



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA

## Università degli Studi di Padova

Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Corso di Laurea Magistrale in  
Strategie di Comunicazione  
Classe LM-92

Tesi di Laurea

*Evento di danza sportiva:  
come la CNV (Comunicazione Non Verbale)  
può contribuire alla sua creazione.*

Relatore  
Prof. Giampietro Vecchiato  
Correlatrice  
Prof.ssa Mariagrazia Busà

Laureando  
Carlotta De Col  
n° matr.2028762 / LMSGC

Anno Accademico 2021 / 2022



“E coloro che furono visti danzare vennero giudicati pazzi da quelli  
che non potevano sentire la musica”

Friedrich Nietzsche





# INDICE

Introduzione	9
1. Primo capitolo: La comunicazione non verbale nella danza e negli eventi	13
1.1. Cos'è la comunicazione non verbale	13
1.2. L'utilità della CNV	16
1.3. La CNV nella danza sportiva	19
1.3.1. L'atteggiamento corporeo	20
1.3.2. Le espressioni facciali e lo sguardo	22
1.3.3. L'utilizzo delle braccia	23
1.4. L'importanza della CNV negli eventi	24
1.5. Creazione di un evento pubblico	25
1.5.1. La differenza tra eventi e spettacolo	25
1.5.2. Le differenti tipologie di evento	26
1.5.3. Le caratteristiche dell'evento e di un Event Manager	27
1.5.4. Comunicare come atto d'amore	29
2. Secondo capitolo: Metodologia di ricerca	31
2.1. La domanda di ricerca e la scelta della tecnica di rilevazione	32
2.1.1 Il questionario online	34
2.1.2 Il focus group	35

2.2. I diversi campioni di ricerca	36
2.2.1 I ballerini	36
2.2.2 I giudici e gli insegnanti	37
2.2.3 Il pubblico	38
2.3. La formulazione dei questionari online	39
2.3.1 Introduzione questionari online	40
2.3.2 Questionario online per i ballerini	40
2.3.3 Questionario online per i giudici e gli insegnanti	43
2.3.4 Questionario online per il pubblico	45
2.4. La formulazione dei focus group	48
2.4.1 Introduzione focus group	48
2.4.2 Focus group per i ballerini	49
2.4.3 Focus group per giudici e gli insegnanti	50
2.4.4 Focus group per il pubblico	51
2.5. Privacy	53
3. Terzo Capitolo: Analisi dei dati	55
3.1 Analisi dei questionari online	55
3.1.1 Analisi dei ballerini	56
3.1.2 Analisi dei giudici e degli insegnanti	68
3.1.3 Analisi del pubblico	78
3.2 Analisi dei Focus Group	84
3.2.1 Analisi dei ballerini	84

3.2.2	Analisi dei giudici e degli insegnanti	86
3.2.3	Analisi del pubblico	88
3.3	Considerazioni finali	90
4.	Quarto Capitolo: Formulazione dell'Evento di Danza Sportiva	93
4.1	Come si realizza un evento	93
4.1.1	Fase preliminare o pre-produttiva	95
4.1.2	Fase operativa	97
4.1.3	L'evento	99
4.1.4	Il post-evento	100
4.2	L'evento di danza sportiva	101
4.2.1	Fase preliminare dell'evento di danza sportiva	102
4.2.2	Pianificazione dell'evento di danza sportiva	107
4.2.3	Realizzazione dell'evento di danza sportiva	112
4.2.4	Il post evento di danza sportiva	117
4.3	Come la comunicazione non verbale può essere utilizzata	
a favore dell'evento		118
4.3.1	L'utilizzo della CNV per i ballerini	118
4.3.2	L'utilizzo della CNV per lo staff	120
4.3.3	L'utilizzo della CNV per il pubblico	121
	Conclusioni	123
	Bibliografia e Sitografia	125

## INTRODUZIONE

La comunicazione viene distinta in due grandi categorie: comunicazione verbale, ovvero il parlato, e comunicazione non verbale, ossia tutti gli elementi, apparentemente secondari, che avvengono durante un qualsiasi tipo di relazione. Avete mai provato a ragionare sul vostro modo di comunicare? E, nel momento in cui ci avete ragionato, avete preso in considerazione la comunicazione non verbale?

La comunicazione non verbale ricopre un ruolo fondamentale nella vita quotidiana. Quante volte è capitato in un qualsiasi contesto, lavorativo piuttosto che familiare o di amicizia, di avere delle sensazioni, negative o positive, dovute ad atteggiamenti corporei o gesti fatti dal nostro interlocutore.

Espressioni facciali, posizionamento del corpo in relazione con l'interlocutore o l'ambiente, tono di voce, intenzione ed atteggiamenti sono elementi costitutivi della comunicazione non verbale.

Queste premesse ci permettono di capire che la comunicazione avviene in qualsiasi momento e non è possibile non comunicare.

*“La danza è poesia perché il suo fine ultimo è esprimere sentimenti, anche se attraverso una rigida tecnica. Il nostro compito è quello di far passare la parola attraverso il gesto”.* (Carla Fracci)

*“Certe cose si possono dire con le parole, altre con i movimenti, ma ci sono anche dei momenti in cui si rimane senza parole, completamente perduti e disorientati, non si sa più che cosa fare. A questo punto comincia la danza”.* (Pina Bausch)

Queste grandi figure storiche della danza, con delle semplici affermazioni hanno ritratto l'essenza della danza stessa. La danza è comunicazione, prevalentemente non verbale.

Ma quand'è che la danza può essere effettivamente definita comunicazione? Molto spesso il semplice eseguire dei passi non può essere definita effettivamente comunicazione, ma semplice esecuzione. Infatti la danza viene definita comunicazione solo nel momento in cui viene effettivamente espresso qualcosa: sentimenti, emozioni, stati d'animo, situazioni.

Il grande ballerino è colui che ha una tecnica perfetta ma che riesce ad esprimere quando balla. Infatti la parola lascia libero spazio all'espressione del corpo. Il semplice sguardo, diventa complesso quando il ballerino ha l'intenzione di esprimere qualcosa.

È per questa ragione che la domanda fondamentale che mi sono posta e su cui si basa il progetto di tesi è: esiste un giusto modo di porsi nei confronti di chi guarda, durante l'esecuzione della danza, così da garantire il successo di un evento?

In questo lavoro di tesi è fondamentale analizzare la comunicazione non verbale nella danza, in particolar modo nelle danze latino americane, per formulare in seguito un evento.

Lo scopo della ricerca è capire se vi è effettivamente un giusto modo di comunicare attraverso il proprio corpo, riportando opinioni di ballerini, partendo da principianti fino ai professionisti, giudici di gara ed insegnanti, terminando poi con una visione più "ignorante" ma sicuramente fondamentale: quella del pubblico.

Infine sarà necessario capire come, durante un evento pubblico, questa tipologia di comunicazione può influenzare chi ne prende visione e, di conseguenza, si possa costruire un evento in cui la comunicazione della danza possa essere la protagonista indiscussa.

Nel primo capitolo verrà definito cos'è la comunicazione non verbale sotto un punto di vista teorico. Sarà quindi fondamentale, dopo aver analizzato i libri di testo specifici della comunicazione non verbale, capire se anche nei libri di testo relativi alla danza, sono riportate le metodologie di utilizzo di questa specifica

comunicazione e, nell'eventualità in cui ci siano, definire quali sono le indicazioni teoriche fornite dai manuali.

Inoltre verrà definito in forma teorica la definizione di un evento, ricavando quelle che sono le peculiarità dello stesso.

Nel secondo capitolo verrà spiegata la metodologia di ricerca utilizzata, ovvero i questionari online, creati appositamente per la ricerca, ed i focus group.

Inoltre saranno analizzati i vari campioni presi in esame, ossia i ballerini, i giudici e gli insegnanti e, infine, il pubblico, definendo in che modo sono risultati utili allo scopo della ricerca stessa.

Durante il corso di questa analisi sarà necessario vedere come l'ascolto sia fondamentale, soprattutto per il ballerino, nel capire cosa effettivamente stia cercando un giudice nel momento della competizione e cosa vorrebbe vedere il pubblico.

I risultati dell'indagine verranno poi riportati nel terzo capitolo.

In questo capitolo verranno evidenziate le opinioni di tutti i partecipanti, nel caso dei questionari online in forma più schematica, utilizzando i grafici, mentre, nel caso dei focus group, verranno riportati i dati ricavati e i pareri dei partecipanti in forma discorsiva.

Nel quarto ed ultimo capitolo l'intenzione è quella di provare ad identificare quali potrebbero essere gli elementi chiave per creare un evento in cui la comunicazione non verbale della danza sia la principale protagonista e, di conseguenza, che possa attrarre un vasto pubblico.

In seguito ad una specifica tecnica di come deve essere organizzato un evento, verrà fatta un'ipotesi di formulazione di un evento di danza sportiva, secondo i passaggi precedentemente definiti.

Il capitolo si concluderà con la messa a fuoco degli elementi relativi alla comunicazione non verbale, che non sono stati specificati nella formulazione dell'evento stesso.

Chi ha preso parte all'evento dovrebbe, inoltre, essere pienamente soddisfatto e cosciente di ciò che ha visto.

## PRIMO CAPITOLO:

# LA COMUNICAZIONE NON VERBALE, NELLA DANZA E NEGLI EVENTI

Come afferma Watzlawick<sup>1</sup>, in una risaputa affermazione, è impossibile non comunicare, anche nei momenti in cui si tace.

Il nostro corpo, infatti, emette soprattutto in maniera inconsapevole, numerosi segnali, senza avere la necessità di pronunciarli verbalmente, tramite le parole stesse.

Questi segnali riguardano prevalentemente i nostri stati d'animo e le emozioni provate durante l'atto comunicativo.

Perciò è necessario identificare questa particolare tipologia di comunicazione, definita comunicazione non verbale.

### 1.1 Cos'è la comunicazione non verbale

La comunicazione non verbale è tutto ciò che l'essere umano riesce a comunicare con il proprio corpo ad esclusione dell'uso del linguaggio parlato o scritto.

È necessario sottolineare però che, anche nella comunicazione verbale parlata, si insedia una parte di comunicazione non verbale, o per meglio dire paraverbale.

---

<sup>1</sup> Paul Watzlawick è stato uno psicologo e filosofo austriaco naturalizzato statunitense, eminente esponente della statunitense Scuola di Palo Alto, nonché seguace del costruttivismo, derivante dal pensiero relativista del costruttivismo filosofico.

Infatti il tono della voce, che molte volte determina l'intenzione della conversazione stessa, è considerato parte della comunicazione non verbale.

Innanzitutto è necessario definire che, le scienze della comunicazione, hanno definito tre principali modalità attraverso le quali è possibile entrare in comunicazione:

- comunicazione verbale: utilizzo delle parole, in forma verbale o scritta;
- comunicazione paraverbale: sfera associata alla forma verbale che non riguarda le parole. Si tratta infatti dell'utilizzo del volume della voce, il tono, il ritmo del parlato;
- comunicazione non verbale: questa comprende diverse sottocategorie che permettono la sua definizione:
  - Cinesica: (kinesis, dal greco movimento) riguarda l'utilizzo del corpo e delle relative componenti. Tra le parti più comunicative troviamo: le mani (generalmente, quando si pone il palmo verso l'interlocutore tendono ad indicare disponibilità, al contrario, quando il palmo lo si rivolge verso il basso, indicano l'intenzione di una sottomissione verso l'altro), le braccia (una donna insicura tende a tenere la borsetta stretta a sé), le gambe (le gambe divaricate tendenzialmente sono sintomo di un atteggiamento virile e sicuro di sé, al contrario le gambe incrociate con una posizione corporea eretta sono sinonimi di sottomissione e difesa), le espressioni del viso (generalmente il sorriso è sinonimo di ascolto e predisposizione ad ascoltare il parlante; chi tende a evitare il sorriso, spesso, è una persona che non intende essere sottomessa durante la conversazione)
  - Prosemica: ovvero lo spazio che viene occupato attorno al parlante;
  - Cronemica: ossia la velocità del movimento con cui avviene l'atto comunicativo;
  - Aptica: riguarda il contatto fisico.

Gli studi relativi alla comunicazione non verbale sono relativamente recenti. Ray Birdwhistell, antropologo statunitense, effettua i suoi primi studi alla fine del '900. A lui viene associata la creazione della cinesica. I suoi studi hanno definito 250.000 espressioni facciali, percepibili ad occhio umano.

La domanda che sorge spontanea è quindi: come è possibile comunicare senza parlare?

In realtà la comunicazione non verbale è assai più antica rispetto alla comunicazione verbale. Quest'ultima infatti si è completata due milioni di anni dopo, con la crescita della corteccia cerebrale.

Di conseguenza, però, l'avvento della comunicazione verbale, oltre ad aver semplificato i rapporti, non ha permesso all'essere umano di mantenere una spiccata sensibilità nella percezione della comunicazione non verbale.

È da tenere in considerazione che, il genere femminile, risulta avvantaggiato rispetto a quello maschile. Infatti, le aree del cervello maschile deputate al suddetto scopo sono comprese tra le 4 e le 6, mentre nel cervello femminile sono tra le 14 e le 16.

Le donne hanno conservato maggiore sensibilità in quanto, in situazioni di maternità, necessitano di interpretare il più rapidamente possibile i segnali corporei del neonato.

Grazie a queste sue capacità la donna presenta anche una maggiore sensibilità percettiva che le permette di avere elevate capacità comunicative, una maggiore sensibilità nel momento della negoziazione e la capacità di svolgere da 4 a 6 compiti diversi contemporaneamente.

Infine, è stato riscontrato che una maggiore focalizzazione d'attenzione posta nel momento della comunicazione, permette di cogliere in maniera più evidente i

segnali emessi dalla comunicazione non verbale. Inoltre se si focalizza l'attenzione su un determinato gesto, questo si tenderà a notarlo in maniera costante.

## 1.2 L'utilità della CNV

La conoscenza della comunicazione non verbale offre numerosi vantaggi non solo per sé stessi, ma anche nella relazione, e nel relativo approccio, con le altre persone.

Esperti come Pavlov<sup>2</sup> e Ekman<sup>3</sup>, hanno riscontrato come l'assunzione di specifici atteggiamenti ed espressioni facciali, anche se poste in maniera volontaria, possano influire nella produzione di sostanze chimiche corporee, che possono giovare alla comunicazione o danneggiare la stessa. Ad esempio, se ci si sente arrabbiati o tristi, cominciare a sorridere potrebbe migliorare la condizione. Potrebbe essere, che dopo qualche istante, ci si possa anche sentire allegri.

Quindi, se si dà alla mente il giusto segnale, lo stato che ne concerne sarà coerente con il segnale che si è inviato.

Anche la relazione con gli altri può avere dei riscontri positivi. Nel momento in cui l'atteggiamento che si presenta nel momento in cui si desidera iniziare un atto comunicativo con qualcun altro, un atteggiamento volto all'ascolto e con segnali

---

<sup>2</sup> Ivan Petrovič Pavlov è stato un medico, fisiologo ed etologo russo, il cui nome è legato alla scoperta sui cani del riflesso condizionato

<sup>3</sup> Paul Ekman è uno psicologo statunitense. È divenuto, grazie alle sue ricerche scientifiche, pioniere nel riconoscere le emozioni enfatizzando le espressioni facciali.

positivi, come ad esempio il sorriso, possono volgere l'atto comunicativo verso dei riscontri positivi.

Infatti i neuroni specchio giocano un ruolo fondamentale. Se si presenta un atteggiamento positivo, l'altra persona difficilmente si troverà in una condizione di negatività. Viceversa, se si intende predisporre una conversazione con una prospettiva negativa, come potrebbe essere un litigio, l'altra persona, di rimando, si predisporrà con un atteggiamento negativo nei nostri confronti.

La CNV è uno dei mezzi che possono essere utilizzati, qualora si conosca bene, per individuare le intenzioni del parlante.

Per evitare di commettere degli errori di interpretazione, è fondamentale basarsi su più parametri. Legarsi ad un singolo parametro di giudizio, quindi notando un singolo aspetto della CNV, potrebbe risultare dannoso ai fini della comunicazione stessa.

Affidarsi ad altre caratteristiche della comunicazione non verbale, aiuta ad avere un quadro più specifico su cosa intende comunicare il parlante, evitando errori di interpretazione.

James Borg<sup>4</sup> e Allan Pease<sup>5</sup>, per evitare di compiere errori in merito, propongono la regola delle tre C (Complesso, Coerenza e Contesto):

- **Complesso**: le azioni e i gesti compiuti dal parlante, non vengono compiuti singolarmente. Per questa ragione è necessario analizzare il complesso delle azioni svolte piuttosto che il gesto compiuto singolarmente.

---

<sup>4</sup> James Borg, psicologo del lavoro e consulente aziendale, è specializzato in comunicazione interpersonale

<sup>5</sup> Allan Pease è un esperto di linguaggio del corpo australiano e autore o coautore di quindici libri.

- Coerenza: deve essere uno degli elementi fondamentali nel collegamento tra comunicazione verbale e comunicazione non verbale. Quando è presente discordanza tra i due metodi comunicativi, è necessario fare affidamento sul messaggio corporeo.
- Contesto: il contesto in cui si pone la comunicazione. L'atteggiamento che assume l'interlocutore, è fondamentale per comprendere la veridicità di ciò che intende comunicare.

Ci sono alcune caratteristiche, tipiche della CNV che non sono controllabili, ma avvengono nel corpo umano come fenomeno spontaneo:

- La dilatazione delle pupille: può essere un fenomeno tipico quando si prova piacere.
- Il rossore in viso: fenomeno tipico di quando si prova imbarazzo.
- La fronte imperlata di sudore: segnale caratterizzante di quando si viene scoperti a dire una menzogna.

Oltre a quest'ultima caratteristica, nel momento della menzogna vi sono altri otto segnali che possono essere rilevati, e ci fanno intuire la stessa:

- La mano sulla bocca: generalmente associata al gesto di voler trattenere la bugia stessa.
- Toccarsi il naso: per chi è l'ascoltatore della conversazione vuol dire che si trova in una situazione di perplessità, non comprende a pieno la coerenza della conversazione. Per il parlante, invece, il prurito è dovuto alla liberazione di catecolamine<sup>6</sup>, queste vengono emesse nel momento della menzogna.

---

<sup>6</sup> Le catecolammine agiscono sul metabolismo glucidico e sul metabolismo lipidico. noradrenalina Ormone della classe delle catecolammine, sintetizzato dalla midollare del surrene, dalle cellule cromaffini e, più specificamente, dai neuroni post gangliari del sistema nervoso simpatico.

- Stropicciarsi gli occhi: questo tipico gesto viene compiuto per non vedere la persona a cui si sta mentendo.
- Sfregarsi l'orecchio: gesto tipico del non voler sentire. Anche sentire sé stessi pronunciare una menzogna, potrebbe provocare delle sensazioni sgradevoli.
- Grattarsi il collo: segnale che denota incertezza e dubbio.
- Allargare il colletto: perché si ha come la sensazione di soffocare. Il sudore del collo provoca fastidio.
- Dita in bocca: segnale di rassicurazione quando si è fortemente sotto pressione

### 1.3 La CNV nella danza sportiva

La Danza Sportiva è una disciplina facente parte degli sport “tecnico-compositori”, per questa ragione, nonostante vi sia una grande ricerca scientifica in merito alla formazione tecnica e alla preparazione fisica, la componente artistica si afferma come aspetto preponderante.

La simbiosi tra la tecnica con la musica e l'interpretazione artistica, produce un'immagine finale della prestazione estremamente espressiva e coinvolgente per lo spettatore.

L'interpretazione artistica risulta il mezzo attraverso il quale i danzatori possono esprimere delle proprie emozioni, sentimenti e stati d'animo. I grandi maestri, infatti, tendono a non tralasciare questa caratteristica, anzi, la ritengono un'opportunità unica per sviluppare l'espressione estetica dell'interiorità e dell'animo umano.

Peter Maxwell<sup>7</sup>, attualmente il più grande esponente della Danza Sportiva e insegnante delle migliori coppie al mondo, per poter far emergere questa particolare componente artistica, ha dovuto compiere diversi studi in merito alla comunicazione non verbale, così da poter tradurre in movimenti ed espressioni le movenze artistiche della danza.

Egli è in grado di far emozionare chi assiste alla danza stessa, senza però trascurare quelle che sono le basi tecniche del ballo trattato.

### 1.3.1 L'atteggiamento corporeo

Un ballerino è, generalmente, facilmente riconoscibile grazie alla sua postura. Si sente spesso dire che i ballerini risultano impettiti, la cosiddetta postura con la pancia in dentro e il petto in fuori, è un tratto caratteristico dei danzatori. È altresì vero che, la postura stessa, possa essere associata ad una forma di arroganza.

Questa specifica postura deriva da come il ballerino si presenta, durante una competizione o uno spettacolo.

Ogni ballerino, d'altro canto, è padrone di come vuole presentarsi in pista. Generalmente questo discorso è associato maggiormente al comportamento femminile. La donna infatti ha maggiore libertà di spaziare tra le diverse caratteristiche, che decide di associare al proprio modo di ballare.

L'atteggiamento corporeo che ne consegue durante la performance, ha dei legami molto stretti anche in merito al ballo che si va a trattare.

---

<sup>7</sup> esponente della danza sportiva ed insegnante diretto della rosa dei finalisti all'attuale campionato mondiale di danze Standard e danze Latino Americane.

Nel caso specifico delle danze latino americane, ognuno dei cinque balli di gara ha delle specifiche caratteristiche a cui attenersi, che permettono di definire il ballo stesso.

Nello specifico:

- Samba: il samba è un ballo molto dinamico e di movimento, infatti verrà utilizzato tutto il perimetro della pista per svolgerlo. È generalmente associato alla forza e alla gioia.
- Cha Cha Cha: ballo tipicamente energico ma non di movimento. È associato anch'esso alla gioia e all'allegria.
- Rumba: viene definito il ballo dell'amore. È caratterizzato da movimenti decisamente più lenti rispetto ai balli precedenti. Il corpo gioca un ruolo fondamentale perché, tramite movimenti elastici, caratterizzati da riempimento e svuotamento della cassa toracica, permettono di esprimere al meglio le emozioni tipiche di questo romantico ballo.
- Paso Doble: ballo generalmente aggressivo. Simula la lotta, tipica spagnola, tra torero e toro. L'uomo simula le azioni del torero, mentre la dama dovrebbe rappresentare la cappa utilizzata dalla figura maschile.

L'atteggiamento quindi deve essere duro per l'uomo, come a rappresentare la sfida svolta durante le corride, mentre la donna, pur rimando aggressiva, accompagna il movimento maschile.

- Jive: associato al divertimento. Questo ballo è un misto tra bugie bugie e rock and roll.

L'atteggiamento che deve essere assunto in pista, deve quindi essere associato al puro divertimento. Con questo ballo, generalmente, l'atleta tende ad entrare maggiormente in relazione con il pubblico, attraverso gesti di coinvolgimento (es. invitare il pubblico a battere le mani).

