Un curso dentro de un ambiente corporativo: cómo armarlo, sus prioridades, observaciones y objetivos. El programa y material

Mónica Palacios
(Farma Traduções)

Presentación: teórico práctica desde la entrevista inicial hasta la evaluación individual y del grupo de cada una de las etapas y aspectos.

Siendo el trabajo de lenguas una construcción de significados, conocimientos y valores, iremos viendo paso a paso cómo.

Estudiar la conducción del aprendizaje en los diferentes contextos y condiciones de trabajo que presupone y requiere este tipo de curso.

Los cursos corporativos abarcan la superposición (inicialmente) de tres mundos: el individual, el empresarial y el pedagógico.

Qué mundo encasillaba algunos aprendizajes dentro del Departamento de Entrenamiento y Desenvolvimiento pero, actualmente, es donde existen las mayores diferencias en lo que respecta a criterios básicos como la profundidad en el enfoque del individuo. Actualmente es visto integralmente, no se lo prepara para tal o cual equipo sino es un proceso educativo permanente.

Léase por lo tanto... el curso debe ofrecer herramientas:

- que le sirvan en cualquier situación laboral corporativa;
- que centralice como método «el aprender haciendo»;
- un método que enfoque la solución de problemas;
- aprender con cada uno, a toda hora y en todo lugar.

La práctica pedagógica debe ser actualizada y compatible con los cambios internos y externos, siempre motivada para dar resultados a la empresa. Ahí surge otro aspecto muy espinoso que es: cómo conseguir un espacio en la organización. ¿Si esa educación es estratégica por qué no se usa ese espacio dentro de la corporación?

¿Por qué no tiene ese espacio? Es posible que la respuesta radique en la inadecuación de estrategias, en su implantación, etcétera.

Otro desafío es:

Intentar llevar los contendidos a un perfil muy próximo de ese alumno y de su mundo laboral. Recordar que al principio no tiene condiciones de conseguir relacionar tanta información a sus necesidades. Que en más de una oportunidad se referirá al curso como «eso o aquello» que están difundiendo, ofreciendo, porque

la implantación fue absolutamente unilateral, verticalizada. Él no ha sentido la proyección del curso en su carrera.

El otro extremo son aquellas empresas que esperan del curso una *metamorfosis empresarial* considerable, *la solución* de todos los problemas internos, sabemos que no es así. De ahí la necesidad de que los objetivos sean absolutamente claros y conscientes de sus metas a corto, medio y largo plazo. Podremos así evitar la sensación de un grupo de gente que está idealizando algo que los de tal o cual departamento mandan, eligen para ellos y por ellos.

Deben sí «llegar a estar estimulados» por una tendencia mercadológica notoria que estimula, reconoce y valoriza la autocapacitación y el aprendizaje continuo de cada empleado.

Para ello, debemos prever ciertas informaciones y transformarlas en pilares que nos garantizarán el suceso del curso.

- Conocer sus motivaciones, intereses y necesidades.
- ¿Cuál es la función del docente?
- ¿Cómo debe proceder?
- ¿Qué metodología es la más adecuada? ¿Existe «a priori» una receta mágica para todos los ambientes corporativos?
- ¿Cómo llegar al dinamismo y a las necesidades específicas de ese curso? Sus etapas y micro adecuaciones en cada una de ellas.
- ¿Cuál es el material adecuado?

Estas pueden ser las primeras preguntas formuladas al docente que quiere obtener resultados positivos. Encontrar el mayor número de respuestas, seguramente, será el eje y el cuerpo de este proyecto. El corpus debe prever periódicos ajustes, evaluaciones y autoevaluaciones.

No es mi pretensión encontrar todas las respuestas ese «vacío» forma parte del instigante y serio proceso de creación, adecuado a cada grupo. Por otro lado, este vacío podrá ser la llave para el éxito de cada uno de los cursos que debemos programar, organizar y llevar adelante.

Obviamente es necesario fundirlos, entrelazarlos y, al mismo tiempo, respetar su autonomía.

Los profesores sin estudio del entorno no sentirán que su trabajo rinde mucho menos si solo se guían por un enfoque o preocupación lingüística, o por tener un libro base que les de un soporte normativo.

Siempre será necesaria la adaptación del material en manos o la combinación de herramientas para el desenvolvimiento del mismo.

Todo docente sabe perfectamente que es difícil esperar que un libro de texto ser adecue a *todas* las situaciones.

Sintetizando, el montaje del curso podría dividirse en tres etapas:

- las preliminares;
- la de situaciones;
- la basada en tareas;
- evaluación y retomada.

Pasando a otro aspecto: *las necesidades, análisis y sus relaciones;* objetivas y subjetivas.

¿Qué debe programar y proponer el profesor?

- Lista de tópicos temáticos y soporte lingüístico.
- Patrones de comportamiento, que estimulen el sentido crítico y social como individuos y colaboradores de…
- Especificar la conducta que tendrán como resultado.... o sea el nivel gradual de «actuación» como hablantes de lengua (L2).

Prioridades:

- ¿Los contenidos son la columna vertebral y adecuar la metodología al servicio de los mismos? ¿O a la inversa?
- ¿La lógica que se protege y estimula es la lógica interna: del individuo, del medio socio cultural y de la corporación?
- Y con el enfoque en la metodología, ¿cuál es el criterio para la selección de tareas y actividades?

