



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Corso di formazione e qualificazione dei tecnici sportivi per l'avviamento giovanile all'attività motoria e sportiva



Scuola
Italia
dello Sport Coni
Umbria



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Corso di formazione e qualificazione dei tecnici sportivi per l'avviamento giovanile all'attività motoria e sportiva

Relatore:
Prof. Maurizio Pattoia



L'ARGOMENTO DI OGGI È: COMUNICARE IN MODO EFFICACE CON GLI ATLETI, I LORO FAMILIARI, I COLLEGHI





Prima di cominciare occorre
confrontarsi su alcuni presupposti
all'argomento dell'incontro di
oggi.....



IL CONTESTO

«Corso di formazione e qualificazione dei **tecnici sportivi** per **l'avviamento giovanile** all'attività motoria e sportiva»



«Lo Sport Coaching è una forma di insegnamento in quanto coinvolge in primo luogo la comunicazione, l'apprendimento e il mantenimento di relazioni positive con gli atleti»*.

Soprattutto se gli atleti hanno età dai 3 ai 12 anni!!

* KATHLEEN M. ARMOUR, ROBYN JONES, PAUL POTRAC, *Sports coaching cultures: from practice to theory*, Routledge, Londra, 2004



La comunicazione è uno degli strumenti più importanti a disposizione del tecnico sportivo.

È impensabile questa professionalità non supportata da una ottima capacità comunicativa e di relazione.



MA.....

COSA SIGNIFICA COMUNICARE?



Cosa significa comunicare?

Comunicare di per sé non ha un gran significato perché è un **trasmettere e ricevere informazioni in qualsiasi forma o modalità.**

Molto più importanti sono i **significati della comunicazione e le motivazioni.**



Cosa significa comunicare?

- Condividere (Socializzare)
- Informare (Apprendere)
- Convincere (Capacitarsi)
- Spiegare (Comprendere)
- Indicare (Orientarsi)
- Consigliare (Scegliere)
- Interrogare (Rispondere)
- Aiutare (Risolvere)
- Avvertire (Accorgersi)
- Divulgare (Informarsi)
- ...



Cosa significa comunicare?

Condividere <- comunicazione -> Socializzare

Informare <- comunicazione -> Apprendere

Convincere <- comunicazione -> Capacitarsi

Spiegare <- comunicazione -> Comprendere

Indicare <- comunicazione -> Orientarsi

Consigliare <- comunicazione -> Scegliere

Interrogare <- comunicazione -> Rispondere

Aiutare <- comunicazione -> Risolvere

Avvertire <- comunicazione -> Accorgersi

Divulgare <- comunicazione -> Informarsi



Spesso vengono etichettati come problemi di comunicazione situazioni che invece hanno altra origine o natura.

Questo accade perché la comunicazione è normalmente il processo attraverso il quale ciascuno di noi manifesta se stesso agli altri.



Il vero problema è la comunicazione?



Comunicare è anche una
questione di atteggiamento

Il lavoro dell'allenatore/tecnico è un lavoro a
stress e responsabilità

Questi, pur non essendo
strettamente problemi
di comunicazione, si
possono manifestare
come tali!!!

(sovrapposizione)



Alcune regole di base

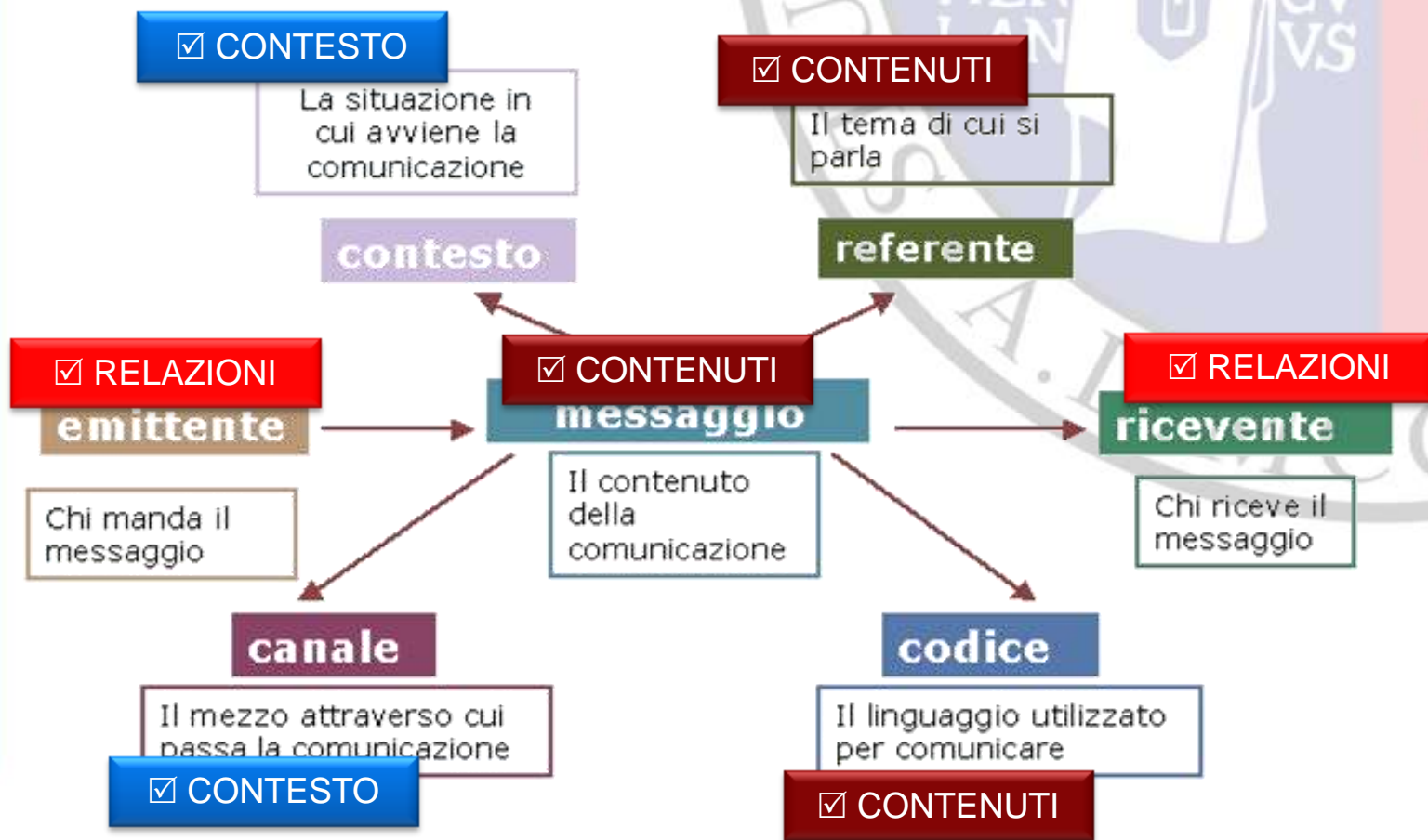
- Per comunicare efficacemente occorre avere chiari gli obiettivi della comunicazione
- Solo una corretta progettazione permette di aver chiari gli obiettivi della comunicazione
- Definire gli obiettivi significa definire indicatori che ne permettano la valutazione



