
CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR MÁRIO ANTÔNIO VERZA
ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM
ADMINISTRAÇÃO

PODCAST ESCOLAR: UMA PROPOSTA DE ESTRATÉGIA DE
INTEGRAÇÃO E FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL NA ETEC DE
PALMITAL (SP)

Carolini Victória de Mattos Faria

Kelly Carolina da Silva Gasparini

Lucas Henrique Gasparini Andrade

Lyvia de Paula Bernini

Maria Clara Gomes Ribeiro

Professora orientadora: Ma. Mariana O. T. B. Mendonça

Professor coorientador: Esp. Marcos Antonio Paludetto

RESUMO

Este estudo apresenta a proposta de criação de um podcast escolar como estratégia de marketing digital para aprimorar a comunicação interna na ETEC Professor Mário Antônio Verza. A pesquisa inicial, realizada em 2024, identificou fragilidades na circulação de informações entre alunos e gestores, sobretudo sobre vestibulares e mercado de trabalho, além da baixa visibilidade institucional. Adotou-se uma metodologia mista, envolvendo pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e pesquisa-ação, fundamentada em autores como Cláudio Torres (2009) e Paulo Faustino (2019). Em 2025, novas coletas foram realizadas por meio de questionários e entrevistas com estudantes, professores e gestores, permitindo avaliar o impacto do podcast no engajamento e na disseminação de informações. O projeto, desenvolvido ao longo de sete meses, destacou-se pela participação ativa dos alunos na produção de conteúdo, estimulando representatividade, pertencimento e competências comunicativas. Consideraram-se ainda as restrições impostas pela Lei Federal nº 15.100/2025¹ e pela Lei Estadual nº 18.058/2024², que limitam o uso de

¹ BRASIL. Lei Federal nº 15.100/2025. Disponível em:
<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/lei/l15100.htm>. Acesso em: 09 abr. 2025.

celulares nas escolas, evidenciando o podcast como alternativa informativa alinhada às normativas. Conclui-se que a iniciativa fortaleceu a comunicação institucional e ampliou a presença digital da escola, demonstrando o potencial do podcast como ferramenta educativa.

Palavras-chave: Marketing Digital; Comunicação Escolar; Podcast; Engajamento; Educação.

INTRODUÇÃO

O podcast configura-se como um formato de produção midiática em áudio distribuído digitalmente, geralmente por meio de arquivos no formato MP3 ou via streaming, e acessado sob demanda. Diferentemente do rádio tradicional, o conteúdo pode ser ouvido a qualquer momento e em diferentes dispositivos, conforme a escolha do ouvinte. Considerado uma Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) relativamente recente, o podcast surgiu em 2004, com os primeiros registros de produção no Brasil no ano de 2005 (FREIRE, 2013). Desde então, tem se consolidado como uma ferramenta de comunicação e difusão de conteúdo, ganhando destaque em escala global, especialmente após o envolvimento de grandes plataformas, como Google e Spotify (TRINDADE, 2019).

Paralelamente à difusão dessas tecnologias, observa-se no contexto educacional a necessidade de repensar as práticas comunicacionais e pedagógicas, a fim de acompanhar as transformações no modo como os sujeitos se informam, interagem e aprendem. Em particular, a comunicação no ambiente escolar tem se revelado um fator determinante para o desempenho acadêmico e o engajamento da comunidade escolar. Diante da crescente presença das mídias digitais no cotidiano dos estudantes, novas formas de interação entre docentes, discentes e gestores vêm sendo exploradas, visando ao fortalecimento do vínculo entre a escola e a comunidade, bem como à promoção de práticas pedagógicas mais dinâmicas e colaborativas.

Neste cenário, o presente artigo propõe a implementação de um podcast escolar na ETEC Professor Mário Antônio Verza, com o objetivo de aprimorar os canais de comunicação interna e ampliar a visibilidade institucional. A proposta

² BRASIL. Lei Estadual nº 18.058/2024. Disponível em:
<<https://www.al.sp.gov.br/norma/210299>>. Acesso em: 09 abr. 2025.

fundamenta-se nos resultados de uma pesquisa realizada em 2024 junto à comunidade escolar, a qual revelou dificuldades no acesso a informações relevantes, como orientações sobre vestibulares, inserção no mercado de trabalho e outros temas pertinentes à formação acadêmica e profissional dos estudantes. A mesma pesquisa também apontou o baixo reconhecimento da instituição na região, apesar de seu potencial educativo.