Due elementi fondamentali in cui l'atteggiamento corporeo del danzatore gioca un ruolo fondamentale, sono:

- La presentazione in pista: l'atteggiamento con il quale il danzatore si presenta in pista deve essere sinonimo di sicurezza. Soprattutto nel momento della competizione, un'atleta che si presenta sicuro di sé e di ciò che intende fare, sarà maggiormente notato da un giudice.
- Inchino finale: forma di cortesia e ringraziamento verso coloro che hanno guardato la competizione o lo spettacolo, oppure hanno giudicato. È una forma di rispetto.

Il bravo danzatore, quindi, è colui che riesce a far conciliare allo stesso momento le caratteristiche tipiche del ballo che si presenta, con la propria personalità e con ciò che desidera esprimere.

### 1.3.2 Le espressioni facciali e lo sguardo

Durante un evento l'espressione facciale dell'atleta è di fondamentale importanza. Infatti, l'intenzione che generalmente il competitore pone durante la competizione stessa, influisce di un 30% sul risultato finale.

Sorge quindi spontanea la domanda: qual è la giusta intenzione da porre sul proprio volto?

Non è presente una specifica su quale dovrebbe essere la giusta espressione facciale. Anche questa varia a seconda delle specifiche caratteristiche e l'intenzione del ballo presentato: non può essere utilizzata un'espressione aggressiva come quella del paso doble, durante un ballo armonico come la rumba. È necessario tenere in considerazione che vi sono sentimenti che non bisogna lasciar trasparire durante il ballo.

L'espressione facciale, anche se varia a seconda del ballo, deve sempre mantenere un atteggiamento sicuro di sé, che non necessariamente corrisponde con la

spavalderia. L'importante è che non si lascino assolutamente trasparire i sentimenti di paura ed incertezza.

È necessario non tralasciare lo sguardo.

Il suo comportamento si riferisce ai movimenti oculari ed alla appropriatezza dovuta alle diverse situazioni. Come nella comunicazione verbale, il contatto oculare tra spettatore ed atleta avviene in maniera intermittente, non fissa durante tutta l'esecuzione del ballo.

È fondamentale che, soprattutto durante i momenti di contatto, si comunichi sicurezza in ciò che si sta facendo, e emozioni tipiche del ballo che si presenta.

### 1.3.3 L'utilizzo delle braccia

Nonostante l'utilizzo delle braccia inizialmente, soprattutto a livello tecnico, venga tralasciato, sono un mezzo utile a definire il ballo stesso.

Come è stato ampiamente specificato precedentemente, per definire cosa effettivamente si vuole lasciar trasparire dal proprio ballo, è necessario definire prima qual è il ballo trattato.

Anche l'utilizzo delle braccia ha rilevanza, nella definizione dello stesso.

Un utilizzo più esplosivo si viene associato generalmente ai balli più energici ed allegri quali samba, cha cha cha e jive.

Mentre la leggerezza e delicatezza è il tratto caratteristico della rumba.

Infine un utilizzo forte e definito, è caratteristico del paso doble.

Inoltre un utilizzo tendenzialmente più verso l'apertura delle braccia stesse, sono sinonimo di sicurezza nell'atleta, mentre un utilizzo più chiuso evidenzia insicurezza nel danzatore, quasi a simulare il voler chiudersi in sé stessi.

#### 1.4 L'importanza della CNV negli eventi

La Danza Sportiva è ricca di eventi nei quali i ballerini possono palesarsi. Tra questi troviamo:

- competizioni;
- spettacoli.

Queste due tipologie di evento hanno connotazioni simili e, allo stesso tempo, caratteristiche molto differenti.

Tendenzialmente l'atteggiamento dell'atleta è simile, in quanto l'occhio che lo visiona, che sia giudice o pubblico, è percepito come se fosse alla continua ricerca dell'imperfezione, anche se, soprattutto per quanto riguarda una visione del pubblico, non è necessariamente così.

Senza entrare però nello specifico della danza sportiva, ora verrà esplicito come la Comunicazione non Verbale sia oggetto di studi nella creazione di un evento.

Se utilizzata nella giusta maniera può dare un vantaggio comunicativo non indifferente.

Le esigenze del target selezionato non sono del tutto espresse in maniera esplicita, è quindi necessario prestarvi attenzione durante l'intero svolgimento dell'evento. Difficilmente chi si trova in una condizione sgradita tende a palesarlo verbalmente, ma lo esprime attraverso la comunicazione non verbale.

Durante lo svolgimento dell'evento stesso, un'analisi della comunicazione non verbale dell'osservatore può fornire elementi utili per far sì che l'evento stesso risulti di successo. Nel corso dell'evento, infatti, vi sono determinati cambiamenti da adottare qualora vi siano difficoltà nella comunicazione e un evidente insuccesso dello stesso palesato attraverso atteggiamenti corporei dei destinatari.

## 1.5 Creazione di un evento pubblico

Partendo dal presupposto che è necessario tenere in considerazione la CNV per formulare un evento pubblico di tipo sportivo, saranno di seguito specificati quali sono i passaggi fondamentali per creare l'evento stesso.

È quindi necessario capire quali sono le parti fondamentali per formulare gli eventi e la differenza sostanziale che possiamo trovare tra un evento ed uno spettacolo.

Ogni evento è basato su una complessa comunicazione ed è fondamentale che, chi la mette in atto sia pienamente consapevole.

Un qualsiasi tipo di evento è circoscritto nel tempo e, per far sì che abbia luogo, deve essere proposto da un'organizzazione che può essere di tipo profit<sup>8</sup> o non profit<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> ne ricava un guadagno, senza l'obbligo di reinvestimento nell'attività stessa.

<sup>9</sup> nel linguaggio economico, si dice di organismi privati molto diversi fra loro (associazioni, comitati, fondazioni, etc.) unificati dal divieto fissato per statuto di distribuire i profitti ai membri che fanno parte o ai dipendenti, e dall'obbligo di reinvestirli completamente nell'attività svolta. Operano soprattutto in campi di assistenza sociale, culturale, sanità e cooperazione internazionale.

### 1.5.1 La differenza tra eventi e spettacoli

Gli eventi e gli spettacoli sono una risposta al crescente sviluppo della comunicazione, questo infatti termina con l'elevazione della soglia d'impatto necessaria per attrarre l'attenzione dell'osservatore.

Gli spettacoli sono definiti come “eventi di massa”, questi infatti contengono un gran numero di persone e, non necessariamente, il target a cui rivolgersi viene ampiamente definito. A questo genere di evento, come definito, potrebbero partecipare persone con ideali ed interessi completamente differenti, il cui unico scopo è assistere allo stesso.

Gli eventi sono legati alla cultura di tipo relazionale. Soggetti differenti e attivi danno e, conseguentemente, ricevono delle informazioni, il tutto tramite il dialogo e l'ascolto. Le due azioni appena citate permettono, inoltre, di mutare, in base alla relazione suscitata dagli altri, i comportamenti durante l'attività relazionale.

Di conseguenza, la qualità della relazione stessa è determinata dalla relazione prodotta dai soggetti coinvolti nella comunicazione.

### 1.5.2 Le differenti tipologie di evento

In seguito verranno elencate diverse tipologie di evento, definibile teoricamente e non precedentemente citate, con relativa specifica degli stessi:

- **Convegno e congresso:** è una riunione alla quale sono invitati a partecipare solamente le persone facenti parte di una determinata organizzazione. Il contenuto diventa la parte fondamentale degli stessi, deve attirare l'interesse dei partecipanti.
- **La tavola rotonda:** discussione attiva relativa ad un argomento di attualità o un argomento particolarmente controverso. La contrapposizione di parti che

ne deve derivare, è necessaria affinché l'ascoltatore possa crearsi un'opinione.

- Fiera: utilizzata, in particolar modo, dalle aziende per dare una maggiore ed ottimale visibilità al proprio marchio.
- Convention: mezzo attraverso il quale si possono coinvolgere e motivare le persone facenti parte di un'organizzazione, così da poter condividere e far accettare messaggi ed ideali caratteristici dell'azienda.
- Open days: è un'apertura delle porte aziendali a persone esterne, così da poter mostrare il modus operandi della stessa, dandole maggiore visibilità.
- Seminari: caratterizzati da una personalità di alto spessore, vengono utilizzati per fornire informazioni relative ad uno specifico tema.
- Inaugurazione: o il lancio di un prodotto, sono eventi i cui mostrare la propria organizzazione dal principio. Generalmente tendono a creare curiosità al ricevente.
- Celebrazioni aziendali: mezzo fondamentale per rafforzare il rapporto tra i colleghi.
- Conferenze stampa: divulgazioni di notizie inerenti all'organizzazione stessa, tramite mass media.

### 1.5.3 Le caratteristiche dell'evento e di un Event Manager

Inizialmente è necessario porsi la domanda: perché comunicare attraverso un evento?

Comunicare attraverso gli eventi permette, innanzitutto, di dare visibilità e notorietà all'organizzazione che organizza lo stesso. Inoltre permette di crearsi una reputazione ed una conseguente immagine: se l'evento dovesse risultare di successo, la conseguente immagine sarà necessariamente positiva.

Questi, infine, permettono d'incontrare in maniera diretta il proprio pubblico, senza bisogno d'intermediari.

Un evento dovrà attenersi alle seguenti caratteristiche:

- Di breve durata, così che sia facilmente seguibile dalla stampa.
- Che adotti un interesse condiviso, anche se non potrà attenersi sempre agli interessi di tutti.
- Coerente con le dinamiche circostanti.
- Studiato nei minimi dettagli. Sono proprio questi ultimi che fanno la differenza, definendo l'evento di qualità.
- Mantenere una continua evoluzione, cercando la soluzione per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.
- Deve essere parte integrante di un piano.

Per costruire un evento di successo, è necessario attenersi ad un Project Work, una schematizzazione a forma di lista nella quale è necessario inserire tutto ciò che è fondamentale per la realizzazione dello stesso.

Per mantenere una giusta impostazione, il diagramma di Gontt è un ottimo alleato.

Inventato nel 1910, è un grafico a barre che mostra la pianificazione delle attività previste in uno specifico progetto.

Nell'asse orizzontale è rappresentata la linea temporale di svolgimento delle diverse attività necessarie al progetto. Quest'ultime vengono posizionate sull'asse verticale.

L'Event Manager è la figura poliedrica predisposta a analizzare, idealizzare e progettare un evento.

Il suo lavoro viene svolto a progetto, questo viene definito e predisposto in chiave scientifica.

Il primo passaggio da svolgere è l'individuazione dei bisogni del cliente. Questi vengono successivamente analizzati così da poter produrre delle soluzioni facenti parti di vincoli organizzativi di tipo economico e temporale.

Impostare un piano organizzativo dettagliato e preciso, permette di evitare situazioni in cui è necessario ricorrere all'improvvisazione, anche se, di questa dote, un event manager deve essere sempre a disposizione, perché necessaria in determinate situazioni talvolta inaspettate.

#### 1.5.4 Comunicare come atto d'amore

L'atto comunicativo è quindi una manifestazione d'amore, per questa ragione vi sono 6 specifiche domande alla quali è sempre necessario far fronte durante l'atto comunicativo stesso.

1. Chi comunica? La comunicazione è caratteristica di tutti gli esseri umani. Questi poi possono comunicare tramite organizzazioni, profit o no profit, in maniera interna o esterna all'organizzazione stessa.
2. Che cosa comunicare? I contenuti fondamentali da comunicare determinano l'identità, quindi chi è l'organizzazione stessa, gli obiettivi e la vision, il valore guida e le attività e i servizi che si intendono fornire.
3. Quando comunicare? “non si può non comunicare”<sup>10</sup>, l'importante è la giusta gestione della comunicazione stessa.
4. Come comunicare? Il passaggio da una comunicazione spontanea ad una consapevole permette che vi sia un maggior incremento di efficacia della stessa.
5. A chi comunicare? Individuare uno specifico pubblico permette una comunicazione più mirata. È fondamentale ascoltare e rispettare le specifiche esigenze di ciascun pubblico.

---

<sup>10</sup> Primo assioma della comunicazione, definito dalla scuola di Palo Alto.

6. Perché comunicare? La comunicazione è il mezzo attraverso il quale diffondere il valore intrinseco dell'organizzazione.

Attraverso la visibilità, la credibilità e la reputazione, si fondano i valori per ottenere fiducia, credibilità strategica e risorse per una continua crescita.

## SECONDO CAPITOLO

### METODOLOGIA DI RICERCA

Partendo dalla formulazione della domanda di ricerca, nel seguente capitolo verranno definite le due tipologie di ricerca utilizzate: questionario online e focus group.

Il tema di ricerca, dal quale ne deriva il conseguente intraprendere questo percorso è: come la comunicazione non verbale dei ballerini possa influire sull'andamento di un evento. La scelta del tema di studio deriva fondamentalmente da una passione molto forte e portata avanti nel corso di diversi anni. L'interesse nella tematica mi ha portata ad effettuare delle ricerche di approfondimento.

Essendo un tema che apparentemente può toccare nel personale, è stato necessario definire il concetto dell'avalutatività<sup>11</sup> nelle scienze sociologiche: escludere ogni giudizio di valore. Ogni giudizio iniziale è stato rimosso e si è posta l'avalutatività come promemoria per tutto l'iter di ricerca.

---

<sup>11</sup> Concetto introdotto da M. Weber per indicare la caratteristica che conferisce scientificità alle discipline storico-sociali. Queste ultime devono essere *wertfrei* – ossia libere da «giudizi di valore» – giacché la loro validità dipende soltanto dai «giudizi di fatto» sui fenomeni indagati.

## 2.1 La domanda di ricerca e la scelta della tecnica di rilevazione

Partendo dall'analisi teorica svolta nel primo capitolo, è possibile notare come la formulazione della domanda di ricerca si sia fondata su due specifiche tematiche: la comunicazione non verbale e gli eventi.

La domanda che quindi ne è scaturita è stata: esiste un giusto modo di porsi nei confronti di chi guarda, durante l'esecuzione della danza, così da garantire il successo di un evento?

Come anticipato, le tecniche di rilevazione prese in esame per compiere lo scopo della ricerca, sono state fondamentalmente due: i questionari online ed i focus group.

La scelta specifica del perché sia stata presa in considerazione ogni specifica tecnica di rilevazione dei dati necessari, verrà specificata in seguito. Il motivo principe, consiste nel fattore tempo. Entrambe le metodologie permettono di raccogliere i dati necessari avendo una ristretta disponibilità di tempo.

Se, da un lato, i questionari online permettono una raccolta di dati, necessariamente più sintetici, ma in un lasso di tempo più ristretto, i focus group permettono di ricavare opinioni e pareri più approfonditi rispetto al metodo precedente, ma con più rapidità rispetto alle interviste strutturate o semi strutturate, le quali richiederebbero più tempo in quanto ogni singolo partecipante alla ricerca dovrebbe poter avere circa un'ora per poter compiere l'intervista stessa.

Al fine di costruire sia delle tracce d'intervista che dei questionari completi e idonei al raggiungimento del nostro obiettivo di ricerca, è stato necessario definire gli ambiti tematici, dai quali partire per la formulazione della ricerca stessa.

Per effettuare la prefigurazione di questi è stato utilizzata la *spider concept map*<sup>12</sup>, strumento di brainstorming organizzativo che permette di avere un quadro visivo, una mappa concettuale, del tema oggetto di studio.

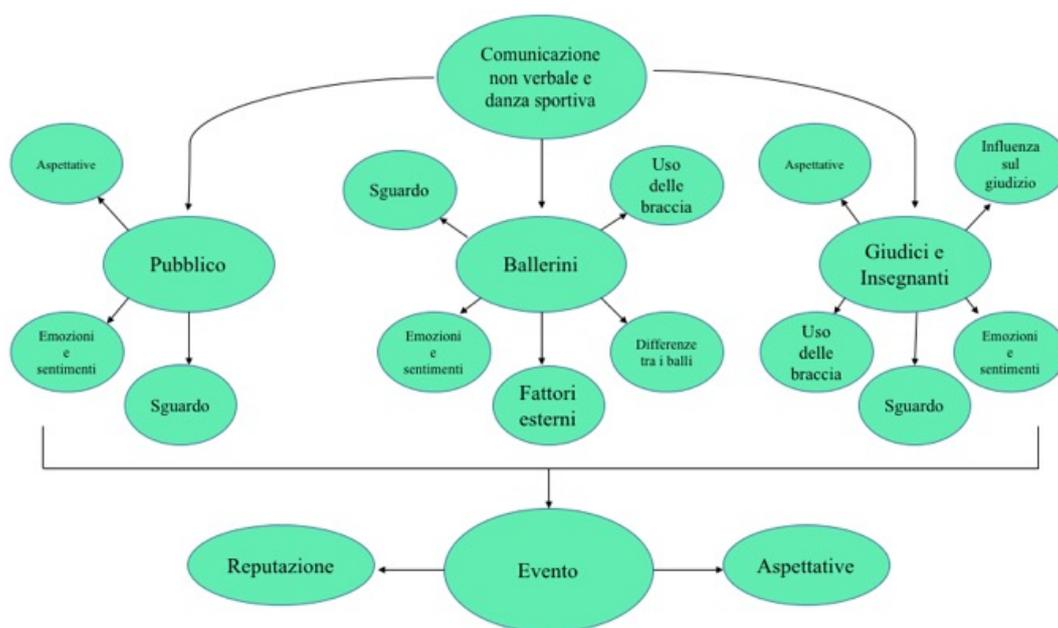


Figura 1 - Spider concept map

Osservando la *spider concept map*, appare evidente come l'argomento fondante e più generale sia la comunicazione non verbale nella danza sportiva.

È stato successivamente diviso in base ai campioni di ricerca che verranno presi in esame: ballerini, pubblico e giudici e insegnanti. Per ogni caso specifico sono stati

<sup>12</sup> Una spider map è uno strumento di brainstorming o organizzativo che fornisce un quadro visivo per gli studenti da utilizzare. A volte, questo organizzatore grafico è chiamato "mappa concettuale" o "organizzatore grafico web spider". Una mappa di ragno ha un'idea principale o un argomento al centro o al corpo del diagramma. Ogni dettaglio o sottotema associato all'idea principale ha una propria gamba o ramo che circonda l'idea principale.

selezionati dei precisi argomenti necessari per formulare ogni singolo questionario e traccia per le interviste dei focus group.

I dati ricavati dovrebbero poi quindi portare alla formulazione dell'evento stesso, dal quale dovrebbero essere ricavate aspettative e formulata la reputazione dell'evento.

### 2.1.1 Il questionario online

La scelta del questionario online deriva inizialmente dal fatto di voler ricavare quante più informazioni possibili dal campione di ricerca, con tempistiche ristrette. I questionari online infatti vengono somministrati tramite link inoltrati grazie a piattaforme messaggistiche semplici, come Whatsapp, e permettono ai riceventi di poter rispondere agli stessi comodamente dal proprio smartphone.

Per formulare il giusto questionario online è necessario tenere in considerazione che non bisogna stancare le persone. Per questa ragione il questionario dovrebbe occupare una persona, a livello di tempo, per 5-10 minuti.

La formulazione delle domande deve avvenire in maniera chiara, così che la risposta sia di facile formulazione.

Nel caso in cui le domande siano poste con risposte a scelta multiple, anche queste ultime devono avere un linguaggio semplice e di facile comprensione, in quanto, nonostante si cerchi di targhettizzare i riceventi del sondaggio, non è sempre chiaro quale sia il grado d'istruzione delle persone che risponderanno allo stesso.

Evitare quindi domande ambigue permette una maggiore comprensione: molto spesso raggruppare più domande in una, può rendere la stessa ambigua.

Un altro fattore da tenere in considerazione consiste nell'evitare le domande tendenziose, che risultino supponenti. Questo potrebbero spingere gli intervistati a rispondere in una specifica maniera.

### 2.1.2 Il focus group

I focus group nascono da una necessità di una ricerca più approfondita. Come sarà ampiamente specificato in seguito, i focus group permettono uno scambio di pareri diretto tra i partecipanti. Dal confronto vengono ricavate informazioni che possono giovare alla crescita e allo sviluppo della tematica.

I focus group si basano sulla discussione in un gruppo di soggetti appositamente formato, il cui obiettivo è la comprensione, la condivisione, la formazione e la messa in discussione dei diversi punti di vista.

Il moderatore è colui che, all'interno della discussione, focalizza l'argomento che si ha intenzione di analizzare in profondità.

Il focus group inoltre risulta come un'intervista in quanto ha delle medesime caratteristiche:

- Ha lo scopo di rilevazione di situazioni, atteggiamenti, comportamenti.
- Non ha lo scopo della valutazione delle capacità.
- Ha l'intento di rilevare gli stati emotivi degli intervistati in base alle loro opinioni.
- Si svolge secondo quadri di ricerca.

Un'altra questione rilevante, in questo particolare contesto, è legata all'ascolto sia da parte di colui che dirige il focus group, sia da parte delle persone che prendono parte alla discussione. L'ascolto prevede il raccogliere informazioni, considerando anche il contesto nel quale viene svolta l'intervista.

## 2.2 I diversi campioni di ricerca

Per la realizzazione dell'obiettivo finale, ovvero la creazione di un evento ideale fondato sulla comunicazione non verbale della danza sportiva, è stato fondamentale ricavare informazioni da diverse tipologie di persone.

Il campionamento ha seguito una tecnica a scelta ragionata, infatti il reclutamento è avvenuto in luoghi che qualificano le caratteristiche dei presenti.

Il campione di ricerca non è quindi basato su uno specifico sesso o età, ma sull'esperienza che gli stessi hanno maturato in merito.

Ho così distinto il campione di ricerca secondo tre diversi parametri basati sull'esperienza relativa alla danza sportiva.

In seguito verranno definite le motivazioni specifiche per ogni singola categoria.

Per il reclutamento non è stato necessario fornire degli incentivi: le persone che hanno deciso di partecipare si sono rese disponibili senza bisogno di un risarcimento.

### 2.2.1 I ballerini

I ballerini sono le figure che, in prima persona, devono saper gestire la comunicazione non verbale.

In occasione di un evento pubblico, l'atteggiamento e la relativa comunicazione non verbale che adottano i ballerini, risultano fondamentali.

Come anticipato nel primo capitolo, la comunicazione non verbale del ballerino inizia ben prima dell'entrata in pista e, quindi, dell'esecuzione del ballo stesso. Questa inizia con l'atteggiamento che mantiene all'esterno della pista, quando entra in palazzetto e si rapporta con le persone facenti parte all'evento.

Continua poi nell'entrata in pista, nella presentazione che svolge, come si atteggia nel solcare la pista e la maniera in cui si posiziona attendendo l'inizio del ballo.

L'interazione che ha poi con il pubblico e i giudici, l'intensità dello sguardo, la mimica facciale e l'utilizzo del proprio corpo determinano, non solo che ballo viene svolto, ma anche i sentimenti e le emozioni che si desidera mostrare.