La comunicazione avviene attraverso i nostri comportamenti quando interagiamo con le altre persone, quindi qualsiasi comportamento è comunicazione. La comunicazione può essere considerata, semplificando, per 3 elementi caratterizzanti:

- 1. Il Contesto** in cui avviene la comunicazione (spazio e tempo in cui avviene, sistema sociale di riferimento);
- 2. Il Contenuto** (argomento di discussione, ciò su cui verte la comunicazione, la forma,...);
- 3. La Relazione** (rapporto che si definisce tra interlocutori).

Il processo di comunicazione





Le forme della comunicazione

- Comunicazione verbale (e paraverbale)
- Comunicazione non verbale

- Comunicazione diretta
- Comunicazione mediata

- Comunicazione espressiva
- Comunicazione persuasiva



QUALI SONO, IN GENERALE, GLI ELEMENTI BASE DI UNA BUONA COMUNICAZIONE?



La buona comunicazione

Non dimentichiamo che:

La comunicazione avviene solo se i soggetti che intervengono nel processo riescono ad esprimere ciò che vogliono facendo intendere quali sono le loro aspettative.

Se questo non avviene vuol dire che l'ambiente (contesto+relazioni+contenuti) in cui si è non è il migliore possibile e andrebbe migliorato.

Questo non vale solo nel mondo dello sport ma in tutti gli ambiti della vita.



Quali sono, in generale, gli elementi base di una buona comunicazione??

- Linguaggio
- Forma
- Contenuto
- Espressione
- Condizioni
- Tecnologie
- ...



La buona comunicazione

Per rendere possibile una buona comunicazione non dobbiamo solo comprendere e padroneggiare il linguaggio, la forma, il contenuto, l'espressione, le condizioni e le tecnologie; ma dobbiamo anche **permettere ai nostri interlocutori di fare altrettanto sforzandoci di ricevere e comprendere le loro informazioni.**

Questo è probabilmente il maggior problema che si incontra oggi nei processi comunicativi..... **la carenza di osservazione, ascolto e di corretta comprensione.**



PERCHÉ COMUNICHIAMO NELLO SPORT?



Perché comunichiamo nello sport?

Il Contesto

I contesti, ovviamente, sono i più disparati e tutti estremamente importanti; ma se analizziamo le comunicazioni nello sport, molte sono riconducibili a contesti tipici



Perché comunichiamo nello sport? IL CONTESTO

- In allenamento
- Nel pre-gara
- In gara
- Nel post-gara
- In occasioni di socializzazione
- In occasioni formali
- In propaganda
- In contesti tecnici
- In contesti tecnico/amministrativi



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni

Anche la tipologia dei soggetti con i quali comunichiamo nei contesti sportivi è varia, ma anche in questo caso riconducibile tipicamente a





Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni

Un processo comunicativo ha la sua efficacia educativa se fondato su opportune basi di **CREDIBILITÀ**.

La credibilità è una qualità che è possibile acquisire, sviluppare e mantenere.



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni

Le parole chiave quando si parla di relazioni in un processo di comunicazione sono, in realtà, due:

- **Credibilità**
- **Persuasione**



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni: La credibilità

«non è - o non è solo - una caratteristica personale, ma è qualcosa che viene attribuito, che viene riconosciuto dagli altri.

Anche se evidentemente non può prescindere dalle qualità personali -che ne costituiscono il fondamento- la credibilità non è una caratteristica intrinseca della fonte, ma è una relazione. Diciamo infatti: “io ti riconosco credibile, io ti credo, io ti do la mia fiducia“»*

* GUIDO GILI, *La credibilità. Quando e perché la comunicazione ha successo*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2005, p. 4.



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni: La credibilità

- È una qualità dinamica (cambia in continuazione) percepita (non è intrinseca ma riconosciuta da terzi)
- È strettamente legata al concetto di fiducia
- Può essere minata da atteggiamenti immotivatamente autoritari, irrazionali, inaffidabili, incompetenti o non coerenti



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni: La credibilità

La credibilità è un costrutto psicologico molto complesso e sfaccettato che dipende dalla valutazione simultanea di molteplici dimensioni, le più importanti delle quali sono l'**'affidabilità'** e la **'competenza'**; qualità spesso poco chiare ed espresse nelle forme negative di pignoleria e saccenza.



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni: La credibilità

Nel caso del tecnico sportivo possiamo parlare di «credibilità presunta» in quanto, in partenza, i suoi interlocutori hanno una propensione non neutrale, positiva, dovuta al ruolo di «esperto» che tale figura riveste. Quindi si parte già da una buona propensione a ritenere tale figura come affidabile e competente, insomma credibile.



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni: La credibilità

Se così non fosse occorre lavorare in termini di affidabilità e competenza percepiti per ridefinire livelli di credibilità accettabili. Livelli di credibilità scarsi sono la prima, più importante causa di scarso successo comunicativo.



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni: La persuasione

La credibilità è solamente un primo passo perché lo scopo primario, in una comunicazione nei nostri contesti, è in definitiva **persuadere**.



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni: La persuasione

- È una capacità (abilità)
- È strettamente legata al concetto di credibilità
- Non deve essere intesa nella sua accezione negativa di «costrizione», di forzoso convincimento.



Perché comunichiamo nello sport?

CONVINCERE, PERSUADERE.

Si *Convince* la mente per via di prove e d' argomenti; e *convinto* è colui che viene nella opinione altrui, vinto dalle ragioni di esso e non trovando più ragioni da dirgli contro. — Il *Persuadere* invece è della mente e del cuore; ed è *persuaso* colui che, riconoscendo per vero ciò che altri dice, e per ragionevoli i suoi argomenti, viene volontariamente nella sua opinione.

* PIETRO FANFANI, (a cura di) GIUSEPPE FRIZZI, *Nuovo Vocabolario dei sinonimi della lingua italiana*, 1884



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni: La persuasione

Persuadere, infatti, qui è da intendersi come la **capacità di provocare un mutamento volontario e duraturo di mentalità, di atteggiamenti o di comportamenti in un'altra persona.**

La persuasione è tra le capacità prevalenti di un buon tecnico sportivo.



