
Coaching: gli 8 passi per apprendere ad apprendere

di Daniele Mattoni



Introduzione

Il Coaching è un servizio di facilitazione personale, finalizzato al raggiungimento di obiettivi (in ambito personale o professionale), che si pone un grande scopo: "aiutare le persone a diventare ciò che sono", e a sviluppare le proprie potenzialità.

Nel coaching le soluzioni emergono spontaneamente dal cliente; il ruolo di un coach è quello di alimentare, con delle domande mirate, con delle osservazioni e con feedback specifici, la riflessione spontanea del cliente, aiutando quest'ultimo a connettersi maggiormente con se stesso, con le proprie risorse interiori, ad aprirsi nuove visuali, a cogliere i punti nodali di un problema, a stimolare un processo di riconoscimento dei propri valori, qualità e risorse.

In una relazione di coaching il rapporto tra coach e cliente è assolutamente paritetico: una vera partnership. Le domande di coaching, quindi, non sono mai "pilotanti", sono autenticamente neutre: lasciano libertà e aria psicologica al cliente, il quale è così portato ad incrementare le proprie autoconsapevolezza, pro-attività e responsabilità, e a rinnovare il proprio impegno all'azione.

In Italia il coaching si è affacciato una decina di anni fa, prima in ambito soprattutto aziendale, come servizio rivolto ai manager; dal 2002 esiste la Federazione Italiana Coach¹. Negli ultimi anni anche il mercato del coaching rivolto a privati (il life coaching) sta conoscendo nuovi slanci.

Nel 2002 il Financial Time pubblicò i risultati di uno studio dell'International Personnel Management Association, che dimostrava come la produttività del personale con la sola formazione migliorava di circa il 22%, mentre con il Coaching il miglioramento raggiungeva l'88%. Il coaching, tuttavia, può rappresentare una grande opportunità non solo per le aziende, ma anche per quelle istituzioni educative, quali scuole o Università, che vogliono farsi fautrici di un'educazione che sia realmente "a misura d'uomo", in cui i discenti siano gli attivi costruttori delle proprie conoscenze, e in l'educazione raccolga l'invito di Edgar Morin di formare delle "teste ben fatte" e non delle "teste ben piene".

Ed è proprio in questo ambito che il coaching può svolgere la sua funzione più sensibile e nevralgica.

In questo articolo si parlerà, appunto, del ruolo che il coaching può svolgere in questo ambito; si illustreranno quindi alcune linee guida attraverso le quali il coaching può aiutare le persone ad sviluppare a pieno il proprio potenziale di apprendimento.

L'apprendimento

Oggi viene utilizzato dalle scienze sociali il concetto di Potenziale di apprendimento: questo è l'insieme di possibilità di apprendimento che sono realizzabili da una persona, che possono essere non ancora interamente attuate, ma che potranno esserlo se la persona riceverà degli stimoli appropriati. Il termine "potenziale" infatti rimanda a qualcosa che può trovarsi ancora in uno stato di latenza.

Le capacità di apprendimento possono discostarsi dal proprio potenziale di apprendimento, in maniera più o meno rilevante. Le capacità di apprendimento sono solo in minima parte delle abilità innate e normalmente si esprimono in ciascuno di noi al di sotto delle nostre reali potenzialità. Questo perché restiamo per lo più ancorati ad abitudini disfunzionali acquisite nel tempo, credenze limitanti, o a scarsa autoconsapevolezza.

Le potenzialità possono, tuttavia, riemergere quando si ricevono degli stimoli appropriati. Diverse ricerche dimostrano che le capacità biologiche del nostro cervello di cambiare e di adattarsi agli stimoli esterni non regrediscono ma si mantengono inalterate nel tempo. Quindi si tratta di capire "come" attivarle.

L'apprendimento a cui ci riferiamo in questo ambito è un apprendimento a 360 gradi, o apprendimento esperienziale: non si apprende solo dai libri o dai corsi, ma si apprende, anche, e soprattutto, dalle esperienze che realizziamo nella nostra vita.

