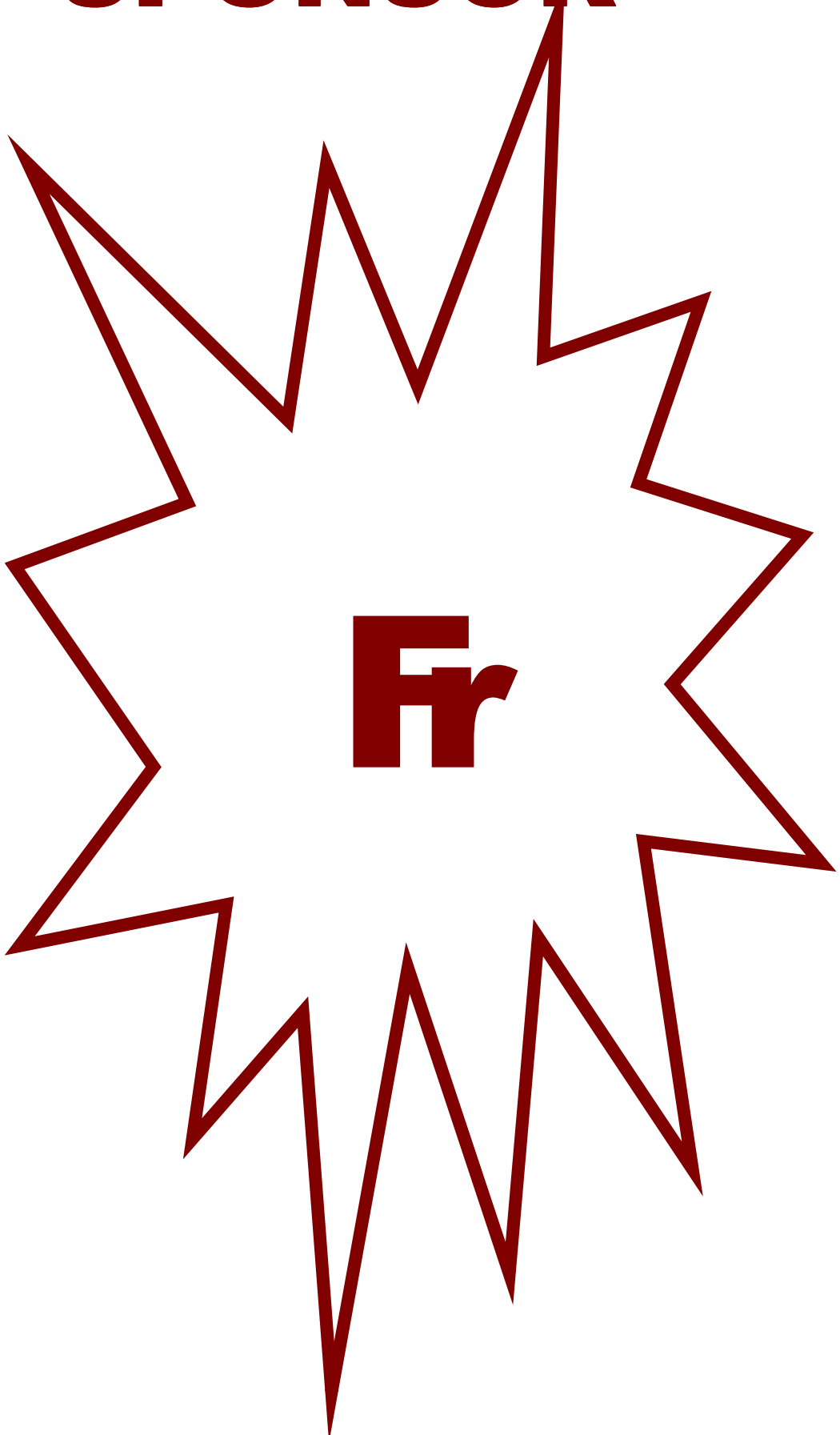


**SPONSOR**

**Fr**





# **BRAINSTORMING**

**N° 5b**

2377)

### LA STANCHEZZA SUL LAVORO?

<< ... LA **VERA STANCHEZZA COLPISCE CHI NON FA NULLA**, E' DAVVERO DIFFICILE NON FAR NULLA, SPECIE SE LO SI VUOLE FARE BENE. LA VERA CITAZIONE DI UN LEADER? ... **"NON HO TEMPO DI ESSERE STANCO"**... >>.

