

Evolução na educação

RESUMO

A metodologia de ensino não tem sofrido grandes alterações desde a Antiguidade Clássica, sendo baseada num professor ou mestre que transmite conhecimentos e conteúdos mais ou menos normalizados, num espaço onde todos fisicamente se encontram.

Nos últimos tempos, com o desenvolvimento das TIC, este paradigma tem sofrido algumas alterações, mas, no essencial, mantendo-se a sua matriz.

No entanto, a pandemia COVID19 obrigou-nos a pensar tudo de modo diferente, acabando com todas as resistências que ao longo do tempo foram sendo colocadas, mostrando que a mudança seria a única solução.

Todas as áreas e todas as organizações foram forçadas a perceber que os métodos e processos existentes teriam que ser alterados e as instituições de ensino, professores e alunos foram dos primeiros a adaptarem-se a esta nova realidade.

Assim, a sala virtual retirou parte da importância à sala física, que mesmo em laboratório poderá ser substituída por estágios em empresas, aproximando ainda mais os alunos da aplicação prática do conhecimento.

Alunos e professores deixaram de depender de deslocações e estadias e com estas alterações caíram alguns dos obstáculos à sua participação, por limitações financeiras ou de horários.

Nesta nova realidade, que muito provavelmente implicará um novo paradigma, instituições, professores e alunos deverão evoluir em conjunto, removendo os obstáculos do percurso.

São necessárias respostas para muitas perguntas, entre as quais:

- Como avaliar e certificar num processo que se desenrola cada vez mais à distância?
- Como manter ou mesmo aumentar a profundidade e diversidade de conhecimento?
- Como atender cada vez mais às necessidades e interesses individuais dos alunos?
- Como preparar os alunos para o futuro, sabendo-se que muitas das tarefas desempenhadas pelo homem serão a curto prazo substituídas por robots e inteligência artificial?

A minha tese é que se adapte ao ensino aquilo que o marketing já faz com normalidade: Inbound Marketing (Learning) e Automação de Marketing (Ensino).

Definiria Inbound Learning como um ensino que ajudaria o aluno a focar-se nas suas habilidades, em vez de o impedir de progredir devido às suas incapacidades.

Com o Inbound Learning os alunos receberiam todo o tipo de material de ensino adequado aos seus interesses, preferências, aptidões, ritmo e dificuldades, que seriam determinados pelo seu comportamento de pesquisa e aprofundamento de conhecimento e / ou na gama de interesses em que tenha mostrado aptidão.

Tudo isto poderia ser possível através de técnicas de Automação de Ensino, que disponibilizariam os conteúdos aos alunos e professores de forma automática, com ou sem validação do Professor / Orientador.

Neste paradigma a avaliação poderia obedecer às regras existentes no modelo tradicional, ou num passo mais disruptivo, o grau poderia ser atribuído quando fosse atingido um determinado número de créditos.

O Professor e a Instituição de Ensino, para além de certificarem, seriam Produtores e Curadores de conteúdo/conhecimento a ser disponibilizado aos Alunos, orientando-os nas suas dificuldades e interesses e estimulando a sua curiosidade, criatividade e pensamento crítico.

Neste novo paradigma, os alunos assim formados poderiam estar melhor preparados para um futuro em que a maior parte do trabalho humano, conforme hoje o conhecemos, será substituído por máquinas, Robots, Bots e Inteligência Artificial.

Palavras-chave: Inbound Learning, Automação de Ensino

Abstract

The teaching methodology has not undergone major changes since Classical Antiquity, being generally based on a teacher or master who transmits more or less standardized knowledge and content, in a space where everyone is physically present.

In recent times, with the development of TIC, this paradigm has undergone some changes, but, in essence, maintaining its matrix.

However, the pandemic COVID19, forced us to think differently, putting an end to all the resistances that were put in place over time, showing that change would be the only solution.

All areas and organizations were forced to realize that existing methods and processes would have to be changed and teaching institutions, teachers and students were among the first to adapt to this new reality.

Thus, the virtual room removed part of the importance of the physical room, which even in the laboratory can be replaced by internships in companies, bringing students even closer to the practical application of knowledge.

Students and teachers no longer depend on travel and accommodation, and with these changes, some of the obstacles to their participation have fallen, due to financial or schedule limitations.

In this new reality, which will most likely imply a new paradigm, institutions, teachers and students must evolve together, removing obstacles from the path. Answers are required for many questions, including:

- How to evaluate and certify in a process that takes place more and more at a distance?
- How to maintain or even increase the depth and diversity of knowledge?
- How to increasingly meet students' individual needs and interests?
- How to prepare students for the future, knowing that many of the tasks performed by man will be replaced in the short term by robots and artificial intelligence?

My thesis is that it adapts to teaching what marketing already does normally: Inbound Marketing (Learning) and Marketing Automation (Teaching).

I would define Inbound Learning as a teaching that would help the student to focus on his skills, instead of preventing him from progressing due to his disabilities.

With Inbound Learning, students would receive all types of teaching material appropriate to their interests, preferences, skills, pace and difficulties, which would be determined by their research behavior and deepening knowledge and / or the range of interests in which they have shown fitness.

All of this could be possible through Teaching Automation techniques, which would make the contents available to students and teachers automatically, with or without validation by the Teacher / Advisor.

In this paradigm, the evaluation could obey the rules existing in the traditional model, or in a more disruptive step, the degree could be awarded when a certain number of credits was reached.

The Teacher and a Teaching Institution, in addition to certifying, Producers and Curators of content / knowledge are available to Students, guiding them in their difficulties and interests and stimulating their curiosity, creativity and scientific thinking.

In this new paradigm, students thus trained can be better prepared for the future in which most of the human work, according to today or in knowledge, will be replaced by machines, robots, robots and artificial intelligence.

Keywords: Inbound Learning, Auto-Learning

Patrícia Sofia de Sousa Carvalho

Marketing Digital