



L'insostenibile leggerezza dell'Apparire

idee e proposte per il Progetto Comunicazione della Cgil Lombardia

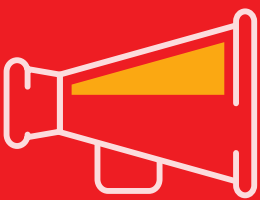


Cambia il lavoro, cambia la Cgil, cambia la nostra Comunicazione

Partiamo dall'esigenza di rispondere alle **sfide** di questa complessa fase storica, economica e culturale e dall'esigenza di comunicare in modo efficace la nostra Organizzazione. In particolare le **buone pratiche**, le esperienze innovative di sindacalizzazione e tutela: con un focus sulle linee di frattura, sulle aree di confine dell'azione sindacale (es: Toolbox/giovani, Feste Cgil, coworking, Auser, Strutture di tutela individuale, Federconsumatori, Sunia, Studenti, Digita, digitalizzazioni, Sindacato di Strada, Rider, lavoratori della gig economy, migranti, Europa, ecc.).

Comunicare il cambiamento della Cgil: dentro e fuori, coerentemente con il progetto di riorganizzazione della Cgil Lombardia avviato negli ultimi mesi.

Per noi la Comunicazione è una **funzione strategica** dell'organizzazione e implica una lettura critica e costante di tutte le fasi delle attività delle nostre strutture, l'avanzamento dei processi di digitalizzazione.



Ascoltare per comunicare

Abbiamo deciso di avviare una **fase di ascolto** delle strutture della Lombardia, per raccogliere le esperienze e i punti di vista, le relazioni e i fabbisogni dei diversi nodi della rete Cgil (CdL, Categorie, Servizi, Associazioni collegate), Parliamo di un tema strategico e non a caso presidiato con responsabilità precise (i Segretari Generali e a volte l'Organizzativo) e risorse dedicate. E tuttavia con una notevole articolazione tra le diverse esperienze. Esce confermata

l'impossibilità di uniformare codici, strumenti, modalità operative: non esiste disponibilità a farsi etero-dirigere sui temi della comunicazione e comunque esiste una concreta esperienza di rapporti consolidati con diverse società di comunicazione. E' invece diffusa una richiesta di **confronto** e anche di possibili **sinergie** tra la Cgil regionale e le strutture coinvolte nell'ascolto. La prima idea è di **far emergere** e confrontare le diverse esperienze e di sperimentare lavori comuni di valorizzazione e crescita. Peraltro il prezioso lavoro di questi ultimi anni, sostenuto da un primo lavoro di indagine con un questionario per rilevare le attività delle strutture e dai percorsi formativi già avviati nella fase successiva al lock down, testimoniano di un'attenzione costante della Cgil Lombardia.

In questo lavoro di ricerca coinvolgeremo anche i **Sindacati** degli altri paesi con cui abbiamo un rapporto di collaborazione, per avere il quadro della loro esperienza, delle loro attività comunicative e per sperimentare possibili azioni comuni.



Lockdown, Partecipazione, Assemblee

In tutti gli incontri è emerso l'impatto dello **shock** e il lungo periodo di **isolamento** durante la Pandemia caratterizzato da domande in aumento, da una transizione necessitata, veloce e improvvisata: dalla tutela in presenza alla tutela a distanza. Un periodo che ha costituito un acceleratore e incubatore dei processi di digitalizzazione e innovazione organizzativa straordinaria. Centrale è stata la comunicazione: prima come **problema** (gli strumenti tradizionali non funzionavano più) poi come **risposta** (videoconferenze al posto degli incontri fisici) e adesso come **investimento** (la digitalizzazione come esigenza e non più come ipotetica modalità futuribile).



