



MODULO 1

Conocimientos y Destrezas del Coach Facilitador

El Orador: En el latín es donde podemos decir que se encuentra el origen etimológico del término orador que ahora nos ocupa. Procede de “orator”, que es fruto de la suma de dos componentes de dicha lengua:

- El verbo “orare”, que puede traducirse como “hablar públicamente”.
- El sufijo “-dor”, que se utiliza para indicar “agente”.

El concepto se emplea para nombrar al sujeto que **se expresa públicamente**, por lo general a través de algún tipo de discurso o **disertación**.

El Facilitador: Un facilitador es la persona que ayuda a un grupo a entender los objetivos comunes y contribuye a crear un plan para alcanzarlos sin tomar partido, utilizando herramientas que permitan al grupo alcanzar un consenso en los desacuerdos preexistentes o que surjan en el transcurso del mismo.

EL Coach como Educador: Dentro de estos tres niveles en el **coaching educativo**, me parece interesante resaltar el **cambio de rol por parte del instructor** que esto supone. El instructor Coa pasa a un segundo plano y se convierte en un guía que acompaña en el proceso de aprendizaje. **El alumno se convierte entonces en el protagonista del aprendizaje**, y los contenidos se van descubriendo conjuntamente. Además **el instructor deberá crear espacios donde trabajar otros aspectos que van más allá de los contenidos y que son fundamentales para la desarrollo holístico de los alumnos**.



El papel del Facilitador:

Implica extraer el conocimiento e ideas de los diferentes miembros de un grupo, ayudándolos a aprendan los unos de los otros y a pensar y actuar en conjunto.

¿Qué hace un Coach - Facilitador?

- Garantiza la participación.
- Conduce al grupo y centra el tema.
- Maneja el tiempo y ritmo.
- Estructura la discusión
- Concreta los aportes.
- Aborda los conflictos y apoya su resolución.
- Permite a través de preguntas que el grupo aprenda.



¿Características de un Coach - Facilitador?

- Es una persona que **establece empatía con sus participantes**, enganchando y motivando durante todo el proceso y especialmente cuando nota que no trabajan con el mismo entusiasmo. El incluir preguntas acerca del tema que se está trabajando es la mejor estrategia para que los participantes construyan el conocimiento. |



- Es **sensible al aprendizaje de sus participantes**, dando retroalimentación oportuna y a tiempo, llevando al oyente a que reflexione sobre lo que está haciendo. ¿Qué entendemos por oportuna y a tiempo? .La sensibilidad dentro de la retroalimentación es por ser motivacional y formativa, es decir, se usan ambas para orientar el trabajo del participante guiándolo hacia una auto-evaluación, que lo llevará a su propia producción intelectual. Los comentarios del Coach facilitador deben dar aliento para que, a pesar, del desafío de la tarea, ésta sea cumplida.
- Es **curioso con la tecnología**, investigando nuevas opciones de comunicación en línea, utilizando las herramientas que más se adapten, tanto a su diseño de su contenido, como a las necesidades particulares de sus oyentes. Para ello debe tener conocimientos de cómo se manejan cada una de ellas para poder responder y ser un apoyo cuando los participantes tengan dificultades.
- Tiene **facilidad de comunicación**, provee instrucciones claras en las actividades que se realicen. A veces pensamos que somos buenos comunicadores, pero no es lo mismo hacerlo oralmente que en forma escrita. De allí que hay que ser muy cuidadosos y pensar si no se darán malos entendidos.
- Es **organizado en su trabajo**, da lineamientos acerca de lo que espera de los oyentes y arma grupos para trabajar colaborativamente en vez de hacerlo solamente al azar, orienta a los grupos u oyentes que no están comprendiendo los contenidos o las tareas.
- Es **amigable, creativo, entusiasta y motivador** utilizando recursos y estrategias apropiados al grupo de participantes. Su creatividad se evidencia en la selección de herramientas que utiliza para su sesión y para que sus oyentes trabajen en sus proyectos o tareas asignadas. La motivación se la siente en el tono de sus intervenciones, en los comentarios de ánimo, o en las preguntas que genere para producir más curiosidad en el participante.