Assim, propõe-se o uso do podcast como uma estratégia comunicacional e pedagógica capaz de atuar tanto na divulgação institucional quanto na diversificação das metodologias de ensino. Ao articular conteúdo informativo e formatos midiáticos contemporâneos, busca-se fomentar aprendizagens mais motivadoras, interativas e alinhadas ao universo sociotécnico dos alunos. Conforme destacado por Soares e Barin (2016, p. 218), “as ferramentas tecnológicas podem contribuir para a qualidade da educação, além de aproximar a escola do universo do aluno”.

Além disso, o uso de podcasts no contexto educacional abre espaço para reflexões mais amplas sobre a cultura digital e seus impactos na formação dos estudantes. A crescente presença de dispositivos móveis, plataformas de streaming e redes sociais cria novas demandas por conteúdos ágeis, acessíveis e interativos. Assim, iniciativas como a proposta neste estudo se tornam ainda mais relevantes, pois dialogam diretamente com os hábitos de consumo midiático das novas gerações. Ao incorporar essas práticas às rotinas institucionais, a escola fortalece sua capacidade de comunicar-se com os alunos por meio de formatos que lhes são familiares, promovendo engajamento e ampliando as possibilidades de aprendizagem.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Marketing Digital e Podcast

O conceito de marketing digital consiste no desenvolvimento de estratégias de marketing com o intuito de promover produtos ou serviços através dos meios digitais. Conforme Faustino (2019), o marketing digital baseia-se essencialmente na integração dos conceitos tradicionais de marketing em conjunto com a tecnologia e o âmbito digital disponível atualmente. Por esse

fato, é essencial entender não somente de tecnologia, mas também de marketing. Ainda, conforme o autor:

“É comum confundir o marketing digital com o domínio de uma ferramenta digital, tal como os anúncios de Facebook Ads ou de Google Ads³. Na realidade, o marketing digital é muito mais do que isso. É importante também entender que, embora o marketing digital consiste na aplicação dos conceitos tradicionais de marketing aos canais digitais, hoje é importante entender a tecnologia e saber utilizá-la da forma mais assertiva possível [...]”. (Faustino, 2019, p.16)

Partindo desse pressuposto, nota-se que o marketing digital vai além do uso de ferramentas ou plataformas específicas, pois exige uma compreensão profunda dos princípios clássicos do marketing e das possibilidades oferecidas pelas tecnologias digitais. A integração dessas áreas possibilita a criação de estratégias mais eficazes e alinhadas às necessidades do consumidor moderno, cada vez mais conectado, interativo e exigente. Portanto, o sucesso no ambiente digital depende da união entre os conhecimentos técnico e estratégico para a construção de relacionamentos duradouros e experiências de valor.

Além disso, ao falar de marketing digital é importante abordar também que o marketing de conteúdo é indispensável, considerando o número de conteúdos disponíveis na internet, como artigos, vídeos, fotografias e etc. Especialmente aqueles com caráter educativo, que agregam valor ao público ao informar, orientar e auxiliar na tomada de decisões de forma mais consciente. Além disso, em setores como a educação, por exemplo, o marketing de conteúdo é uma ferramenta estratégica para atrair e engajar estudantes, oferecendo informações relevantes que contribuem para o aprendizado e desenvolvimento de todos os interessados.

Do mesmo modo, Zygmunt Bauman (2001) ressalta que, em tempos de modernidade líquida, a educação precisa se adaptar à velocidade da informação e à fluidez das relações sociais. E ferramentas como *Podcasts* atendem a essa lógica ao permitir acesso flexível, portátil e personalizado ao conhecimento. Nesse contexto, a aplicação dessa estratégia no ambiente escolar não só potencializa o marketing digital interno, como também contribui diretamente para

³ Facebook Ads mostra anúncios com base em interesses e comportamentos para criar interesse e demanda.