### 2.2.2 I giudici e gli insegnanti

Le figure dei giudici e degli insegnanti sono state poste sullo stesso piano di ricerca in quanto, nella maggior parte dei casi, le due corrispondono, anche se poi i loro compiti risultano differenti.

Un giudice generalmente ha il compito di giudicare la competizione stessa e quindi ha il compito di interpretare ciò che i ballerini cercano di esprimere con la loro comunicazione non verbale. Quest'ultima diventa uno dei parametri di giudizio nella competizione stessa: un ballerino che si presenta in maniera fiera e sicura attrae maggiormente l'attenzione del giudice che quindi è più propenso a guardarlo. Viceversa se un ballerino si presenta insicuro, spesso non viene notato e avrà delle ripercussioni negative sul suo ballo.

L'insegnante invece ha il compito di istruire i propri allievi sulla giusta metodologia di utilizzo della propria comunicazione non verbale. Ha quindi il dovere di insegnare, non solo come esprimere i propri sentimenti e le giuste intenzioni durante il ballo, ma anche mostrare il corretto modo di atteggiarsi ed entrare in pista.

### 2.2.3 Il pubblico

Il pubblico, per quanto abbia l'esperienza minore, genera la visione più critica relativamente a chi balla.

Non essendo esperti del gesto tecnico, concentra la sua attenzione su ciò che il ballerino ha intenzione di esprimere e se effettivamente, secondo ciò che può vedere, ne è in grado.

Il pubblico inoltre determina l'andamento dell'evento in base alla sua soddisfazione. Se è soddisfatto di ciò che vede influenzerà positivamente il successo dell'evento stesso e la reputazione non solo di chi balla, ma anche di chi l'organizza.

Sarebbe utile, a chi formula l'evento, capire quali sono le aspettative di chi ne prende parte e cosa vorrebbe vedere nel momento in cui gli atleti ballano.

Inoltre la comunicazione non verbale di chi prende parte come spettatore all'evento, potrebbe determinarne l'andamento. Ciò significa che se i partecipanti si dimostrano soddisfatti di ciò che vedono o di ciò a cui prendono parte, il clima che si forma nell'ambiente, risulterà più disteso e rilassato.

Contrariamente, nel caso in cui quest'ultimo dovesse essere negativo, chi ne è organizzatore o responsabile, potrebbe modificarne piccole cose, anche a livello organizzativo, così da consentire la variazione dell'esito finale dello stesso.

## 2.3 La formulazione dei questionari online

La piattaforma utilizzata per creare i tre diversi questionari è stata Google Moduli<sup>13</sup>.

Questa permette la creazione di questionari online in forma gratuita, nonché semplice ed intuitiva nel momento della composizione del questionario stesso.

Le domande sono state poste a seconda del target di riferimento, per questa ragione è stato fondamentale formulare tre diversi questionari a seconda del campione. Mentre per giudici, insegnanti e ballerini le domande sono entrate anche più nello specifico nel merito del ballo, quindi facendo dei riferimenti anche ai balli tratti (Samba, Cha Cha Cha, Rumba, Paso Doble, Jive), le domande poste al pubblico sono state più generiche e sensoriali.

In ogni questionario sono presenti 11/12 domande relative alle tematiche trattate e seguendo, per i diversi target, gli argomenti da affrontare.

Per assecondare l'analisi dei dati finali, in alcuni casi le domande non sono state poste solo in forma aperta, ma sono state poste seguendo una scala Linkert<sup>14</sup> di tipo nominale.

---

<sup>13</sup> <https://www.google.it/intl/it/forms/about/>

<sup>14</sup> Scala di valutazione tipica dei questionari. Scala a più livelli per indicare con quanta convinzione sono o non sono d'accordo con l'affermazione o domanda sottoposta.

### 2.3.1 Introduzione questionari online

“Ciao, sono Carlotta De Col, studentessa al corso di Laure Magistrale in Strategie di Comunicazione, presso L’università degli Studi di Padova.

Per scrivere la mia tesi di laurea, sto raccogliendo informazioni per capire quanto la comunicazione non verbale, nel caso specifico delle danze latino americane, possa influire sull’andamento di un evento.

Il questionario è totalmente anonimo e ti serviranno solo 5 minuti per la compilazione.”

### 2.3.2 Questionario online per i ballerini

1. Credi che la comunicazione non verbale sia fondamentale nella danza?
  - Si
  - No
2. Cosa vorresti esprimere in ciascuno dei balli?
  - Samba: \_\_\_\_\_
  - Cha Cha Cha: \_\_\_\_\_
  - Rumba: \_\_\_\_\_
  - Paso Doble: \_\_\_\_\_
  - Jive: \_\_\_\_\_
3. Quanto è importante la presentazione e l’uscita dalla pista?
  - Molto
  - Abbastanza
  - Un po’
  - Poco
  - Per niente

4. Quanto la tua personalità influisce sul tuo modo di ballare?
- Molto
  - Abbastanza
  - Un po'
  - Poco
  - Per niente
5. Le emozioni che provo in quel momento influiscono sul mio modo di ballare.
- completamente d'accordo
  - d'accordo
  - incerto
  - in disaccordo
  - in completo disaccordo
6. Le musiche che vengono messe durante i balli cambiano il mio modo di ballare.
- completamente d'accordo
  - d'accordo
  - incerto
  - in disaccordo
  - in completo disaccordo

7. Quanto i fattori esterni influenzano il tuo modo di ballare?
- Molto
  - Abbastanza
  - Un po'
  - Poco
  - Per Niente
8. Ti è stato insegnato il giusto modo di esprimerti in pista?
- Sì
  - No
9. Qual è l'elemento principale, in un evento, che ti permette di esprimerti come vuoi quando balli?
- \_\_\_\_\_
10. Secondo te, la comunicazione non verbale espressa dai ballerini, può influenzare l'andamento di un evento?
- Sì
  - No
11. Segna la tua fascia d'età:
- < 14 anni
  - 14 – 18 anni
  - 19 – 34 anni
  - >34
12. Indica la tua classe di appartenenza:
- B
  - A2 – A1
  - Internazionale - Professionisti

### 2.3.3 Questionario online per i giudici e gli insegnanti

1. Credi che la comunicazione non verbale sia fondamentale nella danza?
  - Sì
  - No
  
2. Durante le lezioni, dedichi del tempo per insegnare ad un ballerino come esprimersi in pista?
  - Sì
  - No
  
3. Esiste il giusto modo di insegnare ad un ballerino come esprimersi in pista?
  - Sì
  - No
  
4. Cosa dovrebbe esprimere il ballerino in ciascuno dei balli?
  - Samba: \_\_\_\_\_
  - Cha Cha Cha: \_\_\_\_\_
  - Rumba: \_\_\_\_\_
  - Paso Doble: \_\_\_\_\_
  - Jive: \_\_\_\_\_
  
5. Quanto è importante la presentazione e l'uscita dalla pista dei ballerini?
  - Molto
  - Abbastanza
  - Un po'
  - Poco
  - Per niente

6. Nel momento della competizione quanto l'atteggiamento del ballerino influisce sul risultato?
- Molto
  - Abbastanza
  - Un po'
  - Poco
  - Per niente
7. Nel momento della competizione, quanto la comunicazione non verbale influenza i risultati della gara stessa?
- Molto
  - Abbastanza
  - Un po'
  - Poco
  - Per niente
8. Nel momento della competizione, quanto sono evidenti le emozioni che prova in quel momento il ballerino?
- Molto
  - Abbastanza
  - Un po'
  - Poco
  - Per niente
9. Nel momento della competizione, quali sono fattori esteri che influenzano il ballo stesso?
- \_\_\_\_\_

10. In un evento qual è l'elemento che secondo te è fondamentale per far sì che un ballerino balli esprimendosi come vorrebbe?

- \_\_\_\_\_

11. Segna la tua fascia d'età:

- < 14 anni
- 14 – 18 anni
- 19 – 34 anni
- >34

#### 2.3.4 Questionario online per il pubblico

1. Credi che la comunicazione non verbale sia fondamentale nella danza?

- Sì
- No

2. Nel momento della competizione, quanto sono evidenti le emozioni che prova in quel momento il ballerino?

- Molto
- Abbastanza
- Un po'
- Poco
- Per niente

3. Quali emozioni ti aspetteresti di avere guardando ciascuno dei balli svolti?

- Samba: \_\_\_\_\_
- Cha Cha Cha: \_\_\_\_\_
- Rumba: \_\_\_\_\_
- Paso Doble: \_\_\_\_\_
- Jive: \_\_\_\_\_

4. Quanto è importante la presentazione e l'uscita dalla pista dei ballerini?

- Molto
- Abbastanza
- Un po'
- Poco
- Per niente

5. Secondo te quanto credi che il pubblico possa essere un fattore di disturbo per i ballerini?

- Molto
- Abbastanza
- Un po'
- Poco
- Per niente

6. Quale dovrebbe essere il giusto atteggiamento del pubblico durante un evento di danza sportiva?

---

7. Secondo te, il modo di esprimersi di un ballerino quanto influenza il tuo giudizio dell'evento?

- Molto
- Abbastanza
- Un po'
- Poco
- Per niente

8. Quanto, secondo te la musica influenza la buona riuscita di un evento?

- Molto
- Abbastanza
- Un po'
- Poco
- Per niente

9. In un evento qual è l'elemento che secondo te è fondamentale per far sì che un ballerino balli esprimendosi come vorrebbe?

- \_\_\_\_\_

10. Qual è l'elemento fondamentale per la buona riuscita di un evento?

- \_\_\_\_\_

11. Segna la tua fascia d'età:

- < 14 anni
- 14 – 18 anni
- 19 – 34 anni
- >34

## 2.4 La formulazione dei focus group

La tipologia di focus group utilizzata segue una forma canonica, infatti i gruppi sono stati selezionati in maniera omogenea, per esperienza personale rispetto alla tematica trattata. Gli individui erano generalmente estranei tra loro e vi era la presenza di un moderatore esterno che ha esercitato un controllo sulle dinamiche, fornendo i concetti chiave della discussione. I gruppi sono stati composti da 6-12 partecipanti.

La strutturazione del focus group ha seguito, per tutti e tre i campioni di ricerca, un andamento strutturato. Il moderatore ha gestito la conversazione dando spunti costanti per la discussione.

La traccia dell'intervista, essendo strutturata e controllata, ha richiesto per la sua formulazione una decina di domande da porre agli intervistati stessi.

Le domande sono state formulate secondo una scala: inizialmente venivano poste secondo una struttura più generica, per giungere sempre di più alla specificità dell'argomento.

Sono stati necessari, eccetto per i ballerini, degli stimoli visivi, che hanno consentito una maggiore contestualizzazione del concetto trattato.

### 2.4.1 Introduzione focus group

Buongiorno, sono Carlotta De Col, studentessa magistrale in Strategie di comunicazione, presso Università degli studi di Padova.

Sto svolgendo una ricerca, per la mia tesi di laurea, che intende esplorare la comunicazione non verbale all'interno della danza sportiva, per formulare un evento ottimale. Nella rilevazione dei dati, saranno utilizzati supporti di

registrazione per facilitare la successiva analisi del focus group. Per questa ragione sarà applicata la vigente normativa sulla Privacy (D. Lgs. 196/2003). I dati verranno raccolti in forma completamente anonima, verranno trattati esclusivamente per fini di ricerca scientifica e analizzati in modo aggregato. Nessuno, quindi, potrà risalire alla sua persona e potrà rispondere nella massima tranquillità. La direzione scientifica della ricerca è affidata a Giampietro Vecchiato, Professore a contratto dell'Università degli Studi di Padova. Per eventuali dubbi o ulteriori indicazioni può utilizzare i seguenti recapiti: 3404689213 – [carlotta.decol@studenti.unipd.it](mailto:carlotta.decol@studenti.unipd.it).

#### 2.4.2 Focus group per i ballerini

1. Cosa pensate della comunicazione non verbale nella danza sportiva? Su cosa pensate che si basi e quali sono gli elementi fondanti?
2. Come utilizzi la tua comunicazione non verbale nel tuo ballo?
3. Quali differenze usi per esprimerti nei diversi balli?
4. Come cerchi di coinvolgere chi ti guarda attraverso il tuo ballo?
5. Cosa ne pensi dell'entrata e dell'uscita dalla pista? Come la gestisci?
6. È importante l'atteggiamento fuori dalla pista? Come ti comporti?
7. In che modo la comunicazione non verbale può influenzare un evento?

8. Ci sono elementi esterni che possono essere fonte di disturbo nell'espressione che vuoi mettere nel tuo ballo? Se sì, quali sono e in che modo ti influenzano?
9. Ci sono degli elementi, relativi alla comunicazione non verbale, che possono influenzare l'andamento di un evento?
10. Avete qualcosa da aggiungere relativa all'argomento?

### 2.4.3 Focus group per giudici e gli insegnanti

1. Cosa pensate della comunicazione non verbale nella danza sportiva? Su cosa pensate che si basi e quali sono gli elementi fondanti?
2. Dedichi del tempo, durante le lezioni, per spiegare come e cosa esprimere durante il ballo ai ballerini?
3. Dedichi del tempo durante le lezioni per spiegare le giuste entrate e uscite dalla pista? E all'atteggiamento esterno alla pista?
4. Ci sono degli elementi esterni che possono influenzare il ballo e il modo di esprimersi dei ballerini? Quali possono essere?
5. Parlando delle competizioni, quanto e come influenza il tuo giudizio l'espressione dei ballerini?
6. Sempre in ambito di competizione, quanto e in che modo influenza il tuo giudizio la presentazione e l'uscita dalla pista?

7. Durante una competizione, quanto e come il tuo giudizio è influenzato dall'atteggiamento esterno alla pista dei ballerini?
8. Credi che l'andamento generale di un evento possa essere influenzato dall'atteggiamento interno o esterno alla pista dei ballerini? In che modo?
9. Ci sono degli elementi, relativi alla comunicazione non verbale, che possono influenzare l'andamento di un evento?
10. Avete qualcosa da aggiungere relativa all'argomento?

#### 2.4.4 Focus group per il pubblico

1. Cosa pensate della comunicazione non verbale nella danza sportiva? Su cosa pensate che si basi e quali sono gli elementi fondanti?
2. Ci sono degli elementi esterni che possono influenzare il ballo e il modo di esprimersi dei ballerini? Quali possono essere?
3. Cosa ti aspetti di vedere in ciascuno dei balli, considerando le caratteristiche del ballo stesso?
4. Quanto ritenete importante la presentazione e l'uscita dalla pista dei ballerini?
5. Quanto ritenete importante il comportamento dei ballerini fuori dalla pista? Come dovrebbero comportarsi, anche con il pubblico?

6. Cosa pensate delle musiche? Sono un elemento utile al pubblico per poter comprendere il ballo stesso? Che tipologia di musica vorresti sentire?
7. Il pubblico può essere un elemento di disturbo? Come dovrebbe comportarsi durante l'evento?
8. Ci sono degli elementi che voi ritenete fondamentali per una buona riuscita dell'evento?
9. Ci sono degli elementi, relativi alla comunicazione non verbale, che possono influenzare l'andamento di un evento?
10. Avete qualcosa da aggiungere relativa all'argomento?

## 2.5 Privacy

La privacy degli intervistati e delle persone a cui vengono somministrati i questionari online, verrà trattata e regolamentata secondo la vigente normativa sulla Privacy (D. Lgs. 196/2003).

I dati sono stati raccolti in forma completamente anonima, sono stati trattati esclusivamente per fini di ricerca scientifica e analizzati in modo aggregato. Nessuno, quindi, potrà risalire alla suddetta persona e questa ha potuto rispondere nella massima tranquillità.



## TERZO CAPITOLO

### ANALISI DEI DATI

L'analisi dei dati ricavati è uno strumento fondamentale per delineare gli aspetti chiave della ricerca, così da poterne conseguentemente costruire un evento di danza sportiva, definibile “di successo”.

Come potremmo vedere in seguito, se in un primo momento, tramite i questionari online, i dati ricavati risultano più schematici e meno approfonditi, i focus group svolti in un secondo tempo permettono di svolgere una ricerca e un'analisi più approfondita in merito allo specifico argomento dell'evento.

#### 3.1 Analisi dei questionari online

Come anticipato precedentemente, il primo metodo di ricerca utilizzato è il questionario online.

I dati ricavati sono stati utilizzati come base portante della ricerca.

Tramite questi, infatti, è stato possibile ricavare le preferenze forniteci dal campione esaminato.

Per eseguire un'analisi più approfondita, lo strumento utilizzato per l'analisi dei dati stessi, oltre a Google Moduli, è stato Excel. Le risposte che prevedevano la scelta multipla infatti, hanno generato automaticamente dei grafici dai quali è stato possibile ricavare le preferenze dei partecipanti.

Per poter svolgere l'analisi delle risposte che richiedevano una risposta di tipo aperto, anche se breve, è stato necessario utilizzare uno strumento specifico quale Excel, nel quale è possibile inserire le risposte e sarà lui stesso a generare, tramite le parole chiave, l'analisi.

È necessario specificare che, in tutti i casi in cui i grafici riportano una scala da 1 a 5, l'intenzione è quella di indicare una scala di preferenza, in cui 1 corrisponde al per niente rilevante e il 5 corrisponde a molto importante.

### 3.1.1 Analisi dei ballerini

L'analisi di questo specifico campione, ha permesso la messa in luce di alcuni aspetti che, in maniera generale, non sempre vengono messi in luce durante un evento.

Il focus delle domande è stato posto, in primo luogo sui ballerini perché sono definibili come coloro che determinano l'andamento dell'evento in base alla loro prestazione.

In questo primo momento le domande sono state poste in maniera concisa, così da poter ricavare i dati essenziali, senza dover impiegare il campione interessato per troppo tempo.

#### 1. Credi che la comunicazione non verbale sia fondamentale nella danza?

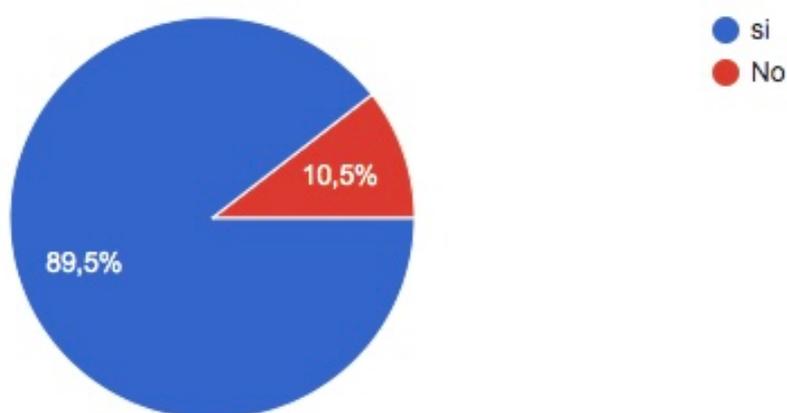


Figura 2-grafico1

Come possiamo notare dalle risposte ricavate in questa prima domanda, la maggior parte dei ballerini ritiene che la comunicazione non verbale nella danza sia fondamentale. Solo un 10,5% del campione sostiene che la comunicazione non verbale non sia un elemento fondamentale della danza sportiva.

Ma, l'89,5% del campione in esame, invece, crede che la comunicazione non verbale sia un elemento fondamentale della danza sportiva.

## 2. Cosa vorresti esprimere in ciascuno dei balli?

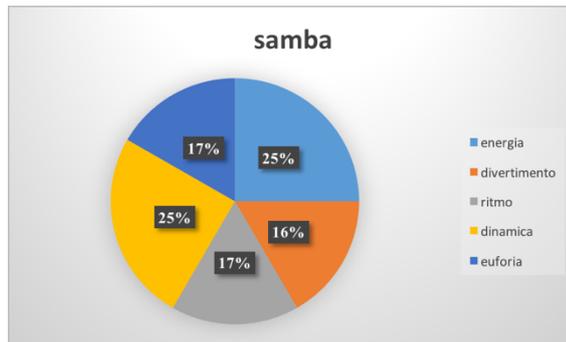


Figura 3-grafico2

Dal grafico riportato vediamo come, per il samba, i ballerini abbiano definito queste 5 caratteristiche principali:

- Energia.
- Divertimento.
- Ritmo.
- Dinamica.
- Euforia.

Le due caratteristiche preponderanti risultano la dinamica e l'energia, per cui entrambe hanno riportato un 25%.

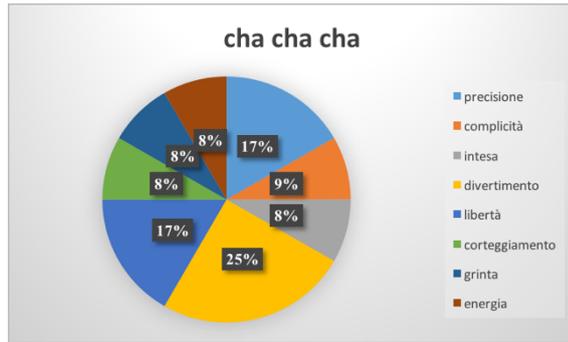


Figura 4-grafico3

Dal grafico riportato vediamo come, per il cha cha cha, i ballerini abbiano definito queste 8 caratteristiche principali:

- Precisione.
- Complicità.
- Intesa.
- Divertimento.
- Libertà.
- Corteggiamento.
- Grinta.
- Energia.

La caratteristica che risulta però con una maggiore preponderanza è il divertimento, con un 25%.

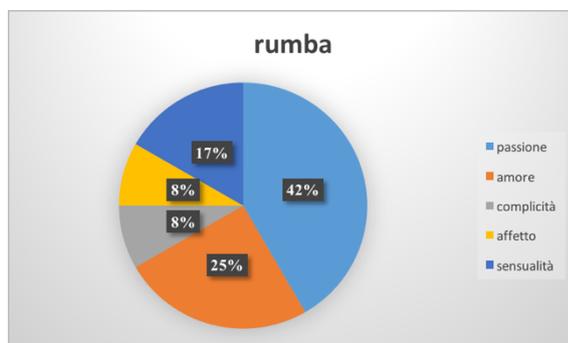


Figura 5-grafico 4

Dal grafico riportato vediamo come, per la rumba, i ballerini abbiano definito queste 5 caratteristiche principali:

- Passione.
- Amore.
- Complicità.
- Affetto.
- Sensualità.

Tra queste, quella che ha riscosso maggiore successo è la passione, con un 42%.

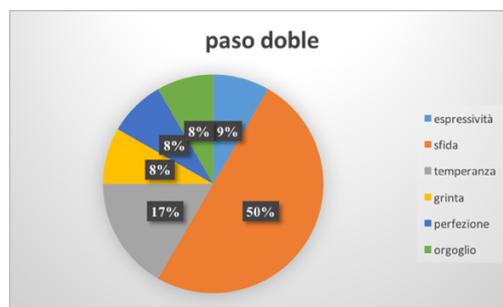


Figura 6-grafico 5

Dal grafico riportato vediamo come, per il paso doble, i ballerini abbiano definito queste 6 caratteristiche principali:

- Espressività.
- Sfida.
- Temperanza.
- Grinta.
- Perfezione.
- Orgoglio.