- Es **flexible ante los imprevistos o en situaciones especiales** . El facilitador debe mostrarse como una persona capaz de mantener el ritmo de su curso, pero también sensible a las necesidades de sus participantes, También puede suceder que se den situaciones técnicas generalizadas, como los cortes de luz y que impactan en lo planificado.
- Es **respetuoso con sus participantes** y siempre se asegura que el lenguaje que se use en los espacios como foros, blogs y otros ambientes virtuales sea el apropiado. Esto es muy importante, por lo que sugerimos desde el inicio poner las instrucciones de cómo se debe dar la participación en los diferentes espacios de comunicación.
- Es **un educador que siempre está presente**, atento a las necesidades, curiosidades y/o confusiones de los oyentes, para ello puede utilizar la comunicación sincrónica como el chat si lo cree necesario, o enviar mensajes personales sea a través de la misma plataforma o por su correo personal, atendiendo así individualmente, pues habrá participantes cuyas inquietudes no las deseen compartir con todos los miembros del grupo.

Un Modelo para que la Gente aprenda

El modelo constructivista

El constructivismo tiene sus raíces en la filosofía, psicología, sociología y educación. El verbo construir proviene del latín *struere*, que significa 'arreglar' o 'dar estructura'. El principio básico de esta teoría proviene justo de su significado. La idea central es que el aprendizaje humano se construye, que la mente de las personas elabora nuevos conocimientos a partir de la base de enseñanzas anteriores. El aprendizaje de los estudiantes



debe ser activo, deben participar en actividades en lugar de permanecer de manera pasiva observando lo que se les explica.

El constructivismo difiere con otros puntos de vista, en los que el aprendizaje se forja a través del paso de información entre personas (maestro-alumno), en este caso construir no es lo importante, sino recibir. En el constructivismo el aprendizaje es activo, no pasivo. Una suposición básica es que las personas aprenden cuándo pueden controlar su aprendizaje y están al corriente del control que poseen. Esta teoría es del aprendizaje, no una descripción de cómo enseñar. Los participantes construyen conocimientos por sí mismos. Cada uno individualmente construye significados a medida que va aprendiendo.

Las personas no entienden, ni utilizan de manera inmediata la información que se les proporciona. En cambio, el individuo siente la necesidad de «construir» su propio conocimiento. El conocimiento se construye a través de la experiencia. La experiencia conduce a la creación de esquemas.

Los esquemas son modelos mentales que almacenamos en nuestras mentes. Estos esquemas van cambiando, agrandándose y volviéndose más sofisticados a través de dos procesos complementarios: la asimilación y el alojamiento (J. Piaget, 1955).

El constructivismo social tiene como premisa que cada función en el desarrollo cultural de las personas aparece doblemente: primero a nivel social, y más tarde a nivel individual; al inicio, entre un grupo de personas (inter- psicológico) y luego dentro de sí mismo (intrapsicológico). Esto se aplica tanto en la atención voluntaria, como en la memoria lógica y en la formación de los conceptos. Todas las funciones superiores se originan con la relación actual entre los individuos (Vygotsky, 1978).

2.1. Características del aprendizaje constructivista

El ambiente de aprendizaje constructivista se puede diferenciar por ocho características: 1) el ambiente constructivista en el aprendizaje provee a las personas del contacto con múltiples representaciones de la realidad; 2) las múltiples representaciones de la realidad evaden las simplificaciones y representan la complejidad del mundo real; 3) el aprendizaje constructivista se enfatiza al construir conocimiento dentro de la reproducción del mismo; 4) el aprendizaje constructivista resalta tareas auténticas de una manera significativa en el contexto en lugar de



instrucciones abstractas fuera del contexto; 5) el aprendizaje constructivista proporciona entornos de aprendizaje como entornos de la vida diaria o casos basados en el aprendizaje en lugar de una secuencia predeterminada de instrucciones; 6) los entornos de aprendizaje constructivista fomentan la reflexión en la experiencia; 7) los entornos de aprendizaje constructivista permiten el contexto y el contenido dependiente de la construcción del conocimiento; 8) los entornos de aprendizaje constructivista apoyan la «construcción colaborativa del aprendizaje, a través de la negociación social, no de la competición entre los participantes para obtener apreciación y conocimiento» (Jonassen, 1994).

