COACHING APLICADO A LA DOCENCIA: EL DESARROLLO DE HABILIDADES EN EL AULA [1]

Juan Fernando Bou-Pérez

Resumen

La misión del profesorado y los resultados de su trabajo toman hoy en día un carácter de altísimo valor estratégico para la Sociedad y para la propia persona, por lo que el aprendizaje de técnicas de desarrollo personal por parte del docente es clave para su buen funcionamiento en el aula. En este sentido, el coaching es una técnica de crecimiento personal que tiene como objetivo principal ayudarte a conseguir las metas que te propones y facilitar mejoras en tus competencias, conductas, habilidades y actitudes, aportándote tanto una mejor calidad de vida como una mayor satisfacción con la práctica de tu actividad profesional diaria. El objetivo principal del libro se centra en ayudar al desarrollo y mejora de las competencias, actitudes y habilidades del profesorado en el aula, de forma que mediante un aprendizaje eficaz, pueda obtener el máximo rendimiento en su trabajo y una mayor capacidad de liderazgo entre sus alumnos.

Palabras Clave: *Coaching, docencia, aula, modelo educativo, estilos de aprendizaje, aprender a aprender, competencias, habilidades.*

1. Introducción

1.1 Definición

El coaching es un proceso sistemático de aprendizaje, focalizado en la situación presente y orientado al cambio, en el que se facilitan unos recursos y unas herramientas de trabajo específicas que permiten la mejora del desempeño en aquellas áreas que las personas demandan.

1.2. Historia Y Origen Del Coaching

La historia apunta hacia los siglos XV y XVI, cuando empezó a hacerse muy popular la ciudad húngara de Kocs, situada a unos 70 Kms., de Budapest, (entre Viena y Pest) y convertida en parada obligada para todos los viajes entre las dos capitales. En esta ciudad de Kocs empezó a hacerse muy común el uso de un carruaje caracterizado por ser el único provisto de un sistema de suspensión. Además, destacaba por su comodidad frente a los carruajes tradicionales. En este punto, empezó a hablarse del kocsi szekér, o sea el 'carruaje de Kocs', símbolo de la excelencia. De esta forma, el término kocsi (pronunciado cochi) pasó al alemán como kutsche, al italiano como cocchio y al español como coche. Por tanto, la palabra coach (coche) es de origen húngaro. Designaba un vehículo tirado por animales para transportar personas. Es así como la palabra "coach" derivado de "coche" cumplía la función de transportar personas de un lugar a otro. El coaching, de alguna manera, también transporta a las personas de un lugar a otro, de donde están hoy, a donde quieren llegar en el futuro. Aunque evidentemente, no es el coach quien carga con el viaje, ni es responsable del rumbo ni de las decisiones que el "conductor" (cliente/coachee) tome a lo largo del proceso. En los Estados Unidos, la palabra coach ha perpetuado sus raíces europeas abandonando el objeto (el coche), pero guardando la función y la utilidad: llevar a los pasajeros que lo deseen desde el punto de partida hasta un destino dado. Enseguida se enriqueció de todas las prácticas, de paso de un estado a otro, más deseable y favorable, donde el coach es muchas cosas a la vez: un tutor, un monitor, un entrenador....., fortaleciéndose en todas las actividades consistentes en preparar, motivar, entrenar, estimular.....Y esta palabra "coaching" nos llega así de más allá del Atlántico, después de haber hecho su muda y de estar dotada ahora de un nuevo bagaje. Su aparición oficial tiene lugar en el terreno deportivo hace unos veinte años. Se instala en España a finales de los 90. Después de haber hecho una entrada notable en algunos deportes: Tenis, rugby, golf... y sobre todo después de haberse introducido en el mundo de la empresa, el coaching ha interesado rápidamente a todas las profesiones que comportan un proceso de crecimiento personal y a todos aquellos que quieren llevar un proyecto a término, aspiran a vivir mejor, pero no tienen ganas o no sienten la necesidad de asistir a una terapia y desean eliminar una molestia o un handicap.

