

Luciano M. Fasano
Dipartimento di Scienze sociali e politiche
Università degli studi di Milano

**CAI dell'informazione e condivisione:
il *cosa* e il *come* della comunicazione nel CAI**



Giornate della Comunicazione nel CAI – Bologna 29,30 settembre 2018

La comunicazione è anzitutto “stabilire una relazione”

Cosa vuol dire intendersi?

Avere sempre ragione?

Comprendere l'altro, anche se si pensa diversamente

Perseguire obiettivi comuni

Ma quali sono le regole del comunicare?



Non è questione di tecniche

@姝儿米

weibo.com/u/1719366903

La comunicazione come “relazione” vuol dire sforzarsi di ASCOLTARE L'ALTRO

LE REGOLE DELL'ASCOLTO

Non avere fretta di arrivare a conclusioni

Saper cambiare prospettiva

*Per comprendere l'altro devi assumere che abbia ragione
(capire vuol dire chiedere perché)*

Saper gestire in maniera “creativa” i conflitti

Ammettere che la comunicazione può produrre paradossi

*Usare una metodologia “umoristica”
(quando hai imparato ad ascoltare l'umorismo vien da sé)*



La comunicazione nelle organizzazioni

Non è mai un semplice flusso di informazioni: NON DECISION MAKING

È rispondere a PERCHÉ' si devono fare le cose (*non al come*)
SENSE MAKING

Se si sa perché fare le cose si trova anche come
farle

La comunicazione più efficace è quella delle *Learning Organization*
Organizzazioni “*resilienti*”, cioè capaci di ascoltare i segnali,
anticipare il cambiamento, contenere gli effetti negativi

Sense making è attribuire significato alle esperienze

Come si attribuisce significato alle esperienze?

La costruzione di un contesto comune (valori, comportamenti, regole non scritte)

Così la comunicazione costruisce una *relazione a due vie*

- *dall'alto verso il basso e dal basso verso l'alto*
- *dal centro alla periferia dalla periferia al centro*

Il CAI come una confederazione di diverse realtà

Il CAI è i suoi valori: la montagna, i rapporti umani, le esperienze condivise



Il CAI della condivisione

Il problema del rapporto fra centro e periferia non si risolve senza
RICONOSCERSI IN UNA RECIPROCA AUTONOMIA (dato di fatto e valore)

Il CAI è una *Compound Organization*: tante realtà, tanti livelli,
tante attività

