

PODCASTS NA EDUCAÇÃO: A PREFERÊNCIA DA GERAÇÃO Z

PODCASTS IN EDUCATION: THE PREFERENCE OF GENERATION Z

Yasmin Coelho – B42

<yasmin@b42.com>

Resumo. A Geração Z busca métodos inovadores, como os podcasts, que oferecem flexibilidade nos estudos. No contexto do ensino a distância (EAD), esses recursos facilitam e se destacam por trazer um acesso maior ao conhecimento e uma complementação ao aprendizado. Estudos indicam que o uso de áudios no âmbito educacional melhora a retenção de informações, tornando-os eficazes no ensino. No entanto sua implementação exige planejamento pedagógico e acessibilidade.

Palavras-chave: geração Z; podcasts; aprendizagem ativa; inclusão; inovação.

Abstract. Generation Z seeks innovative methods, such as podcasts, which offer flexibility in studies. In the context of distance learning (EAD), these resources facilitate and stand out for providing greater access to knowledge and complementing learning. Studies indicate that the use of audio in the educational field improves information retention, making them effective in teaching. However, their implementation requires pedagogical planning and accessibility.

Keywords: generation Z; podcasts; active learning; inclusion; innovation

1 Introdução

A Geração Z, composta por indivíduos nascidos entre 1995 e 2010, busca métodos de aprendizagem dinâmicos, alinhados com a familiaridade que possuem com as novas tecnologias. Nesse cenário, os podcasts emergem como uma ferramenta educacional promissora, oferecendo flexibilidade e acessibilidade ao ensino.

Estudos, como o da Universidade de Stanford (2021), indicam que os alunos que utilizaram *podcasts* como suporte no aprendizado escolar, tiveram um aumento de 20% na retenção de informações. Dado esse, sugere que o formato auditivo pode potencializar a aprendizagem, especialmente no ensino a distância (EAD) e em metodologias híbridas.

Diante do presente contexto, este artigo investiga a efetividade dos podcasts como ferramenta educacional, e analisa as vantagens e desafios no engajamento dos estudantes.

2 Desenvolvimento

O avanço da tecnologia alavancou significativamente a sociedade e, conseqüentemente, mudou o processo de aprendizagem. O podcast surgiu como uma alternativa inovadora, para facilitar o engajamento dos estudantes. Esse avanço se alinha à demanda da Geração Z, que, imersa no mundo digital, busca conteúdos dinâmicos.

A Geração Z, por crescer em um ambiente tecnológico, tem sua preferência por conteúdos em áudio. Segundo uma pesquisa realizada pelo *Spotify*, essa geração é a que mais cresce enquanto público consumidor de *podcasts*, tendo um potencial significativo para aprofundamento e aprendizagem significativa. Além do seu potencial pedagógico, os podcasts promovem a inclusão. Para pessoas com dislexia e pessoas cegas, o formato auditivo proporciona uma maneira mais fluida de consumir conteúdos, reduzindo barreiras textuais. Entretanto, apesar das vantagens, a adoção dos podcasts como ferramenta educacional enfrenta desafios. Um dos principais entraves é a necessidade de planejamento pedagógico adequado. Estudos apontam que, sem uma curadoria rigorosa, o uso de podcasts pode se tornar superficial. Além disso, a acessibilidade tecnológica ainda é um obstáculo para estudantes em contextos socioeconômicos desfavorecidos. Assim, a integração dos podcasts na educação vai além da simples transmissão de informações. Seu uso estratégico pode proporcionar um ensino mais dinâmico e acessível. No entanto, é fundamental superar desafios como a necessidade de planejamento pedagógico, a curadoria de conteúdos e a ampliação da acessibilidade.

3 Conclusão

A integração entre tecnologia e educação tem transformado as práticas pedagógicas, e os podcasts surgem como uma ferramenta inovadora e acessível. Este artigo demonstrou que os podcasts podem atender às necessidades da Geração Z, promovendo um aprendizado ativo. No entanto, sua adoção eficaz requer planejamento pedagógico e políticas para garantir o acesso à tecnologia. A potencialização dos benefícios dos podcasts depende de esforços institucionais para utilizá-los. Como perspectivas para futuras pesquisas, sugere-se a investigação do impacto dos podcasts na aprendizagem, e a comparação entre o uso de *podcasts* e outros recursos digitais.

Referências

MUNDO DO MARKETING. Geração Z prefere plataformas de áudio como entretenimento. Disponível em: <https://mundodomarketing.com.br/geracao-z-prefere-plataformas-de-audio-como-entretenimento>. Acesso em: 21 dez. 2024.

ROSA, T. F. A música na sociedade de consumo. *ComCiência*, Campinas, n. 131, jul. 2011. Disponível em: https://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542011000700004&lng=en. Acesso em: 21 dez. 2024.

Spotify. Culture Next: Geração Z. *Spotify Insights*, 2023. Disponível em: <https://www.spotify.com/pt-br/insights/culture-next-2023>. Acesso em: 21 dez. 2024.