1.3. La Filosofía Subyacente

La filosofía del coaching está basada en la herencia de las teorías de Sócrates y en la aplicación de sus postulados mayéuticos. Hace referencia a la capacidad que tienen las personas de buscar y descubrir las respuestas por sí mismos. El arte de la mayéutica se basa en la conversación como método para adquirir el conocimiento. De esto trata el coaching, de acompañar al destinatario del proceso de coaching, mediante aquellas preguntas e intervenciones que le permitan descubrir lo que necesita y ayudarle a encontrar las mejores respuestas.

2. Cualidades de un coach-docente.

2.1 **Competencias aptitudinales:** conocimientos, habilidades e inteligencia**.**

2.1.1 Visión: La visión permite comprender profundamente la complejidad de la situación y así poder ayudar al cliente en la creación de alternativas realistas y superadoras de su situación problemática.

2.1.2 Sabiduría: Experiencia no es antigüedad, es el caudal intelectual que se crea a partir de haber realizado una permanente reflexión sobre las experiencias profesionales y de vida. Es lo que permite mantener la serenidad frente a los desafíos que plantea la sesión de coaching, que se basa en la convicción de que existen los recursos necesarios como para resolver la situación.

2.2 Competencias de personalidad: que definen su carácter y forma de ser**.**

2.2.1 Humildad: La palabra humildad proviene del latín humus, que significa tierra. Si superamos el sentido que vulgarmente se ha dado al término y vamos a su etimología, podemos decir que humilde, es una persona realista, que tiene "los pies en tierra". Se afirma en lo que sabe, es consciente de lo que no sabe y de que nadie puede pretender saberlo todo. El coach debe ser humilde en el sentido de realista.

2.2.2 Curiosidad: es el interés por aprender y lograr dominio sobre las circunstancias.

2.2.3 Flexibilidad: se refiere a la capacidad de aprender desde cero, pero también de desaprender lo aprendido, para "grabar" en su lugar algo diferente y nuevo.

2.2.4 Seguridad en sí mismo: la seguridad en sí mismo surge de la convicción alcanzada a lo largo del tiempo, de haber logrado resultados satisfactorios en el proceso de ayudar a otros. Nos referimos a ésta, como cualidad básica para el desarrollo del rol de coach. Es la condición que permite conducirse con espontaneidad frente a las dificultades, pues es consciente, tanto de sus capacidades como de sus límites. Sabe que no puede pretender saberlo todo y el no saber no le afecta en su autoestima.

2.2.5 Paciencia: la paciencia es una cualidad indicadora de fortaleza. Es la fortaleza necesaria para mantener bajo control la ansiedad. La posee aquel que por haber percibido cuál será el curso que naturalmente seguirán los acontecimientos en una situación dada, puede esperar pacientemente su desenvolvimiento en el tiempo que sea necesario.

2.2.6 Consistencia: Sé es consistente cuando se observa inequívocamente una íntima relación entre lo que una persona dice y lo que hace, cuando lo que expresa con palabras y lo que traduce en hechos concretos guarda una íntima relación. Esta no es una cualidad que se pueda aprender fácilmente, habitualmente una persona es consistente o no lo es, expresa aspectos estructurales de su personalidad, tiene más que ver con cómo es esa persona, más que con lo que ha aprendido.

2.2.7 Coherencia: Ser coherente es ser consecuente con los propios valores y demostrarlo con los hechos permanentemente, es mantener a lo largo del tiempo: hoy, mañana, y pasado, una línea de conducta que permita percibir sus valores. La coherencia ayuda al afianzamiento del vínculo con el otro. Cuando una persona es coherente, el otro sabe a qué atenerse. Lo que puede esperarse en el vínculo con el otro es previsible.

2.2.8 Convicción: Las convicciones son las creencias y los valores. Están profundamente arraigadas en la personalidad y de ellas surgen los paradigmas o modelos mentales desde los cuales percibimos la realidad y operamos sobre ella. Se trata así de poseer la convicción de que brindar coaching es algo posible y es algo en sí mismo bueno y útil.