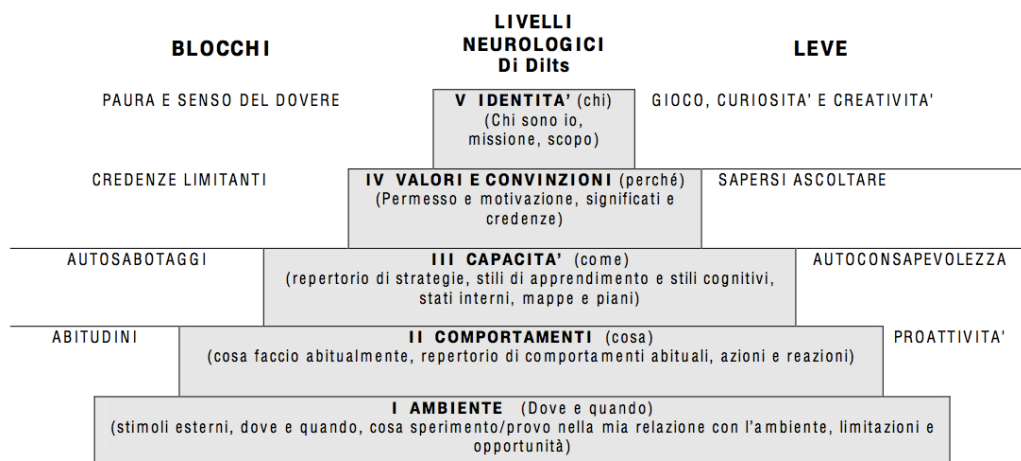
Il percorso evolutivo di ognuno di noi è stato segnato da alcuni apprendimenti fondamentali. Tutto ciò che noi siamo oggi, che sappiamo essere, o che sappiamo fare, è il risultato di apprendimenti maturati nel tempo; ma anche di alcune capacità o attitudini che sono state frenate, che non hanno ricevuto il giusto incoraggiamento e nutrimento, e, non ultimo, di alcuni disapprendimenti.

Le persone che si rivolgono al coaching cercano sovente un supporto non solo per apprendere nuove capacità, ma anche per disapprendere alcuni comportamenti abitudinari che percepiscono come frenanti.

L'apprendimento – e il disapprendimento – sono qualcosa di complesso, che non si può relegare a un semplice discorso di applicazione di tecniche o di strategie adeguate, ma che investono diversi livelli della persona umana.

Questi livelli vengono presi in considerazione da un modello di sviluppo olistico, quello di Dilts. I livelli che vengono considerati da questo modello entrano in gioco, ed esercitano una influenza, nel raggiungimento di qualsiasi risultato personale.

Per ognuno di questi livelli abbiamo individuato alcuni “blocchi”, che possono frenare un pieno sviluppo del potenziale di apprendimento; e alcune “leve”, ovvero stimoli specifici che possono favorirne un pieno sviluppo (vedi sotto)².



L'AMBIENTE (ultimo gradino della piramide) è il primo livello, il più esterno: identifica il contesto spazio-temporale, il “dove” e il “quando” ci troviamo ad agire.

Nell'ambiente noi agiamo attraverso i nostri **COMPORAMENTI** (questo è il secondo livello): ciò che noi sperimentiamo al livello dell'ambiente, è il riflesso e il risultato dei comportamenti che mettiamo in atto. Cambiando il nostro comportamento otteniamo risposte diverse dall'ambiente. Ogni apprendimento scaturisce da una nuova esperienza, ma il nostro comportamento non sempre scaturisce da una scelta consapevole, e dal confronto aperto con nuove esperienze, ma è spesso frutto di abitudini. Per superare questo freno del potenziale di apprendimento, si può ampliare la propria facoltà di scelta, superando modelli di comportamento reattivi: la pro-attività consiste proprio nell'inserire uno spazio di autoconsapevolezza e di scelta tra uno stimolo esterno e la nostra risposta a quello stimolo.

Il repertorio di comportamenti che possiamo mettere in atto è definito da un altro livello, più profondo: quello delle **CAPACITÀ**. Quando apprendiamo nuove capacità si amplia il repertorio di comportamenti che possiamo mettere in campo. Se il comportamento riguarda il “cosa” fare, le capacità riguardano il “come” farlo.