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni: La persuasione

La persuasione, come tutte le capacità (abilità) umane, può essere «allenata» e migliorata.

Come?

Progettando e mettendo in atto comunicazioni (contesti, contenuti e relazioni) adeguate.



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni

Come si è chiarito, la comunicazione è, deve essere intesa, come uno strumento per raggiungere determinati obiettivi di persuasione.

Pertanto viene influenzata sicuramente dai meccanismi psicologici (sentimenti) che intervengono in qualsiasi dinamica di relazione interpersonale. **Tali sentimenti devono essere analizzati e «utilizzati» come punti di forza, e devono essere integrati con chiarezza, senza confusioni, nel processo di comunicazione, .**



Perché comunichiamo nello sport?

Le relazioni: La componente emozionale

- Simpatia/Antipatia
- Compassione/Indifferenza
- Empatia/Dispatia
-



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con gli atleti)



Basket... un gioco da ragazzi!

AVVISO

DAL GIORNO 22 NOVEMBRE AL 10 DICEMBRE
SI APRONO I TESSERAMENTI

QUOTA TESSERAMENTO € 25,00

QUOTA SOCIALE € 5,00

REGOLAMENTO INTERNO

ART 1 LE USCITE DOMENICALI ED I RIDE ORGANIZZATI DELLA "F. MOSER" DEVONO ESSERE FATTE OBBLIGATORIAMENTE CON LA DIVISA DELLA SOCIETA'

ART 2 I SOCI CHE NON INTENDONO STARE NELLA SOCIETA' SONO TENUTI A FARLO PRESENTE PRIMA CHE INIZIANO I TESSERAMENTI PER L'ANNO SUCCESSIVO

ART 3 I SOCI SONO PREGATI DI ESSERE PRESENTI QUANDO LA SOCIETA' ORGANIZZA MANIFESTAZIONI SIA COME PARTECIPAZIONE CHE COME COLLABORAZIONE FISICA PER UN BUON SVOLGIMENTO DELLA STESSA MANIFESTAZIONE

Corso di formazione e qualificazione dei tecnici sportivi
per l'avviamento giovanile all'attività motoria e sportiva

Relatore:
Prof. Maurizio Pattoia



PERCHÉ COMUNICHIAMO NELLO SPORT? (CON GLI ATLETI)

Corso di formazione e qualificazione dei tecnici sportivi
per l'avviamento giovanile all'attività motoria e sportiva

Relatore:
Prof. Maurizio Pattoia



Perché comunichiamo nello sport? (con gli atleti)

- Istruire
- Educare
- Consigliare
- Motivare
- Correggere
- Valutare
- Richiamare



Problemi di comunicazione percepiti dagli atleti (giovani)

1. Non si comporta in modo coerente
2. Interpreta in modo differente le parole e le azioni
3. Ascolta solamente ciò che desidera ascoltare
4. Usa un linguaggio gergale o troppo tecnico
5. Non risponde alle domande
6. Non lascia parlare gli altri
7. È preso solamente dalle proprie priorità
8. È troppo autoritario
9. Non comprende e accetta le emozioni e le ragioni altrui



Problemi di comunicazione rilevati (Crookes, 1991)

1. **L'atleta comprende di qualcosa di diverso**
2. **L'atleta tende a saltare ad una conclusione invece di seguire il processo di ascolto, comprensione e accettazione**
3. **L'atleta non ha le conoscenze necessarie per comprendere ciò che si sta cercando di comunicare**
4. **L'atleta ha carenze di motivazione nell'ascoltare o nel convertire le informazioni fornite in azione**
5. **Il TS ha difficoltà ad esprimere quello che vuole comunicare all'atleta**
6. **Le emozioni interferiscono nel processo di comunicazione**
7. **C'è uno scontro di personalità tra TS e l'atleta**



Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il Contenuto: La forma e la lingua

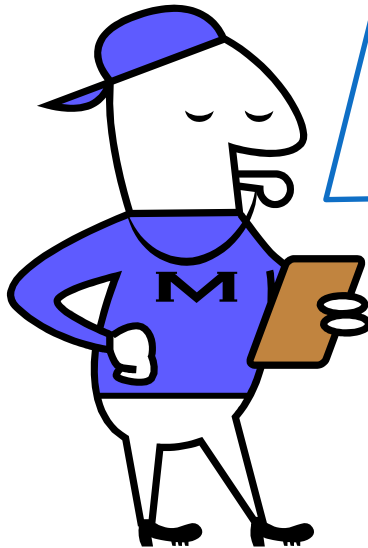
Nello sport, come in ogni ambito o settore specifico, **vengono utilizzati linguaggi e codici espressivi non sempre accessibili immediatamente ai non esperti.**

Occorre uno sforzo di **facilitazione alla comprensione** di un linguaggio che, altrimenti, tende ad escludere.

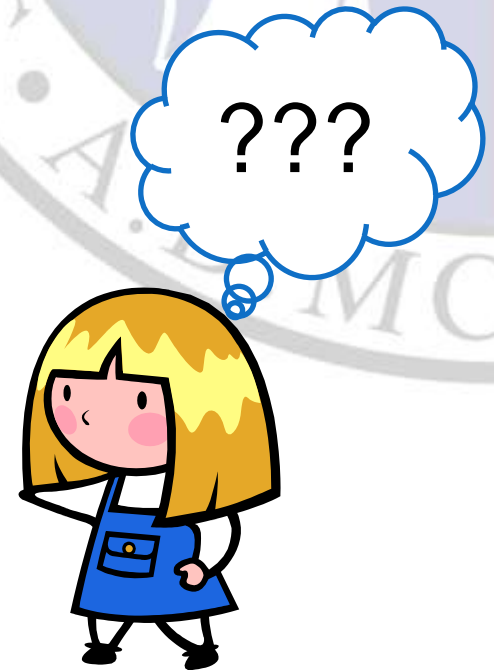
L'esagerazione nell'utilizzo di terminologia tecnica non esprime competenza ma saccenza!