2.2.9 Proactividad: La palabra proactividad significa que podemos tomar la iniciativa. Significa que somos responsables de nuestras propias vidas. Nuestra conducta es una función de nuestras decisiones, no de nuestras condiciones. Podemos subordinar los sentimientos a los valores. Tenemos la iniciativa y la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan. Somos la causa de nuestra vida, más que el efecto. La palabra "responsabilidad" incluye las palabras "responder" y "habilidad" (habilidad para elegir la respuesta). Las personas muy proactivas reconocen esa responsabilidad. Su conducta es un producto de su propia elección consciente; se basa en valores, y no es producto de las condiciones ni está fundada en el sentimiento.

2.3 Competencias relacionales: que muestran el dominio en ambientes sociales**.**

2.3.1 Inteligencia emocional: La inteligencia emocional (IE) es la capacidad de percatarse de los propios sentimientos, así como de los de los demás, y gestionarlos de forma beneficiosa. Se podría definir como inteligencia interpersonal, o aún más simplemente como habilidades sociales. Dichas habilidades se pueden dividir en cinco dominios: el conocimiento de las propias emociones (conciencia de sí mismo), el control de las propias emociones, la motivación propia o interna, el reconocimiento de las emociones en los otros y el manejo de las relaciones.

2.4 Competencias Técnicas: donde se demuestra el dominio de las herramientas que se utilizan en el proceso de coaching.

2.4.1 Herramientas Internas: Son aquellas que se basan en la propia capacidad del coach. Entre ellas destacan:

2.4.1.1 Calibración: La calibración es la habilidad para captar las sutilezas de la comunicación. Consiste en focalizarse sobre los signos no verbales de la comunicación, a través de la observación detallada y precisa de todas las variaciones que se producen en el componente analógico de la comunicación en una persona, en dos secuencias de tiempo diferentes y correlativas. Es, por lo tanto, una medición detallada de los cambios que se producen en el proceso comunicativo. A través de la calibración, podemos conocer lo que ocurre en la mente de otras personas, su grado de atención, si existen congruencias entre lo que se dice y los gestos que se realizan, si alguien nos miente o cómo es el estado físico de alguien a pesar de lo que nos diga y, por último, y muy importante, entender a nuestros interlocutores, sin necesidad de que hablen. La calibración se logra a través de la observación objetiva de la fisiología y del lenguaje no verbal de las personas para poder identificar los mensajes que emiten a través de sus canales de expresión (postura corporal, movimientos, tono de voz, respiración, palabras,..) y si estos se presentan como mensajes múltiples o mensajes unificados, lo que nos permitirá darnos cuenta de si existe congruencia o incongruencia en el conjunto del mensaje.

2.4.1.2 Escucha Activa: Saber escuchar y atender es un requisito primordial del coach, que puede afectar, si no se tiene, a la motivación y a la falta de atención del cliente y a la posibilidad del coach de comprender a éste erróneamente y elegir una estrategia de análisis inadecuada. La finalidad de escuchar consiste en comprender realmente el punto de vista de la otra persona, cómo piensa y siente, y cómo ve y va por el mundo. La escucha activa significa “escuchar” íntegra y atentamente el mensaje del emisor y “devolverle” lo que pensamos haber recibido (tanto expresado como sobreentendido, tanto verbal como no verbal). El error más habitual es querer hablar demasiado y expresar nuestro punto de vista a toda costa; de ahí que nos concentremos únicamente sobre la idea que queremos transmitir, y no sobre lo que nos están diciendo. Esta forma de distraerse perjudica seriamente la comunicación. Para escuchar bien es importante olvidarse de los propios problemas, objetivos e intenciones personales y, al contrario, mostrarse disponible y atento hacia los demás.

