



Màster universitari en **Formació del Professorat d'Educació Secundària
Obligatòria i Batxillerat, Formació Professional i Ensenyament d'Idiomes**

Treball de fi de màster

Títol: Aplicació del *coaching* a l'aula.

Cognoms: Romeu Torres

Nom: Pau

Titulació: Màster en Formació del Professorat d'Educació Secundària Obligatòria i Batxillerat, Formació Professional i Ensenyament d'Idiomes

Especialitat: Tecnologia

Director/a: Rafael Morillas Varon

Data de lectura: 27/06/13



Índex

1. Introducció	2
2.- Definició i context del problema	3
2.1.- Propòsit.....	3
2.2.- Plantejament del problema i justificació.....	3
2.3.- Hipòtesis.....	4
2.4.- Què es el <i>coaching</i> ?	4
2.5.- Breu història del <i>coaching</i>	4
2.6.- Procés del <i>coaching</i>	5
2.7.- Tipus de <i>coaching</i>	6
2.8.- Principals corrents de pensament del <i>coaching</i>	7
3.- Descripció de la solució	12
3.1.- Què són els valors?	12
3.2.- Importància dels valors.....	12
3.3.- Justificació metodologia.....	14
3.4.- Objectius de la metodologia aplicada.....	14
3.5.- Disseny de la metodologia.....	15
3.6.- Desenvolupament de l'experiència.....	20
4.- Resultats	28
4.1.- Avaluació genèrica.....	28
4.2.- Avaluació activitat posada en pràctica al centre.....	28
5.- Conclusions	30
6.- Bibliografia	31

1.- Introducció

Els centres educatius d'avui en dia, siguin de la titularitat que siguin, s'enfronten a nous reptes per adaptar-se als a la cada cop societat més canviant.

L'alumnat dels centres necessiten un nou tipus d'atenció que afavoreixi el seu desenvolupament integral com a persones. Per a aconseguir-ho és necessari incidir en altres aspectes que no siguin, exclusivament, centrar-se en el procés d'ensenyament - aprenentatge des del punt de vista cognitiu i racional. Cal doncs, un enfocament més emocional, on tingui més presència el binomi emoció – raó, ment – cor.

Tenint en compte aquest fet, hi ha diverses possibilitats, diverses tècniques, diverses *ciències* per aplicar a l'aula i fomentar el desenvolupament integral desitjat: educació emocional, pedagogia sistèmica, PNL (Programació Neurolingüística)... D'entre aquestes disciplines apareix també el *coaching*.

En següents apartats definiré què és el *coaching* i els principals tipus de *coaching* que existeixen, que val a dir que en són molts. Però, perquè crec que és necessari aplicar el *coaching* a les aules?

En primer lloc, perquè a les aules no es treballa la component de reflexió, l'alumnat necessita espais per a poder reflexionar sobre preocupacions internes. En segon lloc perquè pot ajudar a autoconèixer-se, acceptar-se i així millorar les seves relacions amb la resta de companys i companyes. I finalment, perquè hem de ser capaços d'extreure un millor rendiment de l'alumnat, i això ho podem aconseguir treballant la preparació psicològica dels nostres estudiants/es.

2.- Definició i context del problema

2.1.- Propòsit

Per al present Treball el propòsit principal és el d'**aplicar el *coaching* a l'aula**. En altres paraules, el que es pretén és introduir determinades tècniques del *coaching*, en el marc d'una classe ordinària, per tal que l'alumnat assoleixi un major grau d'autoconcepte de grup i això pugui revertir-se en un augment del rendiment acadèmic general.

Aquest treball es desenvoluparà en les hores d'Informàtica al llarg d'una unitat didàctica, introduint-lo només en un sol grup de 3r d'ESO, per tal d'observar, si es produeixen diferències significatives respecte a un altre grup de capacitats cognitives similars.

2.2.- Plantejament del problema i justificació

En el centre educatiu on he realitzat les pràctiques hi ha molts aspectes positius i alguns altres que no ho són tant. Els aspectes positius són múltiples i enumerar-los tots seria efectuar una llista molt llarga, però dintre dels que no són tant bons hi hauria la manca d'un treball més emocional. Aquest és un fet palpable a la majoria de centres educatius del nostre país, tot i que segons sembla s'està corregint de mica en mica.

Per què l'alumnat no rep un ensenyament més profund en valors? Per què no podem treballar més en profunditat el sentiment de pertinença a un grup heterogeni però que, d'altra banda, pot funcionar com un autèntic equip? Per què no podem treballar les emocions per tal de motivar a l'alumnat? No podem permetre'ns que part de l'alumnat no arribi als objectius perquè cregui que no pot assolir-los.... Aquestes són algunes de les preguntes i reflexions que em van anar sorgint a mesura que avançava el meu procés de pràctiques.

Durant el període de pràctiques vaig detectar gran quantitat d'alumnat amb poca motivació, amb poques ganes d'aprendre. Deixant de banda, que molts dels conceptes que s'expliquen poden no interessar als alumnes/as, molts dels casos detectats de manca de motivació són produïts pel sentiment de no ser capaç d'entendre-ho, d'infravalorar-se i pensar que no s'és prou intel·ligent com per assimilar determinats conceptes.

A part, vaig poder observar la manca de sentiment de pertinença al grup classe. Crec fermament, que si un grup d'alumnes/as se sent que forma part d'un ens més gran, més potent, això afavoreix a una millora del rendiment acadèmic. Si creus en el grup i et comportes com un equip, individualment donaràs el millor de tu mateix per a tirar endavant, gràcies a la sensació que el grup també rema en la mateixa direcció.

Davant d'aquestes dues observacions, manca de motivació provocada per la sensació que no estàs prou capacitada com per a assolir els objectius i manca de sentiment de pertinença en un grup sòlid que pot funcionar com un sol bloc, em plantejo la possibilitat d'introduir determinades tècniques del *coaching* per a poder mitigar aquestes mancances i millorar el rendiment acadèmic del grup classe.

La decisió d'introduir-ho durant les estones de classe ordinària no és fàcil. El més senzill hagués estat optar per introduir el *coaching* a les hores de tutoria dintre del PAT (Pla d'Acció Tutorial), però la meva determinació és que els docents, i futurs docents, hem de ser capaços de treballar determinats aspectes de manera transversal, a cada classe i a totes les assignatures.

Així doncs, decideixo, implementar determinades tècniques del *coaching* a les classes ordinàries d'Informàtica. Val a dir, però, que el treball hauria de ser aplicable a qualsevol assignatura.

2.3.- Hipòtesis

Després de contextualitzar el treball, plantejar problemes i justificar-lo, la hipòtesi que em proposo és la següent: **si introdueixo determinades tècniques o eines del *coaching* a l'aula es millorarà l'autoconcepte de grup i millorarà el rendiment acadèmic de l'alumnat.**

És important abans de continuar, conèixer de què tracta el *coaching*, breu història i quins tipus de corrents existeixen dintre d'aquest mot tan ampli.

2.4.- Què es el *coaching*?

Existeixen moltes definicions de *coaching* però en la que em sento més identificat és en una adaptació personal d'una definició feta per Talane Miedaner (*Coaching para el éxito*, 2002): "*El coaching és el viatge que realitza una persona entre el que és avui i el que desitja ser demà.*"

La definició anterior permet resumir en poques paraules el que significa el concepte de *coaching*, ja que moltes vegades ens omplim la boca de *coaching*, motivació, lideratge, empatia... Utilitzem una sèrie de vocabulari comodí, sense saber què significa. El principal repte doncs és *fer baixar el coaching a la terra* i començar a caminar.

Així doncs, ja sabem que el *coaching* és una disciplina que ens permet extreure el millor d'un mateix i aconseguir els objectius desitjats. La tasca del *coach*, és acompanyar-te en tot aquest viatge (camí), aconsellant-te i guiant-te, per tal que assoleixis els objectius desitjats.

2.5.- Breu història del *coaching*

El *coaching* no es tracta d'una disciplina nova que hagi sorgit del no res recentment, es tracta, probablement d'una disciplina d'origens remots en l'edat de pedra. Molt possiblement en competicions de tir amb llança ja utilitzaven tècniques similars a les que utilitzem avui sota la denominació de *coaching*.

La paraula com a tal, en el sentit d'instructor, sorgeix el 1830 a la Universitat d'Oxford, referint-se al tutor que acompanyava a l'alumnat en la preparació dels seus exàmens. No és fins als últims 20 anys que el *coaching* ha sofert una evolució radical, veient-se influenciat i millorat per altres àrees d'estudi com el desenvolupament personal, la formació d'adults, la psicologia i altres teories de lideratge.

Així, l'aplicació moderna de la paraula *coaching* fa que sigui una disciplina bastant nova, i no va ser fins a mitjans dels anys noranta quan es va refundar com una disciplina independent amb un conjunt cohesionat de principis, coneixements i tècniques. La creació de múltiples escoles de *coaching* i de la Federació Internacional de *Coaching* (FIC) van fer que el nombre de *coaches* professionals augmentés de manera considerable fins als nostres dies.

