

EL COACHING EDUCATIVO COMO ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Lacasa Más, Iván¹, Cullell March, Cristina², Crisóstomo Gálvez, Raquel³

1: Departamento de Comunicación
Facultad de Comunicación
Universitat Internacional de Catalunya
Immaculada, 22 08017 Barcelona
e-mail: lacasa@cir.uic.es, web: <http://www.uic.es>

2: Departamento de Comunicación
Facultad de Comunicación
Universitat Internacional de Catalunya
Immaculada, 22 08017 Barcelona
e-mail: cris.cullell@cir.uic.es, web: <http://www.uic.es>

3: Departamento de Comunicación
Facultad de Comunicación
Universitat Internacional de Catalunya
Immaculada, 22 08017 Barcelona
e-mail: rcrisostomo@cir.uic.es, web: <http://www.uic.es>

Resumen. *La presente comunicación pretende reflejar la percepción que los alumnos tienen sobre la utilidad del coaching, entendido como una actividad de aprendizaje fortalecedora del resto de actividades en el marco de la asignatura. Para ello se ha propuesto una encuesta tipo a los alumnos de 1º y 2º de los Grados de Publicidad y RRPP y Comunicación Audiovisual. Se ha seleccionado a estos grupos por tratarse de los estudios adaptados a Bolonia que están en cursos más avanzados en esta Facultad. En la encuesta se han preguntado cuestiones diversas, como si el coaching ha proporcionado herramientas para desarrollar las competencias previstas en la asignatura; si estas han servido para replantearse actitudes y formas de estudio; o si el la planificación temporal de la actividad es óptimo. El objetivo de incorporar coaching dentro de una asignatura es que el estudiante rinda al máximo de sus posibilidades en el resto de actividades de aprendizaje. Se trata de fomentar que el alumno se acerque más a la excelencia en la adquisición de conocimientos, competencias, habilidades y actitudes, gracias a que se está dedicando parte de la asignatura a ayudarle a afrontar dificultades y a potenciar puntos personales fuertes mediante técnicas de coaching.*

Palabras clave: actividad de aprendizaje; *coaching*; publicidad; comunicación audiovisual; innovación docente.

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UIC, al ser una facultad joven -con ocho años de existencia- ha podido adaptarse a los estudios de Bolonia con mucha facilidad, dado que cuenta con un profesorado muy joven en plantilla y con profesores

asociados y conferenciantes que trabajan en los principales diarios, emisoras y televisiones de Cataluña. Además, imparte dos postgrados: *Comunicación en Moda y Tendencias* y *Periodismo Deportivo*, únicos en sus planteamientos didácticos.

La Universitat Interancional de Catalunya quiere ofrecer a los futuros profesionales de la Comunicación, tanto en las áreas de Periodismo e Internet, Comunicación Audiovisual (Cine, Radio y TV) como en Relaciones Públicas y Publicidad, una metodología completamente adaptada al espacio Europeo de Educación Superior, con una abundancia de talleres para las constantes prácticas de los alumnos dentro de la universidad y las realizadas en los principales medios y agencias de comunicación y publicidad de Cataluña.

La metodología de enseñanza está basada en la atención personalizada al estudiante, tanto a título individual como en pequeños grupos. Se quiere promover la excelencia en los conocimientos, competencias, habilidades y actitudes, de manera que, gracias a una buena asistencia y orientación, cada alumno —con puntos de partida, condiciones personales y circunstancias extraordinariamente distintos— pueda acabar rindiendo al máximo de sus capacidades y extrayendo el máximo provecho de las mismas en su desarrollo personal.

Este es el contexto en el que destaca uno de los pilares estratégicos y diferenciales que plantea la Facultad de Ciencias de la Comunicación: el *coaching* como actividad de aprendizaje dentro de las diferentes materias. Tal como explicita el investigador Rafael Bisquerra, «El *coaching* es un tipo de asesoramiento que tiene como objetivo promover el establecimiento y la aclaración de metas, el desarrollo de competencias personales y profesionales hasta el nivel óptimo, ayudar a superar bloqueos mentales y emocionales y ayudar a llegar a ser lo mejor que uno puede ser.»¹ Esta relación, hoy fomentada sobre todo en el ámbito empresarial, trasladada al terreno de la educación universitaria puede lograr que el estudiante perciba y trabaje sus potencialidades para enfocar y abordar de forma optimizada el resto de actividades de aprendizaje previstas en la misma materia en que se lleve a cabo el *coaching*. El interés de este método es mejorar el desarrollo profesional y personal del alumno, así como hacer énfasis en su proceso de aprendizaje, más que en la mera transmisión de información. Por ello es necesario que el docente se equipare a un *coach* y mantenga una posición no intrusiva, ayudando desde una cierta distancia, desplegando al máximo las potencialidades de cada alumno, tanto en el aula como fuera de ella: por ejemplo, estudiando, elaborando prácticas y trabajos, que sirven para desarrollar las competencias previstas en el planteamiento inicial del curso.²

