

INNODOCT/14

"STRATEGIES FOR EDUCATION IN A
NEW CONTEXT"

Editors:

Fernando Garrigós Simón

Marta Peris Ortiz

Ignacio Gil Pechuán

Sofía Estellés Miguel

José Onofre Montesa Andrés

Carlos Rueda Armengot

Carlos Dema Pérez

Yeamduan Narangajavana

Teresa Barberá Ribera

Pilar Conesa García

INNO DOCT

||| Innovation
||| Documentation &
||| Teaching Technologies



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

Editores:

Fernando J. Garrigós Simon
Marta Peris-Ortiz
Ignácio Gil Pechuán
Sofía Estellés Miguel
José Onofre Montesa Andrés
Carlos Rueda Armengot
Carlos Dema Pérez
Yeamduan Narangajavana
Teresa Barberá Ribera
Pilar Conesa García

INNODOCT/14

“Strategies for education in a new context”

**EDITORIAL
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA**

Colección Congresos

Los contenidos de esta publicación han sido evaluados por el Comité Científico que en ella se relaciona y según el procedimiento que se recoge en <http://innodoc.webs.upv.es/es/>

© Editores: Fernando J. Garrigós Simón
Marta Peris-Ortiz
Ignacio Gil Pechuán
Sofía Estellés Miguel
José Onofre Montesa Andrés
Carlos Rueda Armengot
Carlos Dema Pérez
Yeamduan Narangajavana
Teresa Barberá Ribera
Pilar Conesa García

© 2014, de la presente edición: Editorial Universitat Politècnica de València
Distribución: Telf. 963 877 012 / www.lalibreria.upv.es / Ref. 2044_04_01_01

Duplica: Diazotec, S.A.

ISBN: 978-84-9048-272-8
Depósito Legal: V-2046-2014

Queda prohibida la reproducción, la distribución, la comercialización, la transformación y, en general, cualquier otra forma de explotación, por cualquier procedimiento, de la totalidad o de cualquier parte de esta obra sin autorización expresa y por escrito de los autores.

TÉCNICAS DE DIAGNÓSTICO, COACHING EDUCATIVO, Y DINÁMICAS DE GRUPO PARA LA MEJORA DE LA DOCENCIA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.

FIDEL RODRÍGUEZ LEGENDRE Y YOLANDA CEREZO LÓPEZ

Resumen.

Esta investigación tiene como objeto presentar una serie de técnicas dirigidas a incrementar la interacción entre los estudiantes universitarios con el fin de lograr un concepto más efectivo de sí mismos y de los grupos de alumnos con los cuales realizan su vida académica. En este sentido, se pretende lograr una mayor integración grupal además de estimular las líneas motivacionales del alumno para el aprendizaje, aplicando las técnicas del coaching "cognitivo" (EE.UU), del coaching "dialógico" (España) y dinámicas de grupo. Para tal fin, se establecieron tres fases dirigidas a diagnosticar las características del grupo, aplicar las técnicas con base en sus especificidades –en cuanto a sus formas de interacción sub-grupal, y conductas potenciales- y una fase final de recopilación de información, balance y conclusiones.

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación estuvo dirigida a lograr un mayor conocimiento de los alumnos respecto de sí mismos, así como del grupo del cual formaban parte, procurar una mayor integración, optimizar el rendimiento, y motorizar la motivación entre los estudiantes. El grupo se seleccionó por la diversidad de los alumnos y la importancia de su rendimiento al estar cursando estudios en una titulación doble: los estudiantes de ADE+MARKETING de la Universidad Francisco de Vitoria. Este grupo estaba conformado por un total de 29 estudiantes de los cuales 8 formaban parte del programa "Eramus" y los restantes eran españoles. El proyecto se desarrolló durante el primer semestre como parte de la asignatura "Sociología del Consumo". La colaboración se estableció entre el docente de la asignatura y la dirección de la doble titulación. Los diagnósticos, propuestas y balances periódicos se planificaron y desarrollaron por ambos con el objetivo de implementar una estrategia colaborativa que permita aunar objetivos institucionales y docentes.

Es interesante destacar que dentro de la asignatura, se tiene como principal objetivo estudiar el contexto social en el cual los actores sociales despliegan sus acciones dirigidas al consumo, tomando como punto de referencia fundamental las variables sociológicas y psicosociales que afectan al consumidor como sujeto, y al análisis de los aportes de la sociología al mundo del marketing y de la empresa. Bajo este marco se realizan reuniones de planificación para desarrollar un marco teórico-práctico que permitirá obtener en el alumno un aprendizaje significativo mediante la aplica-

ción de las técnicas identificadas como claves para la dirección del título para el mejor conocimiento del alumno y el grupo. Los resultados obtenidos permitirían aumentar el conocimiento del resto de profesores del grupo para mejorar su motivación y rendimiento académico. Se presenta en las siguientes secciones: la fase de diagnóstico, las técnicas que se aplicaron y los diagnósticos en base a la información recogida y por último las conclusiones.