O Google Ads se concentra em exibir anúncios para quem já está procurando ativamente por algo.

a inovação no processo de aprendizagem. Portanto, a tecnologia apresentada por um *podcast* possibilita mudanças significativas dentro da sociedade da informação, pois no contexto da sociedade globalizada, a informação veiculada na rede mundial de computadores (internet) constitui a principal fonte de aquisição de conhecimento por parte dos indivíduos, no que tange aos seus interesses específicos. Como exemplificação, uma experiência bem sucedida que utiliza o podcast como ferramenta de aprendizagem é o *iTunes*, adotado por uma instituição dos Estados Unidos com a participação da Apple por meio do serviço *iTunes U*, o qual permite o oferecimento de aulas em formato de podcast. Uma estudante de biologia da Universidade Drexel, na Filadélfia, expressou sua satisfação com a iniciativa de inovação, afirmando que “nada é melhor do que ouvir o professor enquanto se pedala bicicleta no ginásio”. Nesse sentido, evidencia-se o resultado positivo do projeto. Entre suas vantagens, destaca-se a flexibilidade oferecida ao público, que pode usufruir do conteúdo do podcast de maneira que considere conveniente. Essa característica permite ao ouvinte realizar outras atividades simultaneamente, sem a necessidade de permanecer parado ou sentado, tornando o consumo da informação mais acessível e adaptável à rotina dos estudantes. (MOURA, 2006, p. 1 - 2).

No contexto escolar, observa-se uma necessidade crescente de adotar abordagens mais dinâmicas e acessíveis para a circulação do conhecimento. À vista disso, propôs-se a criação de um podcast especialmente voltado para os estudantes, mas com um propósito mais amplo: constituir-se como uma fonte de informação e aprendizagem para todos os membros da comunidade escolar, incluindo professores e funcionários. O objetivo não é apenas tratar de temas acadêmicos, mas também ampliar o horizonte de conhecimento dos ouvintes, abordando questões que impactam o cotidiano escolar e promovendo, assim, um ambiente de aprendizado mais integrado e colaborativo

Desenvolvimento e Implementação do Podcast Escolar

Desse modo, para garantir que o podcast alcance toda a comunidade escolar, propõe-se a utilização de diversas plataformas de divulgação. A implementação do podcast nas escolas deve ocorrer de forma estratégica e colaborativa. Para isso, o projeto de transmissão digital escolar sugere que seu

desenvolvimento seja conduzido por uma equipe formada por alunos e professores, responsável pela produção dos episódios e pela garantia da diversidade de temas e perspectivas abordadas.

Com esse propósito, empregou-se o método de pesquisa quantitativa, elaborado por meio do aplicativo Google Forms, o que permitiu que todos os membros da comunidade escolar respondessem rapidamente e de maneira objetiva aos assuntos inicialmente propostos. Dessa forma, o formulário possibilitou uma compreensão mais precisa dos interesses dos alunos e facilitou a identificação dos temas prioritários a serem trabalhados nos episódios.

Após a aplicação do questionário, constatou-se que o tema mais votado foi o mercado de trabalho, incluindo suas características e os possíveis caminhos profissionais. Esse resultado possivelmente se deve ao fato de que muitos alunos ingressarão em breve no mercado, ou, em alguns casos, já se encontram inseridos nesse contexto. Além disso, os dados evidenciaram que os estudantes apresentam dúvidas, inseguranças e interesses que as escolas — mesmo as técnicas — por vezes não conseguem sanar de maneira completa.

A análise detalhada das respostas também revelou nuances importantes sobre as expectativas dos alunos em relação aos conteúdos digitais produzidos pela escola. Muitos participantes enfatizaram a necessidade de acessar informações de forma clara, objetiva e centralizada, evitando a dispersão que frequentemente ocorre nos canais tradicionais de comunicação interna. Essa percepção reforça a ideia de que, além de inovar na forma de transmissão das mensagens, o podcast pode otimizar a organização das informações institucionais, servindo como uma alternativa moderna e eficiente para alcançar diferentes públicos, independentemente da série, curso ou turno.

Diante desses resultados, uma forma encontrada para apoiar os alunos na transição para a vida adulta e profissional foi a criação de um episódio de podcast em que um profissional da área compartilhou informações relevantes e inspirou os estudantes a darem os primeiros passos em suas trajetórias. Esse convidado, com autoridade no assunto, pôde discorrer abertamente sobre o funcionamento do mercado, bem como sobre a importância das habilidades técnicas e comportamentais exigidas pelas empresas.