Assemblee (vecchie e nuove)

Uno degli strumenti comunicativi più stressati è stata l'**assemblea** con i lavoratori e le lavoratrici nei luoghi di lavoro. L'esperienza delle assemblee in webinar (urgenti nei casi di chiusura in casa e CIG, gestione delle trattative con le aziende e dei Protocolli Covid dei delegati e dei RLS) ha fatto emergere molte **criticità**: nei casi ordinari (prima del Covid) le assemblee erano convocate con modalità consolidate, si svolgevano in luoghi conosciuti e gestite con procedure (in presenza) condivise dai lavoratori di quelle aziende. Le "nuove" assemblee costituivano invece una sfida non indifferente, a partire dalle modalità di convocazione, di comunicazione dei luoghi (virtuali e non più fisici) di svolgimento. In più la comunicazione on line ha immediatamente messo in crisi le tradizionali modalità nella **gestione dei tempi** e nella scelta dei **codici** (l'inadeguatezza del "sindacalese") delle relazioni e degli interventi, problema già emerso in forma autocritica nella riflessione sulla gestione delle assemblee tradizionali ma esplose durante i webinar. Questo ha indotto processi di assestamento, formazione, sperimentazione che vanno messi a sistema.

Abbiamo inoltre assistito ad alcune **esperienze pilota** molto interessanti che spesso partivano dall'emergenza (es CIG da Covid per dipendenti diffusi sul territorio nazionale), che hanno generato canali inediti, sopravvissuti al Covid e che hanno permesso ad alcune strutture (in particolare alcune Categorie, anche a livello nazionale) di trovare nuove forme di comunicazione stabili con lavoratori prima scarsamente o per nulla intercettati. Quindi non conviene derubricare queste esperienze come una parentesi che

adesso possiamo chiudere per tornare alla "normalità".

Una specifica azione di adeguamento delle abilità e degli strumenti per sindacalisti/e, delegati/e avrà a che fare proprio con il ritorno all'attenzione per l'utilizzo di tutte le ore previste dai Contratti Nazionali: garantire lo svolgimento sia nel caso di assemblee in presenze che in webinar, recuperando l'abitudine a **monitorare ed utilizzare il monte ore previsto**. Pensiamo di dedicare uno **specifico percorso formativo** proprio alle assemblee: strumento tradizionale ma da gestire anche con modalità sperimentali, come fatto ad es. durante i corsi con Robin Poppe sulle modalità di gestione delle riunioni degli organismi della Cgil che hanno già coinvolto una parte dei gruppi dirigenti delle nostre strutture.



Soggetti e Codici plurali: La comunicazione non è neutra

La transizione **digitale** ed **ecologica**, i temi delle **differenze** d'identità di **genere** suggeriscono di tenerne conto anche nella fase di progettazione di un percorso di ricostruzione della nostra rete sulla comunicazione.

Pensiamo di **coinvolgere** atenei, scuole di specializzazione e anche istituti e scuole secondarie sia per coinvolgere la comunità accademica su uno studio della comunicazione sindacale e delle sue prospettive, sia per raccogliere contributi, valorizzando magari le **differenti esperienze** di premi, borse di studio, tirocini, sperimentate da molte nostre strutture. Provare a comprendere insieme cosa manca alla comunicazione sindacale, capire come arrivare **ai ragazzi e alle ragazze**, coinvolgendoli, a partire dalle occasioni in cui li incontriamo: ad es. le

occasioni dei Friday for Future o i Pride. Come comunicare (con) loro e più in generale al mondo del lavoro e alla società, la nostra identità, le nostre prerogative, i risultati della nostra attività: trovare una forma di comunicazione massiva e controcorrente, capace di proporre una **lettura critica** delle crisi che stiamo attraversando e la ricerca di un modello di sviluppo diverso, raccontando anche i successi dell'azione sindacale. Dire e dimostrare che il **sindacato serve**, che è in grado di raggiungere risultati, che è **bello impegnarsi** e che **uniti si vince**.



Una platea larga di comunicatori

La fase maggiormente presidiata è il rapporto con la **stampa locale**, i **media** tradizionali e i **social** con una varietà notevole e qualche costante. Molte strutture dedicano una figura specifica a queste attività, spesso associate alla gestione dei siti e a volte ad interessanti esperienze di rapporto diretto con gli iscritti (**Newsletter**) ed a un' autonoma attività di produzione culturale ed editoriale.

