

# Come comunicare efficacemente

Modulo online

## **Elisabetta Lucchini**

---

**Diploma di Laurea ISEF**

**Laureata in performance e ricerca sportiva Dijon France**

**Formatore su vari progetti regionali e Nazionali del Coni**

**Docente di Metodologia dell'allenamento e dell'insegnamento motorio Coni e SdS**



# AL termine dei lavori

*Definizione di Comunicazione*

*Comunicazione Interpersonale*

*Comunicazione non verbale*

*Assiomi della comunicazione*

*Comunicare nello sport*

*La comunicazione del tecnico sportivo*

*La comunicazione con gli atleti, con i genitori e con gli altri tecnici*

# La comunicazione è...

- Dimensione psicologica costitutiva di ogni essere umano
- Una attività sociale
- Una risposta a bisogni di tipo fisico
- Contribuisce a formare e consolidare il nostro senso di identità
- E' una attività prevalentemente cognitiva
- È il movimento

# COMUNICARE è

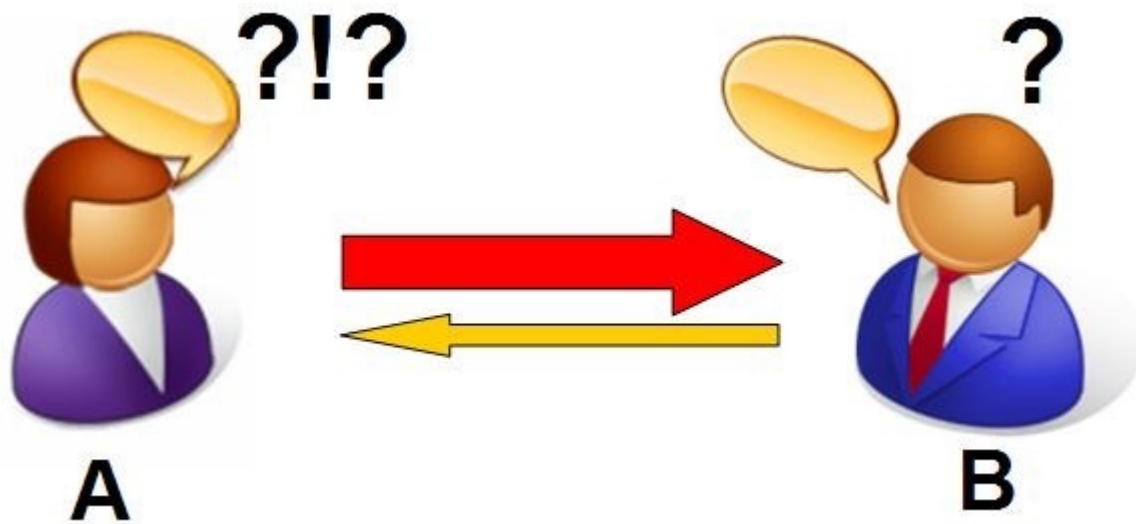
INVIARE  
TRASMETTERE  
TRASFERIRE  
NOTIFICARE  
FAR SENTIRE  
FAR CONOSCERE  
PARTECIPARE  
UNIRE

# Elementi di un processo comunicativo efficace

- Consapevolezza
- Obiettivo
- Ruolo
- Chi è il nostro interlocutore?
- Storia della relazione
- Strumenti utilizzati
- Contesto
- Tempo
- Ascolto

# Piani della comunicazione

- Contenuto( cosa si dice )
- Relazione( come si dice )





# SAPER ASCOLTARE...

- ❖ ASCOLTARE IL PUNTO DI VISTA DELL'INTERLOCUTORE ANCHE SE E' DIVERSO DAL PROPRIO
- ❖ GUARDARE L'INTERLOCUTORE
- ❖ NON PENSARE A COME RIBATTERE MENTRE TI STANNO ANCORA PARLANDO
- ❖ NON GIUDICARE PRIMA DI AVER CAPITO
- ❖ NON INTERROMPERE -LASCIA CHE L'ALTRO SVILUPPI IL PROPRIO PENSIERO
- ❖ FARE DOMANDE PER AVERE ALTRE INFORMAZIONI, SE E' NECESSARIO PER CAPIRE
- ❖ FARE SINTESI PER VERIFICARE LA COMPrensIONE
- ❖ ASCOLTARE ATTIVAMENTE: NON SALTUARIAMENTE O NON SUPERFICIALMENTE