Do ponto de vista acadêmico, buscou-se abordar as inseguranças e expectativas que os alunos apresentam em relação ao tema, considerando que muitos se sentem indecisos diante das escolhas que precisam fazer. Com o apoio de profissionais, buscou-se também conferir visibilidade a diferentes áreas de atuação, uma vez que muitos estudantes desconhecem a amplitude de oportunidades oferecidas pelo mercado de trabalho.

No segundo episódio, em consonância com os resultados do formulário, observou-se o interesse dos estudantes pelos temas relacionados aos vestibulares. A problemática decorrente da organização curricular em sistema híbrido — que integra o curso técnico e a base comum de conhecimentos gerais — reduz a carga horária de disciplinas básicas para acomodar conteúdos técnicos, realidade vivenciada também pelos autores. Nesse contexto, o desejo dos alunos por conteúdos sobre vestibulares mostrou-se evidente. O Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), uma das principais vias de acesso às instituições públicas que utilizam esse sistema avaliativo, representou preocupação central para os respondentes — fato reforçado pela informação de que, 94% dos concluintes do ensino médio em rede pública realizaram sua inscrição no exame, segundo dados divulgados pela CNN Brasil em 2024. Entretanto, as situações mencionadas revelam uma realidade recorrente em diversas instituições, que ainda carecem de preparo adequado de qualidade para orientar os adolescentes. Assim, iniciativas como o podcast tornam-se um importante apoio para a escola, auxiliando tanto os concluintes quanto toda a comunidade escolar ao oferecer meios de orientação e informação. Em vista da demanda evidenciada, a criação do episódio em parceria com professores experientes no tema mostrou-se essencial, funcionando como um “braço preparatório” para futuros universitários.

Por fim, o terceiro tema mais votado pelos estudantes foi “temas discutidos na atualidade”, cuja proposta consiste em debater acontecimentos contemporâneos e como tais eventos afetam o cotidiano e moldam perspectivas sobre o futuro. Assim, o podcast busca trazer à tona questões sociais relevantes, promovendo informação e conscientização sobre temas ambientais, educacionais e relacionados às pressões exercidas pelas redes sociais. Para isso, sugere-se o convite de profissionais de diferentes áreas, de modo a

oferecer uma visão ampla e esclarecer dúvidas comuns, ampliando o conhecimento dos ouvintes e compartilhando informações qualificadas. Após esses três episódios, recomenda-se a aplicação de um novo questionário por meio do Google Forms, com o intuito de indicar novos conteúdos a serem desenvolvidos pelo podcast escolar.

No que se refere à operacionalização do projeto, propõe-se que as gravações ocorram mensalmente com o aporte de equipamentos como microfones, câmeras e softwares gratuitos de edição. A proposta é que o espaço escolar seja utilizado como um ambiente criativo e aberto com alcance para toda a comunidade escolar. A distribuição dos episódios pode ser realizada por meio de plataformas digitais, tais como *Spotify*, *YouTube* e *Instagram* e, a divulgação, reforçada pelos canais de comunicação internos utilizados pela escola, tais como grupos de *WhatsApp*, *Jornal Escolar* e entre outros. O intuito é que o projeto seja ouvido e se torne uma fonte confiável de informações no ambiente educacional.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesse tópico são apresentados os resultados das pesquisas realizadas por meio da análise quantitativa, método que possibilita a coleta de dados numéricos e a análise estatística de informações obtidas. A aplicação da pesquisa ocorreu por meio de um formulário online, disponibilizado a estudantes de diferentes cursos e turmas da instituição. Com um total de **167 respostas**, os dados coletados mostraram-se fundamentais para o desenvolvimento do podcast. No gráfico, são apresentadas as informações referentes aos temas mais votados para compor o conteúdo do podcast escolar.