2. DIAGNÓSTICO

Se realizaron un conjunto de reuniones de planificación en las que se determinó el uso de un test sociométrico y un “eneagrama” al grupo con los siguientes objetivos:

- 1) Medir las potenciales interacciones para detectar los sub-grupos y sus potenciales interacciones con dos tipos de funciones:
 - a. Actividades académicas
 - b. Liderazgo estudiantil
- 2) Detectar el potencial perfil de conducta.

Técnicas sociométricas Las preguntas que ayudaron a realizar el sociograma fueron: a. ¿A qué persona del grupo escogería usted para realizar actividades académicas? y b. ¿A qué persona del grupo escogería usted para plantearle problemas relacionados con el funcionamiento del curso y de la universidad?

Los resultados se muestran en el siguiente gráfico (Ver Fig.1)¹:

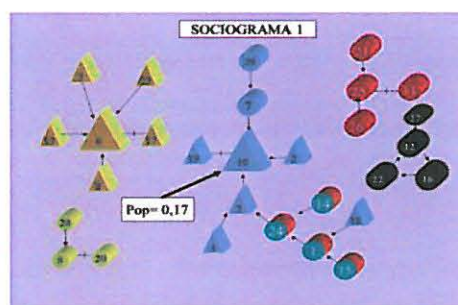


Fig.1 Interacciones individuales para la actividad académica

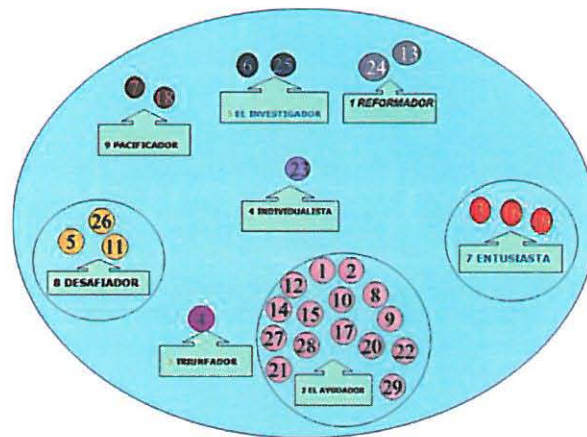
¹ Es importante aclarar que por razones de confidencialidad, hemos sustituido los nombres y los apellidos de los estudiantes, por números, tanto para el sociograma como para el “eneagrama”. Para la representación del sociograma se han utilizado los símbolos convencionales: para los hombres un triángulo, para las mujeres un círculo, las flechas para representar la escogencia de un individuo respecto de otro, y para las elecciones recíprocas, una línea horizontal atravesada en el medio con una pequeña línea vertical.

Estos resultados nos permitieron organizar nuevos grupos de trabajo rompiendo los que aparecen en el sociograma en la búsqueda y el diseño de estrategias para establecer nuevas relaciones entre alumnos que hasta el momento no hubiesen tenido contactos para la realización de tareas u otras actividades.

El “eneagrama”

El modelo y el procesamiento de información on-line ofrecido por los investigadores Russ Hudson y Don Richard Riso adscritos al *The Enneagram Institute*.² nos permitió detectar el potencial perfil de conducta [1] que podrían tener los alumnos del grupo en estudio.

La aplicación de esta herramienta aportó la siguiente distribución, de acuerdo con los 9 “eneatipos” del modelo Riso-Hudson: 2 reformadores, 15 ayudadores, 1 triunfador, 1 individualista, 2 investigadores, 3 entusiastas, 3 desafiadores y 1 pacificador (Ver Fig. 2).