# Qualche definizione

- ☐ *Fonte di trasmissione:* chi comunica
- ☐ *Messaggio:* oggetto della comunicazione
- ☐ *Veicolo di trasmissione:* mezzo usato per comunicare
- ☐ *Canale:* strada attraverso cui passa la comunicazione
- ☐ *Strumento di ricezione:* mezzo con il quale si raccoglie il messaggio
- ☐ *Destinatario:* persona alla quale indirizziamo il messaggio
- ☐ *Interferenza:* tutto ciò che ostacola la trasmissione e la ricezione di un messaggio

# Come prevenire le interferenze?

- ☐ Visualizzare come arriverà il messaggio al destinatario
- ☐ Esame preventivo di ogni singolo passaggio
- ☐ Valutare la ricezione attraverso l'analisi del feedback

# La prima cosa da sapere sulla comunicazione è che...

"NON SI PUÒ NON COMUNICARE"!

(P. Watzlawick)

# Ma quali sono gli elementi che compongono la comunicazione?

1. **Canale verbale:** le parole (scritte o pronunciate).
2. **Canale paraverbale:** tutto ciò che si ascolta, o non si ascolta, del modo di parlare di una persona, ad esempio il tono di voce, acuto o grave, o il volume, alto o basso della voce.
3. **Canale non verbale:** tutto ciò che si vede del modo di parlare di una persona, come ad esempio la mimica facciale, la postura o la gestualità ad esempio delle mani.

quando i 3 canali di comunicazione non sono congruenti tra loro, ciascuno di essi assume un'importanza diversa per chi sta ascoltando. Mentre il linguaggio verbale influenza la relazione per il 7%, quello paraverbale incide per il 38% e quello non verbale per il 55%"

# CONSIGLI PRATICI PER UTILIZZARE I TRE CANALI DI COMUNICAZIONE IN MODO EFFICACE

1. Dare uguale importanza a tutti e 3 i canali: verbale, paraverbale e non verbale;
2. Fare in modo che questi siano congruenti tra loro. In sostanza, quello che dici con le parole, il tono con cui le scandisci e come ti muovi nello spazio, devono comunicare lo stesso messaggio.

# I CINQUE ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE



*1. L'impossibilità di non comunicare. Il comportamento è comunicazione; non è possibile non avere un comportamento, quindi è impossibile non comunicare.*

*2. Livelli comunicativi di contenuto e di relazione. Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto (una notizia, una informazione, un dato...) e di relazione (un comando, un'istruzione, un avvenimento...) di modo che il secondo classifica il primo.*

*3. La punteggiatura della sequenza di eventi. La natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione tra i comunicanti (se si prende in considerazione il punto di vista dell'uno o quello dell'altro; es.: «Lo picchio sempre perché lui si ubriaca» - «Bevo per dimenticare di avere una maglie isterica»).*

*4. Comunicazione numerica e analogica. Il linguaggio digitale (digitale, verbale) ha una sintassi logica assai complessa e di estrema efficacia, ma manca di una semantica adeguata nel settore della relazione, ; il linguaggio analogico (il linguaggio non verbale) invece non ha alcuna sintassi adeguata per definire in un modo che non sia ambiguo la natura delle relazioni.*

*5. Interazione complementare e simmetrica. Tutti gli scambi di comunicazione sono simmetrici o complementari, a seconda che siano basati sull'uguaglianza o sulla differenza (da una parte rapporti paritetici, paritari, democratici, dall'altra rapporti fondati sulla autorità/subordinazione).*

# Cosa può accadere...?

E' impossibile non comunicare :

- rifiuto della comunicazione
- accettazione della comunicazione
- squalifica della comunicazione
- utilizzazione del sintomo

## Livelli comunicativi di contenuto e di relazione :

- Conferma
- rifiuto
- disconferma

# Comunicazione non verbale

*"Non mi fido delle parole perché nascondono molto e rivelano poco di ciò che è realmente importante e significativo" ( Freud )*





# Alcuni segnali non verbali:

- L'attenzione che una persona mostra rispetto ad una situazione d'ascolto si riesce a capire dalla postura del corpo. Ad esempio: portare il busto in avanti è indice d'attenzione.
- Gradimento: è legato alle labbra e ai cosiddetti baci analogici; oppure mordicchiarsi le labbra significa " Vorrei ma non posso ".
- Il linguino: è indice di forte gradimento verso la persona, l'argomento trattato o la situazione.
- Giocherellare con un oggetto ( matita, anello, ecc. ) indica interesse.
- Passarsi una mano fra i capelli è collegato al desiderio di coinvolgimento.
- Interesse è legato all'olfatto, quindi alla zona del viso vicino al naso; al contrario se ci si strofina il dito sotto le narici.
- Riflessione: è un dialogo interiore e si manifesta con micromovimenti del tipo circolari. Quando ci si tocca il mento c'è una maggiore riflessione