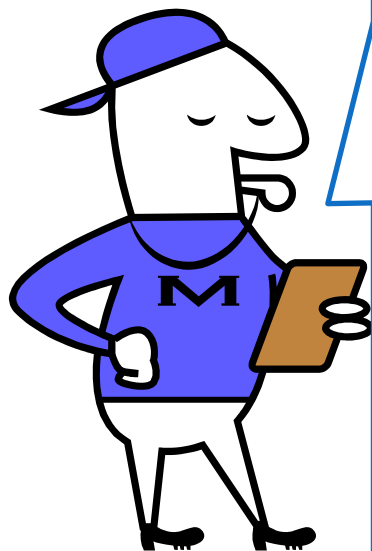
Comunicare nello sport (con gli atleti)



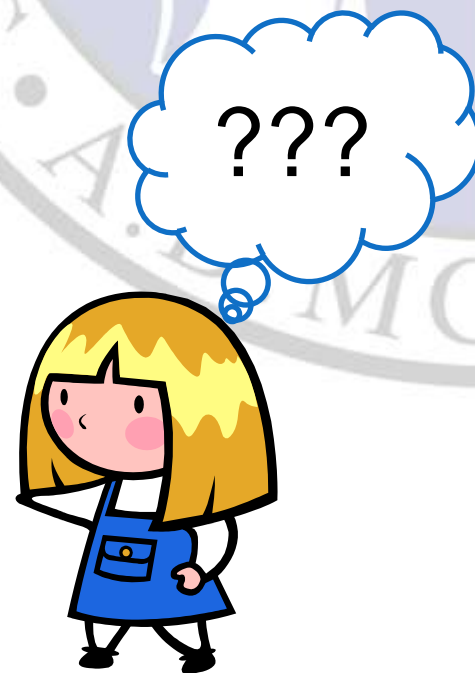
Quando
fischio tu
smarcati,
chiama
palla,
stoppa,
dribbla e poi
crossa dal
fondo...



Comunicare nello sport (con gli atleti)

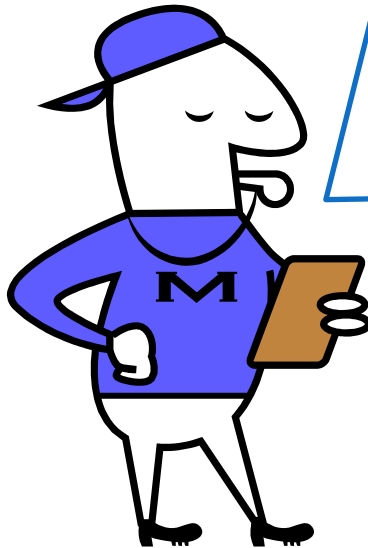


Vai a prendere i cinesini che facciamo tutti un po' di martello lungo





Comunicare nello sport (con gli atleti)



È
sicuramente
una
distrazione!
Per evitare
il tumor devi
fare il RICE.





UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il Contenuto: La forma e la lingua

ANCHE SE SPESSO NON LO ESTERNANO, i bambini o i ragazzi possono avere problemi a comprendere un linguaggio che non è, per loro, usuale.

Dare per scontata la conoscenza di una determinata terminologia o di determinati contenuti è un errore ricorrente che **può causare cortocircuiti comunicativi importanti ed essere motivo di esclusione, demotivazione e abbandono (drop-out)**



Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il Contenuto: La forma e la lingua

A rischio di sembrare ripetitivi, in alcuni contesti e con gli atleti più giovani, è **bene far seguire sempre ad un termine tecnico (o straniero) una piccola frase di spiegazione in un linguaggio chiaramente comprensibile e consueto (significativo).**

Es. «colpisci l'avversario con mae-geri, cioè con un calcio frontale, keage, cioè frustato; e poi, a seguire, con morote-tsuki, cioè con due pugni frontali contemporanei».

...In effetti, nell'esempio, anche il termine tecnico «frustato» per i principianti potrebbe aver bisogno di ulteriore spiegazione.....



Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il Contenuto: La forma e la lingua

È anche bene formulare frasi o richieste complesse esprimendole più di una volta usando forme e terminologie diverse.

Es. «smarcati e crossa dal fondo, in altre parole muoviti per liberarti dell'avversario, raggiungi il limite del campo e calcia la palla verso i compagni che sono nell'area di rigore»

Tale atteggiamento contravviene al principio di sintesi ma sicuramente determina un importante clima di chiarezza e comprensione, soprattutto se ci si rivolge ad un gruppo e non ad un singolo.

Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il Contenuto: La forma e la lingua

Lo **stile personale** è importante. Ogni tecnico sportivo, in quanto persona, ha un proprio **stile cognitivo** che lo contraddistingue e deve tenere conto dello stile personale degli atleti.





Comunicare nello sport (con gli atleti)

Le qualità della comunicazione efficace con gli atleti:

- Sintesi
- Significatività
- Chiarezza
- Consistenza
- Coerenza
- Positività



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con gli atleti)

La tecnica dell'ascolto attivo

Stop – Dedicare tempo, il tempo dedicato a comunicare non è mai perso. Non interrompere

Look – Guardare l'atleta negli occhi e mettersi al suo livello

Listen – Sforzarsi di focalizzare il significato preciso di quanto si vede/ascolta. Prendere appunti.

Respond – Dare feedback assertivi e costruttivi. Utilizzare domande aperte per richiedere ulteriori informazioni



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con gli atleti)

La tecnica dell'osservazione

Per potersi migliorare occorre comprendere i propri punti di forza e di debolezza.

Il TS deve prendere l'abitudine di utilizzare strumenti di osservazione come taccuino per appunti, sistemi di registrazione audio/video, ecc.

Tali strumenti permettono di lavorare in riflessione e progettazione per migliorare le proprie capacità tecniche in generale e di comunicazione e interazione in particolare.

Il 98% circa dei TS, che lavorano con i giovani atleti non professionisti da 4 a 12 anni, non usano strumenti o tecniche di osservazione.