Se ad esempio una persona, mettiamo un libero professionista, vuole riuscire ad ampliare il proprio target di clienti, potrà attivarsi al livello del comportamento, ad esempio attuando una corretta pianificazione, oppure superando alcune abitudini comportamentali frenanti, ma può

darsi che ciò non basti, nel caso ci sia qualche capacità mancante (ad esempio la capacità di negoziare, oppure quella di comunicare in modo assertivo): in tal caso occorrerà lavorare sul livello delle capacità, definendo delle aree di apprendimento e dei gap da colmare per alcune capacità critiche, che si vogliono sviluppare. A questo livello si lavora anche sull'auto-consapevolezza: nel prendere coscienza delle proprie capacità naturali, dei propri talenti; e sul riconoscere e superare eventuali auto-sabotaggi: si tratta di quei casi in cui volontariamente riduciamo l'impegno che investiamo in un risultato, per poter proteggere la nostra auto-stima nel caso di un fallimento: se ci impegnassimo al 100% non avremmo alibi, allora ci impegniamo di meno per proteggere la nostra auto-stima nel caso di un esito negativo. Gli auto-sabotaggi hanno una funzione positiva, perché proteggono l'auto-stima, quindi non vanno semplicemente eliminati; ma si possono sostituire con strategie più funzionali e meno limitanti. Esiste un livello ancora più profondo di quello delle capacità, che influenza tutti i livelli considerati finora: quello delle CONVINZIONI e dei VALORI. Convinzioni e valori sono due aspetti distinti, ma, per l'influenza che esercitano, si trovano allo stesso livello.

Le convinzioni identificano ciò che crediamo sia vero, e hanno un impatto enorme sulla nostra vita, e sui risultati che otteniamo.

Questo è ormai dimostrato anche dalla scienza: l'effetto placebo, ad esempio, sul quale esiste una vasta letteratura, dimostra che le convinzioni e idee potenzianti sono in grado di liberare capacità e competenze inconscie che prima non venivano utilizzate.

D'altro canto, quando affermiamo: "non si può fare", ci comportiamo in modo coerente con le nostre convinzioni. Inutile provarci se tanto non è possibile. Quando abbiamo convinzioni limitanti su noi stessi, in qualche ambito, non ci diamo il permesso di utilizzare interi ambiti di nostre capacità. Per questo motivo le convinzioni sono un livello più profondo delle capacità.

Tornando all'esempio della persona che vuole ampliare il proprio target di clienti, se essa ha acquisito la convinzione che "non può essere un buon negoziatore"; oppure che "per avere successo nel lavoro occorre scendere a compromessi", queste sue convinzioni possono interferire negativamente con il suo impegno, e con il "permesso" che concede a se stesso di utilizzare le proprie capacità. Occorrerà quindi lavorare anche su questo livello.

Secondo l'ontologia del linguaggio³ le convinzioni non sono mai né vere, né false, per il semplice fatto che non hanno a che fare con la realtà, ma con il nostro modo di vederla; sono il frutto di nostre interpretazioni. Quando acquisiamo una nuova convinzione agiamo come se quella convinzione fosse vera per noi; in tal modo spesso finiamo per creare la realtà corrispondente a quella convinzione, che così diventa una profezia che si auto-avvera. "Sia se credi di riuscire, sia se credi di fallire, avrai comunque ragione" affermava J. Ford.

La buona notizia è che le convinzioni cambiano in modo naturale, e che, rielaborando e mettendo in discussione alcune nostre interpretazioni, possiamo favorire e accelerare questo cambiamento. Di fondamentale importanza è aprirsi al dubbio. La capacità di saperci ascoltare, cioè la capacità di connetterci maggiormente con noi stessi, di ascoltare le nostre sensazioni e bisogni, di utilizzare la nostra immaginazione e il nostro intuito, può aiutarci ad ampliare i nostri confini e i nostri orizzonti, ed è quindi una delle “leve” da utilizzare. Questa capacità può essere “allenata” con degli esercizi specifici. Basti pensare che degli oltre due milioni di informazioni che arrivano ogni secondo ai nostri sensi, solo da cinque a nove arrivano alla nostra coscienza: ciò che la nostra coscienza percepisce è ciò a cui abbiamo scelto di prestare attenzione.