2.2. Implicaciones generales del constructivismo cognitivo

Según la teoría constructivista de Piaget, existen dos principios en el proceso de enseñanza y aprendizaje: el aprendizaje como un proceso activo, y el aprendizaje completo, auténtico y real (J. Piaget, 1978).

2.2.1. El aprendizaje como un proceso activo

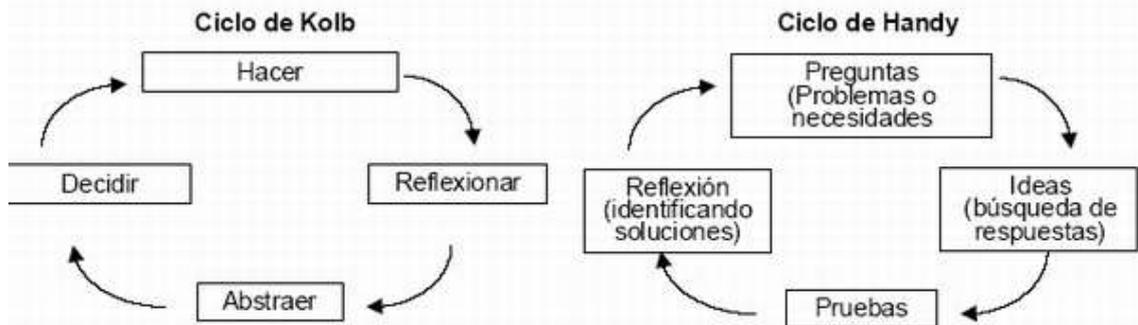
En el proceso de alojamiento y asimilación de la información, resultan vitales, la experiencia directa, las equivocaciones y la búsqueda de soluciones. La manera en la que se presenta la información es de suma importancia. Cuando la información es introducida como una forma de respuesta para solucionar un problema, funciona como una herramienta, no como un hecho arbitrario y solitario.

2.2.2. El aprendizaje: completo, auténtico y real

El significado es construido en la manera en que el individuo interactúa de forma significativa con el mundo que le rodea. Esto significa que se debe enfatizar en menor grado los ejercicios de habilidades solitarias, que intentan enseñar una lección. Los participantes que se encuentren en espacios diseñados con este método llegan aprender estas lecciones, pero les resulta más fácil el aprendizaje si al mismo tiempo se encuentran comprometidos con actividades significativas que ejemplifiquen lo que se desea aprender.



CICLOS DE APRENDIZAJE



Técnicas de enseñanza aprendizaje andragógicas

¿Qué es la andragogía?

En su significado más simple, es la guía o conducción, de un conjunto de **técnicas** de aprendizaje o enseñanzas, donde los aprendices son los adultos; es la contraparte de la pedagogía, que es la orientación o enseñanza a niños. El modelo a seguir de la **educación** andragógico, se basa en las exigencias del **adulto**, el cual decide que estudiar y para qué desea estudiar, según su requerimiento o [necesidad de aprender](#), exigiendo más de lo que el **profesor** enseña, siendo autónomo en su aprendizaje, dependiendo de la manera de la enseñanza, la experiencia y la interacción grupal, aplicando de forma inmediata lo aprendido convirtiéndolo en más didáctico y fácil.