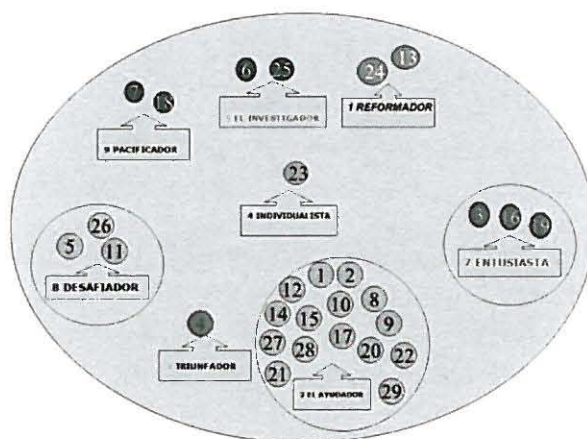
² Es importante aclarar que el “eneagrama” es un recurso utilizado en algunas empresas con el objeto de desarrollar habilidades profesionales, formar equipos de trabajo, motivar a los colaboradores, y es concebido como una guía de la potencial conducta de un individuo, aportando información orientativa respecto de los procesos cognitivos, emotivos y las posibles formas de actuación. Además, establece nueve tipos de personalidad denominados “eneatipos”. Para profundizar en este tema ver Balart, M., Fernández Leandro, “La autoconciencia del directivo: un factor clave para el coaching” en *Mentoring & Coaching Universidad y Empresa*. 2008 N° 1, pp. 219-232. En el caso específico de la presente investigación hemos acudido al test on-line ofrecido por los investigadores Russ Hudson y Richard Riso. En esta propuesta se establecen 9 “eneatipos”: reformador, ayudador, triunfador, individualista, leal, entusiasta, desafiador, y pacificador. (Para mayor información respecto de esta propuesta, ver <http://www.eneagrama.com/>).

Estos resultados nos permitieron organizar nuevos grupos de trabajo rompiendo los que aparecen en el sociograma en la búsqueda y el diseño de estrategias para establecer nuevas relaciones entre alumnos que hasta el momento no hubiesen tenido contactos para la realización de tareas u otras actividades.

El “eneagrama”

El modelo y el procesamiento de información on-line ofrecido por los investigadores Russ Hudson y Don Richard Riso adscritos al *The Enneagram Institute*.² nos permitió detectar el potencial perfil de conducta [1] que podrían tener los alumnos del grupo en estudio.

La aplicación de esta herramienta aportó la siguiente distribución, de acuerdo con los 9 “eneatipos” del modelo Riso-Hudson: 2 reformadores, 15 ayudadores, 1 triunfador, 1 individualista, 2 investigadores, 3 entusiastas, 3 desafiadores y 1 pacificador (Ver Fig. 2).



² Es importante aclarar que el “eneagrama” es un recurso utilizado en algunas empresas con el objeto de desarrollar habilidades profesionales, formar equipos de trabajo, motivar a los colaboradores, y es concebido como una guía de la potencial conducta de un individuo, aportando información orientativa respecto de los procesos cognitivos, emotivos y las posibles formas de actuación. Además, establece nueve tipos de personalidad denominados “eneatipos”. Para profundizar en este tema ver Balart, M., Fernández Leandro, “La autoconciencia del directivo: un factor clave para el coaching” en *Mentoring & Coaching Universidad y Empresa*. 2008 N° 1, pp. 219-232. En el caso específico de la presente investigación hemos acudido al test on-line ofrecido por los investigadores Russ Hudson y Richard Riso. En esta propuesta se establecen 9 “eneatipos”: reformador, ayudador, triunfador, individualista, leal, entusiasta, desafiador, y pacificador. (Para mayor información respecto de esta propuesta, ver <http://www.eneagrama.com/>).

Fig.2 “Eneagrama” de los 29 estudiantes del grupo distribuidos en los “Eneatipos”.

Esta información completó la información para la confección de grupos, combinando los datos del sociograma N° 1, y del “eneagrama” (ver Fig.3).

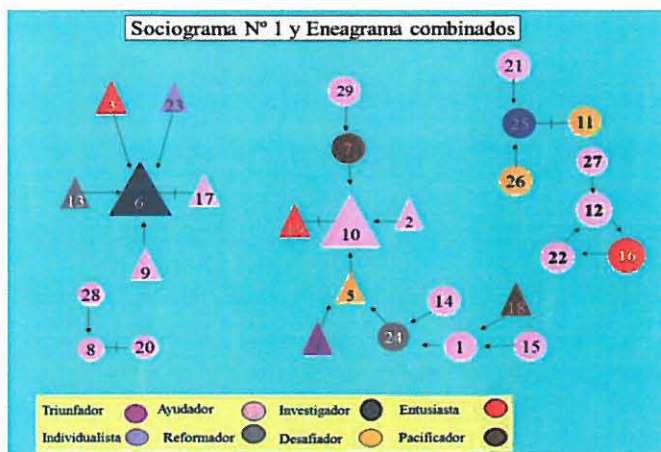


Fig.3 Combinación del sociograma n° 1 y del “eneagrama” de los 29 estudiantes distribuidos en grupos, conservando la identificación del “eneatipo” correspondiente.

3. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE COACHING EDUCATIVO “DIALÓGICO”³

El modelo del coaching dialógico es concebido como un proceso de acompañamiento que persigue desplegar las potencialidades del individuo mediante *...el incremento de la responsabilidad, el compromiso con la acción y la construcción de relaciones de encuentro con el entorno* [2]. En el proceso de “aclimatación” de esta corriente al área de la educación universitaria⁴, el aula de clase es concebida como un espacio sistémico compuesto por una red de elementos interrelacionados y donde los cambios en uno de sus componentes, afectan al conjunto del sistema, al tiempo que la interacción registrada dará lugar a una “atmósfera micro-social” denominada “Entre” [3].

³ El coaching dialógico es una propuesta del Instituto de Desarrollo Directivo Integral (IDDI) de la Universidad Francisco de Vitoria. Parte de las técnicas que han sido utilizadas para esta investigación, fueron impartidas en el curso “Coaching Dialógico para docentes. El aula como lugar de encuentro”, realizado entre el 8 de junio y el 19 de octubre de 2013 en la Universidad Francisco de Vitoria. Uno de los principios básicos de esta corriente del coaching parte de concebir a la persona *...no como una realidad aislada y acabada, sino como un ser que ha de desarrollar y potenciar su identidad y capacidades en la relación constructiva y dialógica con la realidad, con los demás y con el mundo* [Para ampliar los planteamientos centrales ver Susana Alonso, *Coaching Dialógico*, Madrid, (LID-editorial), 2013].

⁴ Es importante aclarar que el coaching tiene su origen el área de la empresa.

La experiencia del docente y la dirección, co-liderando el grupo, determinó la aplicación de diferentes técnicas que permitían un mejor conocimiento de cada estudiante en cuanto a su potencialidad académica, una conciencia más clara respecto de los otros miembros del grupo y una mayor conciencia de la “atmósfera micro-social” (“Entre”).

A continuación se describen las técnicas aplicadas: dinámica de las etiquetas, identificación de la personalidad mediante colores y el círculo constructivo de identificación de las opiniones del sistema sobre el individuo; técnicas de coaching “cognitivo” en la etapa de la “conversación planificada” entre docentes; y finalmente las técnicas y dinámicas de grupo para la integración y para el proceso de aprendizaje.

-Dinámica de la etiqueta: cada miembro de un subgrupo seleccionado (y que forma parte del grupo general de alumnos), debe jugar un rol, para lo cual le es colocada una “etiqueta” donde se describe una “supuesta” personalidad o rol dentro del micro-grupo, pero con la particularidad siguiente: la persona a la cual se le coloque una “etiqueta” en la frente, no debe saber qué rol o “etiquetado” le ha sido asignado, aunque sí podrá saber el rol o “etiquetado” de los otros miembros del grupo. También deberá interactuar con cada miembro, tomando en cuenta el “etiquetado” que le ha sido asignado a ese miembro. El objetivo final consiste en entender que más allá del “etiquetado” que un alumno pueda tener en el aula de clase, se hace necesario conocer más profundamente a cada miembro del grupo, ya que una valoración menos prejuiciada, dará lugar a una construcción más positiva del “Entre”.

La dinámica fue planteada en función de un escenario, en el cual se iban a incorporar algunos contenidos impartidos en la asignatura de “Sociología del Consumo”, con el objeto de concentrar la atención de los participantes en el proceso de discusión a ser realizado, y donde el problema del etiquetado (que es el objeto central de la dinámica), no debía convertirse en el centro de atención de los participantes. De tal forma, el “escenario ficticio” consistió en una discusión de grupo de 8 empleados de una empresa de marketing y publicidad, quienes debían tomar una resolución respecto de un “spot publicitario” para su aprobación o rechazo.

-Dinámica de identificación de la personalidad con colores: consiste en entregar un texto donde se describe la personalidad de una persona, asociada a un color específico. Para su realización, se entrega a cada alumno una hoja con la interpretación de varios colores en relación con distintos rasgos de personalidad. Seguidamente, el profesor debe leer la hoja con las descripciones, e indicar a los alumnos que acudan a una zona del aula donde estarán colocadas varias cartulinas, y se ubiquen junto al color con el cual se identifican (asociado a una personalidad específica).

-Dinámica de identificación de la personalidad de un estudiante por el resto del grupo: esta dinámica es consecuencia de la actividad anterior, y consiste en que un alumno, a partir de una actividad que lleve a cabo, sea identificado o asociado a un

tipo de personalidad utilizando los diversos colores. Para tal fin, fueron seleccionados 8 alumnos, quienes de manera individual, debían hacer una presentación de un producto de consumo, y tratar de persuadir a los demás alumnos sobre los beneficios, y calidad del mismo. Finalmente, dependiendo de los rasgos, gestualidad y forma de exposición realizado por el alumno, el resto de los estudiantes debe identificar la personalidad característica asociada al color relacionado.

