

## INDICE

|               |      |
|---------------|------|
| Presentazione | p. 9 |
|---------------|------|

### PARTE PRIMA

#### Una comunicazione responsabile

|          |                           |    |
|----------|---------------------------|----|
| Cap. I   | L'arte dell'ascolto       | 13 |
| Cap. II  | Stili di comunicazione    | 23 |
| Cap. III | L'arte della domanda      | 29 |
| Cap. IV  | Creare <i>feeling</i>     | 31 |
| Cap. V   | L'esercizio della critica | 37 |
| Cap. VI  | Parlare in pubblico       | 45 |
| Cap. VII | Strategie di richiesta    | 53 |

### PARTE SECONDA

#### Perfezionamenti

|           |                                           |    |
|-----------|-------------------------------------------|----|
| Cap. I    | Il paraverbale: la voce                   | 61 |
| Cap. II   | Il paraverbale: il tono                   | 63 |
| Cap. III  | Canali di accesso per la comunicazione    | 65 |
| Cap. IV   | Suscitare empatia                         | 71 |
| Cap. V    | Mescolare gli ingredienti: toni, pause... | 75 |
| Cap. VI   | Il linguaggio degli occhi                 | 77 |
| Cap. VII  | Trattamento delle obiezioni               | 81 |
| Cap. VIII | Guidare un gruppo                         | 85 |
| Cap. IX   | Condivisione nel gruppo                   | 87 |

---

|          |                               |     |
|----------|-------------------------------|-----|
| Cap. X   | Il breviario del comunicatore | 89  |
| Cap. XI  | Focus/Defocus/Lateral         | 93  |
| Cap. XII | Negoziare                     | 97  |
|          | Rendiconto                    | 99  |
|          | Bibliografia                  | 107 |

---

## Presentazione

Quando entriamo in un ambiente qualcosa cambia. Appena varcata la soglia la nostra semplice presenza parla agli altri. Che si pongono domande e si danno risposte. Perché si veste in quel modo, cosa vorrà? Per quale scopo è venuto, possiamo fidarci? Un dialogo virtuale che anticipa e condiziona la conversazione, influenza la comprensione e può deciderne, in definitiva, il successo.

Il segreto della comunicazione è affidato a questo combinarsi tra detto e non detto, un insieme di parole, gesti, posture, sguardi che rendono indistinguibile il messaggero dal messaggio. Che lo vogliamo o no, la comunicazione tesse il filo invisibile di una relazione umana e la sua qualità sta nelle nostre mani. Le stesse cose pronunciate da persone diverse generano effetti diversi. Le stesse cose esposte con supporti differenti provocano sensazioni differenti.

Interrogiamoci allora su come trasmettere, noi rappresentanti della FLC CGIL, quei valori di rispetto, dignità, confronto che animano la nostra missione sociale. Come rendere la differenza tra il sindacato della conoscenza e le altre compagnie in maniera da decidere l'interlocutore a sceglierci e ad abitare la nostra casa.

In questo libriccino trovate suggerimenti affinché, varcando la soglia quotidiana dei luoghi di lavoro e accogliendo i lavoratori nelle nostre sedi, si possa respirare una possibilità e una disponibilità introvabili altrove. Per esprimere con la nostra presenza, quando si varca la soglia, quella fiducia e quella credibilità necessarie all'esercizio di un mandato rappresentativo e democratico.