2.4.1.3 Comunicación: El lenguaje humano puede ser verbal y no verbal, y es posible exteriorizarlo o no. Cuando el lenguaje se exterioriza, hablamos de comunicación interpersonal; en el segundo caso, se da lo que conocemos como “diálogo interno”, la conversación intrapersonal. Ambos lenguajes crean nuestra realidad.

2.4.1.4 Intuición: La intuición es el sentimiento interior. Es una habilidad mental muy criticada. Es como una “Súper lógica”, de la cual se vale el cerebro para considerar su amplio banco de datos (formado por millones de ítems reunidos a partir de la experiencia previa) a la hora de tomar cualquier decisión. Intuición es una sensación que va más allá del mundo físico. Es cómo te hace sentir algo. Es muy valiosa para tener conciencia de lo que se dice sin palabras.

2.4.2 Herramientas Externas: Son aquellas que puede utilizar el coach al echar mano de recursos externos a él mismo. Entre las más conocidas podemos enumerar las siguientes:

2.4.2.1 La Rueda de la Vida. La rueda de la vida constituye una excelente herramienta de coaching para evaluar la posición presente del cliente y su equilibrio vital. El cliente responde a estas cuestiones de la rueda con un porcentaje que mide su grado de satisfacción en el momento presente. Nada de valores absolutos, sólo satisfacción en un porcentaje. Una vez evaluado tendríamos que ver aquellas áreas que necesitan de mayor atención. Resulta interesante comprobar hasta qué punto la mejora en una de las áreas puede influir en otras como efecto colateral. Por ejemplo, si un cliente presta más atención a su auto desarrollo, eso puede tener muy buenos efectos sobre su carrera y por consiguiente, sobre sus ingresos. A menudo hay en la rueda un punto de palanca, ese lugar en el que un pequeño esfuerzo en un área supone grandes beneficios no sólo para ella, sino también para otras. Revisar cada mes la rueda de la vida con tu cliente te proporcionará buena información sobre tu coaching con él. Comprobarás si sus niveles de satisfacción aumentan progresivamente.

2.4.2.2 La Línea del Tiempo: Es una herramienta que ayuda a preparar un plan de acción. Preparar un plan de acción significa planificar en el tiempo, de modo que necesitaremos alguna forma de representarlo. El mejor modo de hacerlo es en forma de distancia

2.4.2.3 Modelo Grow: El modelo GROW (desarrollo) se basa en las siguientes cuatro etapas:

- PRIMERA. Establecer la meta (Goal) de la sesión, tanto para el corto como para el largo plazo.
- SEGUNDA. Examinar la realidad (Reality), para explorar la situación presente.
- TERCERA. Contemplar las opciones (Options) y estrategias o cursos de acción alternativos.
- CUARTA. Determinar qué (What) se va a hacer, Cuándo (When) y Quién (Whom) lo hará, y la voluntad (Will) de hacerlo.

Las iniciales de las palabras inglesas usadas en esta secuencia, GOAL-REALITY-OPTIONS-WHAT, forman el acróstico mnemotécnico GROW, que significa desarrollo o crecimiento. La secuencia del GROW fuera del contexto de la consciencia y la responsabilidad, y de la habilidad de interrogar para generarlas, tiene escaso valor. En la anterior secuencia es aconsejable explorar las cuatros etapas, especialmente si se está abordando un tema por primera vez. Sin embargo, a menudo el coaching se usará para mejorar una tarea o proceso que se ha discutido antes o que ya está encaminado. En estos casos, el coaching se puede iniciar y terminar con cualquier etapa.