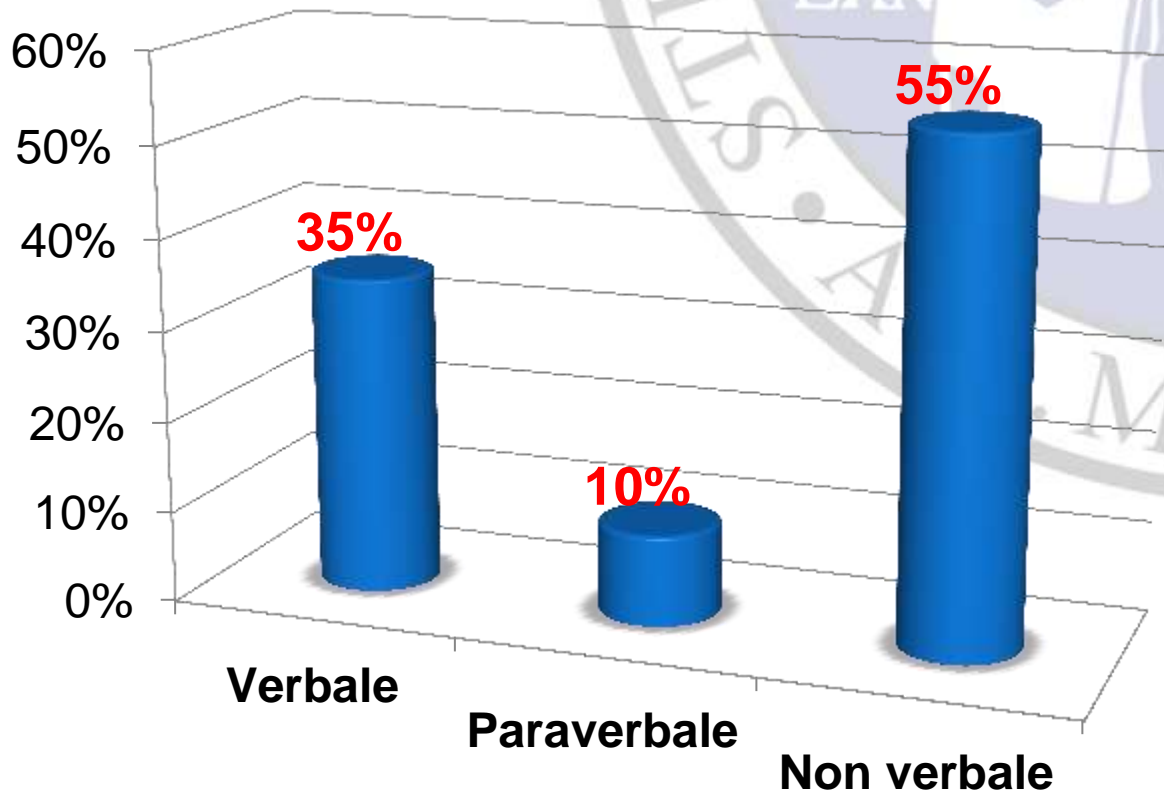
Comunicare nello sport (con gli atleti)

La tecnica dell'osservazione

Documentare è la base di partenza per una comunicazione significativa e consistente con gli atleti.



Comunicare nello sport (con gli atleti)





Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il linguaggio paraverbale e non verbale: gli elementi di percezione

- Contatto visivo
- Gestualità
- Posizione rispetto agli atleti
- Movimenti e posture del corpo
- Volume e tono di voce
- Equilibrio fra parole e pause
- Abbigliamento
- Personalità, humor, entusiasmo
- Capacità di gestione dello stress



Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il linguaggio non verbale: gli elementi di percezione

- Colori
- Suoni
- Forme
- Atteggiamenti





Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il linguaggio non verbale: Atteggiamenti negativi





UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il linguaggio non verbale

Segni di riconoscimento (abbigliamento)

Il tecnico sportivo, in quanto punto di riferimento, deve essere immediatamente **riconoscibile dall'atleta** sia in allenamento che in gara. I segni di riconoscimento devono essere coerenti, garbati e non «autoritari».

Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il linguaggio non verbale

Segni di riconoscimento (abbigliamento)



Comunicare nello sport (con gli atleti)

Il linguaggio non verbale Segni di riconoscimento





UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

Chi pensa di avere un figlio "campione" è pregato di portarlo in altre società.

Il Consiglio





PERCHÉ COMUNICHIAMO NELLO SPORT? (CON I GENITORI DEGLI ATLETI)

Corso di formazione e qualificazione dei tecnici sportivi
per l'avviamento giovanile all'attività motoria e sportiva

Relatore:
Prof. Maurizio Pattoia



**Perché
comunichiamo
nello sport?
(con i genitori
degli atleti)**

- Informare
- Consigliare
- Motivare
- Apprendere



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

ALCUNE CONSIDERAZIONI:

- ✓ **Avere un figlio è oggi un evento sempre più raro (1.3 figli per donna – dato UE 2012)**
- ✓ **Si diventa genitori sempre più tardi**
- ✓ **Diventare genitori è frutto di una scelta, è un evento programmato**
- ✓ **Diventare genitori sviluppa attese elevate**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

ALCUNE IMPLICAZIONI:

- ✓ Il figlio diventa una ‘occasione unica’, una prova ‘senza appello’ che non si può sbagliare
- ✓ Il figlio può esprimere una forma di realizzazione dell’adulto nel segno del controllo, diventa una nuova forma di ‘possesso’, di individualismo
- ✓ L’attività sportiva oggi è diventata una sorta di vetrina e di riscontro delle relazioni tra genitori e figli



**genitore
molto motivato**

**genitore
poco motivato**

**Figlio
molto
motivato**

alleanza
(chi li tiene più ...)

conflitto
(... te l'avevo detto)

**Figlio
poco
motivato**

Dipendenza
(dai che ce la fai ...)

Complicità
(l'anno prossimo cambiamo)

Tratto da: Comune di Parma, Progetto "Genitori a bordo campo", 2011



Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

Qualità che i genitori cercano/vogliono in un TS

- ✓ **Professionalità**
- ✓ **Affidabilità**
- ✓ **Competenza**
- ✓ **Credibilità**
- ✓ **Passione/Motivazione**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

Qualità che i genitori «percepiscono» in un TS

- ✓ **Affidabilità**
- ✓ **Precisione**
- ✓ **Leadership**
- ✓ **Competenza**



Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

1° fase: Comprendere il coinvolgimento del genitore

Scala di Hellstedt:

- genitore sotto/non implicato**
- genitore moderatamente implicato**
- genitore iper-implicato**

JON C. HELLSTEDT, *The coach/parent/athlete relationship*, in *The Sport Psychologist*, 1987, n. 1, pp. 151-160

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

1° fase: Comprendere il coinvolgimento del genitore

Il genitore mediamente implicato rappresenta la figura di supporto e motivazione a cui occorre tendere.

Non/sotto
implicato

*Moderatamente
implicato*

Iper
implicato



Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

**1° fase: Comprendere il coinvolgimento
del genitore**

**Genitori che hanno livelli di
implicazione differenti richiedono
livelli e modalità di comunicazione
differenti.**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

**1° fase: Comprendere il coinvolgimento
del genitore:**

**Occorre definire strategie e
modalità di comunicazione
differenti per ognuna delle 3
categorie di genitori.**

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

2° fase: Definizione delle strategie comunicative: PREMESSA

Dove è possibile, la comunicazione tra TS e genitori degli atleti dovrebbe essere mediata dagli organi preposti (presidenza, direzione) della SS.





Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

2° fase: Definizione delle strategie comunicative: PREMESSA

Le forma preferibili sono i regolamenti, gli avvisi, le circolari, le pubblicazioni; ovvero quelle comunicazioni che hanno carattere di:

- **Ufficialità**
- **Legittimità**
- **Generalità**

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

"CONSIGLI PER IL GENITORE A BORDO CAMPO"

1

L'ALLENATORE ALLENA. L'ARBITRO ARBITRA. TU DIVERTITI !
IL TUO COMPITO E' SOSTENERE LA SQUADRA E TUO FIGLIO, ED
INCITARLO A MIGLIORARSI. QUINDI NON PENSARE AI CONSIGLI
TECNICI E GODITI LA PARTITA !