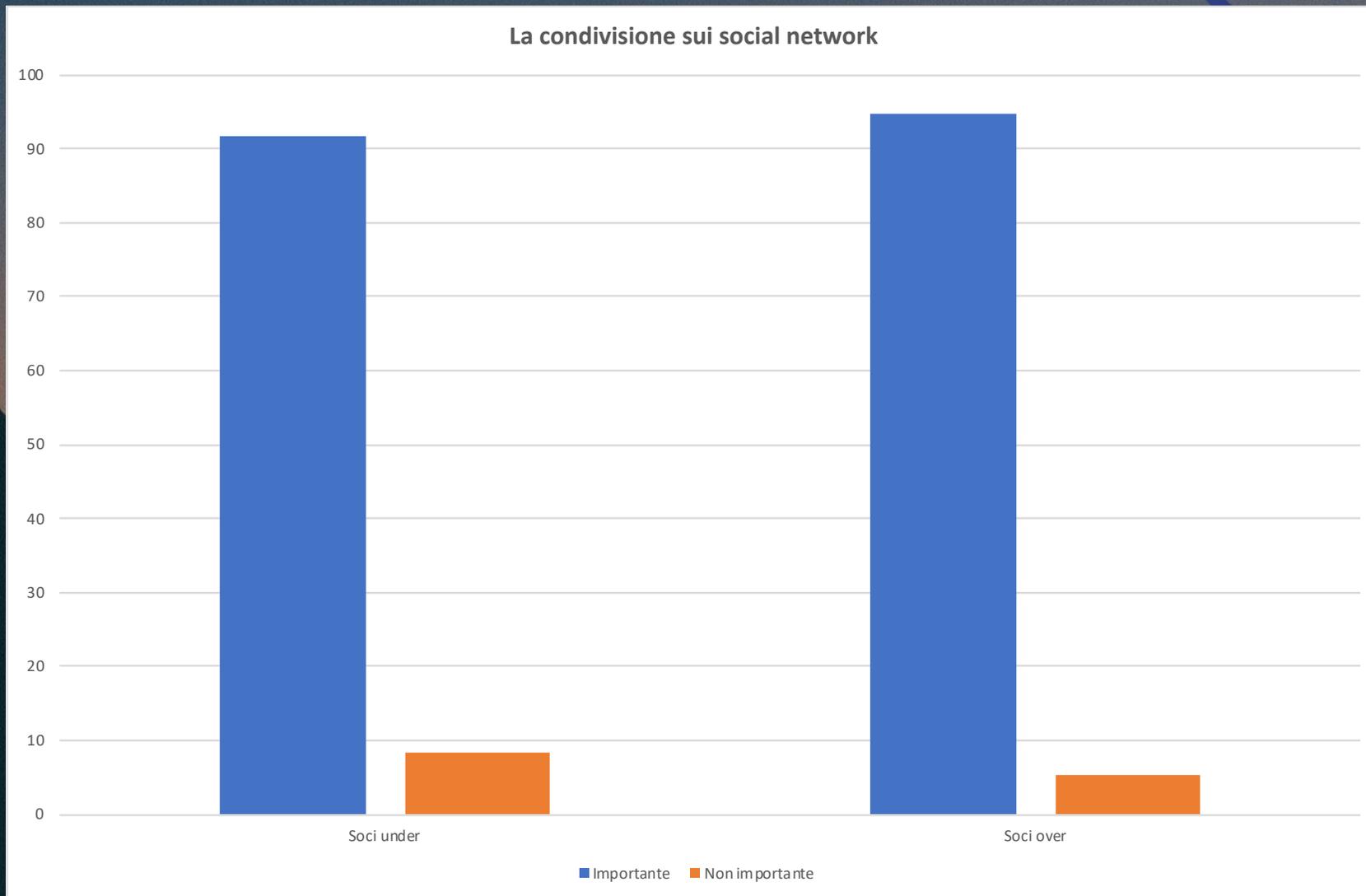
Quale grado di apertura al nuovo? I giovani, nuovi modi di vivere
la montagna

Per gestire il cambiamento l'organizzazione deve avvertire
l'esigenza comune - ai suoi diversi livelli - di gestirlo ...