2.4.2.4 Las Posiciones Perceptivas: El coach es un maestro de ver la realidad desde perspectivas diferentes. El buen coach conoce sus propios objetivos y límites, pero también tiene la capacidad de ver el mundo desde la perspectiva del cliente y de asumir un punto de vista objetivo y desde fuera del sistema. Estas cuatro perspectivas se conocen bajo la denominación de posiciones perspectivas**.**

- PRIMERA POSICIÓN. Es la de tu propia realidad, tu propio punto de vista sobre cualquier situación, tus creencias, sentimientos, opiniones, intereses, preocupaciones y valores. La maestría en coaching parte de una primera posición fuerte, es decir, de conocerte a ti mismo, tus objetivos, tus valores y tus límites.
- SEGUNDA POSICIÓN. Corresponde al punto de vista del cliente. Significa desarrollar la habilidad de dar un salto creativo de imaginación para comprender el mundo desde la perspectiva de otra persona, para pensar como ella piensa. Al adoptar la segunda posición tratas de comprender el punto de vista del cliente, lo cual no significa que tengas que estar de acuerdo con él. La segunda posición es la base del coaching porque conduce a la empatía y a la sintonía.
- TERCERA POSICIÓN. Consiste en tomar un punto de vista exterior y desapegado, más allá del tuyo y del cliente. Desde esta posición puedes observar la conexión y la relación entre los dos.

- CUARTA POSICIÓN. Es la perspectiva desde el sistema en el que el cliente actúa. Al hacer coaching necesitas saber cómo influirán las acciones del clente en el sistema más amplio de su actividad, y a su vez, cómo ese sistema limitará o condicionará lo que el cliente puede hacer y su modo de pensar. La cuarta posición tiene que ver también con la ecología, y supone comprobar la influencia que las decisiones que el cliente tome tendrán sobre otras personas, que se verán influidas por el cambio.

Todas las posiciones son útiles. Constituyen recursos de valor incalculable. Muchas personas son hábiles en una posición, pero menos en otra. La mejor comprensión proviene de manejarse con soltura en todas ellas. El coach debe sentirse cómodo en cualquier posición.

2.4.2.5 Metáforas: Una metáfora es un procedimiento del lenguaje que consiste en hacer una sustitución analógica. Es una comparación, una imagen. Muchas veces nos expresamos a través de metáforas, vemos la vida como "un camino de rosas", nuestro trabajo como "una batalla",... Las metáforas que utilizamos influyen en la forma en que vivimos las conversaciones y las situaciones. La forma de ver, sentir y escuchar influyen sobre la forma de comunicarnos. Es por ello, por lo que el significado de lo que deseamos comunicar puede pasar por procesos de omisión, distorsión y generalización, antes de llevar a cabo una conversación con nosotros mismos o con otras personas. Una metáfora puede construirse con una sola palabra, una frase o ser una historia. Saber crear y narrar metáforas es aprender a influir con estilo y respeto hacia los demás. Además, puede constituir una herramienta muy útil y efectiva a la hora de hacer coaching, aportando un toque de ingenio y creatividad a nuestro trabajo**.**

2.4.2.6 La Ventana de Johari: La Ventana de Johari pretende ilustrar el proceso de 'dar y recibir feedback'. Sirve de ayuda para formarnos una idea de muchos de nuestros comportamientos y tal vez también nos ofrezca alguna solución para hacer frente a nuestras dificultades en las relaciones interpersonales y para que hagamos de nuestra participación social en la comunidad una expansión realizadora, tanto para nosotros como para aquellos que viven con nosotros. El modelo puede ser presentado también como una ventana de comunicación a través de la cual se dan o se reciben informaciones sobre uno mismo y sobre los demás. Si tomamos las 4 áreas o cuadrantes en sentido vertical (columnas) o en sentido horizontal (franjas), las 2 columnas representan *el yo* y las 2 franjas representan *el grupo*. La primera columna contiene 'lo que yo sé respecto de mí'; la segunda, 'lo que desconozco respecto de mí'; la franja superior contiene 'lo que los demás (el grupo) saben respecto de mí', y la franja inferior contiene lo que los demás (el grupo) desconocen respecto de mí'. Las informaciones contenidas en dichas franjas y columnas no son estáticas, sino que se desplazan de un cuadrante a otro, en la medida en que varían dentro del grupo el grado de confianza recíproca y el intercambio de feedback. Como resultado de dicho movimiento, el tamaño y el formato de los respectivos cuadrantes experimentarán otras tantas modificaciones en el interior de la ventana.