Segons experts, els principals avenços en aquest camp han estat:

- Tim Gallwey (*El juego interior del tenis*, 1974), era entrenador de tenis professional. Observant diferents jugadors se'n va adonar que n'hi havia que tenien una mentalitat més ferotge i que guanyaven els partits, no tan per la seva qualitat tècnica i tàctica, sinó per la seva mentalitat guanyadora de voler *menjar-se* al rival. A més de la preparació física i tècnica, va començar a introduir una preparació psicològica per tal d'assolir el màxim rendiment. És considerat el pare del *coaching* esportiu.

- John Whitmore (*Coaching: el método para mejorar el rendimiento de las personas*, 1992) va desenvolupar un dels mètodes més coneguts i utilitzats de la història d'aquesta disciplina, el mètode GROW (objectiu, realitat, opcions i conclusió). És considerat una eminència dintre dels negocis.

- La crisi dels anys noranta en el món occidental va provocar que molts líders empresarials i directius visquessin situacions d'un elevat grau d'estrès. Aquest fet va contribuir a l'auge del *coaching*.

En un principi es creia que els *coaches* havien d'actuar en casos de poc o molt rendiment. Actualment la major part del *coaching* va dirigit a persones de màxim rendiment, grans talents i altes capacitats.

2.6.- Procés del *coaching*

El *coaching* es centra en un determinat problema que la persona vol resoldre o en un resultat concret que es vol assolir. Altres vegades el *coach* es centra en que la persona deixi sortir tot el seu potencial que el permetin assolir uns objectius determinats. El *coach*, s'assegura que el seu client pugui aplicar amb èxit l'aprenentatge adquirit durant el temps d'acompanyament i sigui capaç, d'ara en endavant, de resoldre obstacles futurs.

El procés de *coaching* no es tracta de cap teràpia psicològica, ni els *coaches* són terapeutes. El treball exclusivament es centra en resoldre problemes actuals o de futur, sense indagar en problemes passats. Per tant, com a punt de partida és important assumir que la persona que requereix d'un procés de *coaching* no pateix problemes psicològics rellevants. El procés principal de totes les tècniques de *coaching* es basen a capacitar a l'individu, dotar-lo d'eines que li permetin fer front a situacions no desitjades o a obtenir els beneficis desitjats.

Com ja he comentat, existeixen múltiples pràctiques de *coaching*, però totes comparteixen que els efectes de les preguntes que el *coach* realitza al seu client són coherents i suposen un desafiament per a aquest últim. Quan es realitzen preguntes d'un nivell baix s'observa la capacitat d'alerta i de ràpida resposta de l'individu, mentre que a mesura que el nivell de les preguntes augmenta i aquestes es tornen més exigents, s'observa el seu estat d'alerta reactiva, reflexió i les pauses entre respostes. Aquestes preguntes més exigents permeten arribar a una certa informació que d'altra manera no s'hi arribaria.

2.7.- Tipus de *coaching*

A continuació s'exposen alguns del principals tipus de *coaching* i les seves principals característiques:

a) *Coaching* empresarial

És el que es desenvolupa en el marc d'una empresa, com el seu nom indica. No és necessari que el *coach* tingui coneixements del sector empresarial en el qual està oferint els seus serveis, ja que no són assessors, sinó que ofereixen els seus coneixements per ajudar a traçar un pla estratègic per a assolir uns objectius acordats.

És sector de gran creixement i expansió ens els últims 10 anys, sobretot en corporacions d'èxit que persegueixen que els seus directius tingui les màximes habilitats per a gestionar equips i puguin extreure'n el màxim rendiment dels seus empleats.

b) *Coaching* executiu

Es tracta d'un cas particular del *coaching* empresarial. S'estableix una relació entre el *coach* i el client basat en els objectius personals d'aquest en relació a l'empresa a la qual pertany.

Com s'ha comentat anteriorment, el *coaching* anteriorment anava destinat a corregir els rendiments baixos, mentre que avui en dia, s'utilitza per a millorar el rendiment de grans talents. La contractació del *coach* pot ser que vingui per part de la pròpia empresa, recursos humans, que desitgen millorar el rendiment d'algun empleat directiu, o pot ser que sigui per iniciativa pròpia, per voler millorar el seu desenvolupament professional.

c) *Coaching* vital

Aquest tipus de *coaching* es basa en essència en el *coaching* empresarial i executiu. Es tracta d'un estil que es fonamenta en l'anàlisi de les necessitats de l'individu, una posterior assimilació dels objectius a assolir i finalment el disseny d'un pla d'actuació per a aconseguir els objectius fixats.

La principal figura que en destaca és Thomas Leonard, qui, procedent de la vida dels negocis, l'any 1988 va difondre i popularitzar el *coaching* vital per al gran públic. Fundador de la *Coaching University*.

d) *Coaching* de família, parella i paternitat

Aquest tipus de *coaching* es basa en millorar els vincles afectius entre membres d'una mateixa família, en provocar un creixement i un progrés en la relació de parella o en la millora de la relació paternofamiliar. Per aconseguir els objectius s'utilitzen la pràctica d'eines comunicatives, alineació dels objectius comuns o el canvi de conducta per a crear una tensió positiva.

2.8.- Principals corrents de pensament del *coaching*

A continuació es presenten algunes dels models més significatius dintre del *coaching*. Degut a la gran quantitat que hi ha de models en aquest camp, només se'n descriuen els que per Simon Dolan (*Coaching por Valores*, 2012) són més representatius.

a) El model GROW

Es tracta d'un model ideat per John Whitmore, juntament amb el seu equip, i àmpliament utilitzat en el món empresarial financer durant els anys 80 i 90. Les principals virtuts d'aquest mètode és que es tracta d'un model molt senzill d'aplicar, molt flexible (aplicable en múltiples situacions) i sobretot es tracta d'un model molt eficaç, ja que ajuda a fixar objectius i a resoldre els problemes de manera quasi simultània.

GROW és un acrònim en anglès, de les paraules Objectiu, Realitat, Obstacles, Opcions i Camí cap a endavant (Goal, Reality, Obstacles, Options, Way forward), i ben bé el seu nom resumeix els passos que segueix el model.

Objectius	És la meta a on es vol arribar.
Realitat	Distància que separa una persona dels seus objectius.
Obstacles	Dificultats que sorgeixen per a assolir els objectius.
Opcions	Recerca de solucions per a superar els obstacles i arribar als objectius.
Camí cap a endavant	Les opcions es converteixen accions per a continuar cap endavant.

Taula 1. Metodologia GROW.

Font: Adaptació de http://en.wikipedia.org/wiki/GROW_model. Últim accés a la pàgina 06 de maig del 2013.

El model GROW es pot utilitzar com a sistema *autocoaching* ja que permet fer un fàcil seguiment dels passos a seguir i dels objectius a assolir.

Tot i ser un model de referència el propi autor assenyala que no n'hi ha prou en quedar-se en l'aplicació del mètode GROW i que caldria anar molt més enllà si es vol realitzar un procés de *coaching* efectiu.

Un exemple d'aplicació del model GROW podria ser el següent plantejament entre un *coach* i el seu client:

Objectiu	Aconseguir treball de professor se secundària.
Realitat	He d'acabar el màster de Formació del Professorat. He d'enviar currículums de cara al curs vinent a escoles i instituts.

Obstacles	El màster comporta un volum de treball elevat. Em fa mandra posar-me a enviar currículums.
Opcions	Posar-me a treballar dur en les tasques a realitzar en el màster. Fer un currículum ben fet i enviar-lo a diferents centres educatius.
Camí cap a endavant	Pla d'acció. Cada dia destinar 2 hores a realitzar les tasques del màster. Destinar una hora a enviar currículums per correu electrònic i si s'escau anar presencialment a entregar-los en mà.

Taula 2. Exemple GROW.

b) El model *coaching* coactiu

Aquest model de *coaching*, desenvolupat per Laura Whitworth es fonamenta en 4 idees fonamentals:

- El client té suficients recursos propis per a trobar solucions / respostes als problemes / objectius.
- La temporització la fixa el client.
- El *coaching* tracta al client com una persona integral.
- Aliança entre *coach* i client. El client té la última paraula.

L'objectiu principal del *coach* coactiu és satisfer les necessitats del client i que aquest assoleixi els objectius fixats.

El model de *coaching* coactiu funciona mitjançant 5 destreses de *coaching* com són: l'escolta, la intuïció, la curiositat, l'aprenentatge actiu i l'autogestió. Aquestes destreses giren entorn un eix principal format per 3 conceptes clau: Realització (assolir l'èxit), Equilibri (tractar els aspectes de la vida del client), i Procés (focalitzar-se en els mitjans i el resultat final).

Per entendre bé el funcionament del *coaching* coactiu és important assenyalar que es tracta d'un procés de posar les idees en ordre. Mitjançant preguntes ben formulades, pots arribar a descobrir quines són les teves prioritats, els teus objectius, quin és el camí cap a l'èxit... Per tant, l'element principal d'aquest model és la pregunta. Què vull? Què no tolero? Què em motiva? Què m'agrada?...

c) *Coaching* de la Programació Neurolingüística (PNL)

Grindler i Bandler van començar a imitar el comportament d'un professor seu, Fritz Perls. Tan els alumnes de Bandler, com ell mateix estaven obtenint uns resultats terapèutics notables, en les seves imitacions de Perls.