Por gentileza, selecione o ano e o curso em que você estuda:

167 respostas

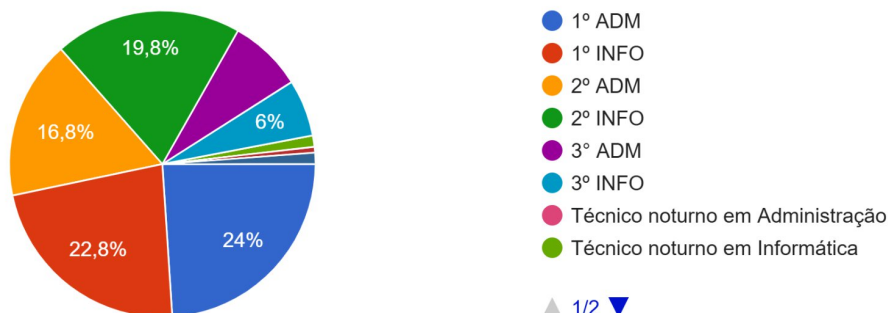


Figura 1

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

A pesquisa contou com a participação dos estudantes de cursos técnicos integrados da instituição. Conforme indicado na Figura 1, observa-se que a maioria dos respondentes pertencem ao 1º e ao 2º ano dos cursos do Ensino Médio Técnico em Administração e em Informática, representando mais de 80% das respostas. Nota-se uma participação reduzida dos alunos dos 3º anos e dos cursos técnicos noturnos, o que sugere maior engajamento dos estudantes em etapas iniciais e intermediárias da formação.

Agora selecione 4 temas que você gostaria de ver dentro de um podcast escolar:

167 respostas

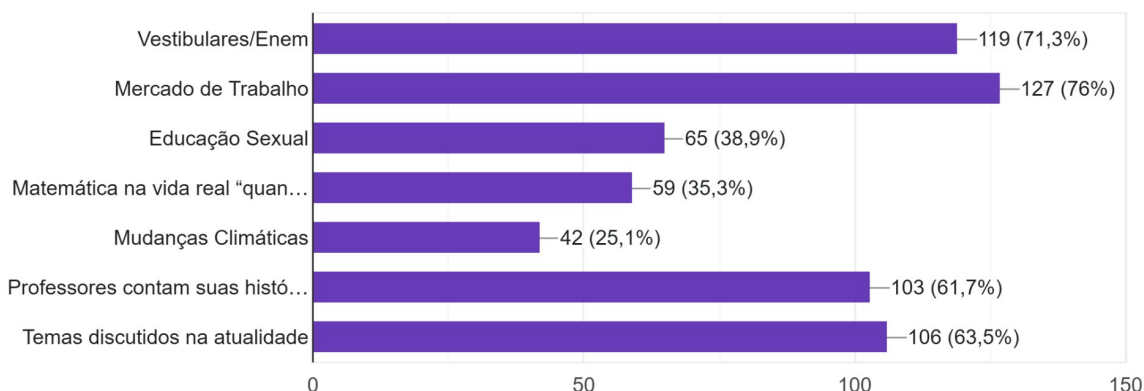


Figura 2

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Entre os temas de maior interesse destacam-se: **Mercado de Trabalho, Vestibulares/ENEM, Temas discutidos em sala e Professores compartilhando suas experiências.** Os dados apresentados na Figura 2 confirmam que os alunos valorizam conteúdos que dialogam diretamente com sua realidade educacional, profissional e social, reforçando a importância de uma comunicação interna estratégica, orientada às necessidades e expectativas da comunidade escolar.

Os resultados obtidos também permitem refletir sobre os desafios enfrentados pela instituição no que diz respeito à comunicação estratégica. Embora a escola utilize diversos meios para informar seus estudantes, como murais, grupos de mensagens e comunicados presenciais, o levantamento de dados revelou que muitos alunos ainda se sentem desconectados dos fluxos informacionais. Esse cenário indica a necessidade de repensar práticas comunicacionais de maneira mais integrada, considerando especialmente os hábitos midiáticos dos jovens. Assim, o podcast surge como uma alternativa capaz de complementar e modernizar os canais já existentes, proporcionando maior abrangência, clareza e regularidade nas informações transmitidas.

PROTÓTIPO



Figura 3

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

O protótipo do site, apresentado na Figura 3, constitui a representação visual e funcional de um projeto de marketing digital cuidadosamente estruturado, elaborado com o intuito de solucionar desafios reais na comunicação institucional de uma escola. Ele evidencia de que modo uma ferramenta digital pode atuar como estratégia para fortalecer a presença online da instituição e estabelecer um diálogo eficaz com as novas gerações.