La caratteristica maggiormente riportata dalle persone facenti parte al questionario online è, con il 50%, la sfida.

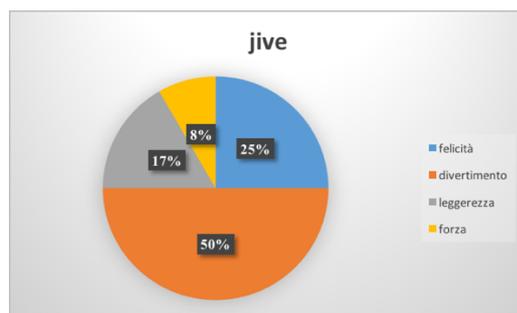


Figura 7-grafico 6

Dal grafico riportato vediamo come, per il jive, i ballerini abbiano definito queste 4 caratteristiche principali:

- Felicità.
- Divertimento.
- Leggerezza.
- Forza.

Tra queste è il divertimento a dominare sulle altre, con il 50%.

### 3. Quanto è importante la presentazione<sup>15</sup> e l'uscita dalla pista?

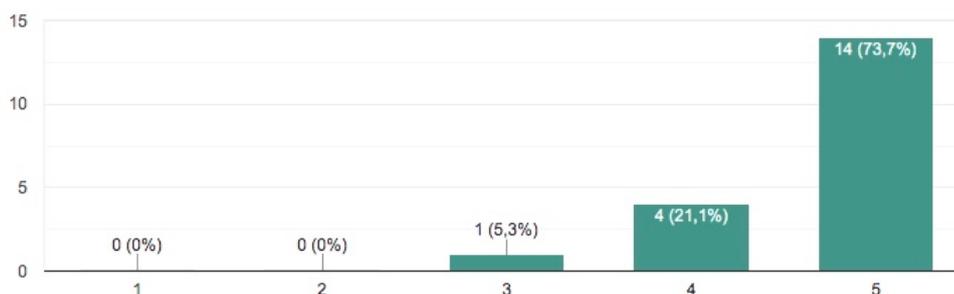


Figura 8 - grafico 7

<sup>15</sup> La presentazione è l'elemento utilizzato dai ballerini per presentarsi in pista. Generalmente viene associato ad un inchino. Sta al ballerino farla sua e trovare i movimenti che più lo rappresentano.

Partendo dal presupposto che la presentazione e l'uscita dalla pista non sono un elemento caratteristico del ballo specifico che si affronta in competizione, ma sono un gesto di cordialità verso chi ti guarda e giudica.

È possibile notare dal grafico ricavato dalla valutazione dell'argomento del campione, come la maggior parte delle persone, ovvero il 73,7%, dia molta importanza alla presentazione dei ballerini.

Solo un 21,1% ritiene di non dover dare il punteggio massimo e una piccolissima percentuale, il 5,3%, da come valutazione 3.

#### 4. Quanto la tua personalità influisce sul tuo modo di ballare?

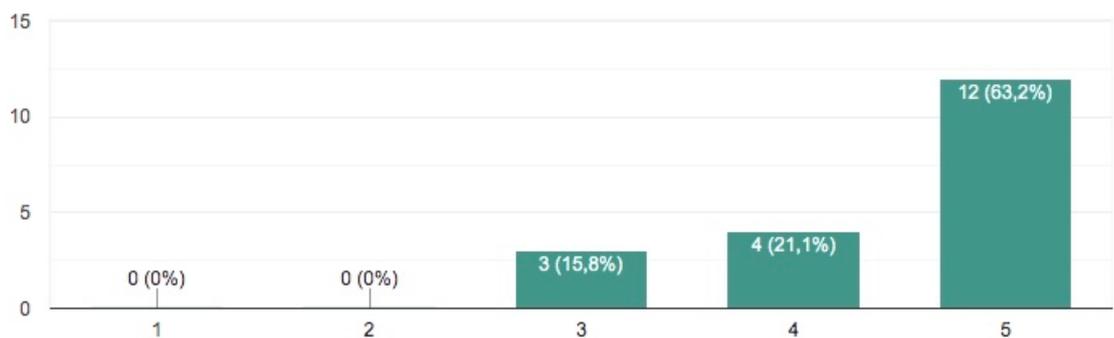


Figura 9 - grafico 8

Molto spesso, quando si vedono ballare degli atleti, si prova ad immaginare come quella persona possa effettivamente essere nella quotidianità.

Ma quanto, secondo i ballerini stessi, la propria personalità può entrare in gioco, nel momento in cui si balla?

Secondo un 63,2% del campione in esame, su una scala da 1 a 5, viene dato il massimo di punteggio e, conseguentemente, il massimo dell'importanza a questo aspetto.

Un 21,1% ritiene che l'importanza sia associabile a una votazione 4, e solo un 15,8% ritiene che la valenza vada associata ad una valutazione 3.

Generalmente la scala di valore in merito all'importanza data dai ballerini alla propria personalità, è medio alta, anche se tende maggiormente alla massima votazione.

5. Le emozioni che provo in quel momento influiscono sul mio modo di ballare.

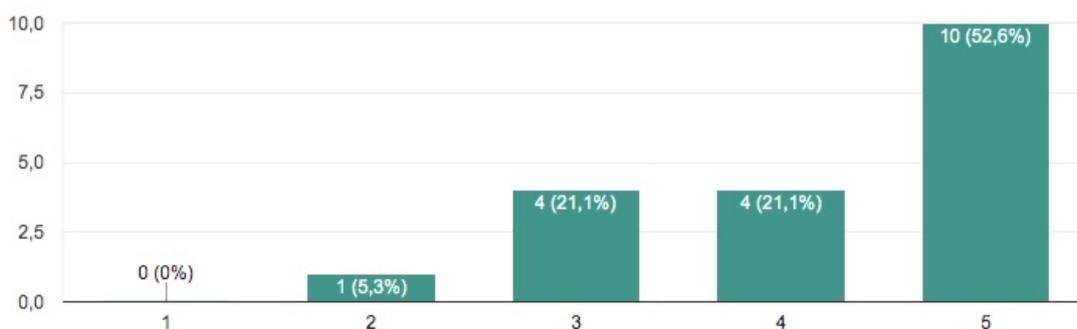


Figura 10 - grafico 9

Le emozioni risultano un discorso molto dibattuto in merito di competizione. Non tutti gli atleti tendono a provare le stesse emozioni durante la competizione, ma come queste possano influire, a prescindere che sia in forma positiva o negativa, sulla prestazione dell'atleta, risulta, per il nostro campione, molto rilevante.

Infatti un 52,6% ritiene, su scala 1 a 5, di dover dare la massima importanza. Un 21,1% dei campioni si suddividono in maniera equa tra il 3 e il 4, e solo il 5,3% ha ritenuto opportuna dare una valenza bassa, quale l'associazione al voto 2.

6. Le musiche che vengono messe durante i balli cambiano il mio modo di ballare.

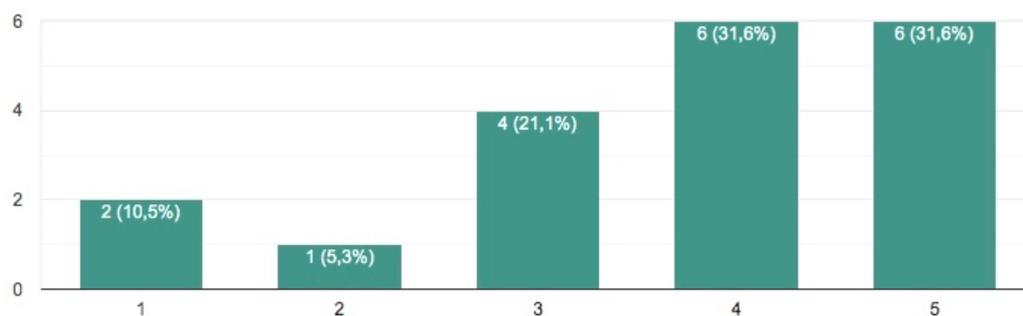


Figura 11 - grafico 10

Anche la musica risulta un elemento portante in questa tipologia di evento. In questo caso specifico il campione ha dato risposte molto differenti, dividendosi su tutti i tipi di classificazione, nonostante la maggior parte delle persone, in entrambi i casi il 31,6%, ritenga che l'importanza associata alle musiche abbia valenza di 5 su 5. Il 21,1% ritiene di dover associare un 3, il 5,3% pone il voto 2 e il 10,5% definisce l'importanza della musica, associata alla propria performance con il voto più basso.

7. Quanto i fattori esterni influenzano il tuo modo di ballare?

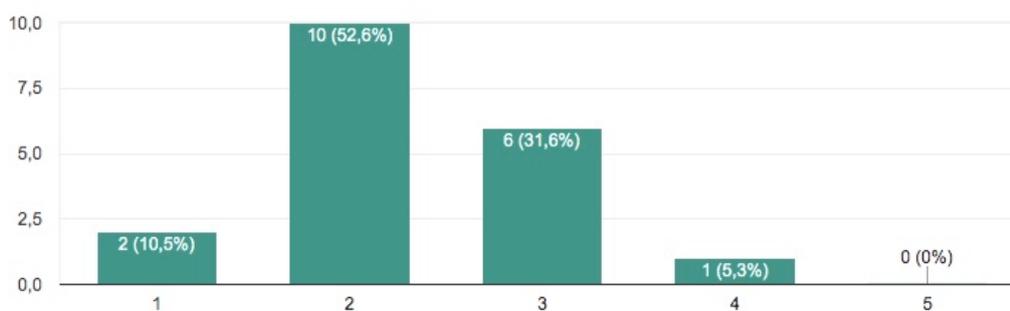


Figura 12 - grafico 11

Per fattori esterni si intendono tutti quei possibili fattori di disturbo che non vengono sopracitati. Un esempio potrebbe essere definito come il pubblico, la presenza di persone non gradite o la temperatura del luogo in cui si balla. In questo caso, gli atleti, forse anche perché hanno avuto una buona preparazione a questi, non attribuiscono importanza a questo possibile fattore di disturbo.

Solo un 5,3% ha associato un voto pari a 4 e il 31,6% lo definisce con il voto intermedio, ovvero il 3.

La maggior parte del campione invece, lo pone al secondo gradino più basso, il 2. Ben il 52,6% lo associa a questa classifica.

Infine il 10,5% associa questo fattore con valenza di influenza nulla.

8. Ti è stato insegnato il giusto modo di esprimerti in pista?

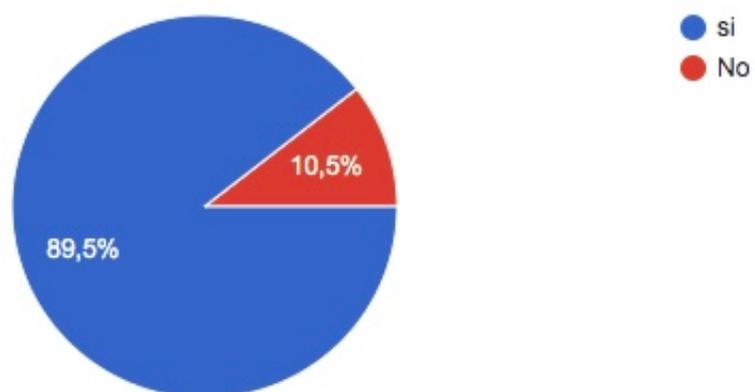


Figura 13 - grafico 12

Come possiamo notare dal grafico, solo una piccolissima parte del campione preso in esame ritiene di non aver trattato l'argomento nella giusta maniera o in quantità sufficiente durante le lezioni con i propri insegnanti di danza sportiva, ovvero il 10,5 %.

Infatti l'89,5% pensa di aver avuto dai propri insegnanti il giusto metodo per potersi esprimere a pieno ed in maniera corretta durante l'esecuzione del ballo.

9. Qual è l'elemento principale, in un evento, che ti permette di esprimerti come vuoi quando balli?

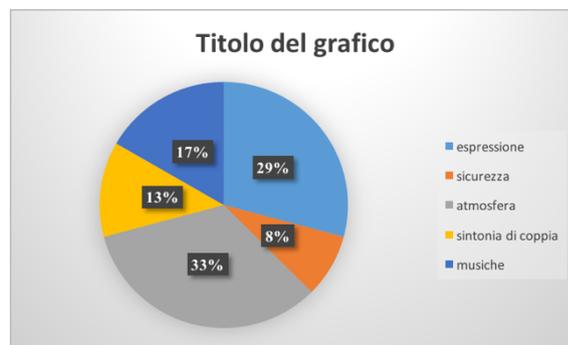


Figura 14 - grafico 13

Il grafico sopra riportato permette innanzitutto di definire quelli che, secondo i ballerini, possono essere gli elementi principali che permettono loro di esprimersi come vorrebbero in pista, ovvero:

- Espressione
- Sicurezza
- Atmosfera
- Sintonia di coppia
- Musiche

Di queste è risultata di maggior successo l'atmosfera che li circonda.

10. Secondo te, la comunicazione non verbale espressa dai ballerini, può influenzare l'andamento di un evento?

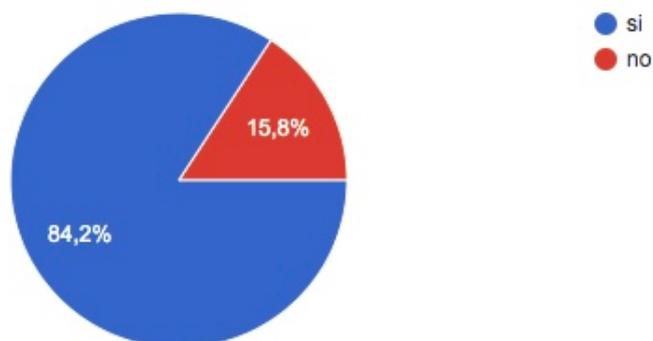


Figura 15 - grafico 14

In questo caso i ballerini devono esprimere la propria opinione mettendo in gioco loro stessi. Solo un 15,8% del campione ritiene che la comunicazione non verbale, che loro stessi esprimono nel momento della competizione, possa influenzare l'andamento dell'evento stesso.

Ma è l'84,2% a determinare il fatto che la comunicazione non verbale dei ballerini gioca un ruolo fondamentale nell'andamento dello stesso, e del possibile conseguente successo.

11. Segna la tua fascia d'età:

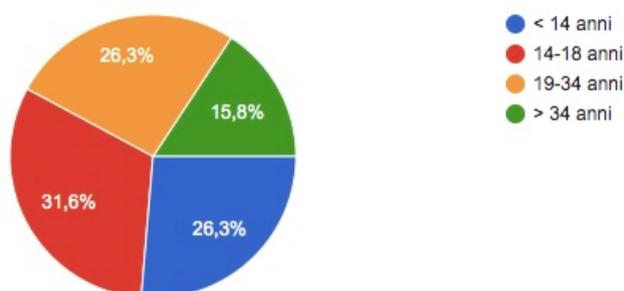


Figura 16 - grafico 15

Per far sì che la ricerca porti a dei risultati ottimali, è stato importante ricavare dati da diverse tipologie di persone.

Le competizioni non sono frequentate solo da persone adulte o comprese in una specifica fascia d'età.

Per questa ragione, come possiamo vedere nel grafico, si è cercato di raggiungere persone con fasce d'età quanto più possibile diverse, ma che affrontano la competizione come atleti.

12. Indica la tua classe di appartenenza:

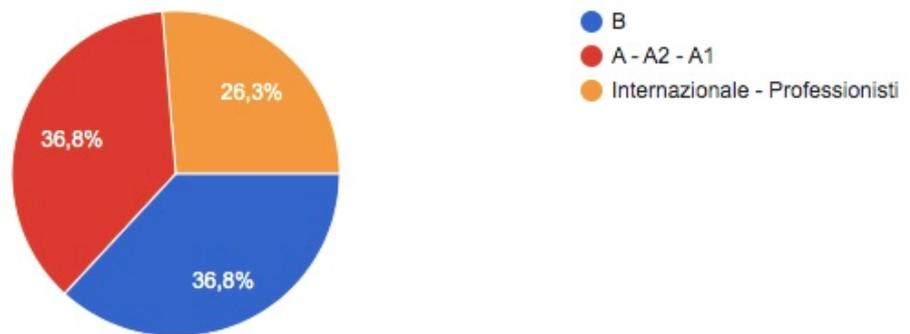


Figura 17 - grafico 16

Come visto nella domanda precedente, che trattava l'età degli atleti, un altro elemento rilevante è la classe di appartenenza.

Le classi di appartenenza si suddividono in base al livello:

- B: basic class, ovvero la classe basica. Anche i programmi<sup>16</sup> che svolgono i ballerini non possiedono la licenza artistica<sup>17</sup>, ma svolgono dei programmi predefiniti.
- A-A2-A1: classi più avanzate rispetto la precedente. In questi casi i programmi non seguono solo le basi ma hanno la facoltà di porre elementi coreografici più complessi. Come si vedono scritti in questo caso rappresentano la successione di livello, dal livello inferiore A, al superiore A1.
- Internazionale – Professionisti: massime classi, livello più alto, a cui tutti i ballerini aspirano.

Nella medesima maniera del caso precedente, anche la classe di appartenenza degli atleti varia all'interno dell'evento competitivo.

Capire quali possano essere i pareri di tutte queste classi, permette la formulazione di un'analisi più approfondita e ampia.

### 3.1.2 Analisi dei giudici e degli insegnanti

Come sarà possibile notare in seguito, l'analisi svolta su giudici ed insegnanti, per quanto tramite un questionario online si possano ricavare solo pareri marginali, la figura del giudice e quella dell'insegnante sono, non solo sempre presenti ad un evento, ma fungono di supporto ai ballerini nel momento della preparazione alla competizione stessa.

---

<sup>16</sup> Coreografia svolta dai ballerini. Le coreografie cambiano, sono per tutti differenti. L'insegnante monta una coreografia in base alle capacità dei ballerini.

<sup>17</sup> Margine di interpretazione concesso. Nel caso della danza, la licenza artistica si basa su elementi coreografici più complessi.

1. Credi che la comunicazione non verbale sia fondamentale nella danza?

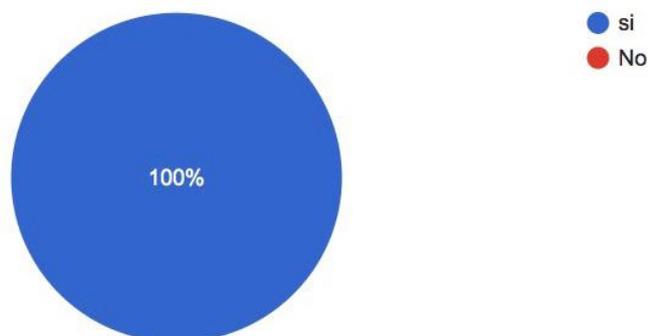


Figura 18 - grafico 17

Secondo tutto il campione preso in esame, durante l'esecuzione della danza, di qualsiasi ballo trattato, la comunicazione non verbale gioca un ruolo fondamentale.

2. Durante le lezioni, dedichi del tempo per insegnare ad un ballerino come esprimersi in pista?

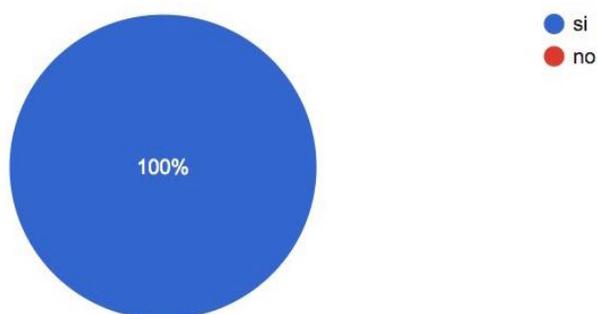


Figura 19 - grafico 18

Anche in questo caso tutto il campione trattato si trova concorde nell'affermare che, durante le lezioni svolte con le coppie, viene dedicato del tempo per insegnare ai ballerini in che modo esprimersi in pista.

3. Esiste il giusto modo di insegnare ad un ballerino come esprimersi in pista?

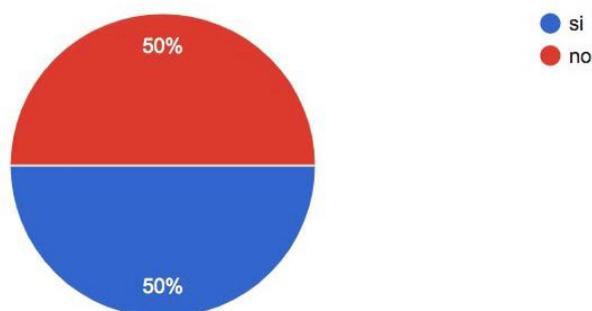


Figura 20 - grafico 19

Secondo i giudici e gli insegnati presi in esame, non vi è una congruenza sul fatto che possa esistere un giusto modo di insegnare ai ballerini come esprimersi in pista tramite la propria comunicazione non verbale. Infatti il campione si divide in due parti esattamente identiche.

Per questa ragione, sulla base del campione trattato non è possibile predisporre una preferenza dello stesso, determinando se possa effettivamente esserci un giusto modo di insegnare agli atleti come esprimersi durante l'esecuzione del ballo.

4. Cosa dovrebbe esprimere il ballerino in ciascuno dei balli?

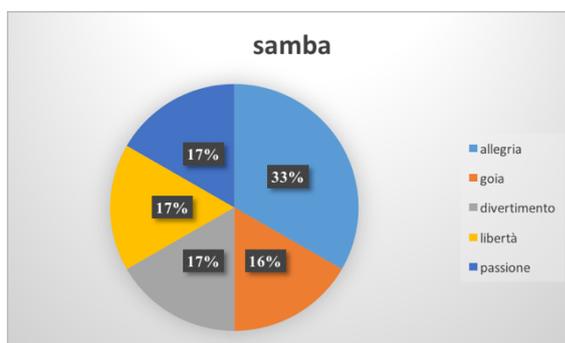


Figura 21 - grafico 20

Dal grafico riportato vediamo come, per il samba, i giudici e gli insegnanti di danza sportiva abbiano definito queste 5 caratteristiche principali:

- Allegria.
- Gioia.
- Divertimento.
- Libertà.
- Passione.

La caratteristica preponderante risulta l'allegria, per cui ha riportato un 33%.

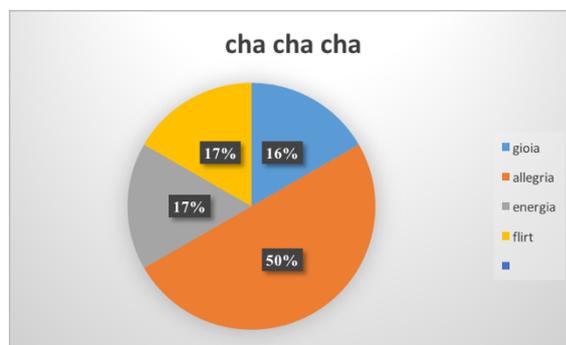


Figura 22 - grafico 21

Dal grafico riportato vediamo come, per il cha cha cha, i giudici e gli insegnanti di danza sportiva, abbiano definito queste 4 caratteristiche principali:

- Gioia.
- Allegria.
- Energia.
- Flirt<sup>18</sup>.