Bandler es va posar en contacte amb Grindler per explicar-li el fenomen i aquest va decidir realitzar el mateix experiment, amb idèntics resultats. Així, Grindler i Bandler van posar-se a analitzar els patrons de conducta i l'ús del llenguatge que produïen aquells resultats.

Diversos terapeutes i psiquiatres van realitzar experiències similars al mateix temps que Grindler i Bandler van publicar els seus descobriments. Aquests descobriments es van començar al principi com una terapia. La terapia consistia en la manera de calibrar respostes psicològiques inconscients, establir

relacions i orientar l'atenció del client per a que aquest tingui més opcions: tècniques de comunicació com la similitud i el reflexe.

A finals dels setanta Grindler i Bandler es van separar, però això no va privar-los als dos de continuar les seves investigacions. Grindler va admetre posteriorment, que en la codificació inicial hi havia uns problemes que s'havien de solucionar. Aquests problemes afectaven als actors principals de la tècnica, *coach* i client.

El *coach* havia d'interpretar significats per manca de precisió en el funcionament semàntic de les paraules, i d'altra banda, el client havia de canviar la conducta de l'atenció conscient quan era evident que s'executaven per processos inconscients.

En PNL s'utilitzen les paraules conscient i inconscient de manera metafòrica. El conscient fa referència a la funció neurològica activada de manera voluntària, mentre que l'inconscient es refereix per exemple a canvis subtils en l'aspecte d'una persona a mesura que processa experiències (elements de reflexe, respiració, gesos...). Aprendre a crear una associació amb l'inconscient permet recórrer als sistemes de senyalització d'afirmació i negació, per tal d'accedir a noves opcions de respostes davant situacions complicades.

A continuació es presenten els passos a seguir mitjançant el model de *coaching* de la PNL per a interaccionar amb un client:

1.- El client identifica una situació que li agradaria viure-la, afrontar-la de manera diferent. El *coach* l'ajuda a visualitzar la situació afrontant-la de la manera desitjada.

2.- Un cop aconseguida la representació mental afrontant la situació tal i com li agradaria, el client ha de fer el mateix exercici però aquest cop actuant com ho fa habitualment (no desitjada). El *coach* observa un sèrie de canvis fisiològics en el seu client (canvis d'una situació a l'altra). El *coach* realitza una calibració.

3.- Un cop realitzats els exercicis de visualització, el *coach* guia al seu client proposant-li un joc que li permetrà respondre d'una manera determinada eficaç quan s'enfronti al problema plantejat. El joc fa que el client entri en un estat anomenant de fluxe.

4.- El que es pretén és que el client quan experimenti la situació a solucionar, ho afronti reaccionant mitjançant el seu estat nou de fluxe i no hi hagi restes de l'antic estat negatiu.

L'important del *coaching* de la PNL és que el *coach* no es centra en el problema, en indagar la seva història ni a comprendre'n el significat, sinó que només s'ha de centrar en provocar una nova reacció davant la dificultat en el seu client.

d) Intel·ligència emocional

Arran de la teoria de les intel·ligències múltiples de Gardner, on afirmava que la intel·ligència humana no només es mesura en termes d'intel·ligència matemàtica o comunicativa sinó que n'hi havia d'altres tipus que eren igual de remarcables, va sorgir al 1995 un treball de Daniel Goleman que va tenir i encara té

avui en dia una gran repercussió en diferents camps del coneixement, però sobretot en el camp del *coaching*.

La intel·ligència emocional comprèn una sèrie d'habilitats que utilitzem dia a dia, encara que en siguem conscients o no, i que determinen com ens relacionem amb la resta de persones i en si podem o no obtenir l'èxit. Nombrosos són els casos d'aspirants a líders que han sigut incapaços d'arribar a l'objectiu per manca d'autoconsciència, autocontrol, autoestima, incapaços d'establir relacions de confiança.

El *coaching* destinat a potenciar i augmentar la intel·ligència emocional exigeix:

- Autoconeixement.
- Escollir-se, incitant a la motivació i exercitant l'optimisme.
- Entregar-se, augmentant l'empatia.

e) *Coaching* amb Indagació Apreciativa (IA)

Creat per David Cooperrider i Suresh Srivast als anys vuitanta, aquest model es basa en el principi que les organitzacions i altres sistemes si busquen problemes els trobaran, mentre que si aprecia els aspectes positius trobarà més i més en aquest sentit. Es tracta d'una manera de plantejar preguntes i imaginar el futur que fomenta les relacions positives.

Per entendre millor de què es tracta la indagació apreciativa podem analitzar-ne les dues paraules de que està formada el nom del model.

- Indagar és intentar investigar alguna cosa a través de preguntes.
- Apreciar és reconèixer o estimar alguna cosa o a algú o també pot significar augmentar el valor d'alguna cosa.

El *coach* planteja preguntes suggestives per identificar factors i aspectes que funcionen bé en la vida del client. La tasca es centra en fer aflorar allò que funciona bé i fer que augmenti, per oposició a fer disminuir allò que no funciona bé.

La metodologia es centra en el passat, present i futur. A continuació es presenten els passos principals:

Decisió del tema afirmatiu	El <i>coach</i> realitza una entrevista amb diverses preguntes al client. De les respostes escullen plegats els temes on focalitzar-hi l'interès.
Descobriment	S'analitzen les preguntes de cada tema afirmatiu, a partir de les respostes, tots dos tornen a escollir diversos temes. En aquests temes es reflecteixen factors d'èxit (fortaleses, talents, actius, valors i idees) i es coneixen com a nucli positiu.
Somni	El client utilitza processos creatius per analitzar verbalment i experimentalment com seria el futur si el nucli positiu formés part del seu sistema. S'examina mirant en el passat què ha de succeir per a assolir l'estat òptim.
Disseny	S'organitza el sistema segons les preferències escollides per a cada element, que permetin establir millor el nucli positiu.
Destí	Es defineixen plans concrets i recursos de recolzament per a establir les preferències escollides al servei d'ampliar en nucli positiu i convertir els somnis del client en realitat.

Taula 3. Metodologia IA.

Font: Dolan, S. L. (2012). *Coaching por valores*.

Val a dir, que la indagació apreciativa és una eina molt poderosa i que pot produir canvis reals en poc temps.

f) *Coaching* ontològic

Aquest model beu de totes les fonts de *coaching* ja que agafa conceptes i eines de diferents models: PNL, intel·ligència emocional, indagació apreciativa...

El significat de la paraula ontologia és l'estudi de l'ésser, per aquest motiu el *coaching* ontològic focalitza les seves eines en la comunicació com a mitjà fonamental per produir desviacions entre la percepció i la conducta. Utilitza el llenguatge i les converses per a provocar canvis radicals en la cultura i la conducta del client. L'objectiu del *coach* és capacitar al client que per si sol assoleixi els objectius i siguin capaços de dissenyar millor el seu propi futur.

El *coaching* ontològic defineix la conducta humana com a intersecció entre tres conjunts: el llenguatge, l'ànim i les emocions, i finalment la postura corporal. Aquests elements formen l'enfocament ontològic del *coaching*.

Si aprofundim en el primer conjunt, el llenguatge, se'n desprèn que el llenguatge consisteix tant en parlar com escoltar i que el llenguatge és fonamental per a crear realitat. Es considera que escoltar és un element fonamental de la comunicació per a establir una relació de confiança.

El conjunt de l'ànim i les emocions, s'enfoca intentant modificar-les mitjançant l'ús de diferents eines que capaciten a les persones per:

- Distingir entre estat d'ànim i emocions.
- Reconèixer i utilitzar els 6 estats d'ànim bàsics de la vida.
- Passar d'un estat d'ànim negatiu a un positiu.
- Utilitzar l'estat d'ànim i les emocions per establir una comunicació més efectiva.
- Implicar-se en el lideratge constructiu emocional.

La postura corporal explica la nostra manera de ser, així es dota al client d'unes eines per a que aprenguin a utilitzar el seu cos per entrar en un estat d'ànim més positiu i productiu i a efectuar canvis corporals per a augmentar l'efectivitat en la comunicació.

3.- Descripció de la solució

En apartats anteriors he introduït els diferents tipus de *coaching* i diferents corrents de pensament dintre del *coaching*, per tal de posar de manifest que la disciplina del *coaching* té múltiples variants, totes igualment vàlides i totes totalment aplicables davant de qualsevol tipus de situació, per a resoldre algun tipus de problema.

Un cop vist diferents corrents de pensament, inclouré un altre tipus de *coaching* basat en els valors, però abans de continuar m'agradaria tractar què són els valors i la importància que tenen en la vida quotidiana de les persones.

3.1.- Què són els valors?

La paraula valor pot ser interpretada de diferents maneres en funció del context on la trobem. Valor pot tenir un significat amb connotacions econòmiques, tot allò que és preuat, que costa uns determinats diners. D'altra banda, pot referir-se a una emoció personal que indica valentia o que pot suposar un intangible preciós. I finalment, trobem el significat de valor com a creença personal que ens defineix com a persones i que determina la nostra manera d'actuar i de distingir el que està bé del que no ho està.