La característica fundamental de esta [educación para adulto](#) es; la forma de resolver las situaciones de conflicto o complejas, organizando el aprendizaje o lo aprendido en torno a la **dificultad** o problema, siendo esta una forma de alcanzar las [metas](#) y competencias deseadas he impuestas, afianzando los **valores** y las actitudes positivas, porque el secreto de este avance, es que el adulto aprende porque quiere y no porque debe.

Es una nueva perspectiva de estudio, viniendo de un cronograma sencillo; el profesor-guía, procede a dar una conducción, dando una **ciencia** del arte que es la permanencia, en un avance de una educación permanente. Permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la [creatividad de un adulto](#), que es quien propicia su autoaprendizaje y autorrealización; basados en sus principios fundamentales y en la **participación horizontal** o directa y flexible, de un enfoque sistemático de la motivación de cómo y por qué o para qué aprender, canalizando una enseñanza para la vida misma, **motivando la vida** diaria, ya que es su necesidad de autodefinirse y de auto dirigirse o de encaminar sus pasos, aceptando sus diferencias y limitaciones individuales y las de cada persona.

En un resumen, el adulto posee cuatro características importantes para el aprendizaje andragógico; la **motivación**, la perspectiva personal de lo que va aprender, la experiencia y la disponibilidad de aprender; llegando así al



ciclo final del aprendizaje; adquirir experiencia, saber reflexionar, llegar a una **conceptualización** y al final la aplicación de lo aprendido.

Técnicas para captar a la audiencia

“El comienzo es la parte más importante del trabajo”, dijo Platón hace algunos siglos. La capacidad para asombrar y capturar el interés de la audiencia es fundamental porque de lo contrario, no importa que tengas el mensaje más importante que transmitir, este llegará a unos pocos simplemente porque no has logrado motivarlos lo suficiente.

Ser un buen orador es complicado, no basta con perder el miedo a hablar en público, a veces requiere años de práctica. Organizar una presentación hasta en sus más mínimos detalles también es difícil pero, afortunadamente, podemos tener un as debajo de la manga si elegimos adecuadamente cómo comenzar la presentación, si estructuramos bien esos primeros 60 segundos.

Si pasas ese tiempo disculpándote, haciendo una broma o puntualizando detalles técnicos, habrás perdido una oportunidad de oro para demostrar tu profesionalidad, causar una buena primera impresión y, de paso, cautivar a tu público.





1. Comienza con una historia interesante. Las bromas son un recurso muy manido pero las buenas historias siempre nos enganchan, sacan a la luz nuestro lado más infantil y nos hacen prestar atención. No importa si se trata de ejecutivos, profesores u obreros, a todos nos seducen las historias, por eso continuamos leyendo novelas y viendo filmes.

Por supuesto, no vale cualquier historia. Lo ideal es que sea un cuento con tintes personales, así le demuestras a la audiencia que confías en ellos y que te apasiona el tema. También puedes elegir la historia de otra persona pero siempre y cuando esta contenga alguna enseñanza. Sin embargo, no te pases porque resultarás aburrido, la historia no debe durar más de 2 minutos, como media.

Una historia convincente puede persuadir a un jurado, puede ayudar a vender un producto o nos puede sacar de un buen aprieto. Pero... ¿sabes cuáles son los aspectos que hacen que una historia sea convincente?

Los psicólogos Mazzocco y Green se plantearon esta misma pregunta y llegaron a la conclusión que los elementos emocionales son mucho más convincentes ya que tocan las fibras que los argumentos racionales ni siquiera rozan. Así, estos investigadores elaboraron una lista donde recogen los aspectos imprescindibles para que una historia sea persuasiva.

1.1 Imágenes vívidas. Se ha comprobado que si podemos ponernos en la posición de los personajes, seremos mucho más empáticos y la historia tendrá mayores probabilidades de triunfar. De hecho, varias investigaciones han demostrado que cuando estamos realmente inmersos en la trama de una historia, en nuestro cerebro se activan las mismas zonas que las que deberían activarse en el personaje.