La caratteristica che risulta però con una maggiore preponderanza è l'allegria, con un 50%.

---

<sup>18</sup> Amoreggiamento che non implica un vero e proprio legame affettivo. Nella coppia di ballo avviene per simulare un atteggiamento di intesa tra i due membri.

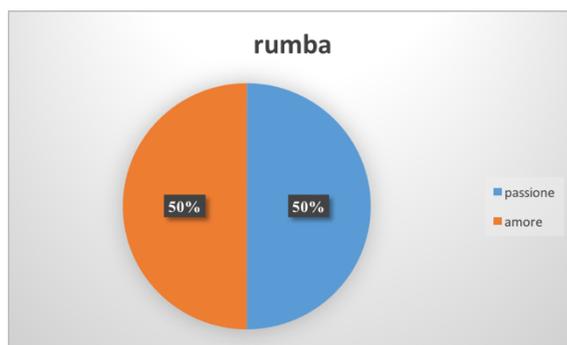


Figura 23 - grafico 22

Dal grafico riportato vediamo come, per la rumba, i giudici e gli insegnanti di danza sportiva abbiano definito queste 2 caratteristiche principali:

- Passione.
- Amore.

Queste si dividono in egual misura.

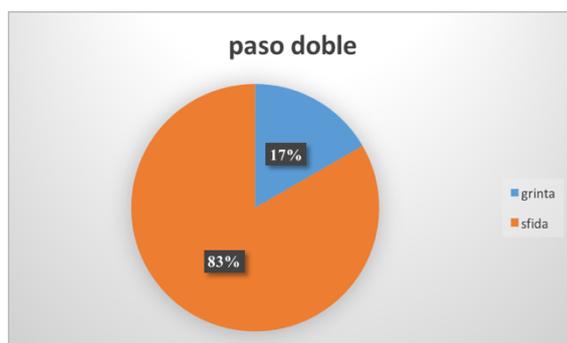


Figura 24 - grafico 23

Dal grafico riportato vediamo come, per il paso doble, i giudici e gli insegnanti di danza sportiva abbiano definito queste 2 caratteristiche principali:

- Sfida.
- Grinta.

La caratteristica maggiormente riportata dalle persone facenti parte al questionario online è, con l'83%, la sfida.

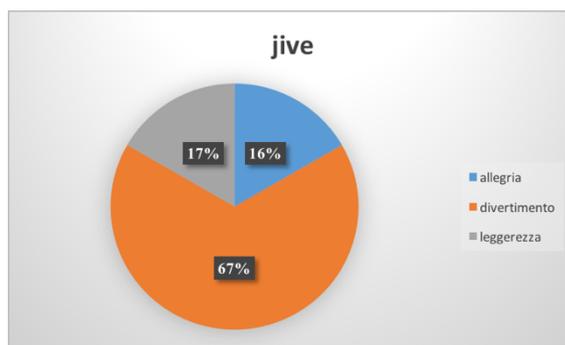


Figura 25 - grafico 24

Dal grafico riportato vediamo come, per il jive, i giudici e gli insegnanti di danza sportiva abbiano definito queste 3 caratteristiche principali:

- Allegria.
- Divertimento.
- Leggerezza.

Tra queste è il divertimento a dominare sulle altre, con il 67%.

##### 5. Quanto è importante la presentazione e l'uscita dalla pista dei ballerini?

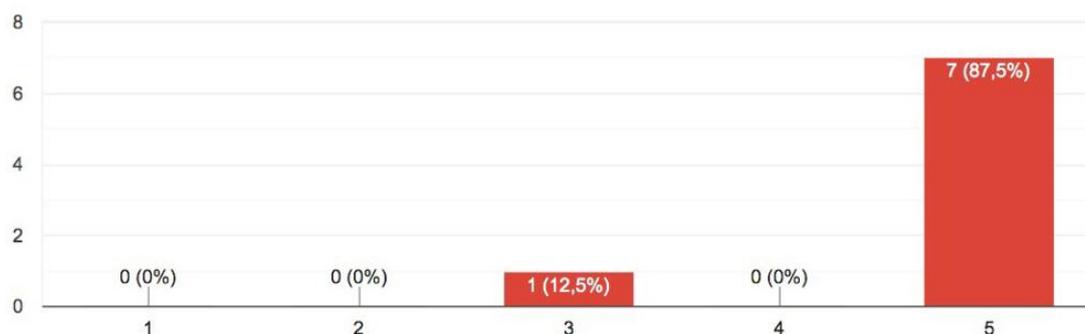


Figura 26 - grafico 25

Secondo la maggior parte del campione preso in esame, associato all'87,5%, l'importanza della presentazione all'entrata e all'uscita della pista dei ballerini deve avere il massimo punteggio di valutazione, su una scala d'importanza associativi.

Solo un 12,5% ritiene di dover associare un'importanza pari a 3.

6. Nel momento della competizione quanto l'atteggiamento del ballerino influisce sul risultato?

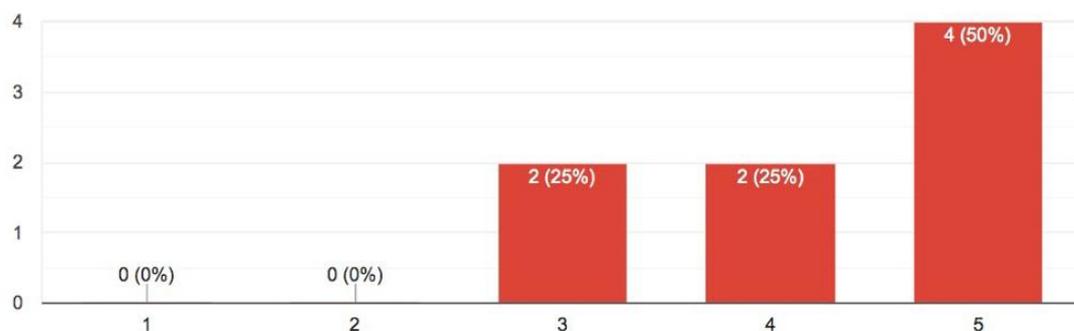


Figura 27 - grafico 26

Anche in questo caso, il valore dato all'atteggiamento che il ballerino adotta in pista, secondo i giudici e gli insegnanti presi in esame, viene associato ad un valore medio-alto.

Il 50% ritiene di dover associare il massimo del punteggio, mentre il campione restante si divide in egual misura tra il punteggio 3 e 4.

7. Nel momento della competizione, quanto la comunicazione non verbale influenza i risultati della gara stessa?

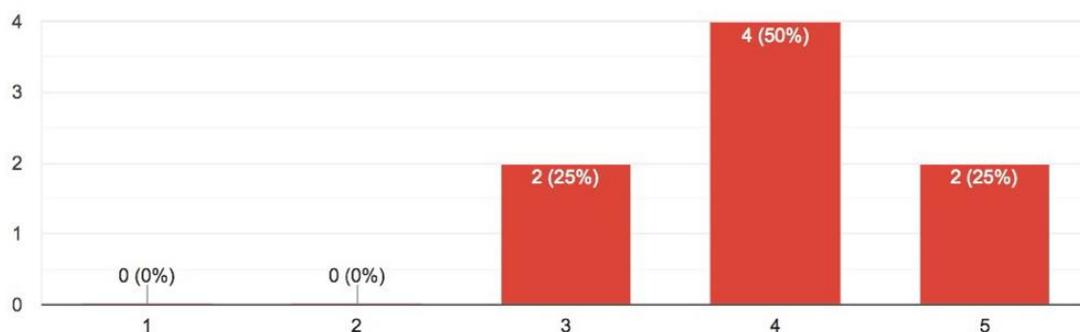


Figura 28 - grafico 27

Come è stato evidenziato dal grafico, secondo il campione, l'influenza che ha la comunicazione non verbale sul risultato di una competizione è considerata medio-alta. Infatti il 50% lo considera con un'importanza pari a 4 su una scala in cui la votazione massima è 5, e il rimanente 50% si divide in egual misura tra il punteggio 3 e il punteggio 5.

8. Nel momento della competizione, quanto sono evidenti le emozioni che prova in quel momento il ballerino?

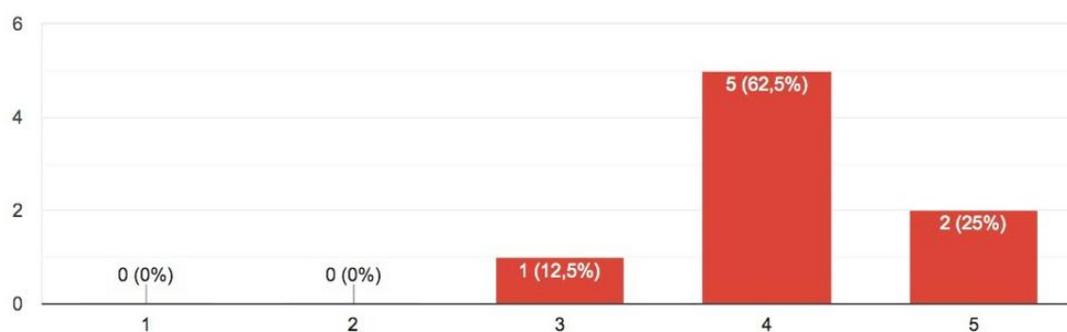


Figura 29 - grafico 28

Anche in questo caso, il parere che i giudici e gli insegnanti esprimono maggiormente, e che quindi notano nel momento della competizione, è un forte grado di evidenza dei fattori emozionali che provano i ballerini.

9. Nel momento della competizione, quali sono fattori esterni che influenzano il ballo stesso?

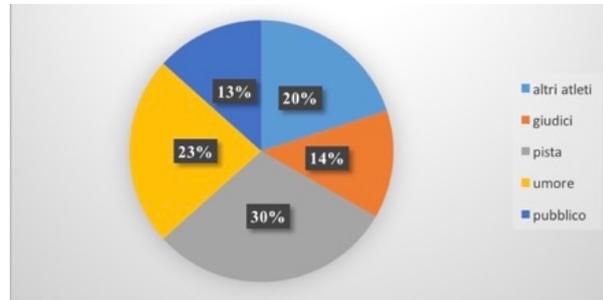


Figura 30 - grafico 29

Dal grafico riportato si evince che, secondo i giudici e gli insegnanti, i fattori esterni che possono influenzare il ballo sono di svariata natura, sia interni che esterni all'individuo, quindi vengono definiti sia fattori controllabili che incontrollabili dall'atleta stesso:

- Altri atleti.
- Giudici.
- Pista.
- Umore.
- Pubblico.

10. In un evento qual è l'elemento che secondo te è fondamentale per far sì che un ballerino balli esprimendosi come vorrebbe?

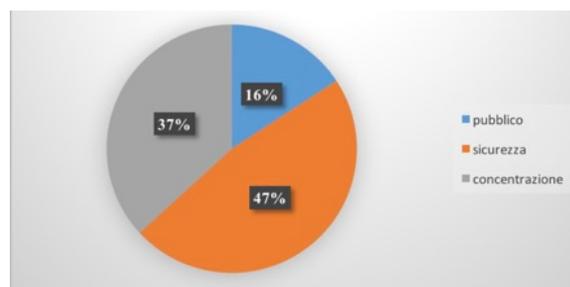


Figura 31 - grafico 30

Secondo i giudici e gli insegnanti, gli elementi che possono essere considerati fondamentali per far sì che un ballerino si esprima nella maniera corretta in pista sono:

- Pubblico (questo potrebbe entrare in contrasto con la domanda precedente, in quanto viene anche considerato come possibile fattore di disturbo)
- Sicurezza
- Concentrazione

L'aspetto che ha manifestato maggiore interesse è la sicurezza che gli atleti possono avere in pista, con il 47%.

11. Segna la tua fascia d'età:

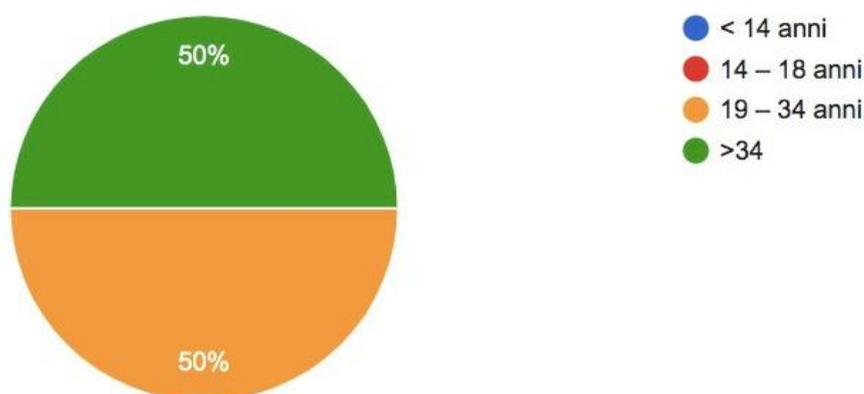


Figura 32 - grafico 31

A differenza dell'analisi svolta sui ballerini, il campione di ricerca non poteva oggettivamente toccare le fasce nelle quali venivano comprese le persone minorenni.

Però è possibile notare dal grafico come, i rispondenti al sondaggio, si dividano in egual misura nelle due differenti fasce d'età nelle quali sono state distinte le persone maggiorenni.

### 3.1.3 Analisi del pubblico

L'analisi per questo specifico campione permette di comprendere il parere di chi è esterno alla competizione stessa. Il pubblico tendenzialmente deve comprendere ciò che il ballerino è intento a comunicare tramite il suo ballo, e utilizza la sua personale comunicazione non verbale, molto spesso in maniera involontaria, per esprimere il proprio giudizio in merito all'evento stesso. È quindi possibile comprendere, anche se non sempre, se l'evento sta andando bene o se è necessario aggiustarlo in corso d'opera.

1. Credi che la comunicazione non verbale sia fondamentale nella danza?

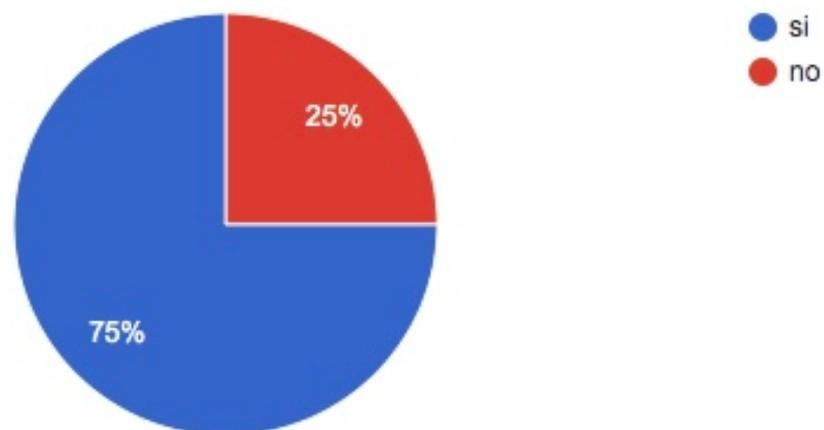


Figura 33 - grafico 32

La maggior parte dei partecipanti a quest'ultimo questionario online, ovvero  $\frac{3}{4}$  del campione, ha ritenuto opportuno dichiarare che la comunicazione non verbale sia fondamentale nella danza, ossia il 75%.

Solo il 25% non ritiene fondamentale la CNV nella danza.

2. Nel momento della competizione, quanto sono evidenti le emozioni che prova in quel momento il ballerino?

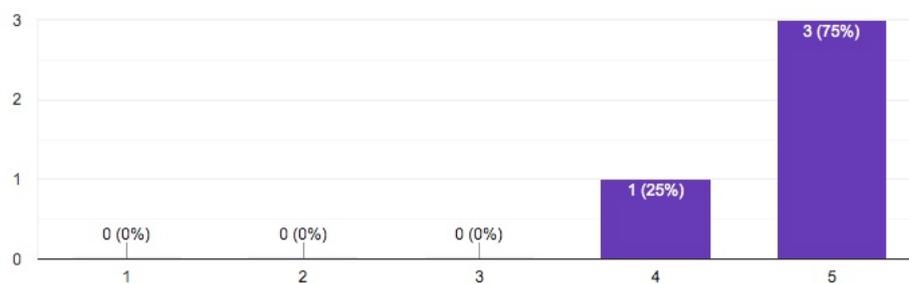


Figura 34 - grafico 33

In questo caso i partecipanti ritengono che le emozioni di chi balla siano parecchio evidenti. Infatti il 75% ha ritenuto opportuno mettere come punteggio, il maggiore.

Il rimanente 25% ha ritenuto opportuno dare solo un punteggio inferiore, ovvero 4, considerandolo comunque nei punteggi più alti.

3. Quali emozioni ti aspetteresti di avere guardando ciascuno dei balli svolti?

Secondo il parere espresso dal pubblico non ci sono distinzioni nello svolgimento dei diversi balli. Ciò che la maggior parte del pubblico tende ad aspettarsi è il fatto di voler riscontrare emozione, voglia di ballare e grinta da parte di chi balla, senza particolari emozioni specifiche per ogni singolo ballo.

4. Quanto è importante la presentazione e l'uscita dalla pista dei ballerini?

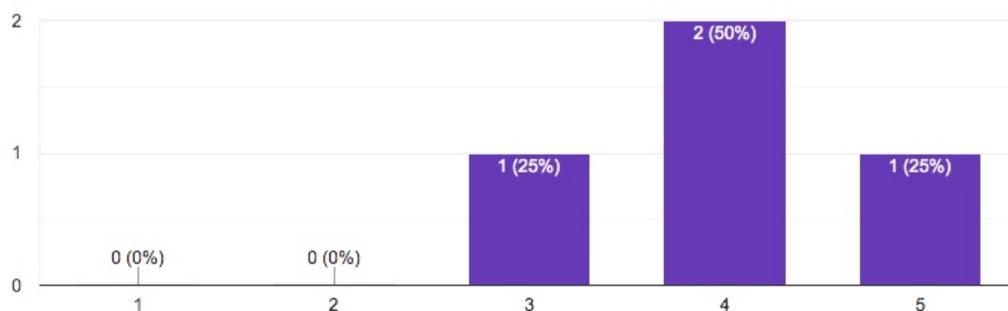


Figura 35 - grafico 34

L'importanza della presentazione e dell'uscita dalla pista, viene considerata di alto valore per le persone che hanno risposto al sondaggio. Nonostante i voti si siano divisi rispetto alle casistiche precedenti, mantengono una fascia medio-alta.

La maggior parte, il 50%, ha ritenuto di dover dare un voto pari a 4, mentre il rimanente 50% si è diviso in egual misura tra il voto 3 e il voto 5.

5. Secondo te quanto credi che il pubblico possa essere un fattore di disturbo per i ballerini?

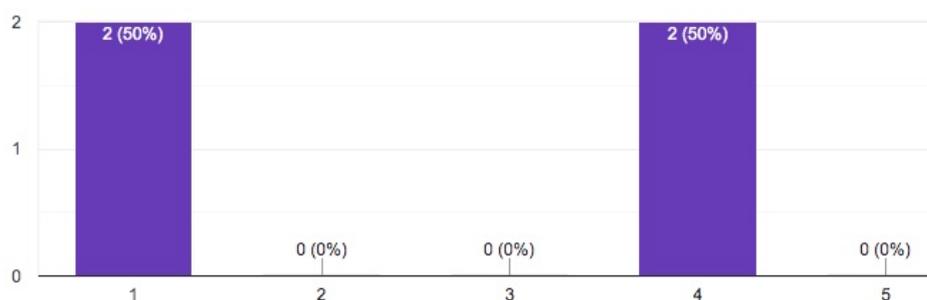


Figura 36 - grafico 35

Non vi è una risposta unanime, bensì radicalmente divisa. Secondo il pubblico stesso, per chi svolge una competizione, il 50% sostiene di non porsi come possibile fattore di disturbo per chi balla.

6. Quale dovrebbe essere il giusto atteggiamento del pubblico durante un evento di danza sportiva?

Per tutto il pubblico la risposta è stata la stessa: l'atteggiamento del pubblico deve essere di rispetto verso chi balla, senza arrecargli disturbo ma incitandoli a fare il meglio possibile durante la competizione, tramite la cosiddetta tifoseria.

7. Secondo te, il modo di esprimersi di un ballerino quanto influenza il tuo giudizio dell'evento?

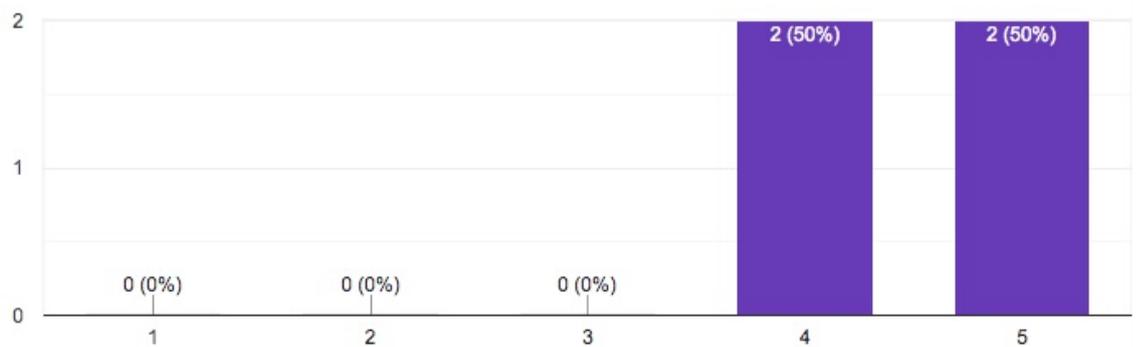


Figura 37 - grafico 36

Essendo un evento di danza sportiva, le persone hanno ritenuto di dover rispondere a questa domanda con i punteggi più alti, 4 e 5 suddivisi in egual misura.

È facilmente deducibile che il pubblico ritenga che il modo che ha il ballerino di esprimersi durante il suo ballo, sia un elemento che influenza il giudizio complessivo dell'evento.

8. Quanto, secondo te la musica influenza la buona riuscita di un evento?

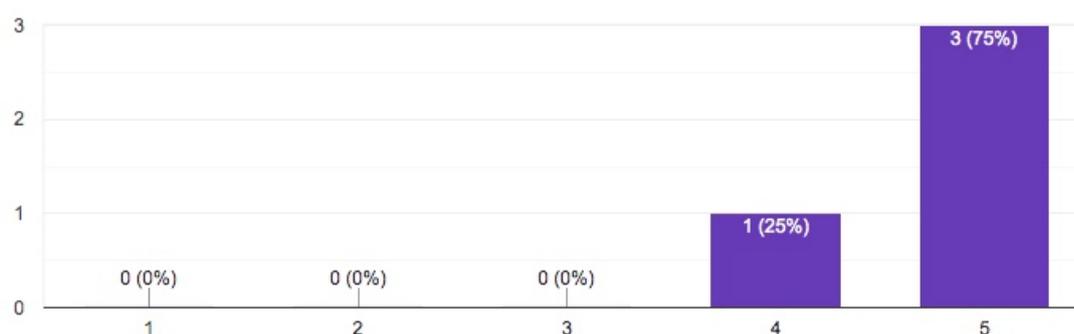


Figura 38 - grafico 37

Anche in questo caso, come in quello precedente, tutto il campione analizzato crede che la musica sia importante nella formulazione di un evento di danza sportiva.