# La comunicazione non verbale :

- sistema di comunicazione sociale complesso ed elaborato
- strettamente legata ad un contesto
- influenzata da fattori culturali (es: cultura giapponese, del silenzio e della distanza; cultura latina, della parola e della vicinanza )
- svolge svariate funzioni
- utilizza canali autonomi e ben definiti

# Funzioni della comunicazione non verbale

- Esprimere emozioni
- Comunicare atteggiamenti interpersonali
- Presentare se stessi
- Sostenere , modificare , completare , sostituire il discorso

# Elementi della comunicazione non verbale

- Le espressioni
- La prossemica ( distanza -vicinanza fra gli individui )
- La postura
- La gestualità
- La prosodia ( elementi paralinguistici )

**Le espressioni** del volto hanno la funzione di comunicare le emozioni e gli atteggiamenti interpersonali

- **Sopracciglia:** forniscono un costante commento al discorso.
- **Sguardo:** rivela soprattutto l'intensità dell'emozione.
- **Posizioni del capo,atteggiamento di labbra,bocca , mento :** sostengono ed accompagnano il discorso.

# La distanza interpersonale

Detta anche **Prossemica** è la distanza che gli individui mantengono quando interagiscono in una conversazione normale di solito è tra il metro e venti e il metro e mezzo. Variazioni di qualche decina di centimetri in più o meno provocano sensazioni di disagio.

La quantità di spazio che le persone lasciano tra di loro non è un fatto neutro ma un'importante fattore di comunicazione.

Ciò che si definisce abitualmente con il termine di intimità , tra le altre cose, un annullamento della distanza relazionale considerata normale fra semplici conoscenti

# Orientazione

- ❖ *Orientazione fianco a fianco*: indica un certo grado di intimità ed anche atteggiamenti cooperativi.
- ❖ *Orientazione frontale*: è utilizzata in situazioni più formali ed in cui si tende a stabilire un rapporto gerarchico, indica anche atteggiamenti competitivi.

# La postura può riflettere:

Uno stato d'animo

Un atteggiamento

Il ruolo o status sociale

L'immagine che si ha del proprio corpo



# GESTI E MOVIMENTI

- La gestualità è collegata al movimento
- Esistono gesti spontanei, universali e innati, e gesti appresi, con un valore convenzionale tipico di un determinato background culturale, che assumono il loro significato in determinati contesti

( paralinguismo)

- . E' il canale su cui si esercita un minor controllo
- Rivela in modo più veritiero i reali stati emotivi e gli atteggiamenti interpersonali
- Può diventare una delle caratteristiche di una persona ( sesso,età,provenienza geografica)

# LA CONGRUENZA

- Un messaggio è **CONGRUENTE** quando tutte e tre le componenti (**VERBALE**, **PARAVERBALE** e **NON VERBALE**) sono
- coerenti, cioè si accordano tra loro nell'esprimere il messaggio.

# L'INCONGRUENZA

- Un messaggio è **INCONGRUENTE** quando le tre componenti ( verbale , paraverbale , non verbale ) sono incoerenti, cioè sono in conflitto tra loro nell'esprimere il messaggio.

# CONOSCERE I SIGNIFICATI DELLA COMUNICAZIONE NON VERBALE

## NON SERVE

- per “giocare allo psicologo” interpretando le intenzioni dell’interlocutore

## SERVE

- per imparare a controllare il proprio comportamento
- per diventare consapevoli degli effetti che la nostra comunicazione produce negli altri

# LA COMUNICAZIONE EFFICACE

- ❑ RIDUCE LE CONSEGUENZE  
NEGATIVE PRODOTTE DA UNA  
SITUAZIONE CRITICA
- ❑ AUMENTA I VANTAGGI DI  
UNA SITUAZIONE  
FAVOREVOLE

- FINALIZZATA
- CONSAPEVOLE
- CONTESTUALIZZATA
- CREA INTEGRAZIONE  
A...LIVELLO DELLA RELAZIONE
- EVITA CONFLITTI INUTILI

## Sintetizzando , i livelli di lettura della comunicazione sono tre :

**SINTATTICO** : riguarda tutti quegli aspetti relativi alla trasmissione delle informazioni e perciò si parla di codifica,decodifica,canali,interferenza,proprietà statiche del linguaggio