2378)

### È PIÙ UTILE ESSERE **DURI** O **MOLLI** ?

<< ...

- ... NON COSTRINGERE, NON PICCHIARE, **NON DARE SEMPRE ORDINI!**...
- ... **C'E' PIU' FORZA NEL MOLLE** CHE NEL **DURO**: SAI CHE **L'ACQUA E' PIU' FORTE DELLA PIETRA** E CHE **L'AMORE E' PIU' POTENTE DELLA VIOLENZA?** ... >>.

2379 ) <<... **MAI UN UOMO** O UN **ATTO** E' **TUTTO SAMSARA** O **TUTTO NIRVANA**:

*MAI UN UOMO E' INTERAMENTE SANTO O INTERAMENTE PECCATORE.* ... >>.

2380)

### L'“ANIMAZIONE” DELLE PERSONE?

<< ... NON SI PUO' IMPOSTARE L'ANIMAZIONE DELLA RISORSA UMANA COME SE SEMPRE SI DOVESSE GIOCARE UN "DERBY". IL "DERBY" CAPITA 2 VOLTE L'ANNO; SE LO ORGANIZZI **TUTTI I GIORNI** NON È (NEMMENO) UTILE. ... POI, SI RISCHIA DI **CARICARE TROPPO** I "GIOCATORI" CHE **ACCUSERANNO IPERALLENAMENTO** E, **SUL PIU' BELLO, SVENIRANNO SUL "CAMPO"**... >>.

2381)

### ~5000 ANNI FA **AGRIGENTO/SICILIA**

### ERA COME LA **N.Y.C.** DI OGGI!

**"S PRINCIPI DI VITA" DELL'ANTICHISSIMA**

**"SAGGEZZA SICILIANA"**

- 1) **"CU' ZAPPA ZAPPA 'A SO' VIGNA CU' MALA 'A ZAPPA MALA 'A VIGNA!"**
- 2) **"METTITI CU' CHIDDI MEGGHJU DI TIA E PEDDICI I SPISI!"**
- 3) **"CU' TI VOLE BEN TI FA CIANCIRI; CU' TI VOLE MAL TI FA IRIDIRI!"**
- 4) **SE DEVI IMITARE QUALCUNO, IMITA I "MEGGHJU": I "PEGGHJU" VONNU SULU 'U TO' MALI"**
- 5) **E' 'A TO' "ANIMA" CHE DEVI "CANCIARI" CHIU' DU' "CIELU" SUPRA 'A TO' TESTA!**

E UN ... POETA SICILIANO (S.Q.>PREMIO NOBEL) OSSERVA:  
**"OGNUNO STA SOLO SUL CUOR DELLA TERRA,  
TRAFITTO DA UN RAGGIO DI SOLE:  
ED È SUBITO SERA".**

2382 )

### LA PUBBLICITÀ?

<< ... OGGI, MEDIAMENTE, IL **38% DEGLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI** SONO APPANNAGGIO DELLA **STAMPA** (QUOTIDIANI, PERIODICI, ... ), IL **58% VA ALLE TV**