-Círculo constructivo de identificación de las opiniones del sistema sobre un individuo: consiste en entregar un folio a cada miembro del grupo. Seguidamente, cada alumno debería colocar su nombre y apellido, y entregar la hoja al alumno que tenía a su derecha. El estudiante que recibe la hoja, debe escribir alguna opinión respecto de la persona cuyo nombre aparezca en la hoja. Esta acción debe repetirse hasta que se complete el círculo, e inmediatamente, el responsable de la actividad debe pedir la hoja a cada alumno.

4. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE COACHING EDUCATIVO “COGNITIVO”⁵

Este enfoque persigue reducir el aislamiento del profesor y mejorar su eficacia, incrementando las estrategias de enseñanza, explorando los recursos que posee y que no ha utilizado. Su procedimiento se resume en: a-Conversación planificada; b-Proceso de observación (recopilación de datos); c-Conversación reflexiva. El propósito de cada sesión de coaching consiste en “...llevar a un docente del punto donde éste se encuentra al estado ideal donde quisiera estar” [4]. De los pasos señalados, de acuerdo con la propuesta diseñada por la investigadora norteamericana, Donna Dildy en su trabajo titulado *Action Research: Cognitive Coaching as a Vehicle to Improve Teacher Efficacy*, fue aplicada la estrategia de la “conversación planificada” la cual consiste en una serie de preguntas que el coach realiza al profesor [5], con el objeto de aclarar objetivos, el potencial ritmo de la lección, y los posibles comportamientos de los alumnos cuando realizan una tarea o una lección.⁶

⁵ El coaching “cognitivo”, junto con el coaching “instruccional” y el *literacy coaching*, son propuestas desarrolladas en Estados Unidos, y cuya aplicación se registra en los niveles de educación primaria y secundaria. Para ampliar la información ver: Cornett, J., “Research on Coaching” en Knight, J., (coord) *Coaching Approaches & Perspectives*, USA, Hawker Brownlow Education, 2008, pp. 192-216; Killion, J., “Coaches’ Roles, Responsibilities, and Reach”, en Knight, J. (coord). *Coaching Approaches & Perspectives*, USA, Hawker Brownlow Education, 2008, pp. 7-28; Toll, C., *The Literacy Coach’s Survival Guide: Essential Questions and Practical Answers*, International Reading Association, 2006.

⁶ Para la presente investigación, se llevó a efecto un ejercicio de “conversación planificada” -partiendo de las preguntas propuestas por la investigadora Donna Dildy- realizado entre la dirección de la carrera (rol de coach) y el profesor de la asignatura con las siguientes preguntas y respuestas: 1-¿Cuál es el objetivo de la lección? R- Al impartir el punto del programa sobre las dinámicas de grupo, pretendo lograr una mayor atención, participación y motivación en los alumnos; 2-

La información recogida a lo largo del proceso se completaron por el docente aplicando las siguientes estrategias:

a- **Juego de roles** (realizado el 14 de octubre de 2013). En esta dinámica de grupo, el docente pidió a varios alumnos que realizaran una serie de acciones⁷ en el aula. Con esta actividad se pretendió reforzar el proceso de aprendizaje del tema referido a los conceptos de rol y status. También se buscó estimular la participación.

b- **Estrategia narrativa mediante la fotografía** (realizado el 18 de noviembre de 2013). Dicha actividad consistió en la elaboración (por sub-grupos) de un storyboard y con base en el mismo, realizar una serie de fotografías en cuya sucesión de imágenes se transmitiera un mensaje publicitario para la venta de un producto de consumo⁸.

c- **Organización de planos, elaboración de un guion y estructuración de un spot publicitario** (realizado el 16 de diciembre de 2013). A partir de la organización de 5 subgrupos, se proyectaron 7 planos separados de un spot publicitario los cuales debían ser reestructurados, -procurando una mayor persuasión al consumo-, elaborar el guion de la voz en off, y que un miembro de cada grupo narrara el guion. El objetivo era estimular la construcción del conocimiento por parte del alumno⁹.