LA ENCUESTA REALIZADA

Para comprobar la marcha y utilidad de esta actividad de aprendizaje en el plan de estudios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, hemos llevado a cabo una encuesta entre los alumnos de 1º y 2º de los grados que están en cursos más avanzados: Comunicación Audiovisual, y Publicidad y Relaciones Públicas. La encuesta se ha repartido en formato papel y ha consistido en 13 preguntas, 10 de las cuales eran cerradas y las 3 restantes respondían a aportaciones generales del alumno respecto a esta

¹ Bisquerra Alzina, R., (2008). "Coaching: un reto para los orientadores" en REOP. Vol. 19, No 2, 2o Cuatrimestre, pp. 163-170.

² Philips, R. (1995). "Coaching for higher performance" en *Executive Development*, Vol.8, No. 7, 1 pp. 5-7.

actividad de aprendizaje. En total ha respondido el 85% del alumnado de los cursos mencionados anteriormente.

Los aspectos que la Facultad quería contrastar han sido:

1. La planificación temporal del *coaching*; es decir, el momento del semestre en el que la actividad puede resultar óptima para el desarrollo de la materia y su evolución en el aprendizaje.
2. La planificación individual o grupal; concretamente, obtener información acerca del formato que tiene mayor acogida entre el alumnado.
3. La interrelación profesor/alumno en el contexto de la actividad del *coaching*. Con el objetivo de conocer el grado de implicación, tanto del alumno como del profesor, a pesar de que en esta comunicación finalmente sólo abordaremos la perspectiva del alumno. Esta misma cuestión será objeto de futuros estudios dentro nuestra Facultad, para así poder conseguir una panorámica global de este proceso de aprendizaje.

Asimismo, en esta línea, también se ha querido determinar si en el desarrollo de la actividad se producía realmente una comunicación bidireccional entre el docente y el estudiante. Para ello, se ha cuestionado al alumno sobre quien ha asumido el peso de la conversación.

4. Además de las cuestiones metodológicas, básicas para la buena marcha de esta actividad, en la encuesta también se ha querido averiguar el grado de utilidad y transformación que la actividad genera en el alumno. A tal efecto, se ha querido comprobar si esta actividad ha proporcionado herramientas de mejora durante el periodo en que se cursa la asignatura; y en general, para una mejor orientación de las herramientas de aprendizaje.
5. Otro aspecto que se ha querido comprobar es si esta actividad ha asistido en la superación de las dificultades propias de la materia en cuestión. Finalmente, una de las cuestiones cruciales ha querido poner de relieve hasta qué punto el alumno ha modificado sus formas de trabajar.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Como acabamos de comentar, uno de los ejes de la encuesta ha sido la metodología en la ejecución del *coaching*. Un aspecto relevante hace referencia al grado de satisfacción del alumno en cuanto a la temporización de la actividad. Como cuestión previa, debemos decir que el docente inicialmente dispone de libertad para la gestión temporal de las horas de *coaching*. Habitualmente el planteamiento coincide en organizar esta actividad a mediados de semestre. En las encuestas realizadas, una de las preguntas planteaba distintas posibilidades a la hora de establecer la planificación temporal del *coaching*: a principios, a mediados, o a finales de semestre. El 58,42% de los alumnos encuestados prefiere realizar la actividad a mediados de semestre, y el motivo más destacable acostumbra a ser que en ese momento ya han podido tomarle el pulso a la asignatura y detectar los posibles dificultades concretas a las que se enfrentan.

Otra de las cuestiones planteadas en el cuestionario hace referencia a cómo se organiza de forma óptima las sesiones de *coaching*: en grupo o individualmente. Observamos cómo el 50,56% de los alumnos se decanta por la opción individual, sobre todo a partir de segundo curso. La razón que habitualmente alegan es que de esta forma disponen de

un entorno más favorable en cuanto a privacidad para comentarios de dificultades individuales.

Por lo que respecta al *feedback* del alumno, destacamos la acogida que ha tenido la iniciativa entre los estudiantes ya que el 52,80% de los alumnos se ha sentido bastante escuchado por parte del *coach*/profesor y un 56,17% bastante comprendido.

Finalmente, notamos que el 43,82% de los alumnos han tenido la sensación de haber asumido bastante el peso de la conversación durante el desarrollo de las sesiones; y un 34,83% percibe haberlo llevado de manera compartida con el profesor.

Otra de las variables estudiada en la encuesta hace referencia a los efectos del *coaching* sobre los estudiantes. En cuanto a la adquisición de nuevos mecanismos de aprendizaje, el 35,9 % de los alumnos considera que el *coaching* le ha proporcionado nuevas herramientas para trabajar mejor la asignatura. La mayor parte de las respuestas se pueden agrupar en los siguientes puntos: refuerzo de contenidos, en concreto, recomendaciones bibliográficas y ejercicios de mejora; también, adquisición de técnicas de escritura. En tercer lugar, los alumnos han valorado positivamente los consejos en cuanto a expresión oral y por lo que a la planificación de la asignatura se refiere. En un 40,44%, los alumnos se han sentido orientados en la asignatura después de esta actividad. Este último dato es muy relevante.