Outro ponto relevante observado no desenvolvimento do protótipo diz respeito à preocupação com a experiência do usuário. A disposição dos elementos, a hierarquia visual e a escolha das cores foram pensadas para garantir uma navegação intuitiva e agradável, estimulando o visitante a explorar as seções do site e interagir com os conteúdos disponíveis. Essa atenção aos detalhes demonstra a importância do design na construção de projetos digitais educacionais, uma vez que a atratividade visual pode influenciar diretamente o interesse e o engajamento do público. Dessa forma, o protótipo não apenas materializa a proposta do podcast, mas também reforça a necessidade de incorporar princípios de usabilidade e acessibilidade nas produções digitais escolares.

O design moderno da página inicial, aliado à identidade visual adotada, foi concebido para estabelecer conexão imediata com o público jovem. O subtítulo **“De aluno para aluno”** constitui o pilar central do projeto, ao propor um canal de comunicação horizontal e acessível, no qual os estudantes assumem o papel de protagonistas na produção e disseminação de conteúdo.

As seções apresentadas no protótipo cumprem funções estratégicas para a compreensão global do projeto. A seção "Sobre Nós", que descreve a origem do podcast a partir da criatividade dos estudantes, contribui para humanizar a iniciativa e enfatiza sua missão de promover o desenvolvimento de habilidades comunicacionais e colaborativas. O campo destinado ao envio de sugestões reflete princípios da metodologia de pesquisa-ação, ao facilitar a coleta direta de *feedback* e garantir que o projeto se ajuste continuamente às necessidades de seu público.

Em síntese, o protótipo do **PapoTec** demonstra como a pesquisa bibliográfica e investigação de campo culminaram na criação de uma ferramenta eficaz de comunicação interna. O projeto cria a imagem de uma instituição inovadora e atenta às demandas de seus alunos, cumprindo o objetivo de fortalecer os fluxos de comunicação e consolidar sua presença digital diante das futuras gerações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar a possibilidade de implementação de um podcast escolar como estratégia de marketing digital para aprimorar a comunicação interna e ampliar a visibilidade institucional da ETEC Professor Mário Antônio Verza. A proposta surgiu a partir de uma necessidade identificada junto à comunidade escolar, que demonstrou dificuldades no acesso a informações relevantes, especialmente relacionadas ao mercado de trabalho, vestibulares e temas contemporâneos.

A partir de uma abordagem metodológica mista, utilizou-se um formulário online, para compreender as demandas comunicacionais dos estudantes. Os resultados evidenciaram grande interesse por conteúdos que dialogam diretamente com sua vivência acadêmica e expectativas profissionais. A pesquisa revelou participação significativa dos alunos do 1º e 2º anos dos cursos do Ensino Médio Técnico em Administração e em Informática, que representaram mais de 80% das respostas. Esse dado aponta para um maior envolvimento dos estudantes nas etapas iniciais da formação, possivelmente motivado pela busca ativa por informações que contribuam para suas escolhas acadêmicas e profissionais. Em contrapartida, a baixa adesão dos alunos do 3º ano e dos cursos técnicos noturnos indica a necessidade de ações mais inclusivas, considerando fatores como carga horária, atividades externas e preparação para o ensino superior. Diante disso, a criação do podcast mostrou-se uma iniciativa eficaz para disseminar informações essenciais, fortalecer o protagonismo estudantil e promover maior integração entre os membros da escola.

Concluiu-se, portanto, que o podcast se constitui como ferramenta relevante tanto no âmbito educativo e quanto comunicacional, contribuindo para

a valorização da imagem institucional e para a construção de um ambiente escolar mais conectado às tecnologias contemporâneas. Os resultados das pesquisas confirmam que ouvir os estudantes e compreender suas demandas é fundamental para o desenvolvimento de práticas comunicativas mais acolhedoras, democráticas e representativas, capazes de fortalecer o vínculo entre escola e comunidade.

Além disso, a experiência proporcionada pela implementação do podcast evidencia a importância de estimular projetos que conectem criatividade, tecnologia e protagonismo juvenil dentro da escola. Quando os estudantes participam ativamente da construção de conteúdos que dialogam com sua realidade, fortalecem habilidades essenciais como comunicação, trabalho em equipe, pensamento crítico e gestão de informações — competências indispensáveis para a formação cidadã e para o mundo do trabalho. Dessa maneira, o projeto não apenas aprimora a comunicação institucional, mas também se consolida como uma prática educativa transformadora, capaz de ampliar horizontes e promover maior autonomia na trajetória acadêmica dos alunos.