Il 75% ha ritenuto di dover dare la votazione massima, mentre il rimanente 25% ha dato solo una votazione in meno.

9. In un evento qual è l'elemento che secondo te è fondamentale per far sì che un ballerino balli esprimendosi come vorrebbe?

In tutti i casi, a questa domanda, le risposte non hanno riscontrato esiti positivi. L'unica opinione riscontrata è stata in merito all'accoglienza che il pubblico stesso può offrire, tramite l'incitamento per i ballerini.

Il pubblico quindi dovrebbe, durante l'esecuzione del ballo, incitare chi balla tramite tifoseria, senza però eccedere. Infatti troppo chiasso potrebbe causare distrazione e confusione durante la competizione.

Sotto un altro punto di vista però, il ballerino, grazie alla tifoseria, potrebbe sentirsi apprezzato da chi guarda.

10. Qual è l'elemento fondamentale per la buona riuscita di un evento?

Secondo il parere del pubblico, gli elementi che vengono maggiormente apprezzati, decretando così la buona riuscita di un evento, sono:

- L'ambiente: deve risultare accogliente anche da un punto di vista della temperatura.
- L'accoglienza da parte dello staff.
- Il coinvolgimento da parte dei ballerini.

11. Segna la tua fascia d'età:



Figura 39 - grafico 38

Dal grafico riportato è evidente che il pubblico partecipante a questa tipologia di eventi, ha un'età pari o superiore a 34 anni, probabilmente perché sono prevalentemente genitori di ragazzi o bambini che svolgono questa tipologia di sport e, conseguentemente, competizione.

## 3.2 Analisi dei Focus Group

L'analisi dei focus group ha permesso di avere delle risposte più specifiche in merito agli argomenti precedentemente presi in esame tramite i questionari online.

I focus group condotti, differenziando le persone sulla base della loro esperienza nella danza sportiva, hanno mostrato una buona partecipazione, insieme ad un interesse condiviso tra i partecipanti per i temi trattati.

Come vedremo in seguito, questa tipologia di intervista ha permesso di avere un confronto tra le persone, che ha fatto emergere diversi spunti di riflessione che permetteranno poi la costruzione dell'evento.

I focus group sono stati condotti tutti e tre nello stesso luogo, ovvero una sala da ballo adibita appositamente, in cui i partecipanti hanno potuto discutere in un clima sereno.

La discussione è stata condotta da un unico mediatore che ha svolto sia il compito di apprendere il comportamento del pubblico in merito all'argomento trattato, che ricavare i pareri e le nozioni necessarie per la successiva formulazione dell'evento.

### 3.2.1 Analisi dei ballerini

Il primo focus group è stato condotto su 12 persone, divise in egual misura tra sesso maschile e sesso femminile, reclutati da diverse scuole di danza, così da non aver mai, o quasi mai, avuto contatti tra di loro se non come avversari durante una competizione sportiva.

Inoltre i partecipanti erano compresi in una fascia d'età che si racchiude tra i 12 e i 35 anni, tutti hanno in comune l'essere atleti agonisti attivi. Anche le classi di appartenenza a livello sportivo sono diverse per i partecipanti.

Ciò che è emerso da questo primo focus group svolto è che tutti i ballerini si trovano concordi nel dare un valore significativo alla comunicazione non verbale nel ballo: *“sapersi esprimere in pista durante il mio ballo, mi permette di mostrare il mio modo d’essere”* o ancora: *“molto spesso ho notato come in competizioni, i giudici vengono attratti molto da ballerini che si sanno esprimere, a volte viene meno anche la tecnica rispetto all’espressione”*.

A seconda del ballo che viene svolto cambiano le intenzioni che i ballerini desiderano dare: *“ovviamente quando ballo la rumba ci metto passione e amore, se mi trovo a ballare un jive penso a divertirmi ed essere esplosivo”*, fondamentalmente tutti i ballerini intervistati cercando le medesime sensazioni, o emozioni molto simili, durante gli stessi balli.

*“Già da come entri in pista si vede il tuo carattere, la tua personalità, la tua voglia di alzare anche la pista da quanta grinta vuoi mettere durante il ballo”*, le entrate e le uscite dalle piste vengono utilizzate come biglietto da visita dai ballerini, sanno che nel momento in cui entrano devono attrarre l’attenzione dei giudici così da mostrargli anche mentre ballano cosa sono in grado di fare. Quando escono, invece, vogliono per lo più ringraziare le persone che hanno guardato il loro ballo, l’inchino viene usato come forma di rispetto.

Coinvolgere durante il ballo le diverse tipologie di spettatore viene quasi considerato off topic da molti ballerini *“ballo per me, per esprimere le mie emozioni, non per coinvolgere qualcun altro”*.

Per l’atteggiamento assunto fuori dalla pista si riscontrano pareri discordanti, soprattutto per i ragazzi compresi nella prima fascia d’età, quindi i ragazzi più giovani, la considerazione che viene data agli atteggiamenti fuori dalla pista è nulla, *“l’importante è come ci si esprime durante il ballo”*, mentre per i ragazzi che hanno maturato una maggiore esperienza in merito, anche l’atteggiamento

fuori dalla pista è molto importante: *“chi ti guarda non lo fa solo mentre balli, un 30% del risultato finale è dato anche da come ti comporti fuori dalla pista”*.

Gli elementi esterni che possono influenzare il ballo stesso sono parecchi, soprattutto a livello emotivo, *“basta una persona che conosci e non ti sta troppo simpatica, che il ballo può subire delle conseguenze”*, i rumori del pubblico, una persona che ti guarda male, possono essere fonte di disturbo nell’espressione di un ballerino.

*“Il bravo ballerino è chi sa gestire queste fonti di disturbo, l’importante è ciò che succede in pista, già solo mentre balli possono capitare cose negative, se si viene influenzati anche da ciò che succede fuori, il ballo perde troppo a livello di performance”*.

Tutti i ballerini si trovano concordi nell’affermare che, se l’espressione dovesse essere ottimale da parte di tutti i partecipanti, l’evento avrebbe buone chance, risultando così apprezzato da chi ne prende parte.

### 3.2.2 Analisi dei giudici e degli insegnanti

Il secondo focus group è stato condotto su 6 persone, divise in egual misura tra sesso maschile e sesso femminile, reclutati da diverse scuole di danza, i cui unici contatti tra di loro, sono stati come giudici facenti parte degli stessi pannelli giudicanti, durante le competizioni di danza sportiva.

Inoltre i partecipanti erano compresi in una fascia d’età che supera la maggiore età. Tutte le persone coinvolte sono sia giudici che insegnanti di coppie che partono dalle classi basi, fino a coppie che ballano a livello internazionale.

Da questo focus group è emerso che sia a livello di insegnamento che a livello di giudizio durante una competizione, la comunicazione non verbale dei ballerini risulta fondamentale sotto diversi aspetti.

Anche i giudici e gli insegnanti hanno un ruolo sotto questo punto di vista: *“il giudice deve mantenere una facciata neutra durante la competizione, non può lasciar trasparire le proprie emozioni e i propri pensieri, altrimenti non potrebbe risultare imparziale”*. Allo stesso modo anche gli insegnati devono mostrare sicurezza verso le proprie coppie in competizione, *“basta uno sguardo di approvazione che la coppia tende ad assumere sicurezza durante il ballo”*.

Durante le lezioni tutte le persone sono concordi nel dover dedicare del tempo per lavorare sia alle entrate e alle uscite dalla pista dei ballerini, che a come esprimersi durante il ballo stesso. *“Insegnare come esprimersi in pista, permette agli atleti di entrare in pista in maniera più sicura”*, solcare la pista in forma più adatta e sicura potrebbe permettere agli atleti di affrontare la competizione in maniera più serena, così da poter esprimere le emozioni che desidera durante l'esecuzione.

Partendo da questo gli insegnanti affermano che è giusto insegnare anche come isolarsi nel momento del ballo, per far sì che l'atleta non venga influenzato da fattori esterni di possibile disturbo: *“quando balli pensa solo a ballare, tutto il resto è superfluo. Lo dico sempre ai miei allievi”*.

Infine tra ciò che deve essere insegnato, secondo il campione, devono esserci anche le entrate e le uscite dalla pista.

I giudici tengono sempre presente come una persona solca la pista all'ingresso *“capisci già se l'atleta è sicuro nel suo ballo, solo guardando il suo ingresso”*, inoltre l'inchino finale è sempre una forma di rispetto verso chi guarda ballare, pubblico o giudice.

A livello di giudizio in una competizione, per quanto la tecnica sia importante, molti giudici affermano che quest'ultima, soprattutto nei primi round quando le coppie in pista sono svariate, espressione e coreografia sono gli elementi fondamentali per poter passare il turno: *“ovviamente le coppie top le noti subito per ovvi motivi, ma due coppie di medio-alto livello messe a confronto, posso essere giudicate prima per ciò che esprimo perché attirano maggiormente l'attenzione. La tecnica viene presa in considerazione solo in un secondo momento”*. Quindi la comunicazione non verbale espressa dai ballerini risulta molto importante per chi deve giudicare, influenzando anche il giudizio stesso in base alla tipologia di atteggiamento che il ballerino adotta in pista.

In sostanza per i giudici la comunicazione non verbale risulta un elemento chiave per la buona riuscita di un evento, sia a livello competitivo, influenzando quindi anche un eventuale giudizio, che a livello spettacolare: *“anche il coinvolgimento del pubblico durante l'evento è di fondamentale importanza. Solo così un evento è definibile di successo”*.

### 3.2.3 Analisi del pubblico

Il terzo focus group è stato condotto su 10 persone, divise in egual misura tra sesso maschile e sesso femminile, reclutati in ambienti sportivi, ma che non hanno mai avuto contatto tra di loro.

Inoltre i partecipanti erano compresi in una fascia d'età che supera i 20 anni, in quanto, la maggior parte delle persone che prende parte a questo tipo di manifestazioni, sono genitori o familiari di bambini o ragazzi che svolgono competizioni o spettacoli di danza sportiva.

L'inizio di quest'ultimo focus group è stato sommariamente complesso *“noi vediamo da fuori, non lavorandoci è difficile esprimere un'opinione in*

*merito*". È stato quindi necessario spiegare ai partecipanti in maniera più dettagliata cosa si potesse intendere per comunicazione non verbale nella danza sportiva.

Una volta che i partecipanti hanno preso consapevolezza di ciò di cui si parlava, più nel dettaglio, il focus group ha generato i suoi frutti, facendo partire un dibattito, nella maggior parte concorde tra i partecipanti, sulle diverse tematiche trattate.

Capendo quindi gli elementi della comunicazione non verbale nel ballo, i diversi partecipanti hanno iniziato ad esprimere la loro opinione in merito: *"soprattutto nelle nuove generazioni, quindi senza considerare i ballerini facenti parte della professional division<sup>19</sup>, il coinvolgimento del pubblico è quasi nullo. Sembra che ballino solo per loro stessi"*.

Secondo la visione da parte del pubblico è difficile definire degli elementi di disturbo esterni: *"sicuramente un pubblico troppo rumoroso e chiassoso può creare disturbo, ma incitare gli atleti nello svolgere una buona prestazione, credo faccia piacere"*. Il comportamento del pubblico deve accompagnare la competizione senza arrecare disturbo. Incitare le coppie è gradito se non fatto in maniera troppo eccessiva.

Il pubblico afferma che i balli sono facilmente riconoscibili, soprattutto quando la musica che li accompagna tende ad esprimere le emozioni caratteristiche e tipiche del ballo stesso. *"Ciò che mi aspetto da un samba non è quello che mi aspetto in un paso doble"*.

Altri elementi di natura più tecnica forniti da chi vi partecipa come pubblico, per la buona riuscita di un evento, sono elementi che possono dare giovamento

---

<sup>19</sup> Classe massima nella danza sportiva, al cui interno generalmente possono presenziare anche insegnanti di coppie di alto livello che ballano nella sezione Amatori.

sia a livello fisico che a livello emotivo. *“Trovarsi in un palazzetto a luglio senza aria condizionata e stando in piedi non è mai piacevole. Non mi fa venire la voglia di ritornare”*. Uno degli elementi che dovrebbero tenere in considerazione gli organizzatori è anche l’ambiente in cui ci si trova, che può portare giovamento alla buona riuscita dell’evento. *“Anche l’accoglienza dovrebbe essere curata”* un elemento che molti, durante le competizioni tendono a tralasciare è l’accoglienza del pubblico dentro le strutture. Dedicargli un posto sugli spalti e augurargli una buona visione dello spettacolo, possono essere che non occupano un tempo eccessivo, ma che possono cambiare le sorti dell’evento stesso.

*“Fa sempre piacere anche essere apprezzati da chi balla, dopo tutto siamo lì per loro”*. Anche l’atteggiamento dell’atleta nei confronti del pubblico è un elemento importante nel giudizio complessivo di un evento di danza sportiva.

### 3.3 Considerazioni finali

Dalla ricerca svolta ne evince che i fattori provenienti dalla comunicazione non verbale che possono influenzare l’evento e, di conseguenza, essere utili alla formulazione dello stesso, sono di diversa natura.

Inoltre devono essere distinti in base a chi svolge la comunicazione.

In primo luogo i ballerini: secondo i pareri ricavati dai ballerini stessi, l’intenzione che viene usata durante il momento del ballo deve essere impostata a seconda del ballo che si intende svolgere.

Prendendo in considerazione il parere di giudici/insegnanti e pubblico, in merito a come percepiscono la CNV dei ballerini, i punti che risultano critici si dividono in:

- Attenzione in merito alle presentazioni e quindi rispetto verso chi guarda.
- Coinvolgimento del pubblico durante il ballo.

In merito agli insegnanti è emerso che, pur non esistendo un giusto modo di d'insegnare ai ballerini quale deve essere il loro modo di comunicare, deve sempre esserci una forma d'insegnamento. Dedicare alcuni momenti delle lezioni per aiutare la coppia a trovare la giusta chiave per esprimersi durante i balli, è utile al risultato, sia da un punto di vista di competizione che in base alla soddisfazione di chi guarda.

Per quanto riguarda il comportamento del pubblico, in base ai dati ricavati, emerge che la comunicazione dei ballerini ha un maggiore risultato positivo quando il pubblico si pone come forma di supporto, tramite la tifoseria. È da tenere in considerazione che questa non deve mai eccedere in quanto potrebbe, allo stesso tempo, essere un elemento di disturbo verso chi balla.

Gli ultimi elementi, di natura più tecnica, presi in considerazione per la formulazione dell'evento, sono:

- Scelta delle musiche: permette al pubblico una maggiore comprensione dei balli trattati e delle intenzioni comunicative che intendono esprimere i ballerini.
- Accoglienza da parte dello staff nella struttura: il pubblico si sente maggiormente apprezzato.



## QUARTO CAPITOLO

### FORMULAZIONE DELL'EVENTO DI DANZA SPORTIVA

Partendo dall'analisi preliminare svolta, in questo capitolo sarà necessario definire l'organizzazione e le conseguenti modalità di svolgimento dell'evento di danza sportiva.

In primo luogo sarà necessaria una definizione generale dei vari passaggi da svolgere per la formulazione di un evento generico.

In un secondo momento, i passaggi definiti, saranno riportati in maniera affine alla danza sportiva e agli eventi a cui è possibile prendere parte, ovvero le competizioni. Verranno anche inseriti, nella realizzazione dell'evento elementi ricavati nel capitolo precedente relativi alla comunicazione non verbale.

Infine vi sarà un'analisi di altri dati relativi alla comunicazione non verbale, che possono aiutare l'andamento dell'evento stesso.

#### 4.1 Come si realizza un evento

L'organizzazione di un evento è un processo che prevede diverse fasi di lavoro, nelle quali è necessario l'intervento di figure professionali specifiche, che vanno coordinate.

Le funzioni che queste figure professionali dovranno ricoprire sono delle più svariate. Sarà necessario che intervengano sul lato tecnico, logistico, comunicativo ed economico.

Il processo produttivo della formulazione di un evento prevede inoltre continui adattamenti in base alle esigenze specifiche, fin dal primo processo, ovvero la fase pre-produttiva. Questi continui aggiustamenti verranno portati avanti nel corso dell'intero evento e sono derivanti dal fatto che possono insorgere problematiche di diversa natura, come ad esempio la problematica dovuta al meteo: se piove durante un evento che doveva svolgersi all'aperto, bisognerà trovare delle soluzioni che permettano comunque lo svolgimento dell'evento stesso.

Per sviluppare un lavoro ottimale, le fasi di lavoro si possono suddividere in quattro passaggi:

- Fase pre-produttiva: in questa specifica fase è necessario delineare una pianificazione dell'evento stesso, definendo anche quelli che saranno i passaggi successivi, individuando i membri che faranno parte del team di lavoro e definendo gli obiettivi da raggiungere. Inoltre sarà necessario definire il target di riferimento e le modalità di svolgimento dello stesso.
- Fase operativa: in questa fase andranno pianificate la logistica, gli aspetti organizzativi e la gestione dell'evento stesso.
- Evento
- Post evento: probabilmente la fase più rilevante del lavoro stesso. In questo caso verranno analizzati tutti i passaggi svolti, i punti di forza e i punti di caduta sui quali lavorare per organizzare un evento futuro che possa risultare maggiormente di successo.

#### 4.1.1 Fase preliminare o pre-produttiva

La fase preliminare, anche definita pre-produttiva è il primo step nell'organizzazione di un evento.

Per iniziare sarà necessario definire quelli che sono gli scopi da conseguire nella pianificazione e nella realizzazione dell'evento, per questo risulta di fondamentale importanza definire il target a cui si intende fare riferimento e, di conseguenza, al quale sarà dedicato l'evento stesso. La definizione del target permette, in questa fase preliminare, di delineare sommariamente anche il possibile numero di partecipanti.

La delinearazione, per quanto generica, del numero di partecipanti, è un passaggio chiave anche per definire che tipologia di location prendere in considerazione.

Inoltre permette di definire anche il carattere che si intende dare all'evento.

Un'analisi di mercato sarà il passaggio successivo: capendo cosa il mercato effettivamente tende a proporre permette di porre il servizio offerto in maniera lineare a ciò che il mercato tende a proporre, anche in relazione al momento storico che si sta vivendo.

Terminata questa prima fase, è necessario individuare e ideare un concept, ovvero un'idea generale del prodotto che si intende offrire.

Per l'ideazione può essere utile fare riferimento a concept preesistenti e facilmente reperibili nel mercato. In alternativa si può proporre un'idea originale ed innovativa.

Il concept quindi si baserà sulla regola delle 5 W:

- Why?
- Who?
- When?
- Where?
- What?

Solo la prima domanda riguarda la definizione dell'evento, mentre le altre riguardano il tipo di pubblico, il periodo di svolgimento dell'evento, le caratteristiche dell'ambiente in cui si svolge l'evento, il contenuto da trattare e il tema specifico dell'evento, che sarà condizionato e condizionerà a sua volta gli altri fattori definiti.

La definizione del budget è rilevante per delineare dei confini oltre i quali l'evento si può spingere, ma dal quale non deve dipendere l'intera organizzazione dell'evento.

Il periodo di svolgimento dell'evento risulta di fondamentale importanza: per far sì di avere un pubblico quanto più possibile vasto, sarà necessario non far coincidere l'evento con altre tipologie di manifestazioni già stabilite. In questo modo il pubblico, pur avendo altri interessi, non troverà motivo di utilizzare questa "scusante" per non partecipare all'evento. Inoltre non si rischierà la saturazione di altri servizi come parcheggi o ristoranti e il pubblico avrà libertà nella pianificazione per la presenza all'evento.

Da questo ne deriva inoltre la scelta della possibile location, che deve tenere in considerazione ulteriori parametri come l'accessibilità e la facilità di raggiungimento.

La dimensione della location inoltre deve essere concernere al numero di partecipanti precedentemente stimato sommariamente. Un luogo troppo grande potrebbe rischiare dispersione, mentre un luogo troppo piccolo potrebbe causare problemi di gestione della sicurezza.

È quindi necessario avere dei piani considerabili di emergenza per far sì che, nel momento in cui dovessero esserci problematiche di natura sopracitati, l'evento abbiamo comunque luogo.

Rispondendo alla terza domanda del concept, è necessario definire anche il giorno, o i giorni, e gli orari di svolgimento dell'evento.

Definendo quindi le diverse parti dell'evento, l'organizzatore ha il dovere di definire anche le figure professionali di cui avrà bisogno per l'organizzazione, queste potranno essere sia interne che esterne.

Sarà inoltre necessario definire una strategia di marketing in relazione alla comunicazione dell'evento stesso: come, quando e in che modo l'evento dovrà essere pubblicizzato.

Prendendo contatti con la location e i diversi membri del team necessari per far sì che l'evento abbia luogo, sarà possibile effettuare una stima dei costi necessari. Inoltre sarà rilevante capire se vi è la necessità di sponsor per coprire i costi. La stima non sarà effettuata in maniera dettagliata ma sarà possibile avere un'idea generale sulla quale porre le basi.

#### 4.1.2 Fase Operativa

Questa seconda fase di lavoro si basa sulla pianificazione concreta di tutte le attività che verranno svolte affinché l'evento abbia luogo e durante il corso dell'evento stesso.

Il piano marketing e la progettazione tecnica dell'evento sono la base da cui poter partire per la pianificazione di tutto il lavoro. Queste tendono a muoversi su binari paralleli, effettuando il loro sviluppo in maniera simultanea.

Il piano strategico necessario si basa su due fasi principali: la prima è una fase di creazione dove si definiscono le migliori cose da fare così da ottimizzare la struttura organizzativa, mentre la seconda è una fase di implementazione, in cui vi è la traduzione pratica di quanto è stato precedentemente pensato.

Seguendo la strategia di Bove<sup>20</sup>, questa è possibile scomporla in 5 fasi:

- Visione: corrispondente al concept.
- Missione: strutturazione degli obiettivi.
- Definizione: per definire le cose da fare durante un evento.
- Pianificazione: fase operativa, nella quale si possono utilizzare strumenti di pianificazione più tecnici, come ad esempio scalette di attività, come il diagramma di Gant<sup>21</sup> o la check<sup>22</sup>-list. Il team operativo ha il compito di organizzare nello specifico ed esaustivo tutte le attività da svolgere durante l'evento. Inoltre vengono definiti i compiti di ciascuna persona coinvolta.
- Esecuzione: messa in atto dell'evento.