2

NON C'E' PARTITA SENZA DUE SQUADRE. NON C'E' GIOCO
SENZA AVVERSARI. DIVERTITI E APPLAUDI PIU' FORTE CHE PUOI !

3

LA PARTITA INIZIA NELLO SPOGLIATOIO, CONTINUA IN CAMPO
E FINISCE CON LA DOCCIA. CERCA DI RISPETTARE QUESTI MOMENTI
E LASCIA CHE TUO FIGLIO SI VIVA IL GRUPPO !

4

LA PANCHINA NON E' UNA SCONFITTA MA IL PUNTO DI PARTENZA.
NON DISCUTERE LE SCELTE DELL'ALLENATORE.
SPIEGA A TUO FIGLIO CHE L'IMPEGNO IN ALLENAMENTO
PREMIA SEMPRE E CHE ARRIVERA' IL SUO MOMENTO.

5

LA PARTITA E' LA "VERIFICA" DOPO UNA SETTIMANA
DI ALLENAMENTI. IMPARA A COGLIERE I MIGLIORAMENTI
DELLA SQUADRA E DI TUO FIGLIO E NON PENSARE
SOLO AL RISULTATO. NON IMPORTA SE "HA VINTO"
O SE "HA PERSO", PENSA SOLO CHE "OGGI SI E' DIVERTITO".



A.S. VARESE 1910

CIAO A TUTTI.

QUESTO E' IL CAMPO DI GIOCO DEI BAMBINI DELLA SCUOLA CALCIO DELL'A.S.VARESE 1910.
NOI QUI CI DIVERTIAMO, IMPARIAMO A RISPETTARE LE REGOLE, I COMPAGNI ED I MISTER.
NON GIOCHIAMO MAI "CONTRO" MA "CON" I BAMBINI DELLE ALTRE SQUADRE.
NON ROVINATECI IL PIACERE DI CALCIARE UN PALLONE. EVITATE I COMMENTI E GLI
ATTEGGIAMENTI ESAGERATI.
NON E' COLPA NOSTRA SE QUALCHE GENITORE E' DISPIACIUTO PER NON ESSERE DIVENTATO
CALCIATORE.
URLARE NON SERVE A NULLA.
LASCIAATECI SOGNARE.
DIVERTIRCI E' UN NOSTRO DIRITTO.
SOSTENERCI SEMPRE E' UN VOSTRO DOVERE ED UNA GIOIA PER NOI.

GRAZIE A TUTTI.

I BAMBINI
DELLA SCUOLA CALCIO
A.S.VARESE 1910



Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

Rif: <http://www.basketdolodolphins.it/2010/11/lettera-aperta-a-genitori-e-ragazzi/>

<http://www.nuotovaldinievole.it/UserFiles/Files/Pagine/17/Comunicazione%20Atleti%20Propaganda.pdf>



Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

2° fase: Definizione delle strategie comunicative: **PREMESSA**

Spesso i problemi di comunicazione della SS ricadono sul TS nella sua qualità di «interfaccia», di «punto di contatto diretto» tra atleti e genitori, e SS.

Questo ruolo non dovrebbe mai afferire al TS, semmai dovrebbe accadere il contrario, ovvero che il genitore percepisca la SS (i suoi organi rappresentativi) come tramite per comunicare con il TS.

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

2° fase: Definizione delle strategie comunicative: **PREMESSA**

Paradossalmente spesso è il TS ad investirsi del ruolo di mediatore di comunicazione tra genitori e SS. Tale atteggiamento è foriero di problemi.



Ditemi a me che ci parlo
io col Presidente.....



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

2° fase: Definizione delle strategie communicative: INDICAZIONI

Con il genitore poco/non implicato:

- Attivare canali di comunicazione che non vengano percepiti come «troppo personali» (es. circolari, email, ...)
- Tentare di coinvolgere con piccoli incarichi occasionali
- Predisporlo gradualmente e con largo anticipo a occasioni di socializzazione (incontri per gare, cene sociali, ecc..)
- Evidenziare i miglioramenti del figlio/a sotto l'aspetto educativo e di socializzazione
- Assumere un atteggiamento di paziente apertura e disponibilità



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

2° fase: Definizione delle strategie communicative: INDICAZIONI

Con il genitore moderatamente implicato:

- Utilizzare i canali di comunicazione attivati con periodicità e puntualità
- Organizzare incontri di informazione/concertazione sul progetto generale (specifico e di squadra), sul suo grado di attuazione e sui livelli di performance del figlio/a
- Non entrare nelle dinamiche di relazione genitoriale
- Evidenziare le performances raggiunte come tappa e non come traguardo
- Assumere un atteggiamento di cordiale distacco



Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

2° fase: Definizione delle strategie comunicative: INDICAZIONI

Con il genitore iper implicato:

- Utilizzare prevalentemente canali di comunicazione «ufficiali» (circolari, bollettini, poster,)
- Chiarire cordialmente ma fermamente i ruoli (TS, atleta, genitore)
- Informare chiaramente sui limiti di intervento del genitore nelle attività sportive
- Evidenziare le performances raggiunte in termini spersonalizzati (la squadra, il team, i ragazzi, la società, ...)
- Assumere un atteggiamento di grande apertura e cordialità, ma limitatamente a contesti non inerenti allenamenti e gare, occasioni nelle quali mostrare forte distacco



Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

3° fase: Attuazione delle strategie comunicative

Il pericolo maggiore nella relazione TS-Atleta-Genitori dell'atleta è sempre quella della confusione/sovrapposizione dei ruoli. Occorre, pertanto, prestare particolare attenzione a non tenere atteggiamenti comunicativi che possano creare o alimentare equivoci in tal senso.



Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

3° fase: **Attuazione delle strategie comunicative**

ALCUNI CONSIGLI:

- Il TS, **fuori dal contesto sportivo**, non dovrebbe comunicare direttamente con gli atleti, ma passare sempre per i genitori.
- Comunicazioni dirette tra TS e genitori dovrebbero avvenire preferibilmente senza la presenza dell'atleta
- Decisioni non tecniche/tecnico-sportive che coinvolgono l'atleta devono essere prese senza il coinvolgimento del TS il quale, al limite, può avere ruolo consultivo
- Comunicazioni «ufficiali» devono essere sempre attuate dalla SS e non dal TS.

Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

3° fase: Attuazione delle strategie comunicative

ALCUNI CONSIGLI: La tecnica PNP (o del sandwich)

Se capita di dover comunicare notizie sgradevoli è preferibile utilizzare la tecnica detta PNP (positivo, negativo, positivo) o del sandwich.

Consiste nel partire con delle note positive costruttive, comunicare la nota negativa e finire con ulteriori note positive costruttive.