1. AREA LIBRE: el primer cuadrante (espacio superior izquierdo) es el único claro y libre. En él se encuentran las experiencias y los datos conocidos por la propia persona y por quienes les rodean. Constituye aquella porción de espacio interpersonal que está dedicado a compartir información y al entendimiento mutuo. Esta faceta de la información que conozco yo y que conocen los demás en la relación interpersonal, se cree que es aquella parte de la relación que controla la productividad interpersonal. O sea, la suposición es que la productividad y la efectividad interpersonal están directamente relacionadas con la cantidad de información mutua en una relación. Por esta razón, cuanto más grande se hace el área libre, más compensadora, efectiva y productiva se torna la relación. Es un área que se caracteriza por el intercambio libre y abierto de informaciones entre el yo y los demás. En ella, el comportamiento es público y

accesible a todos. Por ej., nuestro modo de trabajar en cualquier actividad que desempeñemos, nuestra manera habitual de comportarnos, etc. El área libre aumenta de tamaño en la medida en que crece el nivel de confianza entre los participantes o entre el participante y su grupo, y también en la medida en que se comparten más informaciones, especialmente si se trata de informaciones de carácter personal.

2. AREA CIEGA: en la parte superior derecha hay una zona denominada área ciega que contiene información respecto de nuestro yo que nosotros ignoramos, pero que son conocidos por los demás. Es lo que nuestros amigos saben de nosotros, más que lo que nos dicen. Al comenzar nuestra participación en un grupo, comunicamos todo tipo de informaciones de las que no somos conscientes, pero que son observadas por las restantes personas del grupo. Por ej, nuestra manera de actuar, nuestro modo de hablar, nuestro estilo de relacionarnos,.. Esta área contiene la información que conocen los demás de mí, pero que desconozco yo. Siendo así, este orden de información constituye una desventaja interpersonal para el yo, ya que se le hace casi imposible comprender los comportamientos, las decisiones o las actitudes de los demás si no cuenta con la información en la cual se basan éstas. De manera similar, los demás están en una posición ventajosa, ya que ellos sí conocen sus propias reacciones, sentimientos y percepciones, mientras el yo no es consciente de ellas.

3. AREA OCULTA (privada o fachada): el espacio inferior izquierdo, es decir, el área oculta para los demás, contiene informaciones que uno mismo sabe respecto de sí, pero que son desconocidas por el grupo. Es en esta área donde se encuentra gran parte de lo que conocemos de nosotros mismos y que ocultamos a los demás. Tenemos miedo de que, si el grupo llegara a saber nuestros sentimientos, percepciones y opiniones respecto del propio grupo o de sus integrantes o respecto de nosotros mismos, tal vez el grupo podría rechazarnos, atacarnos, o ejercer respecto de nosotros algún tipo de acción. Consiguientemente, no revelamos tales informaciones. Muchas veces, una de las posibles razones por las que mantenemos el secreto es porque no encontramos elementos de apoyo en el grupo. Suponemos que, si reveláramos nuestros sentimientos, pensamientos y reacciones, los integrantes del grupo podrían juzgarnos de manera negativa. Sin embargo, a menos que revelemos algo sobre nosotros y verifiquemos si es cierta nuestra suposición, no tendremos posibilidad de saber cómo van a reaccionar realmente los integrantes del grupo. Es decir, que si no asumimos ciertos riesgos, jamás sabremos nada acerca de la realidad o la irrealidad de nuestras suposiciones. Por otra parte, también tratamos de mantener el secreto cuando nos motiva el deseo de controlar o manipular a los demás. La información que el yo percibe como potencialmente perjudicial o que se reserva por miedo, deseo de poder o cualquier otra razón, constituye lo que se conoce como la Fachada, este frente protector que a su vez desempeña una función defensiva para el yo. Se piensa que cada relación contiene una Fachada, aparte del hecho de que su información es pertinente a la relación interpersonal que se considera. Entonces la pregunta que surge es no tanto la si la Fachada es necesaria sino qué cantidad de defensa consciente se puede tolerar antes de que la plataforma se inhiba y comience a socavar la efectividad interpersonal.