Aquestes tres accepcions són la base del model triaxial creat per Simon L. Dolan. (2012) i que s'ha utilitzat en la posada en pràctica al centre del *coaching* a l'aula. Així doncs, tenim 3 dimensions que defineixen valor: la dimensió econòmica, la dimensió ètica i la dimensió emocional.

3.2.- Importància dels valors

Els valors ens envolten constantment en el nostre dia a dia, a la feina, a la publicitat, a les activitats de lleure, amb la família, la parella... en cada situació que afrontem hi entren en joc els valors. Així per què en una cosa tant quotidiana, tant rellevant no hi posem l'atenció que es mereix?

Anem a veure alguns exemples on els valors hi juguen un paper fonamental.

És ben cert que les organitzacions empresarials del segle XXI totes porten incorporades en el seu pla estratègic els termes missió, visió i **valors**, però caldria preguntar-se si totes saben què signifiquen aquells valors que pregonen i en cas que ho sàpiguen, si els porten a la pràctica o si actuen d'acord amb ells.

Nombrosos són els exemples d'empreses que han perdut la seva identitat, la seva cultura, l'esperit dels seus fundadors, en definitiva els valors que les identificaven. Aquestes organitzacions, sense aquests valors estan perdudes dintre de l'univers empresarial, i només els queden dos camins possibles: reprendre el rumb identificant els valors fonamentals i irrenunciabls que defineixen el negoci, o d'altra banda, la desaparició.

Com a empleat d'una empresa és fonamental conèixer quins són els valors de la teva empresa o del teu negoci, i posteriorment fer l'esforç d'identificar els teus propis valors. Si realitzes aquest exercici, que cal dir que ningú fa, pots endur-te sorpreses... Un exercici senzill podria ser avaluar diferents aspectes com l'estructura (de més fluida a més rígida), la innovació (poca o molta), el clima d'aprenentatge, la tolerància a la diversitat, la visió local o global, etc. Un cop avaluada la teva empresa, pots realitzar el mateix procés segons les teves preferències i analitzar les divergències produïdes. En cas que els resultats siguin molt diferents podria ser que t'haguessis de plantejar un canvi d'aires en la teva feina.

Moltes vegades la felicitat o infelicitat en el nostre lloc de treball es pot explicar per el senzill exercici anterior, ja que, podem estar dedicant el nostre bé més preuat, com és el temps, a una empresa que els seus valors no coincideixen als que tenim nosaltres. És important doncs, reflexionar sobre els nostres valors i els que tenen la corporació on treballem.

A dies d'avui, vivim en una societat mancada de referents, mancada d'idees i on és més important que mai la figura dels líders. Estem envoltats de líders polítics, líders empresarials, líders esportius, líders religiosos... però molts d'aquests líders ho són en minúscules, ja que anem encadenant decepció rere decepció. Líders de l'esport que resulta que es dopaven, líders polítics que han robat, líders religiosos que han violat les lleis sagrades que proclamen, líders empresarials que estafen el sistema... la llista és llarga i si hagués d'enumerar-los un per un, seria interminable. I és que bona part d'aquests líders no han viscut d'acord amb els valors que proclamen, si fos així no ens trobaríem amb les sorpreses actuals.

També ens podem trobar en múltiples aspirants a líders, que a causa de la seva manca de valors han fracassat en les seves aspiracions i no han arribat al seu objectiu fixat. En canvi, personatges com el President del EE.UU, en els seus discursos polítics, constantment fa referència a valors com l'esperança per transmetre l'optimisme a la societat nordamericana.

Si ens centrem en l'àmbit familiar, en nombroses ocasions es parla de valors familiars, però aquests valors tenen un significat imprecís que varia en funció del temps i de la cultura nacional. A principis de segle i en plena dictadura a Espanya, el concepte de valors familiars es referia a una família catòlica, formada per un home i una dona amb fills, conservadora i obedient al règim. A l'actualitat els valors familiars han canviat i si féssim una enquesta probablement ens trobaríem amb valors com la llibertat, amor, unió i respecte. L'important és que, malgrat canviïn, els valors hi siguin presents.

Quan parlem de la parella, trobem que encara que entre les dues persones que constitueixen la parella no s'hagin transmès els valors personals de cadascú, sinó els comparteixen en gran mesura, la parella

no funcionarà. Moltes de les parelles que es trenquen és a causa d'una diferència de valors molt gran, que fa que no puguin ser feliços i xoquin constantment.

Si posem l'atenció en la publicitat que rebem cada dia podem observar que se'ns parla de valors constantment, anuncis de refrescs, detergents, roba, automòbils, banca i asseguradores, alimentació... ens bombardegen amb valors aparentment positius, però lligats a un sol objectiu que és que el consumidor compri. (Més endavant aprofundiré sobre el lligam indisoluble entre valors i objectius).

Hem vist doncs, situacions de la vida quotidiana on els valors juguen un paper fonamental, i és que van associats a la vida de les persones encara que no en siguem conscients. És important, per tant, treballar-los des de petits i introduir-ne l'anàlisi a les aules d'arreu.

3.3.- Justificació metodologia

Un cop exposats els diferents corrents de pensament i tipus de *coaching* he hagut de decantar-me per algun model de *coaching* per tal d'aplicar dintre de les aules, i més concretament a les classes d'Informàtica. D'acord amb el meu plantejament inicial d'introduir tècniques del *coaching* a les estones de classe vaig pensar que podia ser útil realitzar un treball per valors, perquè, per un costat, em permetia obrir una escletxa a les creences de cada alumne i per l'altra podia incidir sobre els objectius personals i col·lectius com a grup classe.

3.4.- Objectius de la metodologia aplicada

Podem diferenciar entre objectius generals i específics d'introduir el *coaching* a l'aula.

a) Objectius general

- Introduir i desenvolupar el treball de tècniques del *coaching* a l'aula, durant les classes d'Informàtica.

b) Objectius específics

- Observar si les tècniques introduïdes permeten un assoliment d'un major grau d'autoconcepte de grup.
- Observar si es produeix un major rendiment acadèmic en l'alumnat.
- Analitzar si es produeixen diferències significatives de rendiment i dinàmica de grup entre el grup "experimentat" i una altre grup de 3r d'ESO de capacitats similars.

3.5.- Disseny de la metodologia

Per dissenyar la metodologia portada a la pràctica en el centre m'he basat en la metodologia ideada per Dolan, S. L. (2012). en la seva obra *Coaching por valores*, s'anomena el model triaxial dels valors o de les 3E's.

Segons aquest model, seguint els 3 punts de vista que se li pot atorgar a la paraula valors quan la definim (veure apartat 4.1), podem identificar 3 grans eixos:

- L'eix econòmic/pragmàtic: que engloba tots els valors que relació amb l'eficiència, la qualitat, l'ordre, la productivitat... En definitiva tots el valors que tenen relació amb crear valor econòmic i el treball.
- L'eix ètic/social: que engloba tots els valors que tenen a veure a com ens comportem amb la resta de les persones, amb la resta de la societat. Si som persones generoses o no, transparents, amb compromís, amb consciència social...
- L'eix emocional/evolutiu: que engloba els valors que tenen a veure amb la felicitat personal de cadascú, alegria, creativitat, autonomia...

Podem establir una relació entre eixos, ja que les persones, els grups de persones, no sempre presenten valors només classificats en un eix, sinó en 2 o inclòs en els 3. Segons aquestes relacions entre eixos podem establir la tendència dels valors:

- La relació entre l'eix econòmic/pragmàtic i l'eix emocional/evolutiu porta cap a la innovació. Si es treballa, s'estudia, o es realitza qualsevol activitat amb passió s'aconsegueixen grans resultats que d'altra manera no s'assolirien.
- La relació entre l'eix ètic/social i l'eix econòmic/pragmàtic porta cap a la supervivència. Una empresa que no presenta comportaments ètics no assoleix els objectius i no sobreviu.
- La relació entre l'eix emocional/evolutiu i l'eix ètic/social porta cap a la sensibilitat. Un individu que realitza bons actes per a la resta de la societat i això el fa estar feliç amb ell mateix és una persona amb una alta sensibilitat.

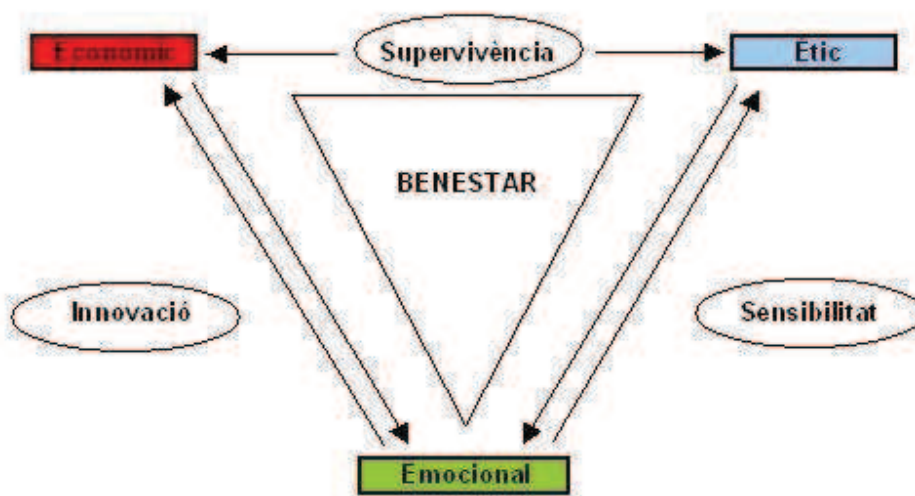


Fig1. Model 3E's

Font: Adaptació de Dolan, S. L. (2012). *Coaching por valores*.