I VALORI – che si trovano allo stesso livello delle convinzioni - identificano ciò che è realmente importante per ognuno di noi. Ognuno di noi ha una propria matrice valoriale, cioè un nucleo di valori fondamentali: se li onoriamo la nostra vita assume significato e ci appare degna di essere vissuta; se li ignoriamo ci appare piatta e priva di uno scopo. E’ di vitale importanza, in un percorso di coaching, aiutare una persona a prendere coscienza dei propri valori. Ed è quindi importante, quando ci si pone un obiettivo, accertarsi a quali valori sia collegato, domandandosi, ad esempio: “Come cambierà la mia vita dopo che lo avrò raggiunto?” “perché” è così importante per me raggiungerlo? Si potrebbe auspicare che un nostro obiettivo sia sempre espressione di qualche nostro valore personale, ma purtroppo non sempre è così, perché siamo soggetti a influenze esterne, archetipi culturali e aspettative di altre persone per noi significative.

L’ultimo livello è rappresentato dalla IDENTITÀ: ciò che siamo, o meglio, ciò che crediamo di essere. L’obiettivo che ci siamo posti, il risultato che vogliamo realizzare, dovrà essere compatibile, quindi allineato, con il nostro senso di identità. Ad esempio, se una persona si è posta l’obiettivo di smettere di fumare, si comporta in modo congruente a questo obiettivo, ha rafforzato alcune capacità di self-control e di distanziamento dal bisogno, è convinta di poterci riuscire, ma continua a “sentirsi” un fumatore, è probabile che i risultati che otterrà non saranno duraturi. Occorrerà quindi lavorare, con l’immaginazione, sul suo senso di identità, e su alcune convinzioni che lo definiscono.

Secondo John Whitmore, un coach di fama mondiale, la qualità e l’efficacia di una performance è il risultato del potenziale meno le Interferenze interne.

In sintesi: $Efficacia\ performance = Potenziale - Interferenze\ interne$

Tra le interferenze interne, sempre secondo Whitmore, quella maggiore è costituita dalla paura, più nello specifico dall’ansia di prestazione. Quindi questo è il più grosso ostacolo del potenziale.

La paura, lungi dall'essere un fattore motivante nell'apprendimento (come talvolta erroneamente si crede), è un fattore frenante.

Il desiderio è un fattore motivante di gran lunga più potente e efficace, per favorire una espressione delle potenzialità individuali.

La paura di sbagliare porta a porsi obiettivi di prestazione (incentrati sul “fare qualcosa perfettamente”), per evitare le conseguenze negative degli errori; il desiderio di mettersi alla prova e di sperimentare porta a porsi, invece, in prevalenza obiettivi di crescita e di apprendimento (focalizzati sul “imparare, migliorare, scoprire qualcosa di nuovo”), che fanno sviluppare a pieno il potenziale di apprendimento. Quindi è indispensabile incentivare questo tipo di obiettivi: per farlo è necessario considerare gli errori non come qualcosa da evitare, ma come il carburante dell'apprendimento.

La “scuola dell'obbligo” sembra non tenerne conto, essendo focalizzata più sul senso del dovere, e poco o per nulla sul desiderio. Una scuola del desiderio, che alimenti il desiderio naturale e la curiosità dei discenti, e assecondi le loro richieste e inclinazioni naturali sarebbe una rivoluzione culturale in grado di portarci molto lontano.

Del resto, da Socrate a Dewey, filosofi e pedagogisti ci hanno dimostrato che apprendere veramente è sempre scoprire qualcosa da noi stessi.

E anche secondo autorevoli studiosi contemporanei, tra cui Bruner, si può apprendere veramente solo attraverso il gioco.

Secondo Visalberghi: “Nulla di valido si apprende per condizionamento esterno, per coazione o imposizione(...). L'uomo esplora il suo mondo per il gusto di farlo, non per il calcolo dei vantaggi più o meno prossimi che potrà trarne. Questa è la sua “scintilla divina”⁴.