Compliment →

Criticism →

Compliment →





Comunicare nello sport (con i genitori degli atleti)

3° fase: Attuazione delle strategie comunicative

ALCUNI CONSIGLI: La tecnica PNP (o del sandwich)

Es. di intervento del TS sul genitore con tecnica PNP

«**Ho notato che Mario ha cominciato a seguire meglio i movimenti della difesa in campo; certo si distrae molto quando lo richiami e gli dai indicazioni dagli spalti e i compagni potrebbero prenderlo in giro; in compenso credo che il supporto che da casa gli state dando lo abbia fortemente motivato e lui si impegna molto.**»



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con i colleghi)



Corso di formazione e qualificazione dei tecnici sportivi
per l'avviamento giovanile all'attività motoria e sportiva

Relatore:
Prof. Maurizio Pattoia



Perché comunichiamo nello sport? (con i colleghi)

- Apprendere
- Insegnare
- Consigliare
- Indirizzare
- Organizzare
- Coordinare
- Motivare
- Risolvere
- ...

Comunicare nello sport (con i colleghi)

I contesti

- **Incontri informali occasionali**
- **Luoghi di lavoro (campi, palestre, ecc..)**
- **Contesti di apprendimento (Corsi, seminari,...)**
- **Contesti divulgativi (TV, radio, riviste, ecc..)**
- **Eventi di socializzazione (terzo tempo, premiazioni, ecc..)**



Comunicare nello sport (con i colleghi)

Relazioni:

- ✓ **Comunicazione top-down** (verso il basso)
- ✓ **Comunicazione bottom-up** (verso l'alto)
- ✓ **Comunicazione laterale** (orizzontale)

Comunicare nello sport (con i colleghi)

Alcune osservazioni:

La comunicazione tra colleghi, nello sport come in altri ambiti, ha subito un enorme incremento/allargamento nel corso degli ultimi anni dovuto alla capillare diffusione dei nuovi strumenti e servizi di comunicazione.





UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con i colleghi)

I social network: un canale sempre aperto

Grande supporto alla comunicazione tra pari è oggi fornito dai servizi di social networking che, oltre a tenere in contatto persone, possono essere anche uno strumento per fare rete e per scambiare informazioni anche in ambito sportivo.

Oggi, però, questa grande mole di possibilità informative e comunicative rischia fortemente di distrarci e distoglierci dai nostri obiettivi primari.



Comunicare nello sport (con i colleghi)

**Fondamentali della comunicazione tra colleghi:
il modello della tavola rotonda**

- **Mutuo rispetto**
- **Apprezzare i differenti talenti**
- **Condividere le informazioni con gli altri**
- **Celebrare i rispettivi successi**
- **Supportare chi vi sembra in difficoltà: un gruppo è forte come il più debole dei suoi componenti**



Comunicare nello sport (con i colleghi)

Una strategia importante: LA COERENZA

I modelli di analisi della comunicazione più diffusi ci mostrano come, nella comunicazione in ambito professionale, la qualità maggiormente percepita e apprezzata è la **COERENZA**, intesa come «Conformità tra le proprie convinzioni e l'agire pratico» e come «Connessione logica, ovvero mancanza di contraddittorietà».



Comunicare nello sport (con i colleghi)

Una strategia importante: **Selezionare le fonti**

È diventato strategico non farsi coinvolgere dal vorticoso circolare di informazioni e selezionare alcune **fonti credibili e attendibili** alle quali far riferimento per ottenere informazioni.

Comunicare in contesti non adeguati, oltre che richiedere ampi sforzi per la verifica delle informazioni, può risultare dequalificante.



Comunicare nello sport (con i colleghi)

La scelta delle fonti:

FONTI PRIMARIE

- ✓ **CONI e Federazioni**
- ✓ **Società sportive**
- ✓ **Colleghi di chiara fama**
- ✓ **Ambiti ufficiali di ricerca e formazione
(Università, Scuole, ...)**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Comunicare nello sport (con i colleghi)

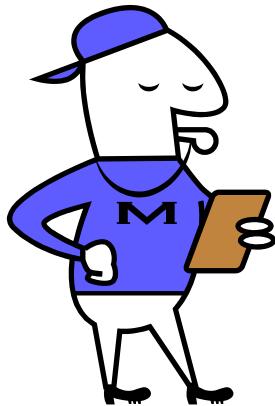
La scelta delle fonti:

FONTI SECONDARIE

- ✓ **Colleghi esperti**
- ✓ **Comunità di pratica e di apprendimento (espresse anche tramite blog, wiki, SN, ecc...)**
- ✓ **Riviste di settore**
- ✓ **TV specializzata**
- ✓ **Rubriche giornalistiche specializzate**