Un cop explicat en què consisteix el model, explicaré la metodologia seguida, la planificació prèvia, pas a pas, a la posada en pràctica al centre a l'aula d'Informàtica d'un grup de 3r d'ESO.

- 1er Pas. Identificar els teus valors.

És important començar coneixent els valors que t'identifiquen, que et defineixen com a persona. Aquest exercici requereix d'un esforç, cal assegurar-se un moment, amb tranquil·litat, sense presses, sense que ningú et molesti, sense mòbils a la vora i amb actitud reflexiva, per tal de fer sorgir els valors propis que constitueixen la teva senya d'identitat, el teu ADN.

a) Enumera els teus valors

Cal fer una llista amb els valors més representatius teus. Aquesta llista no hauria de superar els 10 valors, així que si és més llarga cal escurçar-la.

b) Classifica els valors segons els 3 eixos i construeix el teu model triaxial

Un cop escollits els valors i configurada la llista hem de procedir a classificar-los en els 3 eixos que hem presentat amb anterioritat. D'aquesta manera tenim:

- Eix econòmic/pragmàtic
- Eix ètic/social
- Eix emocional/evolutiu

Per a construir el nostre model triaxial o de les 3E's (**E**conòmic, **È**tic, **E**mocional) hem de calcular el percentatge que suposen el nombre de valors de cada eix respecte el total de valors (en aquest cas, 10).

- Eix econòmic/pragmàtic: x%
- Eix ètic/social: y%
- Eix emocional/evolutiu: z%

Un cop calculats el percentatges ja podem representar-los en l'esquema Triaxial.

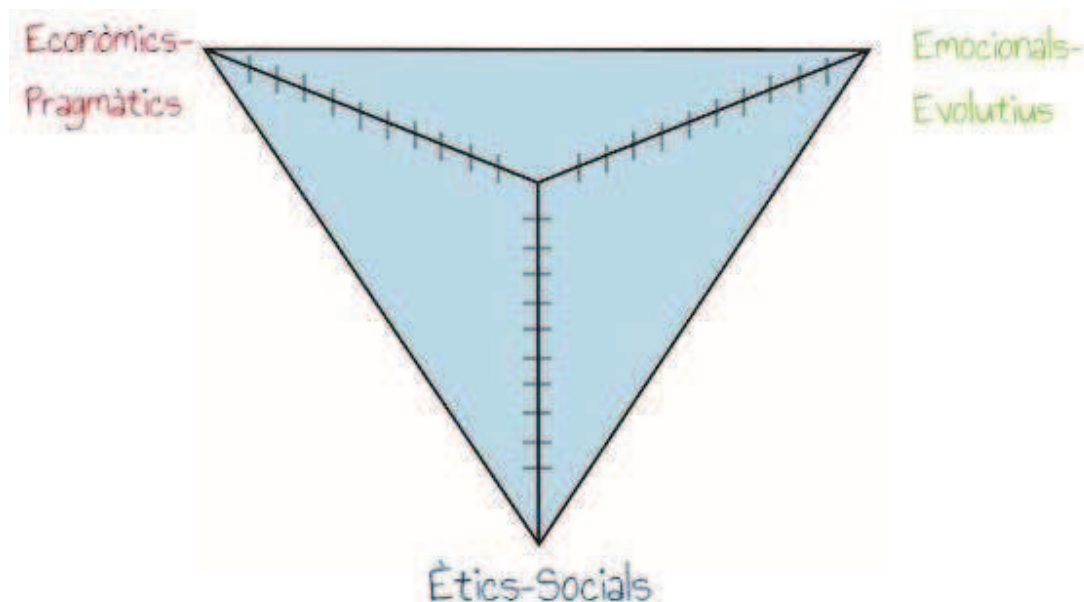


Fig2. Model Triaxial.

Font: http://prezi.com/qjpkb_ujwnku/coachig-x-valors-7h/. Última consulta el 30/05/13.

Aquest model ens permet una visualització gràfica dels valors d'un individu o d'un determinat grup i en coneixem la inclinació.

- 2n Pas. Validar el model triaxial.

Un cop has representat el model triaxial l'has de validar, i validar-lo significa fer-te preguntes, observar si estàs d'acord amb la representació. Què sóc, econòmic, emocional o ètic? Domina una tendència de manera molt clara? Potser et creies una persona molt emotiva i no ho ets?

Si no estàs d'acord amb la representació pots tornar a escollir els valors fins que n'estiguis plenament convençut i t'hi identifiquis plenament. No hi ha problema en refer el model triaxial i escollir nous valors, d'això es tracta, que els valors escollits et defineixin tal i com ets.

- 3er Pas. Definir els teus objectius.

En aquest pas convé dedicar-hi una estona de reflexió, ja que els teus objectius són desigs que realment vols assolir, i definir-los bé no és tasca fàcil.

a) Defineix els teus objectius.

Hem de descobrir quins són els nostres veritables objectius a la vida, allò que desitgem ser, realitzar, convertir-nos, assolir...

Podem plantejar-nos objectius molt diferents que tinguin a veure amb la feina: *aconseguir una feina determinada*, amb l'amor: *aconseguir la parella desitjada*, amb els diners: *aconseguir fer fortuna*, amb la solidaritat: *destinar el nostre temps a ajudar als altres*. La llista d'objectius pot ser molt llarga o molt curta, depenent de cadascú, però convé en aquest pas escollir-ne entre 3 i 5 com a màxim, per a mantenir la nostra atenció fixada en pocs ítems.

b) Perfila els teus objectius.

Pot ser que efectuï diverses llistes d'objectius, ja que no et trobes còmode amb els que has escollit la primera vegada. Cal reflexionar atentament i amb serenitat i no fixar-se objectius irrealment impossibles d'aconseguir (ser esportista d'èlit en determinats esports a segons quines edats és totalment impossible), però portar la teva economia personal a un estadi superior i viure financerament lliure, per què no? És possible!

- 4rt Pas. Redissenya un model triaxial més ben alineat

Aquest pas és un dels més importants ja que si no el fem ben fet tota la feina que s'ha fet fins ara no serveix per a res.

a) Compara els teus valors amb els teus objectius.

Fins ara hem escollit uns valors que ens defineixen i d'altra banda ens hem fixat uns objectius desitjats, els quals són la nostra meta a assolir. Entre valors i objectius hi ha una relació directa, van de la mà com si fossin germans, una fina línia els uneix i nosaltres no ho sabíem, fins ara.

Darrera qualsevol valor hi ha un objectiu. En qualsevol anunci de televisió, en qualsevol discurs polític, en qualsevol missatge d'algun organisme, organització, agrupació, empresa, on se'ns transmeten valors, segur que darrera hi podem trobar uns objectius determinats. Com a exemple, quan una coneguda marca de refrescs ens parla d'alegria, felicitat, il·lusió, solidaritat, estimació... ens està enviant al nostre hemisferi dret del cervell (el de les emocions) un missatge xifrat amb un objectiu ben clar, vendre el seu producte. I ho fa fent-nos creure que comprant i prenent el seu refresc viurem tots els valors que ens indiquen.

Hem vist com els valors i els objectius constitueixen una dupla que van sempre de la mà, són indivisibles i per més que intentem separar-los no ho aconseguirem.

Per a assolir un determinat objectiu necessites una sèrie de valors concordants, que els valors que et defineixen i t'identifiquen no siguin contradictoris per a assolir els teus objectius. Amb un exemple es veurà més clar:

Quan estudiava la carrera d'Enginyeria de Camins el meu principal objectiu era arribar a ser un bon Cap d'Obra d'obra civil. D'altra banda, un dels meus valors més arrelat és el de la honestedat. Per a ser un bon Cap d'Obra no sempre has de ser honest, ans al contrari, has d'enganyar en múltiples ocasions, si vols mantenir-te dintre l'empresa. Doncs bé, un cop acabada la carrera i després de treballar durant un any vaig arribar a ser Cap d'Obra d'una obra complexa tècnicament i econòmicament, però el meu estat emocional era de tot menys el de felicitat malgrat haver aconseguit el meu objectiu fixat. El problema es devia a que un dels meus principals valors (honestedat) i el meu objectiu (treballar com a Cap d'Obra) no

eren compatibles, i aquesta “desalineació” valor-objectiu no em deixava ser feliç i sentir-me realitzat en la meva feina.