Sin embargo, por lo que respecta a la ayuda que ha prestado la iniciativa del *coaching* en la superación de dificultades, no existe una opinión unánime entre el alumnado, ya que una tercera parte cree que la actividad ha sido provechosa durante el desarrollo de la asignatura; pero asimismo, otra tercera parte opina que sólo lo ha sido bastante; y la tercera parte restante, opina que le ha resultado poco provechosa.

Por último, el 46,06% de los estudiantes han considerado en las encuestas que su rendimiento con respecto otras actividades de aprendizaje se han incrementado, sin destacar cuestiones demasiado positivas o negativas.

CONCLUSIONES

Como conclusión principal cabe destacar que los alumnos perciben la naturaleza del *coaching* como un novedoso factor clave para cursar con éxito en una asignatura. De hecho, un objetivo primordial de la Facultad es que el estudiante perciba la utilidad de esta actividad y desarrolle su eficacia.

También cabe mencionar que la asignación horaria planteada inicialmente desde una perspectiva teórica encuentra algunas dificultades en su aplicación práctica, de lo que se desprende que el *coaching* es una actividad que necesita de unos mínimos de tiempo bastante elevados para su correcta ejecución.

Tenemos que subrayar que el formato individual proporciona a un 80% del alumnado un entorno de mayor confianza que favorece su libertad de expresión. Por el contrario, la preferencia por el formato grupal viene dada porque en este contexto surgen cuestiones varias que enriquecen la situación individual de cada alumno. En cualquier caso, a nuestro parecer, conviene seguir insistiendo y hacer entender que la adaptación de esta metodología al ámbito universitario en forma de actividad de aprendizaje dentro de una materia concreta puede verse potenciada si también se acude al *coaching* grupal o en equipos. Realizar el *coaching* con los grupos de trabajo que serán estables durante toda la asignatura puede permitir trabajar dinámicas suprapersonales que, de hecho, finalmente tendrán mucha influencia en el aprendizaje final de cada uno de los alumnos.

Queremos concluir este estudio, reafirmando el carácter estratégico que la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Internacional de Catalunya concede al *coaching*. Existe una clara voluntad de mejora y perfeccionamiento de la misma. Para ello, hemos optado a la convocatoria de un proyecto para mejora de la calidad docente de la Generalitat de Catalunya (MQD-AGAUR 2010).

ANEXOS

A continuación detallamos la encuesta distribuida. Destacamos las preguntas más relevantes para este estudio.

Esta actividad de aprendizaje te ha ayudado a orientarte mejor en la asignatura...

Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
-------	----------	---------	------	------

Las sesiones de *coaching* te han proporcionado herramientas para trabajar mejora la asignatura...

Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
-------	----------	---------	------	------

Las actividades de *coaching* te han ayudado a superar las dificultades de la asignatura.

Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
-------	----------	---------	------	------

Me ha resultado más útil el *coaching*...

Individual	En grupo
------------	----------

En las sesiones de *coaching* me he sentido escuchado...

Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
-------	----------	---------	------	------

En general, en las sesiones de *coaching* me he sentido comprendido...

Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
-------	----------	---------	------	------

En general, en las sesiones de *coaching* he llevado el peso de la conversación...

Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
-------	----------	---------	------	------

Después de las sesiones de *coaching* te has planteado cambiar cosas en el estudio de la asignatura.

Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
-------	----------	---------	------	------

El profesor ha modificado algo en la asignatura después de estas sesiones de *coaching*?

Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
-------	----------	---------	------	------

En qué momento del semestre encuentras esta actividad más útil?

A principios	A mediados	A finales	Nunca
--------------	------------	-----------	-------

REFERENCIAS

- Bisquerra, R. (1995). *Orígenes y desarrollo de la orientación psicopedagógica*. Madrid: Narcea.
- Bisquerra Alzina, R., (2008). “Coaching: un reto para los orientadores” en REOP. Vol. 19, No 2, 2o Cuatrimestre, pp. 163-170.
- Flaherty, J. (1999). *Coaching: Evoking excellence in others*. Boston: Butterworth Heinemann.
- Flores, P. (2010). *El docente coach. Profesor efectivo*. Santiago de Chile: Instituto de Educación Emocional de Chile.
- Philips, R. (1995). “Coaching for higher performance” en *Executive Development*, Vol.8, No. 7, 1 pp. 5-7.
- Critchley, B. (2010). “Relational coaching: taking the coaching high road” en *Journal of Management Development*, Vol. 29, No. 10, pp. 851-863.
- Onthank, K.W. (1936). “Coaching student leaders” en *The Journal of Higher Education*. Vol. 7, No. 3, pp. 117-123.