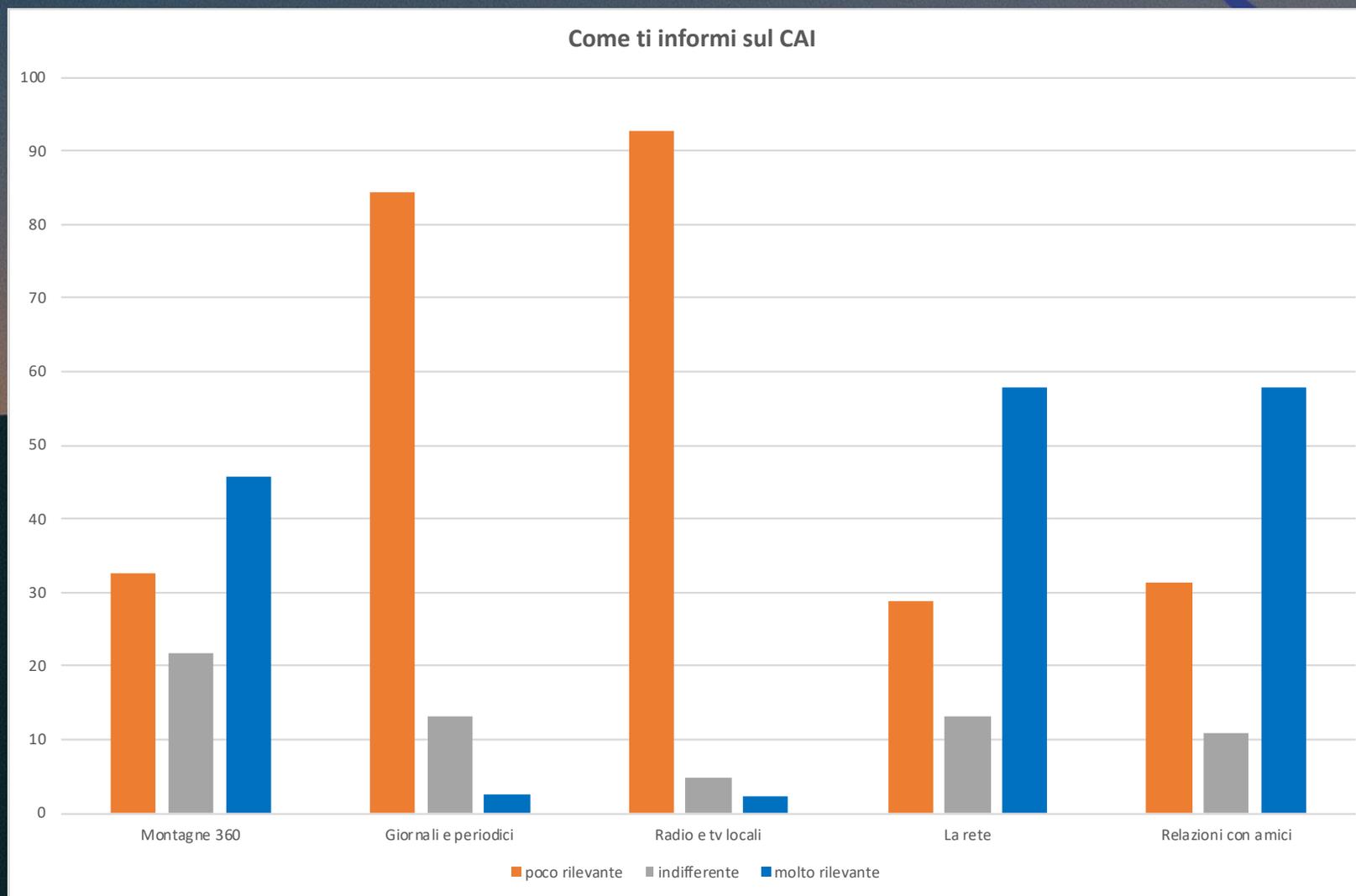
è il perché gestire insieme il cambiamento che permette di
affrontarlo ... il come viene di conseguenza