Un percorso di coaching che agisca su tutti i livelli che abbiamo considerato, aiuta una persona a fare un lavoro “sulle radici” del proprio potenziale di apprendimento, aiutandola a “sbloccare” le proprie potenzialità, sempre nel rispetto di quelle che sono le sue esigenze, aspettative e priorità.

Un training che si limiti ad insegnare nuove strategie o tecniche di apprendimento, fa invece un lavoro solo sulle “foglie”. Un percorso di coaching è quindi un vero e proprio percorso di self-empowerment personale, che può includere anche esercizi e strategie che, a seconda delle esigenze che emergono, possono essere proposti in alcuni momenti del percorso, e che servono ad attivare, stimolare, “allenare” alcune “leve” del potenziale.

Il coaching si differenzia nettamente da un training tradizionale, che si basa prevalentemente sul dare istruzioni, e sul trasmettere informazioni. Per suscitare interrogativi, attivare nuovi

processi di pensiero, stimolare una maggior connessione con se stessi, è necessario fare domande.

Secondo alcuni studi, l'80% della comunicazione di un trainer/insegnante tradizionale si basa sul dare istruzioni o informazioni (telling), e solo il 20% sul domandare (asking). Uno stile di training/insegnamento orientato al coaching capovolge questa proporzione: l'80% del tempo comunicativo è utilizzato per "fare domande", solo il 20% per dare istruzioni o informazioni.

Le domande accrescono la auto-consapevolezza e la responsabilità, mentre le istruzioni le diminuiscono.

Le domande nel coaching facilitano un riconoscimento dei propri processi di pensiero e di azione; e accrescono la propria abilità di risposta (responsabilità) alle diverse situazioni ambientali.

Le domande di coaching sono "neutre": non devono "pilotare" una persona verso soluzioni pre-confezionate, ma devono creare uno spazio per l'apprendimento personale, e alimentare un processo di auto-osservazione. Le domande di coaching sono domande delle quali il coach non sa (non può sapere) la risposta.

Il percorso di coaching che aiuta a sviluppare le proprie potenzialità di apprendimento è un percorso in 8 passi: un'avventura dell'anima e della mente, una esplorazione di se stessi che accompagna una persona (o più persone) al raggiungimento di un risultato specifico, che viene stabilito ex ante.

Durante questo viaggio una persona viene aiutata a passare "dalla abitudine all'esperienza", "dalla ignoranza alla auto-consapevolezza", "dalla convinzione al dubbio", "dal dovere al desiderio", "dalla paura alla curiosità".

La sequenzialità degli 8 passi non va intesa in modo rigido, ma flessibile. Nel coaching non ci sono "ricette" o schemi fissi. Si tratta quindi di step, o passaggi fondamentali, attraverso i quali probabilmente una persona passerà, nel suo viaggio di scoperta di se stessa.

Alcuni di questi passi li abbiamo implicitamente già considerati in precedenza. Non si può iniziare un viaggio se non è chiaramente definita qual è la destinazione finale del viaggio, e la rotta che si vuole seguire per raggiungerla. Quindi un qualunque percorso di coaching ha inizio con la definizione di uno o più obiettivi "ben formati", e con l'attuazione di una corretta pianificazione che aiuti a tradurre questo obiettivi in step intermedi e in azioni quotidiane (questo è il primo passo: "pianifica"). Affinché gli obiettivi siano "ben formati", cioè siano motivanti e raggiungibili, dovranno essere: desiderabili (quindi collegati a qualche nostro valore); specifici e misurabili (dovranno contenere criteri specifici che ci permettano di

sapere quando li abbiamo raggiunti); raggiungibili (ma allo stesso tempo sfidanti); definiti temporalmente (dovranno indicare una scadenza temporale); espressi in positivo (dovranno esprimere cosa si vuole raggiungere, e non cosa si vuole evitare); ecologici (i benefici che si otterranno dovranno essere maggiori dei “costi” necessari a raggiungerli).