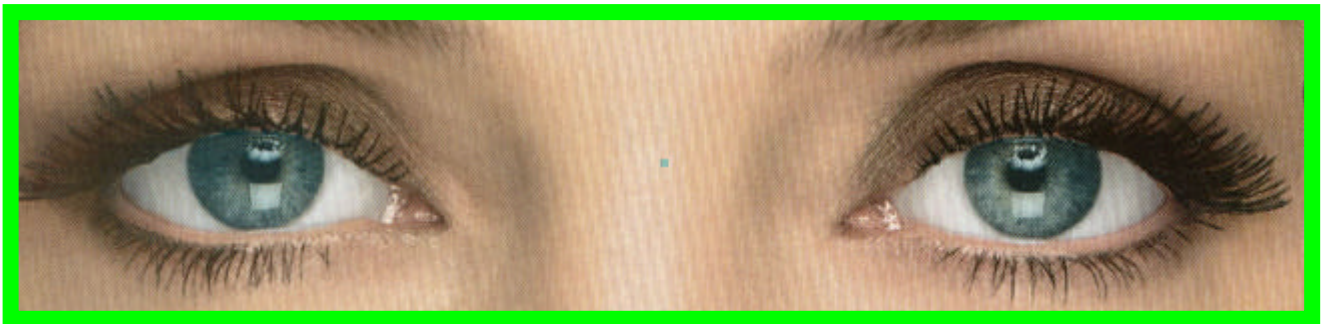
NAZIONALI, L'1,5% ALLE RADIO, IL 2,5% ALLE AFFISSIONI. NEGLI ULTIMI ANNI SI E' ASSISTITO A CAMBIAMENTI RADICALI:

- a) SONO AUMENTATI GLI " SPAZI ";
- b) I CONSUMATORI SONO PIU' ATTENTI;
- c) E' CAMBIATO IL MODO DI FARE PUBBLICITA'.

LO SLOGAN SI E' EVOLUTO : LA PARTE EMOZIONALE RESTA FONDAMENTALE. E' CRESCIUTA LA VALENZA RAZIONALE DEL MESSAGGIO: IL CONSUMATORE NON E' PIU' SOLO PASSIVO: DA' GRANDISSIMA IMPORTANZA AL VALORE INTRINSECO DEL PRODOTTO, AL PREZZO E AL SERVIZIO. LA QUALITA' DEL PRODOTTO RESTA LA BASE PER UNA BUONA CAMPAGNA PUBBLICITARIA, LA PUBBLICITA' DEVE SOVRAPPORSI. E' COME BERE UN BUON SPUMANTE ITALIANO IN UN BICCHIERE DI CRISTALLO BACCARAT PIUTTOSTO CHE IN UNO DI PLASTICA.

IL SUCCESSO, COMUNQUE, DI UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA SI MANIFESTA NEL TEMPO. IL PRODOTTO, PRIMA DI TUTTO, DEVE ESSERE POSIZIONATO, POI OCCORRE CORREGGERE IL TIRO DEL MESSAGGIO E PERSEVERARE AFFINCHÉ L'IMMAGINE CREATA NON SI SFUOCHI E COSI' VENGA ASSIMILATA COMPLETAMENTE ( SPESSO DOPO UNA DECINA D'ANNI ). NELLA " PUBBLICITA' COMPARATIVA " ( GIA' ATTIVA IN USA ) OVE E' AMMESSO IL PARAGONE TRA PRODOTTI, SOTTO REGOLE PRECISE, SE SI AFFERMA UNA QUALITA' O UNA CARATTERISTICA DEL PRODOTTO, SI DEVE DIMOSTRARE CHE L'AFFERMAZIONE E' CORRETTA; SE NO C'E' IL RISCHIO DI CAUSE LEGALI E DEL RISARCIMENTO PER MILIONI DI DOLLARI SIA DEI CONCORRENTI CHE DEI CLIENTI. UNA COSA, INFINE, E' CERTA, PER MOLTI ANNI ANCORA SI CONTINUERA' AD AVVERTIRE IL FASCINO DEL POSSESSO DEI BENI E PERCIO' CI SARANNO CAMBIAMENTI, SI CONSUMERA' PIU' CULTURA, SERVIZI, VIAGGI, REALTA' VIRTUALI, MA:

**" L'INDIVIDUALITA' DELL'UOMO CONTINUERA' SEMPRE AD ESPRIMERSI ANCHE ATTRAVERSO I CONSUMI. LE COSE CAMBIERANNO APPARENTEMENTE, MA NON NELLA LORO ESSENZA. PER VIVERE SI CONTINUERA' AD AVERE BISOGNO DI ILLUSIONI "... >>.**



2383 )

### **CHE IDEA HO DELL'ITALIA?**

<<... L'ITALIA NON TI CONSENTE DI AVERE DI SE' UN'IDEA ASTRATTA (COME PER I FRANCESI LA FRANCIA). L'ITALIA SI PUO' AMARE IN MODO CARNALE. IO VIVO E LEI SCORRE NELLE MIE VENE, LA SENTO NELLE NARICI QUANDO RESPIRO!...>>.