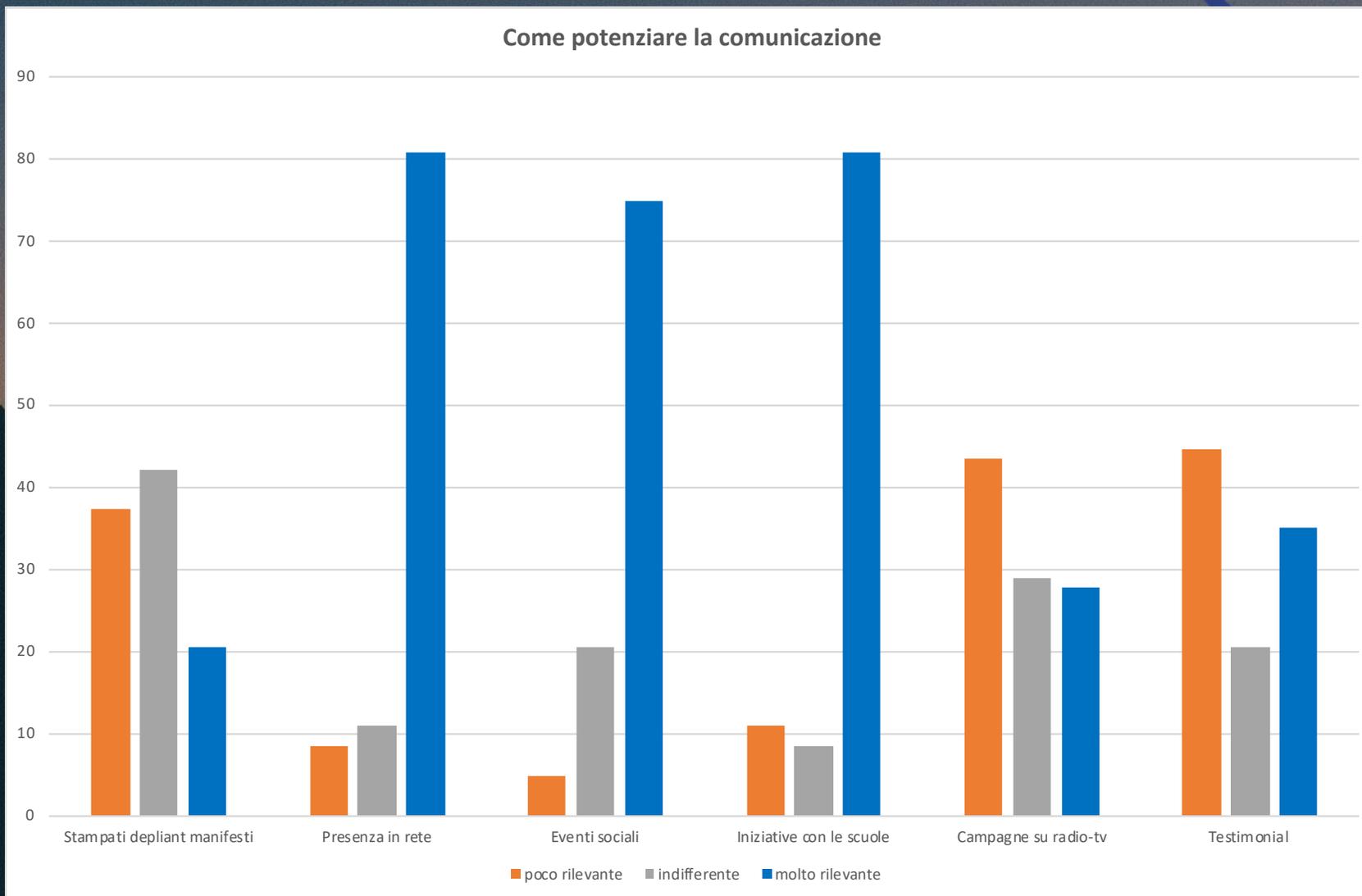
L'importanza dei social network per oltre il 90% dei soci (giovani e non)