¿Cómo sabrá que sus estudiantes han alcanzado los objetivos? R- Si logran entender la teoría de los grupos, las dinámicas de grupo y valorar las herramientas de diagnóstico como la sociometría y "eneagrama"; 3-¿Cómo ayudará a los alumnos a lograr los objetivos?¿Qué estrategias podría emplear? R- Se realizará un "Juego de Roles", un "Phillips 66" y se explicará la teoría sobre las dinámicas de grupo. Seguidamente, se expondrá la utilidad del diagnóstico mediante el uso de la sociometría y el "eneagrama". Finalmente se realizarán varias dinámicas para complementar la información teórica expuesta. 4-¿Qué datos le gustaría a usted que el coach recopilara acerca de sus estudiantes? R- Fundamentalmente la concentración de los alumnos y la capacidad de atención.

⁷ Las acciones realizadas por los alumnos consistieron en levantarse sobre una silla, sentarse en un escritorio, o acostarse sobre una mesa, y pronunciar algún tipo de frase -indicada por el profesor-, acompañada de un movimiento específico. Luego de realizada la acción, el profesor preguntó a los alumnos las razones por las que habían ejecutado las órdenes. En la generalidad de las respuestas señalaron que las habían cumplido por respeto a la autoridad del profesor. Luego, el docente explicó que la ejecución de dichas acciones podía ser entendida como un ejemplo en el cual una persona con cierta autoridad, ejerce su status a través del rol, en un espacio social específico.

⁸ En tal sentido, el objetivo grupal estuvo dirigido al logro de un mayor conocimiento de los miembros del grupo. Además se buscó reforzar los conceptos de planimetría, angulación, zona de cuadro, denotación y connotación, indispensables para el profesional del área de marketing y consumo en cuanto al diseño de campañas publicitarias.

⁹ También se buscó cubrir un objetivo académico dirigido a mostrar cómo las formas de planimetría, angulación, proceso de transición entre dos planos, la voz en off, uso de la música, duración de los planos y características del guion varían dependiendo del producto, la marca y las características sociodemográficas y económicas del consumidor.

d- “Phillips 66”, “Dripping” colaborativo de grupo y “Fútbol ciego” (realizados el 13 y 20 de diciembre de 2013). Estas tres dinámicas de grupo tuvieron un objetivo principalmente académico, ya que se buscó ejemplificar un aspecto del temario referido a la teoría de los grupos y las dinámicas de grupo. Pero al mismo tiempo, se trató de estimular el proceso de integración además del conocimiento grupal.

5. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y BALANCE

En la tercera fase se aplicó un cuestionario (a 26 de los 28 alumnos) dividido en dos secciones: a-En la sección N°1, se evaluaron las técnicas del coaching “dialógico” a fin de registrar hasta qué punto se había logrado un mayor conocimiento tanto de los alumnos respecto de sí mismos, como de los miembros del grupo (Ver Fig.4)¹⁰.

	1	2	3	4	5	6	NS/NC
1 La preparación de la clase fue planificada minuciosa y sistemáticamente por los profesores		1	3	3	7	12	
2 La preparación que realizaste para la clase fue minuciosa y sistemática	1	3	7	7	5	3	
3 El papel de los profesores fue fundamental para el buen desarrollo de las actividades		2	1	6	7	10	
4 Comprendí los objetivos de las actividades realizadas		2	7	3	8	6	
5 El cambio del espacio dentro del aula facilitó el aprendizaje	2	3	4	4	8	3	2
6 Consideras que el tamaño del grupo fue apropiado para alcanzar los objetivos marcados	1		4	6	11	4	
7 El trabajo en grupo fue positivo para la consecución de los objetivos planteados		4	1	9	7	5	
8 Me sentí responsable del buen desarrollo de las actividades	1	4	6	4	7	4	
9 Me ayudó en mi autoconocimiento		3	6	9	5	3	
10 Era como alumno el protagonista del proceso de enseñanza-aprendizaje	1	2	8	3	6	6	
11 Me he sentido en un ambiente libre	2		4	4	8	8	
12 La experiencia refuerza la práctica de los contenidos teóricos estudiados	1		7	7	7	4	
13 Las actividades estaban bien integradas con el resto de contenidos de la asignatura		3	3	8	6	6	
14 La práctica contribuyó a aumentar mi motivación por el aprendizaje de la asignatura	2	2	3	5	6	8	
15 Las actividades deberían evaluarse como parte de la asignatura	1	2	4	4	4	11	
16 Las actividades ayudaron a crear un espíritu amigable con el grupo	1	1	4	5	7	8	
17 Las actividades mejoraron la relación entre iguales		2		9	7	7	1
18 La experiencia me aportó un mayor conocimiento del grupo	1		2	9	6	8	
19 La experiencia me motivó a conocer más a algunos de mis compañeros	1	2	6	5	7	5	
20 Los temas tratados en el aula conectaron con mis intereses personales	1	1	8	7	6	3	
21 Desde una consideración general, evalúa las DINÁMICAS desarrolladas:	2	3	3	9	9		