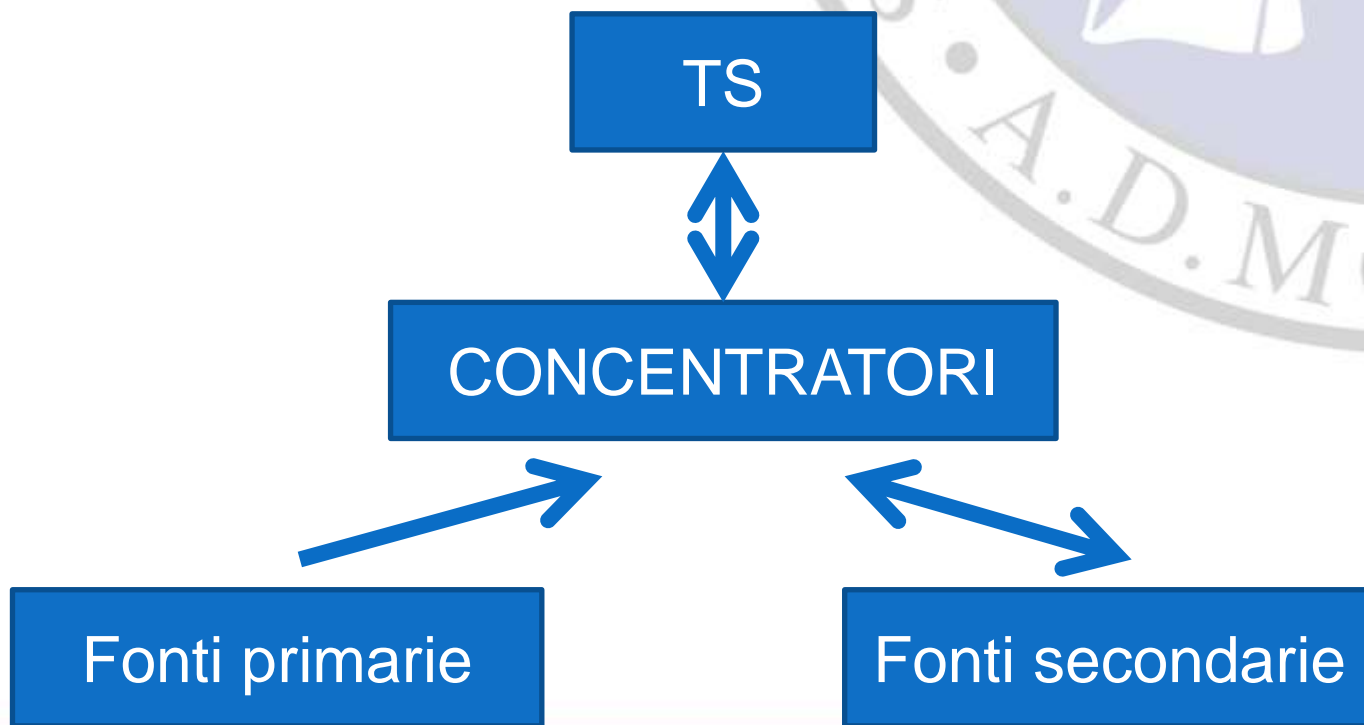


Comunicare nello sport (con i colleghi)



Comunicare nello sport (con i colleghi)

La scelta delle fonti: I concentratori



Comunicare nello sport (con i colleghi)

La scelta delle fonti: I concentratori

The screenshot displays the 'be sport' website interface. At the top, there is a navigation bar with icons for MY, NEWS, COMMUNITY, PLACES, BLOGGER, MEDICINA, SERVIZI, and SPONSOR, along with a plus sign. On the right side of the navigation bar, there are links for 'REGISTRATI' and 'ACCEDE'. Below the navigation bar, the 'be sport' logo is followed by the tagline 'condivisione sportiva'. To the right of the logo is a registration form with a 'REGISTRATI SUBITO' button, an input field for 'E-Mail / Username', a password field, and a 'Accedi' button. Below the form, there is a checkbox for 'Riceviamo' and a link for 'Password dimenticata?'. The main content area features a large blue banner with the text 'Entra nel Network Italiano dello Sport' and four statistics: '1.000 Notizie al giorno', '65.000 Società Sportive', '3 Milioni Pagine Viste / Anno', and '70 Sport Diversi'. Below the banner, there is a 'Registrati Subito' button and a paragraph of text. To the right of the banner, there are three service boxes: 'NEWS' (250 Forti Partner che condividono oltre 500 articoli al giorno su oltre 40 canali be Sport), 'COMMUNITY' (Crea il tuo profilo personale sportivo e condividi le tue passioni), and 'PLACES' (Scopri le società sportive godricolizzate e segui tutti gli eventi sportivi). At the bottom of the page, there is a row of logos for Coni, USSEI, INELLE BUSINESS SCHOOL, and others. Below the logos, there are two service boxes: 'be sport servizi' (Comunicazione, Web Marketing e Multimedia) and 'EventKeep' (Manage Sports Events).

Corso di formazione e qualificazione dei tecnici sportivi
per l'avviamento giovanile all'attività motoria e sportiva

Relatore:
Prof. Maurizio Pattoia



Riferimenti bibliografici

- Mihalis Atsalakis, Mike Sleep (1996) Registration of children in a physical activity program: An application of the Theory of Planned Behavior, *Pediatric Exercise Science*, 8, pp. 166-176.
- Paul Beashel, John Taylor (1999) *Advanced Studies in Physical Education and Sport*, Nelson Thornes
- Paul Beashel, Andy Sibson, John Taylor (2001) *The World of Sport Examined*, Nelson Thornes.
- Robert J. Brustad (1993) Who will go out and play? Parental and psychological influences on children's attraction to physical activity, *Pediatric Exercise Science*, 5, pp. 210-233.
- Robert J. Brustad (1996) Attraction to physical activity in urban schoolchildren: Parent socialization and gender influences, *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 67, pp. 316-323.
- Jay Coakley (2011), Youth sports: What counts as "positive development?", *Journal of Sport and Social Issues*, 25, pp. 306-324.
- Penny Crisfield, Phil Cabral, Fiona Carpenter (2003) *The Successful Coach*; The National Coach Foundation
- Crookes (1991) *Complan Column*, Athletics Coach, 25 (3)
- Peter Maguire, Carolyn Pitceathly (2002) Key communication skills and how to acquire them, *Bmj*, <http://www.bmj.com/content/325/7366/697>
- Bob Davis, Ros Bull, Jan Roscoe (2000) *Physical Education and the Study of Sport*, Mosby
- Jill M. Dempsey, Jay. C. Kimiecik, Thelma S. Horn (1993) Parental influence on children's moderate to vigorous physical activity participation: An Expectancy-value approach, *Pediatric Exercise Science*, 5, pp. 151-167
- Travis E. Dorsch, Alan L. Smith, Meghan H. McDonough (2009) Parents' perceptions of child-to-parent socialization in organized youth sport, *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 31, pp. 444-468.
- Mary D. Fry (2010) Creating a positive climate for young athletes from day 1, *Journal of Sport Psychology in Action*, 1, pp. 33-41.
- Mary D. Fry, Lori A. Gano-Overway (2010) Parental influences on youth involvement in sports, In M. R. Weiss (Ed.), *Developmental sport and exercise psychology: A lifespan perspective*, Fitness Information Technology, pp. 145-164.
- Martin Hagger (1999) *Coaching Young Performers*; The National Coach Foundation
- Owen Hargie, (1997) *The handbook of communication skills*, Psychology Press
- Jon C. Hellstedt (1987) *The coach/parent/athlete relationship*, The Sport Psychologist
- Jon C. Hellstedt (1990) Early adolescent perceptions of parental pressure in the sport environment, *Journal of Sport Behavior*, 13, pp. 135-144.
- Richard J. Keegan, Christopher M. Spray, Chris G. Harwood, David E. Lavallee (2010) The motivational atmosphere in youth sport: Coach, parent, and peer influences on motivation in specializing sport participants, *Journal of Applied Sport Psychology*, 22, pp. 87-105.
- Trevor Slack, Milena Parent (2006) *Understanding sport organizations: The application of organization theory* (2nd ed.), Human Kinetics.
- Leisha Strachan, Jean Côté, Janice Deakin (2009) An evaluation of personal and contextual factors in competitive youth sport, *Journal of Applied Sport Psychology*, 21, pp. 340-355.
- Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas, Donald D. Jackson. (1967) *Pragmatics of Human Communication*, Norton.
- Rachid Ziane (2005) *Relation entraîneur-sportif en préparation physique: pour le meilleur ou pour le pire!*, Sport, Santé et Préparation Physique