Ya a partir de la década de los ochenta se establece un enfoque más rico, el psicolinguístico. La dimensión del uso social de la lengua, el adquirir una nueva personalidad social, una reflexión sobre la lengua extranjera como una de las fuentes para el desarrollo personal.

Graves en 1996 agrega aún más: la descripción de las competencias, de las tareas, descripción, de contenidos culturales, descripción de factores, descripción de aspectos, o sea, no solo aprende, hace cosas.

Un trabajo docente que siga en dirección a una gramática sistémica funcional como propone Halliday.

LOS MATERIALES

¿Son solo complemento o principal fuente de preocupación? ¿Se adaptan o sól o se incorporan?

¿Qué tipo de preparación precisan?

¿Cuáles son los criterios elementales para su selección inicial, parcial y con el curso ya en evolución?

LA EVALUACIÓN

¿Hay medidas para el desarrollo y para la evaluación?

¿De lo más sencillo a lo más complejo, de lo más concreto a lo más abierto? ¿Una actividad que prepara para hacer la otra, la siguiente?

¿Quiénes se evalúan?

¿Cuándo y cuántas veces a lo largo del curso?

¿Con qué criterios se evalúan los resultados finales?

¿Esa gradación cognitiva no siempre es evidente, es difícil de ser adquirida pero existe la preocupación por no perder el entusiasmo, la autoconfianza en el proceso de aprendizaje?

TIPO DE PROGRAMA

¿Fue elaborado previamente o solo después de un conocimiento de la corporación?

¿Existe, incluso así, un espacio para cambios o necesidades específicas dentro de la corporación, dentro del momento de su área y del alumno específicamente?

ETAPAS O ASPECTOS

Deben ser considerados como bases para un ajuste y adecuación efectiva:

Aspectos socio-culturales.
Perfil nacional o internacional de la empresa. Patrocinadores.
Organización por áreas o departamentos.
Estrategia Financiera, disponibilidad y mecanismos de liberación financiera.
Proceso de comunicación profesor/empresa – profesor/alumnos – alumnos/alumnos.
Soporte gerencial.
Apoyo tecnológico.
Sistema de evaluación, cómo y a quién reportarse.

Si bien ellas no siempre deben ser consideradas secuencialmente es muy importante tenerlas en cuenta para justificar la creación de un programa, el nivel de competencias que se pretenden alcanzar y el conocimiento de la cantidad de fuentes y de dónde deben obtenerse.

Es extremamente importante que la Gerencia esté al corriente de cada paso del programa, entusiasmada y dando soporte al proyecto.

La visión es la imagen de la proyección de ese programa en la empresa y en cada uno de sus participantes.

Dicha misión debe ser fácilmente reproducida, objetiva, clara, a fin de dejar una impresión de credibilidad.

La creatividad. Debemos observar detenidamente a partir de la primer entrevista, según el perfil del cargo y de la empresa como un todo:

- Dónde, cómo y qué la origina.
- Cómo estimularla.
- No es un proceso mecánico.
- Factores que favorecen.
- No discriminar por el tipo de departamento, todos pueden y deben ser creativos.
- El dinero es motivación.

Lograr que lo presentado permita desarrollar la creatividad en cada uno de ellos según su propio perfil, pautas y características.

- En el mundo empresarial, a diferencias de movimientos artísticos y literarios, el miedo suele ser un fantasma mutilador. Precisamos considerarlo en cada etapa del proceso de enseñanza y más aún en la evaluación.
- Las informaciones lo más claras posibles, el vacío de información debe ser dosificado adecuadamente para evitar un interrogante rojo en el rompecabezas del proceso de aprendizaje de L2 como un todo.

OBJETIVOS

A través de una nueva lengua lograr la inclusión, participación y profundización en los conocimientos de ese nuevo mundo cultural.

- Lograr una independencia comunicativa en la que consiga comunicarse, expresar sus más profundos sentimientos y llevar adelante sus objetivos laborales dentro de una línea de cohesión y coherencia en sus ideas como un todo.
- Crear el hábito de una consulta sistemática a todos los medios de comunicación, bibliográficos y lecturas específicas para mantenerse actualizado de acuerdo con las exigencias del mercado.

La evaluación por parte del profesor y la autoevaluación por parte del alumno será exitosa siempre y cuando se hayan tenido en cuenta a lo largo del curso:

- Flexibilidad.
- Capacidad de adaptación a la nueva realidad.
- Capacitar al equipo.

- Producir el cambio efectivo que genere procesos internos inteligentes que produzcan agilidad operacional individual y del grupo.
- El aprendizaje debe focalizar el desempeño y no solo el conocimiento teórico.

CONCLUSIÓN

Sin duda, la enseñanza de una lengua en el ambiente corporativo tiene la responsabilidad de ser un soporte estratégico para y por el desenvolvimiento de los profesionales de esa empresa. Permitiéndole así, alcanzar más competencias y eficacia en su rol diario y en consecuencia… una autovaloración efectiva.

En el mundo corporativo tan dinámico y variable no podríamos imaginar un curso sin esas características implícitas.