Fig.4 Sección N° 1 del Cuestionario

Si nos atenemos a los puntos del cuestionario dirigidos a registrar el nivel de autoconocimiento y participación, y sumamos las valoraciones 4, 5 y 6 para las preguntas n° 8 (*Me sentí responsable del desarrollo de las actividades*), n° 9 (*Me ayudó en mi autoconocimiento*), y n° 10 (*Era como alumno el protagonista en el proceso de enseñanza-aprendizaje*) se obtiene un 57,5%, 65,3%, 57,5% respectivamente, indicando una ligera tendencia hacia un efecto positivo. Sin embargo, estimamos

¹⁰ En la valoración de la escala de 1 al 6, el 1 es el grado más bajo y el 6 el grado más alto.

que el resultado no es lo suficientemente efectivo ya que las valoraciones 1, 2, y 3 tienden a concentrar más de un 40% de las escogencias registradas. No obstante, el objetivo referido a un mayor conocimiento de los miembros del grupo, ofrece un resultado más consolidado. Si se observan los puntos del cuestionario dirigidos a su cuantificación, podemos ver que sumando las valoraciones 4, 5, y 6 vinculadas a la preguntas nº 16 (*Las actividades ayudaron a crear un espíritu amigable con el grupo*), nº 17 (*Las actividades mejoraron la relación entre iguales*) y nº 18 (*La experiencia me aportó un mayor conocimiento del grupo*) se obtiene 76,8%, 88,4 y 88,3% respectivamente.

b-La segunda parte del cuestionario evalúa en qué medida, las modalidades para mejorar la docencia habrían estimulado el proceso de aprendizaje, la construcción del conocimiento por parte del estudiante, además de mostrar la aplicabilidad de algunos contenidos del temario para la actividad profesional (Ver Fig.5).¹¹

1- En la clase dictada el 14 de octubre de 2013, se realizó un juego de roles con el objeto de explicar el tema referido a Rol y Status.	1	2	3	4	5	6	NS/ NC
a-¿Piensa que con la realización de esta dinámica se pudo lograr una mayor comprensión del tema?	1	3	3	4	7	6	2
b-¿Esta dinámica solo permite un momento de diversión y entretenimiento?	4	2	4	7	6	1	2
c-¿Esta dinámica permite la integración del grupo?	1	3	3	4	9	4	2
d-¿Esta dinámica es negativa por lo cual se recomienda no ser utilizada?	10	6	4	3	1		2
2- En la clase dictada el 18 de noviembre de 2013, con base en los resultados obtenidos mediante el "sociograma" y el "enesgrama", se organizaron 5 grupos de alumnos para realizar una evaluación continua en la cual se tenía que narrar una historia o elaborar un story-board para un anuncio publicitario, con el objeto de afianzar los conocimientos obtenidos referidos a planimetría y angulación, además de fomentar el trabajo de grupo, y la interacción colaborativa.	1	2	3	4	5	6	NS/ NC
a-¿Estima que la relación con los miembros del grupo en el cual le tocó participar fue positiva?		2	2	8	8	6	
b-¿La organización previa de los grupos por parte del docente, puede ser adecuada en términos de lograr un mejor conocimiento de otros alumnos con los cuales no acostumbra reunirse para realizar actividades académicas?	1	2	6	8	5	4	
c-¿Prefiere integrarse en grupos de trabajo con compañeros de clase que ya conozca previamente?	1		5	3	11	6	
3- En la clase dictada en día 16 de diciembre de 2013 se organizaron 5 grupos de alumnos para realizar una evaluación continua que consistió en organizar 7 imágenes en movimiento, escribir un guion, y grabar la voz en off, con el objetivo de reforzar el tema referido a los códigos utilizados para la promoción de una mercancía o "bien de consumo" en función de la "población objeto" (edad, sexo, clase social), del producto y de la marca.	1	2	3	4	5	6	NS/ NC
a-¿Esta dinámica permite que el alumno logre la construcción de su propio conocimiento?	1	1	5	4	10	4	1
b-¿Esta dinámica permite la adquisición de alguna habilidad o conocimiento que pueda ser útil para el futuro ejercicio de su carrera?	1	2	4	3	13	2	1
c-¿Esta dinámica puede ser entretenida, pero no aporta ningún conocimiento de interés para su carrera?	6	6	8	3	2		1
4- El 13 y el 20 de diciembre se realizaron las siguientes dinámicas de grupo: "Fútbol ciego", "Phillips 66" y "Dripping colaborativo de grupo", con el objeto de ejemplificar el punto del temario referido a las teorías de los grupo sociales y las dinámicas de grupo. También se persiguió incorporar a los alumnos en el proceso de construcción del conocimiento.	1	2	3	4	5	6	NS/ NC
a-Estas actividades permiten establecer un espíritu de grupo y colaboración e integración.	2		1	2	4	11	6
b-Estas actividades permiten lograr un momento de entretenimiento.		1	1	5	6	7	6
c-No tienen un valor académico importante, ya que no complementan los conocimientos obtenidos en clase.	3	3	6	6	1	1	6