L'exemple anterior ens instrueix de com els valors i els objectius han d'estar alineats, un valor no ha d'anar en contradicció a l'assoliment d'un objectiu. Si realitzem la comparació entre valors i objectius i observem que no estan alineats hem de prendre una decisió gens senzilla:

- Canviem de valors: tasca complicada ja que els valors ens defineixen.
- o bé
- Canviem d'objectius vitals.

Les dues opcions són difícils, però hem de ser capaços de realitzar aquest exercici i trobar la solució a aquest trencaclosques. Hem d'aconseguir l'alineació perfecta.

b) Redissenya el teu model triaxial d'acord amb els teus objectius alineats.

Efectua els canvis en els valors que siguin necessaris, no importa quants canvis efectuïs, si al final trobes la llista de valors que et satisfà. Un cop la tinguis pots recalculat el teu model triaxial i tornar-lo a representar gràficament. Pot ser que el pes dels percentatges de cada eix hagi canviat substancialment, però no és important si al final obtenim una alineació correcta.

- 5è Pas. Perfila els teus valors fonamentals

Tenim una llista de 10 valors que hem representat en un model triaxial. Pot ser que sigui el primer model que hem representat, però també pot ser que sigui el vuitè, tan és. En aquest pas hem d'aconseguir reduir la nostra llista de 10 valors a la meitat, i com a cada pas, no és tasca senzilla. Cal reflexió profunda per identificar i ordenar els nostres valors fonamentals.

Ens pot ajudar plantejar-nos escenaris, tècnica bastant utilitzada en qualsevol tipus de *coaching*. Si per exemple estem dubtant entre si és més important per a nosaltres l'aventura o la riquesa podem plantejar-nos el següents escenaris:

Què prefereixo?

- Gastar el meu temps en gaudir d'activitats a l'aire lliure i de viatges emocionants i exòtics.
- o bé
- Gastar el meu temps en pensar com puc aconseguir la meua independència financera.

En funció de les teves prioritats decidiràs per un escenari o un altre i ja hauràs efectuat la teua tria entre aquests dos valors.

Pots realitzar el mateix procés entre els diferents valors en els que hi tens dubte per al final poder tenir una llista de 5 valors ordenats per ordre de prioritats.

- 6è Pas. Posa els valors en acció.

Quan arribem a aquest pas és perquè els nostres valors i els nostres objectius estan perfectament alineats. Aquest procés el podem realitzar passat un temps per observar si hi ha alguna diferència respecte el model que tenies vàlid fins a aleshores i així poder anar rectificant.

En cas que arribats a aquest pas, observem que no hi ha coherència entre la nostra vida que portem i els nostres valors, aleshores hem de posar-nos a l'acció i desenvolupar i portar a la pràctica un Pla d'acció.

Aquest Pla d'acció és el *posar-nos a caminar*, treballar per aconseguir els canvis desitjats. Podem realitzar-lo utilitzant diferents models i eines de diferents tipus de *coaching*, depenent dels coneixements que tinguem. Un model molt senzill i que ens serviria per a aconseguir el canvi seria el model GROW, presentat a l'apartat 2.8.a, però qualsevol altre model que permeti identificar les dificultats i treballar per superar-les és correcte.

- 7è Pas. Criteris d'èxit i estratègia de seguiment.

El Pla d'acció ha de contenir les accions a portar a terme per aconseguir el canvi, però aquest procés s'ha d'anar avaluant per tenir informació sobre el compliment dels objectius. Així es creu necessari:

- Definir un calendari per fixar els progressos en el temps. És essencial fixar-nos fites establertes en el temps, d'altra banda correm el risc de demorar-nos.
- Utilitzar el calendari per avaluar els progressos.
- Decidir els criteris generals d'èxit. (Si assolim aquesta fita, assolim l'èxit).

3.6.- Desenvolupament de l'experiència**a) Programació**

Aquesta experiència està pensada per a desenvolupar durant les hores de Tecnologia o Informàtica des de principi de curs. Està ideada per a realitzar-se durant els 10 primers minuts de classe, un cop a la setmana, de manera que es pot compaginar amb el temari pensat i quasi no distorsiona la programació didàctica del curs.

La metodologia es durà a terme durant tot el primer trimestre seguint la següent programació:

Sessió	Temporització	Activitat
1	10'	Què són els valors? Explicació de la seva importància. Presentació de l'activitat desenvolupar en les següents sessions
2	10'	Pas 1. Identificar els teus valors. a) Enumera els teus valors, crea una llista de 10 valors que et defineixin.
3	10'	Explicació funcionament del model triaxial. A casa: b) Classificar els seus valors en el model triaxial.

4	10'	Pas 2. Validar el model triaxial. Es pot fer sortir 3 alumnes/as a la pissarra i que expliquin el seu model triat.
5	10'	Pas 3. Definir els teus objectius. Explicació de la unió de valors i objectius. Què és alineació de valors-objectius? A casa: a) Definir els propis objectius vitals.
6	10'	Pas 3. Definir els teus objectius. b) Perfilar els teus objectius. Es pot fer sortir a 3 alumnes/as a davant la classe i que ens exposin els seus objectius. El grup classe ens ha d'ajudar a decidir si són assolibles o no.
7	10'	Pas 4. Redissenya un model triaxial millor alineat. a) Compara els teus valors amb els teus objectius. Es pot fer sortir 3 alumnes/as davant la classe i que exposin els seus objectiu i els seus valors (model triaxial). El grup classe ens ha d'ajudar a decidir si hi ha una bona alineació o no. A casa: b) Recalcula el teu model triaxial. d'acord amb uns objectius alineats.
8	10'	Pas 5. Perfilar els teus valors fonamentals. Reduir la llista a 5 valors plantejant escenaris.
9	10'	Pas 6. Valors en acció. Elaborarem un pla d'acció.
10	10'	Pas 7. Criteris d'èxit i estratègia. Definim un calendari amb les fites.
11	15'	Dinàmica de grup. Posada en comú dels resultats de cadascú i els passos a seguir per a cada alumne/a.
12	15'	Dinàmica de grup. Posada en comú dels resultats de cadascú i els passos a seguir per a cada alumne/a.

Taula 4. Programació 1r trimestre.

Un cop realitzat tot aquest procés, ara que l'alumnat ja en coneix el funcionament, seria interessant, realitzar-lo per a que puguin escollir els valors i els objectius alineats que defineixin al grup classe. El procediment hauria de ser el mateix, sense la necessitat d'efectuar tantes sessions. El treball costós seria posar d'acord el grup classe per tal que només triïn 3 objectius i 3 valors que defineixin el grup.

Aquest treball s'hauria de realitzar tot just començat el 2n trimestre i no hauria de portar més de 6 sessions, per tal que el grup classe tingui uns valors que els identifiqui com a grup, i tinguin tota la resta del curs per a treballar, conivure, comportar-se d'acord amb aquests valors escollits i els objectius fixats.

La programació d'aquesta segona part de la metodologia seria la següent:

Sessió	Temporització	Activitat
1	10'	Individualment fer una llista de 5 valors que defineixin el grup classe. Pensar 3 objectius. A casa: Crear un model triaxial del grup classe. Individualment.
2	15'	Cada alumne/a exposa el model triaxial que creu que defineix al grup classe i els objectius que podrien assolir. Es discuteix entre tot el grup l'alineació entre valors i objectius.
3	15'	Cada alumne/a exposa el model triaxial que creu que defineix al grup classe i els objectius que podrien assolir. Es discuteix entre tot el grup l'alineació entre valors i objectius.
4	15'	Per parelles, han de posar-se d'acord amb 3 objectius assolibles i 3 valors que els identifiquin. Un cop cada parella ho tingui s'ajunten amb una altra parella, formant grups de 4 persones, i han de realitzar el mateix procés, quedar-se amb 3 objectius i 3 valors comuns (amb els que tothom si senti còmode).
5	15'	El procés iniciat la sessió anterior continua fins a tenir un sol grup (tota la classe) en que tots estiguin d'acord amb valors i objectius.
6	15'	Reflexió conjunta. Pla d'acció.

Taula 5. Programació 2n trimestre.

Durant les futures sessions cal portar a terme el Pla d'acció, avaluar-ne l'assoliment tant del treball fet al 1r trimestre individual, com el realitzat en el 2n trimestre grupal, fins a final de curs.

b) Competències treballades i connexió amb l'assignatura d'Informàtica

Aquesta metodologia es podria integrar perfectament en el currículum de Tecnologies, més concretament a l'hora d'Informàtica.

Trimestre	Temari Informàtica	Activitat relacionada amb el CPV
1r	Correu electrònic.	Un cop efectuat el model triaxial es pot fer que s'envii mitjançant un arxiu adjunt a una determinada adreça o a un grup de gmail.
2n	Bases de dades.	Crear una base de dades amb una sèrie de taules interrelacionades: Taula de 57 valors, taula de 10 valors, taula de 5 valors, taula d'objectius.
3r	Llenguatge html i creació pàgines web.	Crear 3 pàgines web, una amb els valors i objectius, l'altra amb el model triaxial i l'altre amb el seguiment del pla d'acció.

Taula 6. Connexió CPV - temari Informàtica.

