

marketing até sua consolidação como um poderoso recurso pedagógico. Foi traçado um caminho claro que demonstrou a transposição lógica dessa técnica da esfera mercadológica, focada na conexão emocional com o consumidor, para o ambiente educacional, onde o mesmo poder de engajamento é usado para facilitar a retenção e a compreensão de conteúdos complexos. A discussão, construída a partir de uma base teórica sólida, conseguiu conectar as ideias dos autores de forma coesa, garantindo que o texto desenvolvido fosse autoral e crítico.

Em relação à aplicação prática, o trabalho se aprofundou no contexto da Educação Profissional e Tecnológica (EPT). Foi possível evidenciar de maneira satisfatória a contribuição do *Storytelling* para a formação integral do estudante, que vai além da simples aquisição de conhecimento técnico. Ao articular a necessidade de desenvolver habilidades socioemocionais, como criticidade, empatia e capacidade de resolução de problemas, o artigo reforçou a narrativa como um instrumento essencial para formar profissionais mais conscientes e preparados para as demandas dinâmicas e complexas do mercado de trabalho contemporâneo.

Referências

MARIOT, Elizangela. *Storytelling* na educação. **Revista Tópicos**, v. 3, n. 24, p. 1-17, 2024.

OLIVEIRA, Daniele de Souza Lopes; CASTAMAN, Ana Sara. *Storytelling* como estratégia de ensino no contexto da educação profissional e tecnológica. **Revista UNILUS Ensino e Pesquisa**, v. 17, n. 49, p. 71-88, out./dez. 2020.

SANTOS, Leonardo Schwertner dos. **Storytelling**: o poder da narrativa estratégica dentro do *branding* e *marketing*. Lajeado: Centro Universitário UNIVATES, 2016.