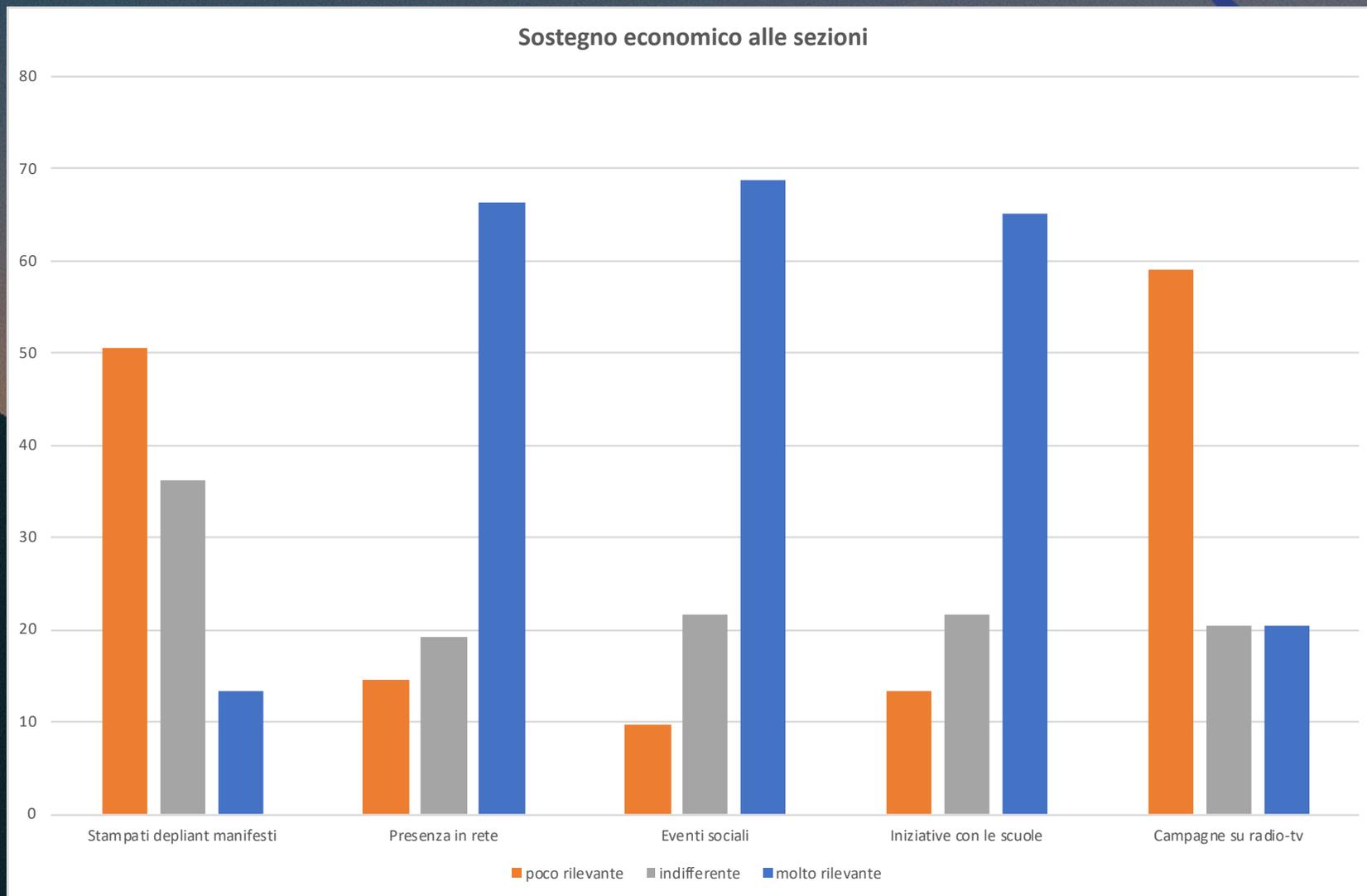
I soci sono già *“allineati”*: social network e relazioni faccia a faccia