Detto ciò, qualunque cambiamento non può fare a meno di una analisi della realtà attuale: bisogna quindi partire da ciò che sta accadendo, dal proprio comportamento attuale, e ottimizzarlo; occorre verificare, quindi, che cosa, di ciò che si sta facendo, è congruente con il risultato che si vuole raggiungere, e cosa non lo è (il secondo passo è, appunto: “specchiati”); il terzo passo, che in realtà è trasversale a tutto il percorso, è “conosci te stesso”, e può comprendere alcune sessioni specifiche, come quella finalizzata alla conoscenza dei propri valori, dei propri talenti, o anche del proprio stile di apprendimento o di pensiero. Sono questi aspetti che incrementano quelle che le scienze cognitive chiamano competenze meta-cognitive, che sono così importanti nell’apprendimento.

Per introdurre il quarto passo, occorre considerare un principio, valido per tutte le prestazioni, che è alle origini del coaching: i risultati che si riescono a realizzare in una qualsiasi attività sono sempre il frutto o riflesso di una “prestazione interna”, secondo il seguente schema:

prestazione interna → prestazione esterna → risultati

La prestazione esterna riguarda il comportamento: ciò che facciamo e mettiamo in atto concretamente. E’ influenzata – come abbiamo visto - da abitudini e consuetudini consolidate.

La prestazione interna riguarda “ciò che facciamo internamente” quando svolgiamo una determinata prestazione, il proprio “gioco interiore”: intenzionalità e scopo, attenzione selettiva, pensieri e strategie emotive o cognitive, stato interno. Attraverso un’auto-osservazione è possibile assumere maggior consapevolezza sugli aspetti della prestazione interna, allo scopo di poterli gestire, e di poterli migliorare.

Quindi la capacità di auto-osservarsi è di fondamentale importanza: “osservati mentre apprendi” è il quarto passo.

Per passare al quinto passo dobbiamo considerare che i nostri pensieri non sono un “riflesso” della realtà, ma una loro “causa”: cambiando il significato che attribuiamo ad alcuni eventi possiamo cambiare gli stati d’animo che proviamo, e, di conseguenza, il nostro comportamento e le nostre esperienze. Ad esempio, interpretando l’esito di un esame non come un verdetto sulla propria identità, ma come un feedback sul proprio comportamento e

sulle strategie adottate, anche l'ansia d'esame può dissolversi, e, di conseguenza, anche il comportamento e i risultati che si ottengono cambieranno.

Il significato che noi attribuiamo alle esperienze dipende dalla prospettiva da cui le vediamo, cioè dalle "cornici" all'interno delle quali le inseriamo e le "leggiamo".

"Cambia cornice" è il quinto passo, e significa trasformare il significato di qualcosa, inserendolo in una cornice o in un contesto diverso da quello percepito in precedenza.

Ad esempio, adottare una "cornice feedback" di fronte agli errori, piuttosto che di una "cornice fallimento" aiuta a interpretare gli errori come "segnali" di strategie inadeguate che possono essere migliorate, piuttosto che come fallimento di un risultato.

Monitorando e ri-orientando il proprio dialogo interno, prendendo le distanze da alcune generalizzazioni e distorsioni che si attuano abitualmente con il linguaggio, spostando il focus della propria attenzione selettiva, si possono scorgere nuovi significati dalle proprie esperienze e a reincorniciarle in un modo che sia utile, anziché frenante, rispetto al proprio obiettivo.

Il nostro atteggiamento interiore esercita un grande potere non solo sulla nostra realtà personale, ma anche su quella delle persone con le quali ci relazioniamo.

In una scuola elementare della California, Rosenthal, un famoso ricercatore nell'ambito della psicologia sociale, sottopose gli alunni ad un test di intelligenza. Prese un campione a caso di ragazzini e disse alle loro insegnanti che si trattava di bambini molto dotati, destinati a progredire intellettualmente in modo impressionante. Dopo un anno, Rosenthal ripassò nella stessa scuola e le maestre si congratularono con lui per la sorprendente capacità predittiva del test: gli alunni elencati si erano effettivamente dimostrati i migliori della classe! E non si trattava di un'impressione delle insegnanti, i ragazzini in questione erano migliorati in modo eclatante. La spiegazione degli psicologi è che le nostre aspettative possono influenzare radicalmente le nostre relazioni con gli altri.