Inoltre è ottimale formulare un *contegy plan*, ovvero un piano per risolvere eventuali momenti che possono risultare critici durante sia la pianificazione che durante l'esecuzione dell'evento. Oltre a questo viene definito un budget più specifico, considerando anche un eventuale extra-budget e viene formulata un'analisi dei rischi possibili che potrebbero causare la compromissione di un evento. In questo modo è possibile predisporre dei piani di prevenzione e piani sostitutivi.

---

<sup>20</sup> Strategic Planner.

<sup>21</sup> Strumento utile alla pianificazione degli eventi, basato su una panoramica dei compiti programmati, così da mettere a conoscenza tutte le parti interessate e determinando le scadenze.

<sup>22</sup> Lista di controllo nella quale vengono definite le fasi, utile a ridurre il fallimento.

### 4.1.3 L'evento

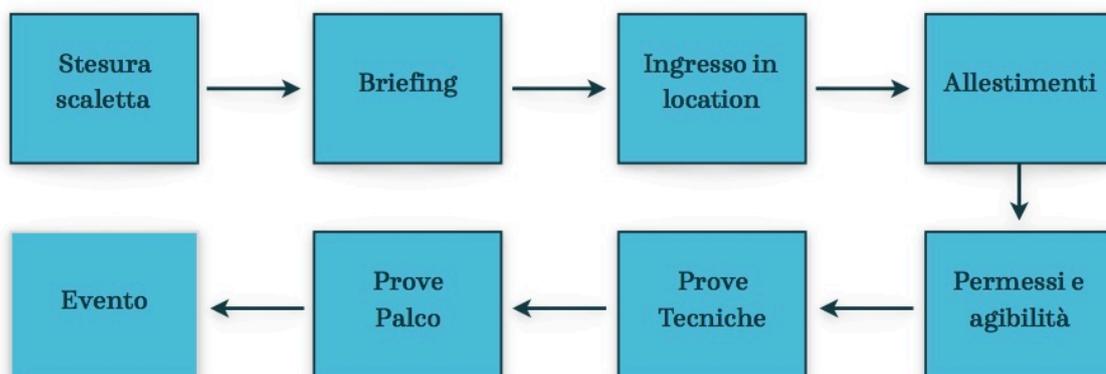
Il primo passaggio di questa fase avviene nei giorni immediatamente precedenti all'esecuzione dell'evento, nei quali vengono definiti gli aspetti di natura più pratica relativi all'organizzazione dello svolgimento, come ad esempio la definizione dei compiti del personale.

Inoltre, gli attori coinvolti devono essere messi a conoscenza del piano comunicativo che si intende utilizzare.

E fondamentale la rilevazione di qualsiasi tipologia di imprevisto così da poter correre ai ripari, aggiustando l'evento, nel minor tempo possibile, informando la persona incaricata in quello specifico settore.

Nel momento in cui dovessero esserci degli imprevisti che possono avvenire in quanto le persone coinvolte non dovrebbero far vedere le problematiche, bensì trovare soluzioni, il tutto possibilmente con rapidità e tranquillità. L'unico momento in cui possono essere evidenti anche agli spettatori eventuali problematiche può essere solo in caso di interesse collettivo o emergenza.

Nella figura sottostante vengono riassunti in maniera schematica una catena di attività consequenziali effettuate a ridosso di un generico evento.



#### 4.1.4 Il post-evento

Questa ultima fase della pianificazione di un evento prevede due differenti fasi:

- La consuntivazione<sup>23</sup>.
- La valutazione del post evento.

Nella prima si riassumono tutte le informazioni, di tipo sia quantitativo che qualitativo, ricavate durante l'evento e che lo hanno caratterizzato. Vanno quindi calcolate e analizzate di conseguenza.

Sotto un punto di vista quantitativo è necessario fare una sommatoria dei costi affrontati, determinando in maniera definitiva se ci sia stato un pareggio con i conti previsti, un difetto, quindi la spesa è risultata inferiore rispetto a quella precedentemente prevista, o uno sforo del budget previsto, definendo di conseguenza il ricavo.

Inoltre si definiscono i numeri relativi all'evento come il numero dei partecipanti e problematiche in forma di ritardi, ma anche soluzioni trovate alle problematiche che sono emerse.

Invece, sotto un punto di vista qualitativo, viene analizzato il livello di engagement del pubblico coinvolto, ovvero il grado di soddisfazione di chi ne ha preso parte e ha usufruito dei servizi offerti.

In secondo luogo, nella fase di valutazione post-evento, si valuta la corretta funzionalità della macchina organizzativa, così da poterne determinare delle possibili aree di miglioramento, anche derivanti da problemi tecnici possibilmente compromettenti.

In questo grado di valutazione rientra anche la valutazione dello staff e di chi ha il compito artistico.

---

<sup>23</sup> *"Bilancio c., conto c. (o assol. consuntivo s. m.), rendiconto, sia delle imprese sia degli enti pubblici, dei risultati di un dato periodo di attività"* enciclopedia Treccani.

La seconda valutazione viene svolta in relazione al conseguimento degli obiettivi prefissati in fase preliminare.

Questa viene seguita da un'analisi economico-finanziaria e la valutazione della customer satisfacion<sup>24</sup> del target preso in considerazione.

Tutte queste valutazioni, per quanto differenti tra loro, sono necessarie per ottenere un'idea generale sull'andamento dell'evento e sui risultati che questo ha ottenuto in base agli obiettivi prefissati.

Per concludere è necessario svolgere un debriefing<sup>25</sup> sull'esperienza condivisa con i membri del team, evidenziando gli aspetti positivi che l'evento ha ottenuto e analizzando le criticità.

## 4.2 L'evento di danza sportiva

Partendo dall'analisi di come si organizza un evento, svolta in questo capitolo, ora verrà fatta un'ipotesi di come organizzare un evento di danza sportiva, delineando i passaggi chiave e identificando le figure coinvolte.

In questo caso, l'evento che verrà preso in considerazione è una competizione di danza sportiva.

Al tutto verrà sommata l'analisi degli elementi relativi alla comunicazione non verbale, ricavati nel precedente capitolo.

---

<sup>24</sup> Con il termine customer satisfacion, che tradotto significa soddisfazione del cliente, si indica generalmente un articolato processo volto a rilevare il grado di soddisfazione di un cliente/utente nell'ottica del miglioramento del prodotto/servizio offerto.

<sup>25</sup> Debriefing è letteralmente traducibile come “andare a rapporto al termine di una missione”. Valutazione dell'evento dopo che questo è avvenuto.

#### 4.2.1 Fase preliminare dell'evento di danza sportiva

Ciò che si intende offrire con questa tipologia di evento, ovvero una competizione, non è solo una possibilità per le coppie competitrici di affermarsi e ottenere risultati per scalare la ranking<sup>26</sup>, ma anche un vero e proprio spettacolo per chi intende assistere.

Molto spesso il pubblico coinvolto in questa tipologia di eventi, è portato a seguirli per un puro aspetto affettivo, come ad esempio un genitore che accompagna il figlio.

L'intento è quindi di predisporre un evento che possa coinvolgere lo spettatore anche sotto altri punti di vista.

Il target di riferimento, quindi, si dividerà in due parti: da un lato troviamo il pubblico, che vorrebbe essere coinvolto, mentre dall'altro troviamo i ballerini, i quali devono essere accolti come fossero parte del pubblico, in quanto non dipende da loro l'organizzazione dell'evento stesso, ma devono adottare un determinato comportamento nei confronti degli spettatori.

Come i ballerini possono comprendere il modo di comportarsi durante l'evento stesso se non fanno parte dello staff organizzativo?

È da tenere in considerazione che gli insegnanti sono, a turno, organizzatori delle competizioni.

È durante le lezioni, che svolgono settimanalmente con le coppie, che istruiscono i ballerini sulle modalità di comportamento e atteggiamento, dentro e fuori dalla pista, così da gestire correttamente la CNV.

Il pubblico invece non ha modo di essere istruito sul modo di comportarsi durante l'evento, ma sarà la condizione nella quale si troverà partecipando all'evento stesso, che potrà comprendere il modo per non disturbare chi balla ed essere, allo stesso tempo, coinvolto.

---

<sup>26</sup> Classifica.

Ora che il target è stato definito, è necessario capire il possibile numero di partecipanti: considerando che generalmente, ad una competizione di tipo internazionale, le coppie competitrici sono circa un centinaio, bisogna tenere in considerazione circa 200 postazioni all'interno degli spogliatoi.

Generalmente, ogni atleta tende ad essere accompagnato da un paio di persone, pertanto bisognerà tenere in considerazione che, tra posti a bordo pista e gradinate, i posti disponibili devono essere almeno 400, senza considerare eventuali persone esterne che intendono partecipare.

Inoltre sarà necessario considerare anche le postazioni di tecnici operativi e pannelli giudicanti, che generalmente sono composti in maniera totale da 30 persone, alle quali sono però riservati dei posti a bordo pista distanziati dal pubblico generico.

Secondo un'analisi di mercato e la stima dei partecipanti previsti, la scelta ideale è quella di un palazzetto dello sport.

È da tenere in considerazione che il palazzetto deve essere in una zona facilmente accessibile e raggiungibile, fornita di parcheggi sufficienti al numero dei partecipanti previsti e ricca di strutture alberghiere e di ristoro circostanti, così da poter garantire un giusto soggiorno anche alle persone che vengono da città più distanti. Questo deriva dal fatto che, essendo una competizione di tipo internazionale, molte coppie tendono ad entrare in Italia dall'estero, per poi soggiornare almeno un paio di giorni nella località di svolgimento della gara.

Fornire un luogo, non solo convenzionato con la competizione stessa, ma in una location suggestiva e ricca di attività esterne da poter svolgere, darebbe giovamento non solo alla competizione stessa, ma anche al comune in cui si svolge.

In base ad una ricerca svolta, la location pensata per questa tipologia di evento è stato il palazzetto dello sport di Valeggio sul Mincio.



*Figura 40 - Valeggio sul Mincio*

Il palazzetto ha una capacità di posti a sedere pari a 400 sedute, inoltre ha la possibilità di ospitare ulteriori 100 persone in piedi, nella parte retrostante alle gradinate e senza considerare le postazioni che verranno predisposte in seguito a bordopista, sia per lo staff e il pannello giudicante, che per i posti riservati al pubblico.

Gli spazi predisposti per i partecipanti alla competizione sono ideali in quanto vi sono 5 spogliatoi molto larghi, con capienza fino a 50 persone l'uno.

Inoltre il pavimento su cui si svolgerà la competizione è ideale per la tipologia di calzatura che indossano i partecipanti, ovvero il parquet.

Ulteriori punti a favore di questa location sono:

- Riscaldamento e aria condizionata, in modo da favorire un ambiente accogliente.
- Facilità di parcheggio: infatti il palazzetto è dotato di un ampio parcheggio esterno.
- Servizio ristoro e bar all'interno del palazzetto stesso.
- Vicinanza a numerosi hotel con differenti fasce prezzo.

- Vicinanza con il piccolo ma famoso borghetto di Valeggio sul Mincio, dove è possibile passare una giornata per riprendersi dopo la competizione, visitando un posto molto gradevole e con diversi punti panoramici.

Altri aspetti da tenere in considerazione in fase di allestimento sono:

- Le luci: tendenzialmente scure ma con visibilità per la sala. La luce deve concentrarsi maggiormente sulla pista, così da focalizzare l'attenzione in essa.
- La numerazione delle poltrone con relativa assegnazione di posti, per una migliore gestione del pubblico.

La definizione di giorno e orario della competizione è stabilita in base ad un'analisi svolta sulle competizioni già presenti sul calendario gare.

Il periodo ottimale sarebbe a marzo, dove il calendario gare risulta più scarico, la temperatura esterna è piacevole (non troppo caldo né troppo freddo) e come giorno sarebbe ottimale il sabato, così che la domenica le persone possano rilassarsi godendosi il borgo e ritornare a casa per affrontare la settimana lavorativa.

L'orario della competizione sarà circa dalle 14.00 alle 20.00, che verrà però definito in maniera più specifica successivamente tramite la delineazione di un time table<sup>27</sup>.

La strategia di marketing che si intende utilizzare per la sponsorizzazione dell'evento, oltre alle piattaforme ufficiali di danza sportiva quali i siti web WDSF e FIDS, è una sponsorizzazione tramite piattaforme social, prevalentemente Facebook e Instagram.

---

<sup>27</sup> Scaletta della competizione, nella quale vengono definite tutte le attività che verranno svolte e specificando la fascia oraria di svolgimento.

Arrivati a questo punto è possibile determinare una stima del budget iniziale che potrebbe essere impiegato per far sì che la competizione abbia luogo.

Posto in forma di lista vediamo le diverse spese da sostenere:

- Palazzetto: da contatti presi con il comune e fornendo un giovamento molto alto alla città di Valeggio sul Mincio, la struttura del palazzetto viene fornita in forma gratuita.<sup>28</sup>
- Service luci-audio: 1.200 per service completo di luci e audio.
- Allestimento: 100 euro per l'affitto della scenografia.
- Giudici di gara: compenso di 200 euro per l'attività di giudice durante la competizione, in aggiunta vitto, alloggio e spostamenti, mediamente altri 300 euro cadauno. Per un totale di 5.000 euro, considerando 10 giudici internazionali.
- Staff operativo: generalmente composto da membri della scuola che organizza, ai quali viene offerto solo il vitto. 15 euro cadauno. Per un totale di 450 euro, considerando 30 persone come membri dello staff.
- Dj federale: compenso di 200 euro per l'attività durante la competizione, in aggiunta vitto, alloggio e spostamenti, mediamente altri 300 euro.
- Sponsorizzazione tramite social: su Instagram, considerando circa un 10.000 impressioni il costo è di 60 euro, mentre per Facebook viene impostato un budget giornaliero di 5 euro per 30 giorni, cioè 150 euro per un mese di sponsorizzazioni. Per un totale di 210 euro.
- Volantini cartacei della competizione: 100 euro di stampe più 50 euro grafica. Per un totale di 150 euro.

Il totale complessivo stimato in questa fase preliminare per l'evento è di: 7.610 euro.

---

<sup>28</sup> Dato reale derivante da una precedente competizione svolta nella stessa Location.

#### 4.2.2 Pianificazione dell'evento di danza sportiva

Ora che sono state definiti gli elementi chiave dell'evento, la pianificazione prevede una messa fuoco delle attività che verranno svolte durante l'evento stesso.

Fondamentalmente, in una competizione, le attività non sono molte, ma è buona cosa organizzare uno spettacolo, svolto da coppie professioniste, per stimolare gli atleti durante la competizione stessa.

Inoltre è necessario prendere i contatti con i diversi stand<sup>29</sup> che presenzieranno alla gara.

Come strumento di organizzazione dell'evento, necessario per definire tutte le cose da fare e suddividere le mansioni principali, è stata scelta la check list<sup>30</sup>.

Qui di seguito verrà riportata l'intera check list per l'evento di danza sportiva.

---

<sup>29</sup> Vendita di prodotti relativi alla danza sportiva, come vestiti, trucchi, accessori o scarpe.

<sup>30</sup> Strumento necessario per l'organizzazione dell'evento e la conseguente suddivisione dei compiti.

## CHECK LIST

- Prendere accordi con il palazzetto.
- Verificare accesso disabili.
- Verificare le dotazioni di sicurezza della location.
- Verifica parcheggi (devono essere sufficienti).
- Verificare con la location le tempistiche per l'accesso di allestitori e staff.
- Prendere accordi con gli sponsor.
- Prendere accordi con gli stand che presenzieranno alla gara.
- Richiedere allestimento e scenografia.
- Pianificazione pratica di come posizionare scenografia e posti a bordo pista
- Contattare i giudici internazionali.
- Contattare dj federale e definizione musiche.
- Contattare staff tecnico della gara.
- Contatto con strutture alberghiere per fare una convenzione.
- Contatto con strutture di ristorazione per fare una convenzione.
- Contatto con catering per giudici e collaboratori.
- Conferma catering, hotel e strutture di ristorazione.
- Contatto con coppie professioniste per gli show.
- Creazione pubblicità.
- Disseminazione pubblicità.
- Determinare prezzi per partecipazione.
- Determinare prezzi pubblico.
- Apertura iscrizioni online.
- Apertura vendita dei biglietti online.
- Stesura time table e pubblicazione.
- Determinazione ruoli e verifica staff.
- Comunicare abbigliamento specifico staff.

Ora che la fase di creazione, nella quale sono stati definiti tutti i punti da trattare per l'organizzazione dell'evento, è stata conclusa, è il momento di mettere in atto la fase d'implementazione<sup>31</sup>. I punti posti alla fine della check list verranno messi in pratica durante la fase di realizzazione dell'evento, ovvero la fase successiva.

Nel paragrafo precedente è stato specificato quale fosse il luogo dell'evento. Per sceglierlo è stato necessario verificare anche i primi punti riportati nella check list, ovvero: verificare l'accesso per i disabili, verificare le dotazioni di sicurezza della location e verifica che i parcheggi siano sufficienti per il numero di persone provvisoriamente previsto. Inoltre vengono definite in fase di accordi anche le tempistiche per l'accesso degli allestitori e dello staff.

Prendere accordi con gli sponsor invece, risulta un elemento che funge da trampolino. Non sapendo effettivamente quali possono essere i costi definitivi e i ricavi generati, costruire dei legami con degli sponsor permette di avere un fondo necessario a coprire possibili buchi.

Gli sponsor forniscono una quota per l'organizzazione a patto che vengano pubblicizzati durante l'evento.

Un ulteriore mezzo per costruire questo fondo è prendere accordi con degli stand che presenzieranno alla gara, mostrando e vendendo i loro prodotti. Generalmente i prodotti offerti sono ricollegabili e relativi al mondo del ballo, come, ad esempio, prodotti di make up e abiti per le competizioni.

La richiesta dell'allestimento e della scenografia viene fatto direttamente al Team Diablo<sup>32</sup>. A meno che non ci siano altri eventi già programmati, la scenografia viene affittata con una richiesta tramite mail.

---

<sup>31</sup> Fase nella quale vengono messe in atto, in forma pratica, i punti precedentemente definiti in forma teorica.

<sup>32</sup> Ente di riferimento per l'organizzazione di una competizione riconosciuta dal circuito federale.

La pianificazione pratica di come posizionare la scenografia e la pista viene fatta tramite un mockup<sup>33</sup> del palazzetto, nel quale è possibile progettare la posizione di tutti gli elementi, tenendo in considerazione eventuali uscite d'emergenza e, quindi, non creare ingombro.

Il contatto con giudici internazionali, staff tecnico e dj federale, viene fatto tramite richiesta formale via mail e nella quale deve essere inserito il periodo entro il quale devono necessariamente dare conferma. I giudici internazionali, molto spesso, non sono italiani, per questa ragione è necessario avere il tempo necessario per poter organizzare loro voli e prendere contatti con gli alloggi.

Con il dj federale inoltre, per questo particolare tipo di evento, è necessario definire le musiche da presentare durante la competizione, anche se non saranno precedentemente dette ai competitori.

Come abbiamo potuto vedere dall'analisi dei dati nel capitolo precedente, le musiche sono uno degli strumenti utilizzati dai competitori per poter entrare nella competizione stessa, così da potersi liberamente esprimere durante il ballo. Inoltre è anche l'elemento che utilizza il pubblico per comprendere a fondo il ballo che viene svolto e per lasciarsi trasportare dalle emozioni che i ballerini desiderano esprimere.

Il contatto con strutture alberghiere e di ristorazione viene svolto per 2 principali ragioni: la prima è che avendo giudici provenienti dall'estero, è necessario garantire loro luoghi nei quali poter alloggiare e potersi nutrire durante il soggiorno per l'evento. La seconda ragione deriva dal fatto che anche molti competitori provengono dall'estero e necessitano di strutture nelle quali potersi fermare. Creare delle convenzioni con queste strutture permette di

---

<sup>33</sup> “Un **mockup**, o **mock-up**, è una realizzazione a scopo illustrativo o meramente espositivo di un oggetto o un sistema, senza le complete funzioni dell'originale; un **mockup** può rappresentare la totalità o solo una parte dell'originale di riferimento (già esistente o in fase di progetto), essere in scala reale oppure variata.” Wikipedia.

creare una situazione di agio sia per chi deve raggiungere l'evento, sia per i locali, che possono avere una grossa rendita dall'evento stesso. Le strutture convenzionate vengono riportate sia sul volantino della competizione, sia sui siti ufficiali nei quali viene inserita la competizione.

Il contatto con il catering viene preso per poter avere dei preventivi in merito. Generalmente la scelta ricade sul catering con il miglior rapporto qualità prezzo. Questo dovrà essere confermato a circa 2 settimane dall'evento, come le strutture per i giudici stranieri.

Per le pubblicità delle competizioni c'è un format prestabilito dall'ente principale quale il Team Diablo, il quale si prenderà l'incarico di commissionare la grafica e la relativa stampa e pubblicazione su sito e piattaforme social, commissionando i costi agli organizzatori dell'evento.

La disseminazione della pubblicità dell'evento dovrà iniziare 2 mesi prima della data della competizione ma la comunicazione generale avviene all'inizio della stagione delle gare.

Per concludere questa fase è necessario determinare quelli che sono i diversi prezziari. Deve esserci una prima distinzione:

- Atleti competitori.
- Pubblico.

Gli atleti competitori avranno tutti la stessa quota di partecipazione che, seguendo una ricerca di mercato, nella quale sono stati confrontati i prezzi delle competizioni, è pari a 50 euro a coppia.

Per quanto riguarda la quota per poter assistere alla competizione, il prezzario dipende da dove le persone desiderano sedersi. Le alternative sono 3:

- Posti a bordo pista: 15 euro a testa.
- Posti centrali alla pista sulle gradinate: 8 euro a testa.
- Posti laterali sulle gradinate: 5 euro a testa.

Grazie a questi dati, è possibile ricavare anche un budget maggiormente più specifico rispetto a ciò che è possibile spendere e, conseguentemente, guadagnare grazie all'evento.

Per quanto riguarda l'apertura delle iscrizioni online e la vendita dei biglietti riservati al pubblico, questi seguono due binari paralleli. Infatti vengono aperte le vendite tramite i siti ufficiali.

I biglietti vengono numerati rispettivamente ai posti e suddivisi per le fasce prezzo precedentemente definite. Inoltre è possibile inserire la fascia oraria in cui si intende fermarsi ad assistere, così da riservare il medesimo posto per un'altra persona che desidera assistere alla competizione in una differente fascia oraria. La vendita online permette maggiore chiarezza ed efficienza.

#### 4.2.3 Realizzazione dell'evento di danza sportiva

Giunti a questo punto, è possibile entrare nel vivo della competizione. L'evento è giusto ormai alle porte e ci sono gli ultimi compiti da svolgere.

Tenendo in considerazione la check list creata precedentemente, in questa fase bisogna mettere in pratica gli ultimi punti designati ovvero:

- Stesura time table e pubblicazione.
- Determinazione ruoli e verifica staff.
- Comunicare abbigliamento specifico staff.