**SEMANTICO** :riguarda il significato dei simboli del messaggio. Uno scambio effettivo, una comunicazione efficace presuppone una convenzione non solo sintattica ma anche semantica

**PRAGMATICO** :riguarda gli effetti della comunicazione sui comportamenti



# COMUNICARE EFFICACEMENTE NELLO SPORT



COMUNICARE IN MODO EFFICACE CON GLI ATLETI, I  
GENITORI, LO STAFF E GLI ALTRI TECNICI

## ALCUNE REGOLE

- ❑ 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

# ALCUNE FORME DI COMUNICAZIONE

- Comunicazione verbale (e paraverbale)
- Comunicazione non verbale
- Comunicazione diretta
- Comunicazione mediata
- Comunicazione espressiva
- Comunicazione persuasiva



# 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 .....

# DOVE?

- 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

# LE RELAZIONI

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

# L'allenatore

L'allenatore rappresenta una “guida”, un concreto “modello” da seguire, un punto di riferimento di cui l'atleta, soventemente, non riesce a fare a meno, sia in ambito della preparazione fisica e programmazione tecnica degli allenamenti sia in qualità di supporto psicologico di base (in particolar modo se trattasi di atleta agonista di un livello medio/alto).

# L'allenatore

Numerosi studi condotti sull'argomento (Mantovani e al, 2007) hanno evidenziato che, se all'esperienza non si affianca un potenziamento delle abilità comunicative del coach, non si realizzano quei cambiamenti nel comportamento degli atleti, migliorando il loro apprendimento delle tecniche.



# L'allenatore

“Gran parte delle informazioni che l'allenatore trasmette ai propri allievi viene veicolata quindi attraverso canali non verbali, i più importanti dei quali sono (Mantovani e al, 2007):

- Gli Sguardi;
- I Gesti e in generale il Modo di Muoversi;
- Le Posture e gli Atteggiamenti del Corpo;
- Le Espressioni e la Mimica del Corpo;
- La Gestione dello Spazio rispetto l'interlocutore;
- Il Contatto Fisico;
- Il Contatto Visivo.

## L'allenatore

Esistono anche ulteriori “sfumature” facenti parte del linguaggio non verbale che si concentrano sull'intonazione, il volume e il ritmo della voce nonché sulla velocità con cui si espone il discorso e le pause utilizzate nell'espressione dei vari concetti.

# L'allenatore

Un allenatore viene giudicato dagli atleti nella **sua capacità di relazionarsi attraverso gli sguardi**, facendolo, con ripetuta intensità, nei confronti di tutti gli allievi, nessuno escluso; dovrebbe porre attenzione alla propria postura facendo attenzione a non dimostrarsi trasandato e goffo. I gesti e i movimenti che trasudano entusiasmo per la lezione, sicurezza nell'argomentare i programmi e le tecniche. Gli atleti che percepiscono poca motivazione o entusiasmo, magari nervosismo ed insicurezza nell'esporre i vari argomenti, giudicano negativamente l'allenatore e talvolta si affrettano a reputare insignificante e privo di leadership la figura di quel tecnico.

## L'allenatore

**Le dimostrazioni** tecnico-pratiche messe in atto dall'allenatore (e quindi la sfera della comunicazione non verbale) sono essenziali per l'insegnamento: il numero delle ripetizioni deve essere adeguatamente studiato per essere efficace ma non prolisso, come la corretta postura (controllo del proprio corpo) nell'eseguire gli esercizi; le distanze e le prospettive sono essenziali

## L'allenatore

L'allenatore deve ponderare **le caratteristiche del messaggio, renderlo chiaro e non ambiguo**, adatto alle competenze tecniche dei destinatari, ridondante ma non monotono e, per quanto ovvio ma non scontato, deve essere in linea e coerente con gli assunti sino a quel momento esposti, senza contraddire i precedenti messaggi. Una comunicazione piuttosto breve, coincisa è da ritenersi positiva.

## L'allenatore

Tanto più si è creata quell'empatia, sintonia, stima e rispetto per l'allenatore, tanto più la comunicazione ha funzionato e ha centrato l'obiettivo. L'allievo ha assimilato le tecniche e la preparazione fisica per mezzo di una programmazione e un allenamento decisamente mirato a quella competizione: ora le deve riportare in modo ottimale in gara, nel combattimento, al meglio delle proprie capacità.

# TECNICO SPORTIVO

- Atleti
- Federazioni sportive
- Colleghi e addetti ai lavori
- Genitori e altri famigliari
- Procuratori, agenti e manager
- Società sportive

# LA CREDIBILITÀ

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.