4. ÁREA DESCONOCIDA: el cuadrante de la parte inferior derecha representa aquellos factores de nuestra personalidad de los que no somos conscientes y que también son desconocidos para las personas que se relacionan con nosotros. Es el área de nuestras motivaciones inconscientes, área que representa nuestro aspecto desconocido o inexplorado y que puede incluir cosas como la dinámica interpersonal, acontecimientos de nuestra primera infancia, potencialidades latentes y recursos aún por descubrir.

Lo que la Ventana de Johari trata de explicar es cómo deben procurar tolerarse mutuamente estas diferencias en las distintas áreas de nuestra personalidad, con el fin de mejorar las relaciones interpersonales, a través del conocimiento de uno mismo y de los demás, e intenta explicarlo de la manera siguiente: El entrecruce de las líneas muestra cuál es la situación al comenzar el proceso de relación, en orden a ampliar el área libre, la cual, a medida que se va ampliando gracias a una mayor comunicación, hace que se reduzcan las restantes áreas. Y lo ideal es que la mencionada área libre vaya precisamente ampliando su radio de acción, de forma que se reduzca al mínimo el área desconocida, tanto de los demás como de nosotros mismos.

3. El proceso de aprendizaje.

3.1 Definición de aprendizaje

El aprendizaje no sólo se refiere a la simple memorización precisa y deliberada de los hechos, sino que es algo mucho más complejo. Hay que tener en cuenta que la mayoría de las definiciones de aprendizaje incluyen los términos de cambio y experiencia.

- "Cambio" porque implica un cambio en la persona que aprende, que puede ser favorable o desfavorable, fortuito o deliberado.

- "Experiencia" porque ese cambio debe ser fruto de la experiencia, de la interacción de la persona que aprende con su medio.

El aprendizaje por tanto, sería el cambio producido en una persona como resultado de una experiencia. En formación es de vital importancia el tema del aprendizaje porque será necesario saber cómo aprenden nuestros alumnos y tener en cuenta que existen diferencias individuales en sus aprendizajes.

3.2 Estilos de aprendizaje: Aprender a aprender.

El término "estilos de aprendizaje" se refiere al hecho de que cuando queremos aprender algo, cada uno de nosotros utiliza su propio método o conjunto de estrategias. Aunque las estrategias concretas que utilizamos varían según lo que queramos aprender, cada uno de nosotros tiende a desarrollar unas preferencias globales. Esas preferencias o tendencias a utilizar unas determinadas maneras de aprender que otras constituyen nuestro estilo de aprendizaje. El concepto de los estilos de aprendizaje está directamente relacionado con la concepción del aprendizaje como un proceso activo. Si consideramos que el aprendizaje equivale a recibir información de manera pasiva lo que el alumno haga o piense no es muy importante, pero si entendemos el aprendizaje como la elaboración por parte del receptor de la información recibida, parece bastante evidente que cada uno de nosotros elaborará y relacionará los datos recibidos en función de sus propias características.

3.3 Principios para aprender

El éxito del aprendizaje depende de 3 factores: la inteligencia o capacidad de aprendizaje, la metodología empleada para enseñar/entrenar y la motivaciones de aprender de quien aprende. Sólo la suma de los 3 factores logra aprendizajes efectivos. La inteligencia por sí sola no es decisiva para el aprendizaje, partiendo de una capacidad normal. Todos los éxitos en el aprendizaje tienen una base común: la motivación de quien aprende. El método empleado para enseñar/entrenar debe facilitar el aprendizaje y eso se logra conociendo: Los procesos cerebrales relacionados con el aprendizaje (principios biológicos)Los principios del aprendizaje o cómo las personas aprenden mejor (principio psicológicos).

4. Referencias

[1] BOU PÉREZ, J.F.: *Coaching para docentes: el desarrollo de habilidades en el aula*. Alicante: Ecu Narrativa, 2007.

.