A questi punti si aggiunge il fattore musiche. Queste infatti andranno concordate pochi giorni prima della competizione con il dj federale, così da tenere in considerazione uno degli aspetti ricavati nell'analisi presentata nel precedente capitolo: le musiche permettono al pubblico una maggiore comprensione del ballo trattato che dell'intenzione che i ballerini intendono porre al ballo stesso.

La stesura di time table viene svolta in base alle attività che si vogliono svolgere durante l'intera competizione.

In questo caso è stata presa la decisione di svolgere 3 diverse tipologie di competizione, world open<sup>34</sup> la cui suddivisione viene definita in base alla categoria<sup>35</sup> ballata e non alla classe<sup>36</sup> di appartenenza.

Le categorie che sono state definite per questa competizione sono:

- Juvenile: competizione dedicata a tutte le coppie competitrici con età compresa tra i 12 e i 13 anni.
- Youth: competizione dedicata a tutte le coppie competitrici con età compresa tra i 14 e i 15 anni.
- Under 15: competizione dedicata a tutte le coppie competitrici con età pari o inferiore a 15 anni.
- Under 21: competizione dedicata a tutte le coppie competitrici con età pari o inferiore a 21 anni.
- Adult: competizione dedicata a tutte le coppie competitrici con età compresa tra i 16 e i 35 anni.

Inoltre, all'interno del time table, devono essere riportati i differenti show, svolti da coppie professioniste, che si intendono svolgere come "intervalli" durante l'evento.

In questo caso gli interventi che sono stati inseriti sono 3, nei quali parteciperà una sola coppia professionista. Questa porterà 3 de balli che svolge durante le competizioni loro dedicate.

Infine verrà riportato il tempo dedicato alle premiazioni.

---

<sup>34</sup> Competizioni internazionali nelle quali possono ballare tutte le persone di quella fascia d'età ma che hanno il programma di tutti i 5 balli da competizione.

<sup>35</sup> Suddivisione definita in base alla fascia d'età.

<sup>36</sup> Suddivisione in base al livello.

Qui di seguito verrà riportato il time table idealizzato per questa specifica competizione.



**DANCESPORT HERITAGE**

**INTERNATIONAL CHAMPIONSHIPS 2022**

**SATURDAY**

**N.B. Si ricorda che gli orari sotto riportati possono subire una variazione di circa 60 minuti. Inoltre il ritiro numero è fissato 1 ora prima di ogni appuntamento di gara.**

**TAKE NOTE: we would like to remind you that this timetable can be modified up to maximum 60 minutes. Numbers must be collected minimum 1 hour before your competition starts.**

Time	Num	Event	Discipline	Age Group	Class - Grade	Competition Rd	Phase	Dances	From	To	Stars	Heats
<b>OPENING PRESENTATION</b>												
14.00												
14.15	10	Youth Open La	LATIN		OPEN	1° ROUND		1	5	8	4	6
15.00	10	Juvenile open	LATIN	Juvenile	OPEN	1° ROUND		1	5	24	12	2
15.10	10	Under 15 Open	LATIN	YOUTH	OPEN	1° ROUND		1	5	48	24	3
15.25	10	Youth Open La	LATIN	YOUTH	OPEN	2° ROUND		1	5	48	24	3
15.35	10	Under 15 Open	LATIN	YOUTH	OPEN	2° ROUND		1	5	24	12	2
15.45	10	Youth Open La	LATIN	YOUTH	OPEN	3° ROUND		1	5	24	12	2
15.50	10	Juvenile open	LATIN	YOUTH	OPEN	SEMIFINAL		1	5	12	6	1
15.55	10	Under 15 Open	LATIN	ADULT	OPEN	SEMIFINAL		1	5	12	6	1
16.00	10	Youth Open La	LATIN	YOUTH	OPEN	SEMIFINAL		1	5	12	6	1
16.05	11	Juvenile open	LATIN	ADULT	OPEN	FINAL		1	5	6	0	1
16.10	11	Youth Open La	LATIN	YOUTH	OPEN	FINAL		1	5	6	0	1
16.15	11	Under 15 Open	LATIN	YOUTH	OPEN	FINAL		1	5	6	0	1
16.20	<b>SHOW TIME</b>											
<b>PRIZE PRESENTATIONS</b>												
16.30												
17.00	11	Adult Open Lat	LATIN	ADULT	OPEN	1° ROUND		1	5	96	48	7
18.00	11	Under 21 Open	LATIN	ADULT	OPEN	1° ROUND		1	5	58	29	5
18.20	11	Adult Open Lat	LATIN	ADULT	OPEN	2° ROUND		1	5	48	24	3
18.35	11	Under 21 Open	LATIN	ADULT	OPEN	2° ROUND		1	5	24	12	2
18.45	11	Adult Open Lat	LATIN	ADULT	OPEN	3° ROUND		1	5	24	12	2
18.55	12	Under 21 Open	LATIN	ADULT	OPEN	SEMIFINAL		1	5	12	6	1
19.00	12	Adult Open Lat	LATIN	ADULT	OPEN	SEMIFINAL		1	5	12	6	1
19.05	12	Under 21 Open	LATIN	ADULT	OPEN	FINAL		1	5	6	0	1
19.10	12	Adult Open Lat	LATIN	ADULT	OPEN	FINAL		1	5	6	0	1
19.20	<b>SHOW TIME</b>											
19.50	<b>PRIZE PRESENTATIONS</b>											

La divulgazione del time table viene effettuata dai siti ufficiali dedicati alle competizioni. La scuola che organizza la competizione deve fornirlo 7 giorni prima dell'inizio della competizione stessa. La pubblicazione avviene 48 ore prima dell'inizio dell'evento.

I ruoli dello staff nella competizione vengono decisi dagli organizzatori. Generalmente lo staff è composto dai membri della scuola che organizza l'evento.

I ruoli che possono essere delineati sono:

- Controllo bordo pista: le persone devono gestire l'entrata e l'uscita delle coppie, indicando da che lato entrare e da che lato uscire. Inoltre controllano che le coppie che entrano in pista siano nella batteria<sup>37</sup> corretta.
- Vallette: è un supporto nell'organizzazione del backstage<sup>38</sup>, comunica alle coppie gli sketting<sup>39</sup>, raccoglie i cedolini<sup>40</sup> nel caso in cui si fossero problemi con i tablet per le votazioni dei giudici e si assicurano che i giudici abbiano il giusto trattamento durante l'evento (es. portano loro un caffè).
- Controllo accessi: persone incaricate di stare alle porte d'ingresso, per consentire l'accesso alle sole persone competitrici iscritte e munite di biglietto valido.

---

<sup>37</sup> Turno di gara. Essendoci molte coppie durante una competizione, queste vengono suddivisi nelle cosiddette batterie, ognuna composta da circa 12/15 coppie.

<sup>38</sup> Parte del palcoscenico situata dietro la scena

<sup>39</sup> Risultati delle gare, le coppie vedono se hanno passato il turno.

<sup>40</sup> Metodo di votazione cartaceo.

- Ritiro numeri: postazione ricoperta da due persone che hanno il compito di verificare la corretta iscrizione alla competizione e consegnare il numero di gara<sup>41</sup> alla coppia.
- Maschere: figura che si occupa di accompagnare il pubblico al proprio posto riservato e, eventualmente, gestire i cambi nelle differenti fasce orarie. Nel caso di normative specifiche, come per il contenimento del Covid, garantiscono la sicurezza in sala, facendo indossare correttamente le apposite mascherine protettive.
- Biglietteria: le persone a cui è assegnato questo incarico hanno il compito di vendere biglietti che non sono stati precedentemente venduti online.

Gli altri ruoli come scrutatore e speaker, vengono ricoperti dallo staff organizzativo. Sono persone appositamente incaricate e con una formazione specifica in merito. Solitamente sono esterne alla scuola.

L'abbigliamento per lo staff varia a seconda delle preferenze, in questo caso è stato definito nel seguente modo:

- Donna: gonna o pantalone nero, camicia nera e tacco o scarpa elegante nera.
- Uomo: pantalone nero, camicia nera e scarpa elegante nera.

A questo punto, la fase finale è la messa in atto dell'evento stesso.

---

<sup>41</sup> Numero che il cavaliere si pone sulla schiena durante la competizione. Serve perché il giudice riconosca la coppia ed eventualmente la voti.

#### 4.2.4 Il post evento di danza sportiva

Dopo la competizione è buona norma organizzare una riunione conclusiva con lo staff, così da evidenziare i punti di forza e porre delle basi per lavorare sui punti di caduta.

Le domande fondamentali per capire se l'evento ha avuto problematiche sono:

- Il time table è stato seguito?
- Ci sono stati problemi tecnici?
- C'è stato un eccesso di budget?

Se il time table è stato seguito, non ci sono stati problemi tecnici e non c'è stato un eccesso di budget rispetto a ciò che era precedentemente stato preventivato, si può affermare che il giudizio è di tipo positivo.

Successivamente si potrebbe somministrare un questionario online tramite mail, a tutte le persone che hanno acquistato i biglietti online, per determinare il grado di soddisfazione delle persone.

### 4.3 Come la comunicazione non verbale può essere utilizzata a favore dell'evento.

Dai dati ricavati nel precedente capitolo, vedremo ora come la comunicazione non verbale, possa essere utile per la realizzazione dell'evento.

Verranno suddivise in 3 parti specifiche, a seconda dei punti di miglioramento ricavati dalla precedente analisi.

#### 4.3.1 L'utilizzo della CNV per i ballerini

La comunicazione non verbale da parte dei ballerini, come abbiamo precedentemente visto, è un elemento che viene già utilizzato.

Ma in che modo viene utilizzato per coinvolgere il pubblico?

Molto spesso l'utilizzo della CNV, ad oggi, non viene utilizzato per un coinvolgimento esterno, ma più per attrarre solo l'attenzione dei giudici di gara.

I punti ai quali dovrebbero prestare attenzione fundamentalmente si basano sul rispetto verso chi guarda lo spettacolo.

Il coinvolgimento del pubblico può avvenire tramite dei piccoli gesti svolti dai ballerini durante il ballo stesso o al momento degli inchini.

Per quanto riguarda il ballo i gesti possono essere di varia natura e differenti a seconda del ballo che viene trattato:

- In balli più delicati e romantici come la rumba, un semplice ma dolce sguardo verso il pubblico o mandare un bacio, permette un coinvolgimento del pubblico.

- In balli più energici si può avvicinare la mano all'orecchio per incitare gli applausi.
- Stimolare il pubblico a battere le mani a tempo di musica facendolo con loro.

Per quanto riguarda il prestare attenzione e rispetto verso chi ha guardato la competizione, è buona norma salutare con un inchino. Ciò che i ballerini generalmente fanno è fare un ringraziamento e porsi solo verso i giudici. Dopo aver ringraziato il pannello giudicante, porre un saluto anche verso il pubblico potrebbe incrementare il giudizio positivo finale dato all'evento. Basta fare un passo in dietro e, essendo posizionato più in alto rispetto al collocamento della pista, porgere braccia e sguardo verso l'alto.

Un ultimo, ma per questo non meno importante, è l'utilizzo dell'espressione e delle emozioni durante i balli.

A seconda del ballo svolto le emozioni dovrebbero teoricamente cambiare. Da quanto ricavato dall'analisi svolta nel capitolo 3 i balli dovrebbero seguire prevalentemente le seguenti emozioni:

- Samba: dinamica, allegria ed energia.
- Cha Cha Cha: divertimento e allegria.
- Rumba: passione e amore.
- Paso doble: sfida.
- Jive: divertimento.

L'aspetto fondamentale al quale i ballerini devono sempre far fronte, è riuscire ad isolarsi durante il ballo, così da non essere condizionati da fattori esterni e potersi esprimere nel migliore dei modi, senza condizionamenti.

### 4.3.2 L'utilizzo della CNV per lo staff

Grazie ai dati ricavati dalla precedente ricerca, è possibile estrapolare anche quelli che dovrebbero essere gli atteggiamenti dello staff.

Le domande portanti nella definizione del comportamento di chi collabora durante questa tipologia di eventi sono:

- Come rapportarsi a pubblico, giudici e ballerini?
- Come presentare l'intero evento?

Partendo da questi quesiti è possibile definire il comportamento da adottare. Per quanto riguarda la presentazione dell'evento, un coinvolgimento del pubblico anche di tipo verbale, potrebbe essere un elemento chiave per poter garantire una maggiore partecipazione.

Lo speaker dovrebbe quindi coinvolgere il pubblico tramite la spiegazione di tutto ciò che accade durante l'evento, incitarlo a fare tifoseria anche solo grazie al battito di mani e indicandogli il giusto atteggiamento anche verso chi balla.

Per quanto riguarda l'accoglienza del pubblico, sarebbe ottimale avere delle maschere che indichino i posti o eventuali punti di necessità come toilette e servizi di ristorazione, il tutto mantenendo un atteggiamento solare e propositivo.

Allo stesso modo dovrebbero essere trattati anche i giudici, così da poter garantire un clima sereno anche nel backstage dell'evento.

Gli elementi chiave per tutto lo staff risultano quindi la solarità e la gentilezza, utilizzando questi due aspetti si potrà garantire, anche se in piccola parte, un innalzamento della reputazione dell'evento stesso.

### 4.3.3 L'utilizzo della CNV per il pubblico

La comunicazione non verbale relativa al pubblico risulta un elemento parecchio complesso in quanto non si hanno dei momenti di formazione, ma si acquisisce tramite l'esperienza che questi hanno in merito.

Sicuramente un atteggiamento solare e positivo è gradito anche dallo staff. Per quanto riguarda l'atteggiamento che questo adotta nei confronti dei ballerini dovrebbe essere propositivo.

Durante le ricerche svolte, molto spesso le persone facenti parte del target pubblico, hanno espresso il loro dispiacere nel vedere ballare gli atleti in maniera distaccata e personale, senza predisporre nessun momento in cui coinvolgessero anche gli osservatori.

Ma se chi osserva la competizione cerca di rendersi partecipe, stimolando le coppie tramite tifoseria e attenzione, potranno gli atleti a porgere maggiori attenzioni nei confronti del pubblico.

La tifoseria però non deve eccedere: un chiasso eccessivo infatti potrebbe distrarre gli atleti dalla competizione stessa e si potrebbero porre in maniera negativa nei confronti del pubblico.

## CONCLUSIONI

La comunicazione non verbale della danza sportiva, precisamente nelle danze latino americane, è un argomento che difficilmente viene trattato da un punto di vista teorico ma che potrebbe essere considerato uno degli elementi chiave sia a livello di risultato competitivo che per il rendimento di un evento.

La domanda cui la tesi voleva dare una risposta è: esiste un giusto modo di porsi nei confronti di chi guarda, durante l'esecuzione della danza, così da garantire il successo di un evento?

Dalla ricerca svolta è emerso che le caratteristiche relative alla comunicazione non verbale non riguardano solamente elementi specifici del ballo e all'associazione in relazione ai diversi tipi di danza, ma anche elementi di natura esterna, che prendono in considerazione fattori relativi all'organizzazione dell'evento.

Questo lavoro di tesi voleva quindi, partendo da un'analisi della comunicazione non verbale, creare il clima ideale per la costruzione di un evento, nel quale gli atleti potessero trovare l'ambiente ideale nel quale potersi esprimere in maniera completa e il pubblico potesse uscire pienamente soddisfatto.

Per dare una risposta alle domande è stata svolta una ricerca tramite, in un primo momento, un'analisi teorica della comunicazione non verbale, anche in relazione alla danza sportiva, e sulla formulazione di un evento.

In seguito sono stati svolti dei questionari online, dai quali è possibile ricavare in forma schematica il maggior numero di opinioni in merito, per concludere con un lavoro svolto in maniera più approfondita tramite dei focus group.

In tutti i casi il lavoro svolto è stato suddiviso in base al grado di conoscenza dell'argomento da parte di chi veniva intervistato. Il campione di riferimento è

stato quindi suddiviso in 3 diverse fasce in base quindi all'esperienza relativa alla danza sportiva: il primo erano gli atleti competitori, il secondo sono stati i giudici e gli insegnanti, mentre il terzo era formato dal pubblico.

Dall'analisi della ricerca ne evince che gli elementi si dividono in due argomenti specifici.

La prima è relativa al ballo stesso, suddividendo per ogni singolo ballo trattato le emozioni che si potrebbero esprimere e analizzando quelli che potrebbero essere i gesti utili al coinvolgimento del pubblico (es. invitarlo a battere le mani o ringraziarlo della visione tramite l'inchino finale).

Questo lavoro non deve essere compiuto solo al momento della competizione ma deve avere un lavoro pregresso formulato durante le lezioni con gli insegnanti.

La seconda prevede aspetti di natura più tecnica come il coinvolgimento del pubblico grazie allo speaker ed elementi come la musica.

La tesi si è basata in un primo momento sull'analisi di una possibile formulazione in forma teorica di un evento, successivamente sull'integrazione in esso degli elementi caratteristici della comunicazione non verbale.

Ciò che ne è emerso è una competizione internazionale di danze latino americane in cui si tende a prestare attenzione, da parte degli atleti, sul modo di esprimersi in pista e sul coinvolgimento del pubblico attraverso piccoli gesti di interazione.

Da parte dello staff, si tende a prestare una maggiore attenzione verso chi assiste alla competizione, cosa che attualmente non viene svolta nelle competizioni e, infine, da parte del pubblico, si dovrebbe propendere verso un atteggiamento di supporto verso gli atleti.

Il grado di soddisfazione, in questo lavoro, non è stato calcolato in quanto, per poterlo valutare, sarebbe necessario formulare dei questionari di gradimento da somministrare al pubblico partecipante. L'evento formulato per questo lavoro di

tesi è stato posto in forma puramente teorica, per questa ragione il questionario non può essere somministrato.

Nel caso in cui si dovesse svolgere l'evento, avendo preventivamente impostato una vendita di biglietti online i quali si ricevono alla propria mail, questo sarebbe automaticamente inviato alle persone partecipanti tramite mail stessa.

In conclusione è necessario affermare che, per quanto la ricerca svolta abbia portato a dei risultati parzialmente positivi, questi non sono sufficienti per poter creare un evento.

L'organizzazione di un evento prevede degli aspetti di natura teorica fondamentali, i quali possono essere supportati dalla comunicazione non verbale. Quest'ultima non può essere considerata l'elemento fondamentale sul quale costruire l'intero evento.

I dati ricavati quindi non sono sufficienti per poter formulare una tipologia di evento basato sulla comunicazione non verbale della danza sportiva perché creano grosse lacune di natura organizzativa che devono essere colmate da altri supporti.

Infine, nonostante ad oggi non venga presa in considerazione la comunicazione non verbale per formulare un evento di danza sportiva, questa potrebbe risultare un elemento utile ad aumentare il grado di soddisfazione dei partecipanti e la reputazione dell'evento stesso, ma non può essere considerato l'argomento chiave sulla quale basare l'intera organizzazione.

Per una ricerca futura, la tesi formulata potrebbe essere un punto di partenza per poter approfondire l'argomento.

Nell'evento che si andrebbe a formulare, la base dalla quale partire non dovrebbe essere la comunicazione non verbale, ma si potrebbe analizzarne l'eventuale influenza sull'andamento dell'evento e sulla reputazione che si andrebbe a creare in seguito.



## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

Accatino Alfredo, *The events master. Tecniche, parole, segreti e trucchi del mercato degli eventi*, Milano, Longanesi, 2015

Cardano M., *La ricerca qualitativa*. Bologna: il Mulino, 2011.

Bowdin Glenn, Allen Johnny, O'Toole William, Harris Rob, McDonnell Ian, *Events Management*, ("Events Management Series"), 2°ed., Oxford, Elsevier, 2006

Cherubini S., Iasevoli G., "La misurazione del valore degli eventi", in Cherubini S., Bonetti E., Iasevoli G., Resciniti R., "Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici", FrancoAngeli, 2009

Cherubini Sergio, Pattuglia Simonetta, *Comunicare con gli eventi. Riflessioni e casi di eccellenza*, Milano, FrancoAngeli, 2007

Collesei Umberto., Checchinato Francesca, Dalle Carbonare Marta, *Gli eventi: come progettarli e realizzarli*, ("Impresa, comunicazione, mercato - nuova serie"), Milano, FrancoAngeli, 2014

Conway Des, *The event manager's bible: the complete guide to planning and organizing a voluntary or public event*, ("How to books"), 3°ed., Oxford, How To Content, 2019

Corbetta P., *La ricerca sociale: metodologia e tecniche. Volume II – Le tecniche quantitative*. Bologna: Il Mulino, 2015

Gallico Dalia, *Il perfetto evento*, (“I Perfetti”), Milano, Lupetti, 2008

Giù la maschera. Come riconoscere le emozioni dall’espressione del viso. Paul Ekman

Guba E. G.; Lincoln Y. S., *Competing Paradigms in Qualitative Research*, in N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105-117). Thousand Oaks, CA: Sage, 1994.

Il linguaggio del corpo. Guida all'interpretazione del linguaggio non verbale, James Borg

Il linguaggio del corpo rivelato, Joseph Messinger

Il potenziale atletico nel ballo, Paolo Spaccavento

La comunicazione invisibile. Gli aspetti non verbali della comunicazione, Mauro Cozzolino

Le basi artistiche, tecniche e scientifiche del metodo Team Diablo, Team Diablo Accademy

Pragmatica della comunicazione umana. Donald deAvila Jackson, Janet Helmick Beavin e Paul Watzlawick

Sbalchiero S., Finding topics: a statistical model and a quali-quantitative method, in A. Tuzzi (Ed.), Tracing the Life-Course of Ideas (pp. 189-210). Cham, Switzerland: Springer, 2018.

Sue, Valerie M.; Ritter, Lois A., Conducting online surveys. Los Angeles [etc.]: Sage, 2012.

Te lo leggo in faccia. Riconoscere le emozioni anche quando sono nascoste. Paul Ekman

Tourangeau, Roger; Couper, Mick P., The science of web surveys. Oxford: Oxford University press, 2013.

WDSF technique books, Lukas Hinder

The Definitive Book of Body Language. Barbara Paese, Allan Paese

STRATEGIC PLANNING: Come definire, pianificare ed eseguire una strategia di business vincente, Bove Antonello.

<https://dancesportlive.info/nova/dancesport.php>

<https://docs.google.com/forms/u/0/>

<https://www.federdanza.it/>

<https://starcup.it/>

<https://it.surveymonkey.com/mp/online-questionnaires/>

<https://www.worlddancesport.org/>

[https://www.comunicazionepositiva.it/lettera\\_videocorso\\_linguaggio\\_bc.asp](https://www.comunicazionepositiva.it/lettera_videocorso_linguaggio_bc.asp)

<https://www.sinapsicoaching.com/comunicazione/comunicazione-non-verbale/>

<https://www.t-ppm.it/diagramma-di-gantt>

<https://www.valeggiovisport.it/impianti-sportivi/>

[https://it.wikipedia.org/wiki/Pagina\\_principale](https://it.wikipedia.org/wiki/Pagina_principale)