Il questionario approntato per il progetto formativo e i verbali delle recenti Conferenze d'Organizzazione fanno emergere una prima interessante serie di dati su cui lavorare. In realtà se non ci limitiamo alla **platea** delle persone pagate in modo specifico per fare queste attività (circa una trentina) emerge una platea più vasta di persone che in modo assiduo e competente (a volte anche laureate in comunicazione o giornalisti) presidiano gli strumenti di comunicazione delle proprie strutture (stimiamo circa 300 persone, distribuite non omogeneamente). Per questo stiamo preparando una griglia di **proposte formative** articolata,

diversa per livelli e interessi, strumenti, linguaggi e capace di intercettare in modo permanente le domande di questa platea più larga e in continua evoluzione. Una costante analisi dei fabbisogni formativi che orientino i percorsi formativi e permettano di sperimentare **innovazioni formative e di progettazione** adeguate.



Non solo media

Il presidio della fase "finale" dei rapporti coi media non esaurisce tuttavia gli interessi e le richieste delle strutture: emerge con forza la necessità di pensare a tutte **le fasi e le modalità** di comunicazione interna ed esterna, focalizzando alcuni punti critici (ad es. la difficoltà nella gestione di un flusso importante di mail senza un ordine di priorità o scala d'interesse e quindi col rischio di farle apparire "appiattite" e quindi poco lette). Questa parte presuppone il coinvolgimento di Sintel e del Gruppo di Lavoro con altre strutture (a partire dalla Cgil Piemonte e Veneto) già coinvolte nel processo di adattamento e innovazione tecnologica delle nostre attività sindacali.



Possibili servizi della Cgil Lombardia

Tra le varie richieste emerse nella fase di ascolto emerge una grande varietà legata alle diverse esperienze e differenti modelli organizzativi delle strutture. Su alcune pensiamo di poter lavorare da subito con

il Coordinamento che stiamo costituendo, per sperimentare e poi mettere a regime alcune possibili risposte da parte del Regionale:

- Assistenza/convenzioni sulla **grafica** e i software più utilizzati, per tutti gli strumenti creativi utilizzati dalle strutture;

- **Formazione** Stiamo pensando ad un Piano Formativo dedicato e articolato con percorsi di base, avanzati, personalizzati, per Videomaker, sulla scrittura creativa e storytelling, sulle modalità di gestione delle assemblee, sulla privacy e sicurezza dei dati, su Digita. Pensiamo di articolare le platee e le proposte formative per **supportare** tutte le fasi dei processi comunicativi, coerentemente con il processo di **riorganizzazione** già avviato. Partendo dall'analisi delle realtà concrete delle nostre strutture avviato nel 2019 e da un primo percorso formativo che ha riguardato comunicatori e Segreterie.

- **Media Room** in Via Palmanova con corner attrezzato per riprese, dirette, conferenze stampa, macchine da ripresa e strumenti di registrazione, regia audio (es. podcast) e video PC e software per montaggio e post produzione;

- **Rapporti coi media** e conferenze stampa. Rafforzamento dello spazio sui social e sul sito regionale per le news e le iniziative delle strutture;

- Produzione di **"semilavorati"** a disposizione di strutture e comunicatori: brevi commenti ed elaborati sulle novità legislative della Regione, e degli altri soggetti legislativi, degli Enti previdenziali e di Welfare, sulle attività di tutela e vertenza legale, coordinandoci con le attività dei Servizi e di Collettiva per rispondere in modo puntuale e celere alle domande e costruire campagne ad hoc sui singoli temi. L'idea è di partire da un costante aggiornamento sulla Finanziaria e sulle misure riferite alle vertenze e alle iniziative sindacali in corso, per sostenere le iniziative di contrasto e alimentare la

crescita di un punto di vista e di critica del sindacato;

- E' emersa l'idea di produrre alcuni **podcast** della Cgil Lombardia sul "senso" degli avvenimenti, sugli appuntamenti istituzionali e sui processi di innovazione organizzativa già avviati per recuperarne l'evoluzione, le implementazioni, registrarne i risultati e gli avanzamenti. In generale ripensare alle fasi intermedie di comunicazione in una logica di partecipazione attiva e di feedback;

- Stiamo lavorando, assieme all'Archivio del Lavoro, ad un progetto sperimentale: una serie **podcast** legata alla **Storia Sociale** del nostro paese coinvolgendo l'Archivio nazionale e altri Archivi della Cgil;