Ma questo effetto, che viene chiamato Effetto Pigmalione, non si verifica solo nelle relazioni fra genitore e figlio o fra insegnante e alunno, ma in tutti i rapporti umani di qualsiasi natura essi siano.

J.W. Goethe affermava: "Se tratti un uomo quale egli è, egli rimarrà così com'è. Ma se lo tratti come se fosse quello che potrebbe essere, egli diverrà ciò che potrebbe essere".

Il sesto passo ("ascolta") ci invita ad aprire il cuore e la mente all'ascolto, ricercando una giusta sinergia tra ascolto interno e ascolto esterno. L'ascolto esterno ci mette in relazione con il mondo esterno e con gli altri; l'ascolto interno ci mette in relazione con noi stessi, con il nostro mondo interiore, i nostri bisogni e le nostre sensazioni. Quando siamo sbilanciati

verso uno di questi due tipi di ascolto si verificano delle “strozzature” nella profondità delle nostre esperienze e nell’apprendimento. L’ascolto sinergico è un ascolto bilanciato, e si può apprendere e allenare con il proprio impegno e con il supporto di alcuni esercizi.

Gli ultimi due passi hanno a che fare con alcuni aspetti che abbiamo già considerato in precedenza: le proprie credenze personali, e la propria creatività.

Il settimo passo “trasforma le tue credenze”, accompagna una persona alla trasformazione una propria credenza limitante. Abbiamo visto che le credenze non hanno a che fare con la realtà, ma con alcune interpretazioni che diamo della realtà e che poi tendiamo a generalizzare. Risalire alle origini di una propria convinzione aiuta ad aprirsi al dubbio, e a ricercarne delle contro-evidenze. Quando si cambia paio di occhiali anche la realtà appare diversa. Per motivi di spazio non possiamo dilungarci ulteriormente su questo punto.

Riportiamo però una affermazione Echeverria⁵, il fondatore dell’ontologia del linguaggio: «Gli individui hanno la possibilità di creare se stessi attraverso il linguaggio. Nessuno è in una forma di essere data e immutabile, che non permetta infinite modificazioni. (...)».

L’ultimo passo, l’ottavo, è “gioca e sii creativo”, offre alcuni stimoli per esercitare la propria creatività in modo più pieno, e per vivere la dimensione ludica nell’apprendimento.

1. pianifica
2. specchiati
3. conosci te stesso
4. osservati mentre apprendi
5. cambia cornice
6. ascolta
7. trasforma le tue credenze
8. gioca e sii creativo

Per chi volesse sperimentare o approfondire la conoscenza di questo modello di sviluppo in 8 passi, si segnala il libro: “Gli 8 passi per apprendere ad apprendere – Coaching per l’apprendimento” (Franco Angeli, 2008), di Daniele Mattoni, completo di esercizi, tools, questionari e domande.

Note:

¹ E’ una associazione senza scopo di lucro, chapter italiano dell’International Coach Federation, la più grande associazione di coach professionisti, che promuove gli standard

professionali e etici del coaching nel mondo

2 Mattoni D. Gli 8 passi per apprendere ad apprendere – Coaching per l'apprendimento

Franco Angeli, Milano, 2008

3 L'ontologia del linguaggio studia il modo in cui l'uomo costruisce la propria realtà attraverso il linguaggio. Tra i più autorevoli esponenti segnaliamo Echeverria e Austin

4 Visalberghi A. Insegnare ed apprendere, Scandicci, La Nuova Italia, Firenze, 1988.

Bibliografia

Dilts R. I livelli di pensiero, NLP Italy, Roma, 2003.

Echeverria R. Ontologia del lenguaje Granica, Buenos Aires, 2005

Mattoni D. Gli 8 passi per apprendere ad apprendere – Coaching per l'apprendimento Franco Angeli, Milano, 2008

Morin E. La testa ben fatta, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2000.

Visalberghi A. Insegnare ed apprendere, Scandicci, La Nuova Italia, Firenze, 1988.

Whitmore J. Coaching, Sperling & Kupfer Editori S.P.A., Milano, 2002.