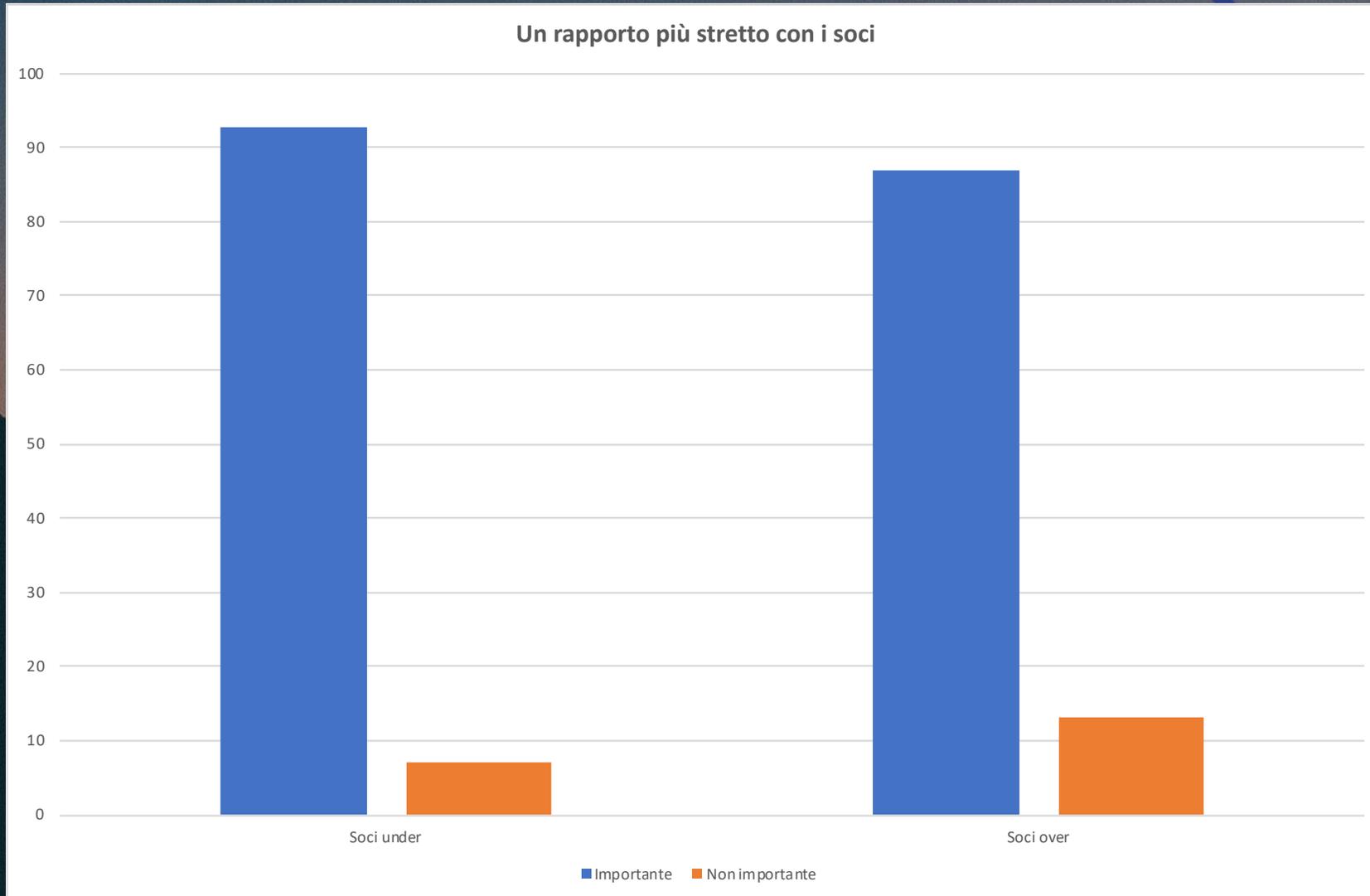
I canali di comunicazione da potenziare: rete, eventi sociali, la scuola