1.2. Realismo emocional. Para que una historia sea convincente, esta debe ser percibida como real por la persona que la está escuchando. Esto no significa que todos sus aspectos deban ser reales sino tan solo las emociones experimentadas por el personaje. Es decir, podemos creer en la veracidad de una historia de ciencia ficción porque nos identificamos con



las emociones que experimenta el personaje. Si las reacciones de este no fueran verosímiles, la historia perdería su poder.

1.3. Comprensible. Cuando la historia se narra de forma deshilvanada, le falta coherencia o simplemente se utiliza un lenguaje difícil de comprender, su poder de convencimiento disminuirá notablemente. Para que una historia sea creíble, debe ser entendida perfectamente. De hecho, esta es una de las causas por la cual las nuevas generaciones se resisten a leer a Shakespeare o a Cervantes. Y es que su lenguaje es difícil de comprender por lo que no se establece una conexión emocional con la historia que se narra.

1.4. Estructura lógica. Nuestro cerebro está acostumbrado a pensar siguiendo ciertos pasos lógicos por eso, las historias que cuentan con una introducción, un medio (con su debido suspense) y un desenlace son aceptadas más rápido que aquellas que invierten este orden.

1.5. Contexto y narrador. Como se puede presuponer, una historia de éxito contada por un agente de ventas es percibida como menos creíble que si nos la narra un vecino. Por eso, las agencias publicitarias apuestan cada vez más por modelos que encarnen las verdaderas personas de pueblo. A la misma vez, un ambiente ruidoso puede minar la fuerza de la historia de la misma manera en que un sitio lleno de publicidad afecta la credibilidad del contenido.

Como punto final, estos investigadores nos dejan un truco muy interesante. Mazzocco y Green afirman que nuestro cerebro procesa la información de dos maneras: desde un enfoque racional y desde otro experiencial. El enfoque racional incluye datos que son comparados desde una perspectiva objetiva mientras que el enfoque experiencial implica la construcción de un campo de trabajo donde la realidad se puede mezclar con la fantasía.



Como nuestro cerebro solo puede trabajar con un enfoque a la vez, si la historia se focaliza en las experiencias emocionales más que en los datos, estaremos propiciando una aceptación casi incondicional.

Finalmente, vale aclarar que esto solo se aplica a la construcción de historias para una campaña de marketing o a situaciones similares. Si debes convencer a una audiencia que espera obtener datos científicos, estos trucos no funcionarán.

2. Haz una pregunta retórica y provocativa. Las preguntas involucran inmediatamente al auditorio, los animan a pensar y a concentrarse en la presentación. Si se trata de una pregunta inesperada, con un toque de provocación, mejor que mejor. Recuerda que no se trata de que la audiencia te responda, tan solo debes persuadirla y capturar su atención. No te limites a una simple pregunta cuya respuesta solo demande un sí o un no, ve más allá y, si es posible, roza los bordes de la ética.

3. Apuesta por una estadística alarmante. A todos, quien más y quien menos, nos gustan las estadísticas, incluso los profesionales de las ciencias sociales no logramos escapar de su influjo. Las estadísticas resumen de manera rápida una tendencia y nos permiten concentrarnos en el tema que se abordará. Por supuesto, no elijas las cifras que todo el mundo conoce, investiga un poco y comienza la presentación con una cifra que resulte sorprendente o incluso alarmante. Generar cierto grado de alarma y desazón es una estrategia segura para llamar la atención. Sin embargo, no les atiborres de cifras, selecciona solo las más importantes.

4. Elige una foto. Seguramente habrás escuchado que “una imagen vale más que mil palabras” y muchas veces es así. La información que nos llega desde el sistema visual tiene un impacto muy fuerte y es memorable. Al elegir la foto, asegúrate de que esta despierte emociones o que, al menos, despierte curiosidad. La foto te debe servir para crear el estado de ánimo adecuado. Por supuesto, no elijas una imagen obvia porque obtendrás el



efecto opuesto, apuesta por algo más irreverente o haz que la audiencia piense.