# 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

# 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.

# 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.

## La componente emozionale

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



# La comunicazione con gli atleti

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



## I 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

## 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)

## Le qualità della comunicazione efficace con gli atleti:

Sintesi

Significatività

Chiarezza

Consistenza

Coerenza

Positività





## La tecnica dell'osservazione

- Per potersi migliorare occorre comprendere i propri punti di forza e di debolezza.
- L'istruttore 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 degli istruttori, che lavorano con i giovani atleti non professionisti da 4 a 12 anni, non usano strumenti o tecniche di osservazione.

# La comunicazione allenatore-atleta-genitori



# La comunicazione allenatore-atleta-genitori

## 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

# La comunicazione allenatore-atleta-genitori

## 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

# La comunicazione allenatore-atleta-genitori

- l'allenatore può divenire un punto di riferimento per la famiglia. L'allenatore è una persona che trascorre diverso tempo con il proprio figlio, ha quindi ampiamente modo di conoscerne punti di forza e debolezza e può divenire un importante elemento di supporto per l'educazione del ragazzo.
- L'allenatore è al centro della comunicazione sia con gli atleti che con i genitori, pertanto risulta essere una sorta di mediatore dell'esperienza sportivo-educativa.

# La comunicazione allenatore-atleta-genitori

- Per l'atleta, l'allenatore rappresenta una figura cruciale, spesso diviene un punto di riferimento, sia a livello sportivo che umano. Talvolta l'allenatore, soprattutto in adolescenza, può rappresentare una sorta di sostituto delle figure genitoriali, specie laddove carenti.
- Per un sano sviluppo delle capacità psicosociali di bambini ed adolescenti, i rapporti tra famiglia ed allenatori sono cruciali, è fondamentale che essi siano armoniosi.

# La comunicazione allenatore-atleta-genitori

*Vi sono due variabili relazionali profondamente sconsigliate:*

- Alleanza allenatore-genitori contro il ragazzo. Ciò, soprattutto nel caso di adolescenti, comprometterebbe la loro stima e fiducia;
- Alleanza atleta-allenatore contro i genitori. I genitori potrebbero influire nell'abbandono della pratica sportiva del proprio figlio o comunque influire sull'evoluzione del rapporto del loro figlio con l'allenatore

# La comunicazione allenatore-atleta-genitori

*Cosa è necessario per creare una buona relazione all'interno del triangolo relazionale atleta, famiglia, allenatore?*

- Fiducia reciproca;
- Diversificazione dei ruoli e degli scopi educativi;
- Stima e collaborazione reciproca tra famiglia e allenatore;
- Assenza di critiche sterili per entrambe le figure formative.



## La comunicazione allenatore-atleta-genitori

È fondamentale che le due figure di riferimento per il giovane, in accordo con il proprio ruolo, affianchino il ragazzo nel processo di acquisizione della propria identità individuale, contribuendo anche al riconoscimento e all'accettazione dei propri punti di forza e punti di debolezza.

***Allenatore e genitore, dovrebbero quindi, collaborare in maniera coordinata per promuovere la crescita psicologica, sociale, umana e sportiva del ragazzo.***

## Comunicare con gli altri istruttori per:

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



# 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 (tornei, premiazioni, ecc..)
- Corso di formazione e qualificazione dei tecnici sportivi per l'avviamento giovanile all'attività motoria e sportiva

## 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.

## FONDAMENTALI NELLA COMUNICAZIONE TRA COLLEGHI

- 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



## 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.

# SELEZIONARE LE FONTI

## FONTI PRIMARIE

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



# SELEZIONARE LE FONTI

## FONTI SECONDARIE

- Colleghi esperti
- Comunità di pratica e di apprendimento (esprese anche tramite blog, ecc...)
- Riviste di settore
- TV specializzata
- Rubriche giornalistiche specializzate



GRAZIE.. GRAZIE.. GRAZIE..



# BIBLIOGRAFIA

- Cei A, Mental Training – Pozzi edizioni – 1987”.
- Cresti Dott. Claudio estratto dal sito internet di conferenza del, psicologo-psicoterapeuta: Docente/esperto della Scuola dello Sport del CONI (Comitato Olimpico Nazionale Italiano) – Toscana.
- Mantovani et al, 2007. “Sport di Combattimento, Vol. 1” – a cura dei Docenti Nazionali Federali Fijlkam (Federazione Italiana Judo Lotta Karate e Arti Marziali).
- 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.