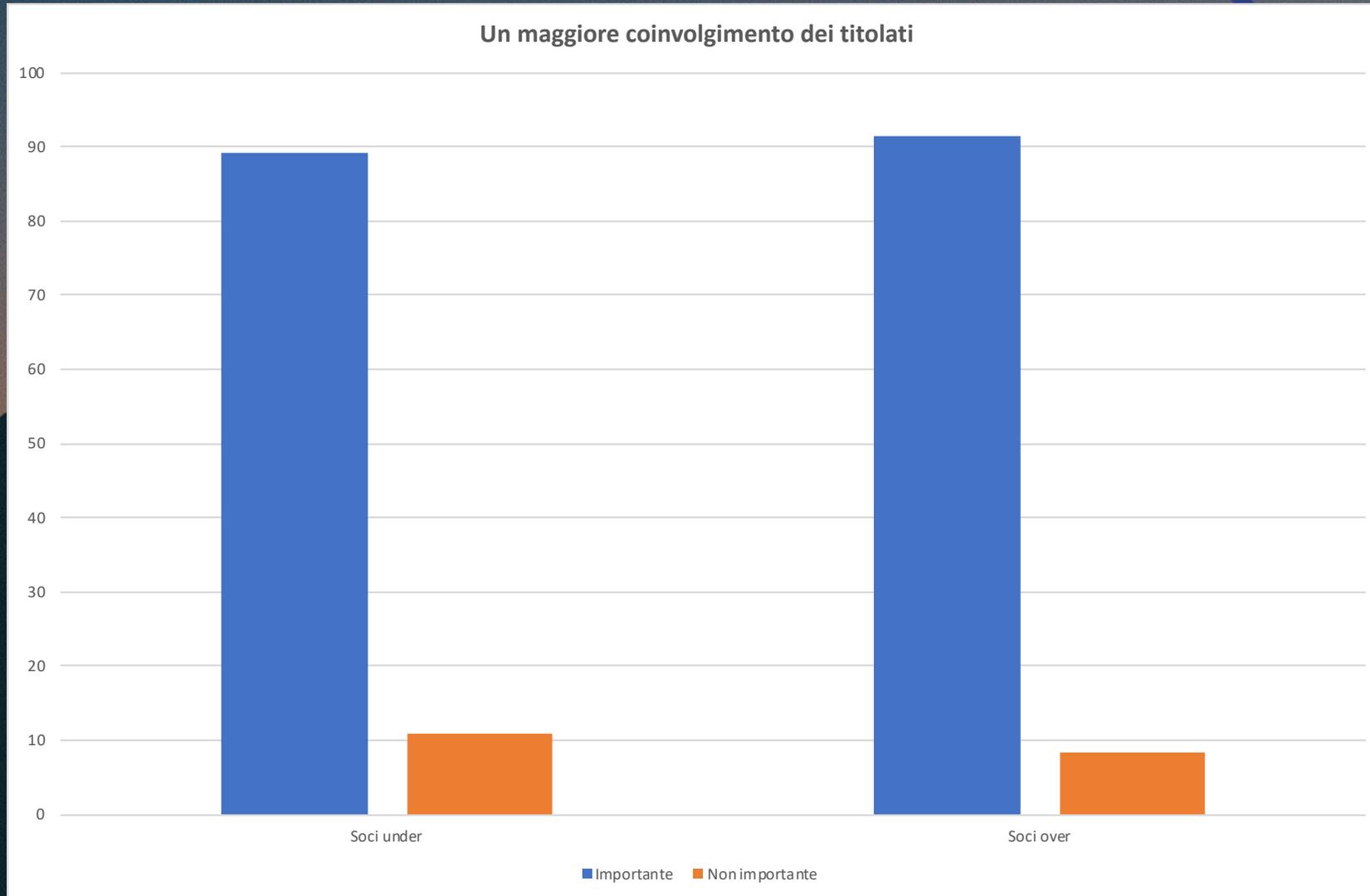
Il sostegno economico alle sezioni su: rete, eventi sociali, la scuola



La comunicazione è soprattutto ... “*relazione*”: un rapporto stretto coi soci



Il ruolo dei “titolati”: NON “*unti dal Signore*” MA “*compagni di viaggio*”



La comunicazione come tema culturale e sociale:
costruire la relazione

C'è un terreno di confronto comune fra gruppi dirigenti e soci:
il rapporto con la scuola, l'importanza dei social media,
le relazioni interpersonali (*faccia-a-faccia*)

Dobbiamo capire meglio cosa tiene unito il CAI:
perché facciamo le cose che facciamo

**PIU' DI 300 MILA SOCI ... UN CAPITALE
UMANO E ORGANIZZATIVO IMPORTANTE**



In conclusione ...

In questa due giorni vediamo di comprenderci, anche
nella diversità delle reciproche ragioni e prospettive

E vediamo di capire cosa ci tiene insieme

Se ci riusciremo faremo un gran passo avanti

BUON LAVORO A TUTTI NOI