Fig.5 Sección Nº 2 del Cuestionario

¹¹ Es importante aclarar que en la sección superior derecha del cuadro donde se aparecen las iniciales NS/NC, hay variación en los números debido a que algunos alumnos no participaron en estas sesiones. En consecuencia, el cálculo de los porcentajes será realizado a partir del número de alumnos que sí asistieron.

En relación a la utilidad de las dinámicas para la mejora del aprendizaje, importa destacar la suma de las valoraciones 4, 5 y 6 de la pregunta nº 1-a (*¿Piensa que con la realización de esta dinámica se pudo lograr una mayor comprensión del tema?*) con un 70%, así como las preguntas 3-a (*¿Esta dinámica permite que el alumno logre la construcción de su propio conocimiento?*) y 3-b (*¿Esta dinámica permite la adquisición de alguna habilidad o conocimiento que pueda ser útil para el futuro ejercicio de su carrera?*) ambas con la obtención de un 72%. Estos indicadores aportan una aparente aceptación de los procedimientos pedagógicos que incorporen al alumno al proceso de construcción del conocimiento, o que le permitan constatar mediante actividades prácticas, la comprensión y potencial utilidad de ciertos conceptos, herramientas y procedimientos. También facilitan una aparente integración grupal, tal como se puede constatar en la pregunta 4-a con un 85% (al sumar las valoraciones 4, 5 y 6). No obstante, la planificación previa de los sub-grupos mediante el análisis de los datos obtenidos a través del sociograma y del “eneagrama”, aparentemente no resultó muy efectiva, ya que el 76% de los alumnos prefiere integrarse en grupos de trabajo con compañeros de clase que ya conozca previamente (tal como se constata de la suma de las valoraciones 4, 5, y 6 de la pregunta 2-c).

6. CONCLUSIONES

1-Aunque los datos que ofrece el cuestionario apuntan a una valoración positiva después de aplicadas la dinámicas correspondientes al coaching “dialógico” para lograr una mayor integración grupal, sin embargo en el desarrollo del curso entre los meses de octubre de 2013 hasta febrero de 2014, no se observó una interacción integradora, solidaria y efectiva entre los miembros del grupo.

2-En lo que se refiere a las estrategias dirigidas para una mejora del aprendizaje, los resultados fueron más efectivos, no solo por los datos obtenidos en el cuestionario. También es importante señalar que del total de los estudiantes, solo el 6,6% suspendió la asignatura.

3-Para este caso concreto las estrategias han sido más efectivas para el proceso de aprendizaje que para el proceso de integración grupal.

4-Independientemente de los resultados obtenidos, es importante señalar que este tipo de estrategias contribuyen a una mejora en el proceso de aprendizaje siempre y cuando se profundice en la evaluación y estudio de su efectividad. Por lo cual, es importante concebir el aula como una modalidad de “laboratorio social” en el marco de un proceso abierto para la mejora de la enseñanza.

REFERENCIAS

- [1] Balart, M., Fernández Leandro, “La autoconciencia del directivo: un factor clave para el coaching” en *Mentoring & Coaching Universidad y Empresa*. 2008 N° 1, pp. 219-232.
- [2] Alonso, S., *Coaching Dialógico*, Madrid, (LID-editorial), 2013, p. 24.
- [3] Alonso, S., *Coaching Dialógico*, Madrid, (LID-editorial), 2013, pp. 143-144.
- [4] Dildy, D., *Action Research: Cognitive Coaching as a Vehicle to Improve Teacher Efficacy*. Center for Cognitive Coaching, 2012, p.2.
<http://www.cognitivecoaching.com/pdf/ActionResearch.pdf>
- [5] Dildy, D., *Action Research: Cognitive Coaching as a Vehicle to Improve Teacher Efficacy*. Center for Cognitive Coaching, 2012, p.19.
<http://www.cognitivecoaching.com/pdf/ActionResearch.pdf>