SCHOOL PODCAST: A STRATEGY FOR INSTITUTIONAL INTEGRATION AND STRENGTHENING AT ETEC DE PALMITAL (SP)

ABSTRACT

This study presents the proposal for creating a school podcast as a digital marketing strategy to improve internal communication at ETEC Professor Mário Antônio Verza. The initial research, conducted in 2024, identified weaknesses in the circulation of information between students and administrators, especially regarding entrance examinations and the job market, as well as low institutional visibility. A mixed methodology was adopted, involving bibliographic research, field research, and action research, grounded in authors such as Cláudio Torres and Paulo Faustino. In 2025, new data collections were carried out through

questionnaires and interviews with students, teachers, and administrators, allowing an assessment of the podcast's impact on engagement and information dissemination. The project, developed over seven months, stood out for the active participation of students in content production, fostering representation, belonging, and communication skills. The study also considered the restrictions imposed by Federal Law No. 15.100/2025 and State Law No. 18.058/2024, which limit the use of cell phones in schools, highlighting the podcast as an informative alternative aligned with these regulations. It is concluded that the initiative strengthened institutional communication and expanded the school's digital presence, demonstrating the potential of the podcast as an educational tool.

Keywords: Digital Marketing; School Communication; Podcast; Engagement; Education.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Zahar, Rio de Janeiro, 2001. Disponível em:

<https://www.google.com.br/books/edition/Modernidade_l%C3%ADquida/TXLTDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&pg=PT3&printsec=frontcover>. Acesso em: 06 ago. 2025.

FAUSTINO, Paulo. **Marketing digital na prática**. São Paulo, SP. DVS. 2019. Acesso em: <https://www.ispsn.org/sites/default/files/documentos-virtuais/pdf/marketing_digital_na_pratica_como_criar_do_zero_uma_estrategia_de_marketing_digital_para_promover_negocios_ou_produtos_paulo_faustino_z-lib.org_.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2025.

FREIRE, Eduardo. **Tecnologia Educacional: podcast na educação profissional e tecnológica**. Revista Eletrônica Científica Ensino Interdisciplinar, Mossoró, v. 16, 2020. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/341487048_TECNOLOGIA_EDUCACIONAL_PODCAST_NA_EDUCACAO_PROFISSIONAL_E_TECNOLOGICA>. Acesso em: 11 jun. 2025.

MOURA, Adelina Maria Carreiro; CARVALHO, Ana Amélia Amorim. **Podcast: uma ferramenta para usar dentro e fora da sala de aula**. Braga, Portugal. Escola Profissional de Braga; Universidade do Minho, Instituto de Educação e Psicologia. 2006. Disponível em: <<https://repositorio.upt.pt/server/api/core/bitstreams/995d4e16-1b0b-4422-8a58-4aaab13ed3c4/content>>. Acesso em: 18 jun. 2025.

PINOTTI, Fernanda. **Enem 2024: abstenção no primeiro dia é de 26,6%**. CNN Brasil. 3 nov. 2024. Disponível: <<https://www.cnnbrasil.com.br/educacao/enem-2024-abstencao-no-primeiro-dia-e-de-266/>>. Acesso em: 27 de ago. 2025.

SOARES, Aline Bairos; BARIN, Cláudia Smaniotto. **Podcast: potencialidades e desafios na práxis educativa**. São Paulo, SP. Revista Tecnologias na Educação. 2016. Disponível em: <<https://tecedu.pro.br/wp-content/uploads/2016/07/Art33-vol14-jul2016-Podcast-Potencialidades-e-desafios-na-pr%C3%A1xis-educativa.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2025.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital**. São Paulo: Novatec Editora, 2009. Disponível em: https://www.academia.edu/41000261/A_Biblia_do_Marketing_Digital_Claudio_Torres [OBJ]. Acesso em: 19 mar. 2025.

TRINDADE. **Tecnologia Educacional: podcast na educação profissional e tecnológica**. Revista Eletrônica Científica Ensino Interdisciplinar, Mossoró, v. 16, 2020. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/341487048_TECNOLOGIA_EDUCACIONAL_PODCAST_NA_EDUCACAO_PROFISSIONAL_E_TECNOLOGICA>. Acesso em: 11 jun. 2025.