Competències treballades:

- **Competència comunicativa, lingüística i audiovisual.** Hauran d'expressar-se en públic, utilitzant correctament el llenguatge verbal i no verbal.
- **Tractament de la informació i competència digital.** Treballaran amb l'ordinador amb les activitats derivades del CPV.
- **Competència matemàtica.** Realització de càlculs de percentatges en el model triaxial.
- **Competència d'aprendre a aprendre.** Hauran d'aprendre què són els valors i a autoconèixer's ells mateixos.
- **Competència d'autonomia i iniciativa personal.** Hauran de participar en debats.
- **Social i ciutadana:** Es relacionen amb la resta del grup classe. Conviuen i cooperen junts en la recerca dels valors i els objectius del grup.

Podem observar com el CPV es tracta d'una metodologia que es pot integrar perfectament en una programació i que en cap cas es pot considerar una pèrdua de temps que vagi en detriment del temari curricular.

c) Experiència duta a terme al centre

a) Enumera els teus valors

Cal fer una tria d'una llista facilitada a l'alumnat de 57 valors en total.

Acceptació	Contribució	Lideratge
Adaptabilitat	Creativitat	Lògica
Afecte	Creixement	Assoliment
Alegria	Credibilitat	Motivació
Amabilitat	Tolerància	Optimisme
Obertura mental	Desafiament	Passió
Recolzament	Disciplina	Pertinença
Armonia	Disposició	Plaer
Atenció	Efectivitat	Precisió
Autenticitat	Eficiència	Professionalitat
Autocontrol	Empatia	Puntualitat
Aventura	Tendresa	Realisme
Compassió	Estructura	Reconeixement
Comprensió	Experiència	Respecte
Compromís	Felicitat	Riquesa
Solidaritat	Honestedat	Satisfacció
Confiança	Humor	Amistat
Coneixement	Independència	Treball en equip
Igualtat	Libertat	Salut

Taula 7. Taula amb 57 valors d'exemple.

Realitzant l'exemple a nivell personal els valors que triaria com a importants per a mi serien els següents:

Aventura
Coneixement
Creativitat
Disciplina
Lideratge
Llibertat
Motivació
Riquesa
Salut
Treball en equip

b) Classifica els valors segons els 3 eixos i construeix el teu model triaxial

- Eix econòmic/pragmàtic: Riquesa, Disciplina, Lideratge, Coneixement i Treball en equip.
- Eix ètic/social: Llibertat.
- Eix emocional/evolutiu: Salut, Aventura, Creativitat i Motivació.

Càlcul de percentatges de cada eix:

- Eix econòmic/pragmàtic: 50%
- Eix ètic/social: 10%
- Eix emocional/evolutiu: 40%

A continuació ho representem en un model triaxial:

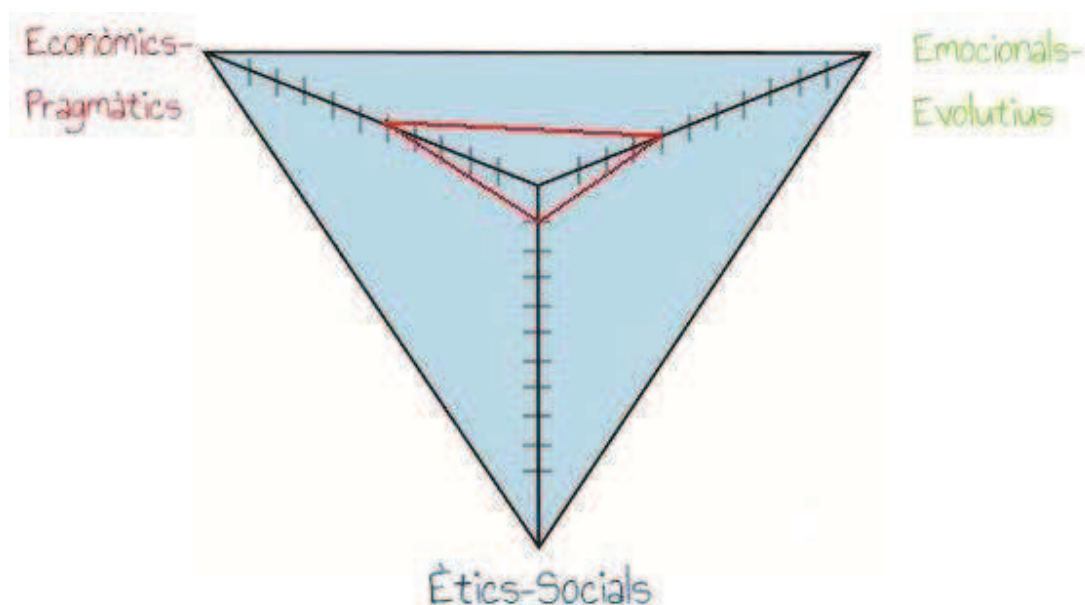


Fig3. Representació percentatges valors.

En el cas d'exemple mostra una clara relació entre l'eix econòmic i l'eix emocional així podríem dir que aquests valors mostren una tendència a la innovació: el treball fet amb passió (emoció) ens porta cap a la innovació.

- 2n Pas. Validar el model triaxial.

En el cas d'exemple em sembla una bona elecció de valors.

- 3er Pas. Definir els teus objectius.

a) Defineix els teus objectius.

1. Treballar com a professor de secundària.
2. Crear alguna empresa online que em pugui reportar uns ingressos passius.
3. Formar una família amb la meua parella.

b) Perfila els teus objectius.

Els objectius estan pensats de manera reflexiva.

- 4rt Pas. Redissenya un model triaxial més ben alineat

a) Compara els teus valors amb els teus objectius.

Objectiu	Valor	Alineació
Treballar de professor	Aventura	Treballar d'eprofessor és una aventura constant.
	Coneixement	Adquireixes coneixements nous cada dia.
	Creativitat	Poses en practica la creativitat en les classes.
	Disciplina	Cal ser disciplinat per a ensenyar el valor de la disciplina a l'alumnat.
	Lideratge	Cal ser un líder dintre de la classe.
	Llibertat	La llibertat de treballar com a tu t'agrada.
	Motivació	Cal motivació per a implicar al grup classe.
	Riquesa	Es tracta d'un treball que no et permetrà fer-te ric, econòmicament.
	Salut	No es contraproductiu per a la salut, a priori.
	Treball en equip	Cal treballar conjuntament, tant amb alumnat com amb professorat.
Obtenir ingressos passius.	Aventura	L'aventura de crear una empresa teua.
	Coneixement	Adquireixes coneixements nous cada dia.
	Creativitat	Poses en pràctica la creativitat en el desenvolupament de l'empresa.
	Disciplina	Cal ser disciplinat.
	Lideratge	Cal ser un líder per a poder créixer.
	Llibertat	La llibertat de treballar com a tu t'agrada.
	Motivació	Cal motivació per a implicar al teu equip o als clients.
	Riquesa	Es tracta d'un treball que pot reportar-te molt beneficis econòmics.
	Salut	No es contraproductiu per a la salut, a priori.
	Treball en equip	Cal saber treballar en equip.

Formar una família	Aventura	L'aventura de crear una família.
	Coneixement	Adquireixes coneixements nous cada dia.
	Creativitat	Poses en pràctica la creativitat en la teva relació de parella i amb els teus fills.
	Disciplina	Cal ser disciplinat i ensenyar el valor de la disciplina.
	Lideratge	Cal ser un líder dintre del grup familiar.
	Llibertat	La llibertat de fer que la teva família creixi d'acord amb els teus principis i els de la teva parella.
	Motivació	Cal motivació per a implicar en tot als teus.
	Riquesa	És inversament proporcional a la creació de riquesa.
	Salut	No es contraproductiu per a la salut, a priori.
	Treball en equip	Cal que el nucli familiar sigui un equip.

Taula 8. Alineació de valors - objectius.

En la taula anterior s'ha comparat cada objectiu amb cada valor del meu llistat de 10 valors per a observar algun tipus de desalineació. S'observa que tret del valor de la riquesa, que no va lligat amb l'objectiu 1 i 3, amb la presència de l'objectiu 2 es podria suplir, amb el que tot el conjunt de valors comparats amb els 3 objectius a la vegada podem afirmar que existeix una perfecta alineació.

b) Redissenya el teu model triaxial d'acord amb els teus objectius alineats.
El nostre model triaxial inicial és correcte.

- 5è Pas. Perfila els teus valors fonamentals

Seguint l'exemple iniciat en el primer pas:

- 1.- Salut (Emocional)
- 2.- Aventura (Emocional)
- 3.- Riquesa (Econòmic)
- 4.- Llibertat (Ètic)
- 5.- Coneixement (Econòmic)

La llista anterior ens aporta molta informació sobre nosaltres mateixos i com ens comportem davant diferents situacions. L'important és que visquem d'acord amb els nostres valors.

- Em preocupo per la meua salut? Visc amb hàbits saludables? Faig esport? Cuido la meua alimentació?
- Intento viure aventures periòdicament? Practico esports de risc? Faig viatges emocionants amb situacions imprevistes?
- Lluito per obtenir la meua independència financera? Penso en com guanyar més diners i actuo consegüentment? Em conformo amb el meu sou d'assalariat?
- Visc la vida com si fos un acte de llibertat? Em sento lliure de ser amo de les meves pròpies decisions?
- Recerco nous coneixements? Em formo per tenir nocions d'altres camps del saber? Tinc inquietuds per investigar noves disciplines?