- **Campagne tematiche** che durano nel tempo su temi specifici: Sanità e assistenza in Lombardia (liste d'attesa, sostegno alla Sanità Pubblica, Difesa della 194), Sicurezza e Salute sui luoghi di Lavoro, Appalti, Mafie, Pace e Solidarietà, Contrasto alla violenza di genere, ecc. condividendo temi e strumenti con le Associazioni, i ricercatori i soggetti sociali con cui costruiamo i movimenti e queste attività in Lombardia;

- **La Newsletter:** mutuando le esperienze fatte da alcune Camere del Lavoro e Categorie, esploreremo modalità di rapporti diretti con gli iscritti. Su questo stiamo progettando un primo laboratorio dei comunicatori delle strutture per realizzare un prototipo;

- Stiamo aggiornando il **sito** della Cgil Lombardia e abbiamo scelto di coinvolgere le persone che lavorano in Via Palmanova per raccogliere eventuali proposte e lavorare per aumentarne la fruibilità e modificare le modalità di gestione, per aggiornarlo con maggiore partecipazione e facilità d'uso. Questo percorso sarà gestito in parallelo anche dalla FILT regionale che ha un analogo progetto di restyling del proprio sito.

Per tutte le strutture proponiamo un **check** di Sintel per valutare i criteri di sicurezza e di rispetto della privacy

- **Analisi e verifica** dell'**efficacia** delle nostre campagne e dei nostri strumenti, mettendo a confronto esperienze comunicative già realizzate sullo stesso tema specificando il percorso seguito nella realizzazione della campagna o dei materiali: esigenza comunicativa, brief, selezione dei target, degli strumenti e dei canali, risorse impegnate e impiegate, tempi, valutazione dei risultati. Alcune strutture già utilizzano in modo ordinario strumenti di misurazione e analisi dei nostri strumenti comunicativi (soprattutto social) e producono report sulle attività svolte: intendiamo condividerli e immaginare una modalità di formazione costante e sperimentazione per estenderne l'uso e l'efficacia.



**Una proposta
condivisa**

Pensiamo di proporre un documento da elaborare e condividere e di dedicare, al termine della stagione congressuale, una specifica riunione delle strutture per approfondirne i contenuti e le modalità di condivisione.

L'idea è di presentare un **Piano pluriennale della Comunicazione** che definisca gli investimenti necessari e orienti le varie attività delle strutture della Cgil lombarda, in modo costante e monitorato. Pensiamo anche di potenziare il ruolo del **Coordinamento dei Comunicatori** che continuerà ad essere attivato nei momenti tipici legati ad appuntamenti importanti (ad es. Scioperi, Treno per la Memoria, ecc.) ma di immaginarlo anche come luogo di riflessione, ricerca, proposta e sperimentazione costanti sui temi della Comunicazione.



**Forme nuove generano
contenuti nuovi**

- **L'Evento**

Stiamo pensando ad una occasione di riflessione e partecipazione più larga da fare dopo il Congresso; di promuovere una serie di eventi legati alla comunicazione: seminari, workshop aperti anche al contributo di Collettiva, delle diverse società con cui le strutture collaborano, con Università, Associazioni con cui collaboriamo, Centri di ricerca, studiosi sui temi dei media, della comunicazione sociale, di genere. Alla possibilità per le strutture di esporre, in mondo fisico e virtuale, le proprie attività, prodotti comunicativi e progetti e di condividere esperienze e possibili progetti comuni. Alla possibilità di proporre una selezione delle produzioni culturali: film, teatro, musica, libri, fumetti, mostre dedicate ai temi del lavoro, alle attività sindacali, alla storia delle strutture della Cgil (particolarmente stimolate in questa stagione congressuale o dagli anniversari delle strutture).

- **La "nuova" web tv**

Il prezioso lavoro già avviato per aggiornare software e architettura dell'IPTV fondata nel 2007 che ha raccolto in questi anni quasi 8.000 film, documentari, spot, documenti visivi della Cgil, dei sindacati di tutto il mondo, dei movimenti e delle Associazioni con cui collaboriamo, permetterà di proporre un rinnovato strumento di raccolta e condivisione delle diverse esperienze di comunicazione e produzione culturale, ripensare i palinsesti e la possibilità di usare schermi per la comunicazione diretta con le persone che entrano nelle sedi sindacali collegate.