Aquestes són algunes de les preguntes que m'hauria de formular i respondre afirmativament per assegurar que visc conseqüentment segons els meus valors. En cas contrari, si a la major part de preguntes responc negativament, necessito efectuar algun procés per tal de realinear els meus valors i objectius.

- 6è Pas. Posa els valors en acció.

Coneixent els meus valors i els meus objectius vitals m'he de posar a treballar en la direcció adequada mitjançant algun Pla d'acció.

Un Pla d'Acció que podríem seguir és el del mètode ODA. Aquest mètode són les inicials en castellà de:

- *Observa*. Observa.
- *Date cuenta*. Adona't.
- *Actúa*. Actua.

Aquest mètode consta de 3 passos, com es pot intuir a partir del nom.

- Pas 1: Observa. El Què.
 - Tens clars els objectius?
 - Creus que es poden assolir?
 - Et pots comprometre amb els teus valors i els teus objectius vitals?
- Pas 2. Adona't. El Com.
 - Quines accions emprendràs?
 - Et cal algun suport? Què? De qui?
 - Quins obstacles et trobaràs? Els podràs superar?
- Pas 3. Actua. El Quan
 - Quan comencem a treballar?
 - Quan esperem aconseguir l'objectiu?
 - Ens cal fixar fites?

Aquest mètode es pot anar repetint en el temps, fins que:

- Assolim els objectius fixats i vivim d'acord amb els nostres valors que ens identifiquen.
- o bé si ja vivim d'acord amb els nostres valors
- Assolim els nostres objectius fixats.

- 7è Pas. Criteris d'èxit i estratègia de seguiment.

És imprescindible si volem avaluar els progressos de la metodologia aplicada fixar un criteris d'èxit (indicadors) i realitzar un seguiment periòdic dels avenços produïts.

4.- Resultats

4.1.- Avaluació genèrica

L'avaluació permet mesurar, a través dels indicadors dels criteris d'avaluació, els avanços respecte els resultats i contribueix a la reflexió sobre com ens va amb el desenvolupament del projecte. S'ha d'assenyalar en quin moment es farà l'avaluació, amb quins instruments i quins mitjans de verificació ens demostraran l'assoliment aconseguit.

a) Tipus d'avaluació utilitzats en la gestió del projecte

- Línia de base: es realitza abans d'implementar la metodologia.
- De procés: es realitza durant el procés d'implementació del projecte. Implica monitoratge de les sessions previstes.
- Final: es realitza al tancament del projecte i implica identificar els assoliments, dificultats i lliçons apreses. Es prenen com a referència els indicadors previstos.

Els criteris d'avaluació, dels quals se'n desprendran els indicadors que ens permetran avaluar l'eficàcia en el procés de desenvolupament del projecte, i el resultat assolit després de la implementació de la metodologia se'n deriven directament dels objectius específics del projecte exposats anteriorment. De tal manera, els indicadors descrits ens revelaran el grau d'assoliment de l'objectiu principal de la nostra innovació, que no és altra que el d'introduir i desenvolupar el treball de tècniques del *coaching* a l'aula, durant les classes d'Informàtica.

Per tant, seran indicadors de la millora de la nostra metodologia el major o menor grau d'assoliment dels objectius específics:

- Observar si les tècniques introduïdes permeten un assoliment d'un major grau d'autoconcepte de grup.
- Observar si es produeix un major rendiment acadèmic en l'alumnat.
- Analitzar si es produeixen diferències significatives de rendiment i dinàmica de grup entre el grup "experimentat" i un altre grup de 3r d'ESO de capacitats similars.

4.2.- Avaluació activitat posada en pràctica al centre

L'activitat portada a terme al centre s'ha desenvolupat al llarg de 4 setmanes aplicant-la un cop per setmana en el marc de la classe d'Informàtica de 3r ESO B2 (la meitat del grup de 3r ESO B).

Ha estat una activitat extremadament positiva tant per l'alumnat com per mi ja que n'hem pogut extreure inputs positius tant ells com jo mateix. La idea d'introduir la metodologia els primers 10-15 minuts de

classe crea un efecte molt positiu ja que d'una banda, s'aplica un treball que no es fa pesat, que és ric i dinàmic i d'altra banda, l'alumnat va fent tastets a cada sessió i es va avançant mica en mica, fet que crea en ells un punt de motivació i interès per conèixer què és el que vindrà la setmana vinent.

L'alumnat ha mostrat molt interès des del primer moment, ha desenvolupat les tasques que els manava per fer a casa i ha participat activament en les explicacions de la metodologia. A la última sessió els vaig demanar si podien omplir un petit qüestionari que em serviria a mi per a comprovar la idoneïtat de la seva aplicació i obtenir informació per a poder polir el mètode i la meva tasca com a comunicador de la metodologia. Els resultats obtinguts són molt positius, molt rics en contingut i molt encoratjadors per tal de prendre's seriosament la seva aplicació al llarg d'un curs acadèmic. Tot l'alumnat enquestat considerava que la metodologia era útil per a conèixe's millor ells mateixos, la majoria considerava que era un bon mètode per a millorar la dinàmica del grup classe i que podia ser aplicat al llarg de tot un curs acadèmic.

A l'annex 2 es mostra el formulari entregat a l'alumnat i una taula resum amb els resultats obtinguts de l'enquesta.

5.- Conclusions

L'aplicació del *coaching* a l'aula és una tasca possible i una disciplina que s'hauria d'anar imposant en tots els centres educatius, no només en hores de tutoria sinó integrada en hores de classe ordinària de qualsevol tipus de matèria. Diàriament hi ha milers de persones que es beneficien de la disciplina del *coaching*, en alguna de les seves variants i tipologies, amb uns excel·lents resultats des del punt de vista de superació de dificultats, de superació de bloqueigs, de superació de barreres, d'increment de rendiment, de millora de qualitat de vida... Per què privar al nostre alumnat d'unes tècniques tan beneficioses per al desenvolupament personal? Per què privar al nostre alumnat d'una millora en el seu rendiment acadèmic i en el seu desenvolupament com a persones? No podem continuar pretenent educar els joves del nostre país tal i com feien fa 50 anys. Els temps han canviat, les coses evolucionen i l'educació no es pot quedar enrera, hem de formar la gent del nostre futur i ho hem de fer dotant-los de les màximes "armes" possibles per a poder desenvolupar-se en un nivell superior.

Malgrat que provar el mètode del *Coaching* per Valors a les classes d'Informàtica durant 4 setmanes ha estat un període massa curt com per a obtenir uns resultats que donessin resposta als meus objectius fixats, crec fermament en les possibilitats de la metodologia per a *triomfar* dintre dels centres educatius. Els resultats obtinguts en l'enquesta efectuada a l'alumnat amb qui he realitzat el procés conjuntament durant un mes, les expectatives que generaven els 10 minuts de cada classe, les converses amb la tutora del centre i les meves pròpies sensacions, m'animen a sentir que és tasca possible i que pot ser molt útil.

Analitzant un per un els objectius plantejats, tan general com específics puc concloure que:

- És factible introduir el *coaching* dintre de l'aula i concretament a les classes d'Informàtica. Ho he demostrat.
- Mitjançant el CPV es produeix una dinàmica de classe molt positiva, on l'alumnat s'obre per expressar els seus valors més íntims i expressa els seus objectius vitals. Aquest fet, genera un clima de comunicació i diàleg i alhora aporta un sentiment fort de pertinença a un grup. Sens dubte, efectuant el treball de trobar els valors que identifiquen al grup classe (no provat a classe), aquest grau de pertinença a un grup es veuria fortament augmentat.
- No s'ha pogut comprovar un augment del rendiment acadèmic, però no dubto que efectuant un treball com el que es planteja, on es milloren les relacions amb la resta, s'experimenta una sensació de confiança amb els companys i es genera un grau d'autoconcepte personal major, el rendiment acadèmic ha de millorar de manera clara.
- No s'han pogut identificar diferències significatives amb l'altre grup de 3r d'ESO (el B1), a causa del poc temps en que s'ha treballat la metodologia, però sí que ha succeït, que hi ha hagut comentaris per part del grup que no vivien l'experiència mostrant el seu interès pel que realitzaven el grup B2. Comentaris motivats per altres comentaris positius del grup "experimentat".

No voldria acabar aquest treball sense donar els meus agraïments a la meva tutora de pràctiques del centre, sense la seva ajuda i suport aquest treball no hagués estat possible.

6.- Bibliografia

- DOLAN, S. L. (2012): *Coaching por Valores*. Barcelona: Acción empresarial.
- MIEDANER, Talane (2002): *Coaching para el éxito*. Barcelona. Ediciones Urano.
- SAMSÓ, Raimon (2009): *El código del dinero*. Barcelona. Ediciones Obelisco.
- http://prezi.com/qjpkb_ujwnku/coachig-x-valors-7h/. Última consulta el 30/05/13.
- http://en.wikipedia.org/wiki/GROW_model. Última consulta el 06/05/13.