2384 )

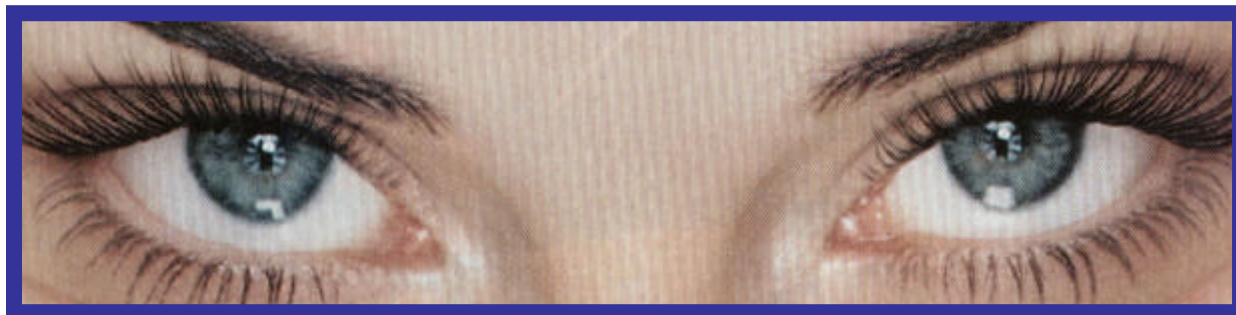
### **IL PESO POLITICO DEI MERCATI?**

<< . . . I MERCATI, BENCHE' POLITICAMENTE IRRESPONSABILI, VOTANO TUTTI I GIORNI. E IL LORO VOTO HA PIU' PESO DELLE IDEOLOGIE E DEI PROGRAMMI POLITICI. . . . >>.

2385 )

### **LA RICCHEZZA, LA POVERTA', IL POTERE?**

<< . . . LA RICCHEZZA NON SOSTITUISCE LA CAPACITA', NE' LA POVERTA' COSTITUISCE UN MERITO. E CHE LA MIGLIORE ATMOSFERA SOCIALE SIA QUELLA NELLA QUALE I PIU' ATTIVI, I PIU' COLTI, I PIU' CAPACI, I PIU' ONESTI OCCUPANO I POSTI DI COMANDO NON E' VERO. IL PRIVARE POCHI ABILI DEL POTER SFRUTTARE LE OPPORTUNITA' CHE INCONTRANO O INVENTANO E' UNA TIRANNIA UGUALE AL RENDERE SCHIAVI I PIU' PER BENEFICIO DI POCHI. . . . >>.



2386 )

### **LA COMUNICAZIONE E L'AMORE?**

<< . . . NON SOLO LA PAROLA O LA SCRITTURA SONO I SOLI MODI DI COMUNICARE; CI SI PUO' ESPRIMERE ANCHE . . . FACENDO L'AMORE. . . . >>.

2387 )

### **LA POVERTA', L'INSUCCESSO?**

<< . . . NON SONO SEMPRE DOVUTI ALLE CONDIZIONI SOCIALI O ALL'INGNORANZA DEGLI INDIVIDUI. ESSE DIPENDONO DA CONDIZIONI GENERALI DELLA VITA, DA SCARSA CAPACITA' O VOLONTA' DI LAVORARE, DA POVERTA' D'IMMAGINAZIONE, DA INFERIORITA' O DA ACCIDENTI FISICI O FISILOGICI AI QUALI SI DEVE PROVVEDERE CON LA CAPACITA' PRIVATA O PUBBLICA, E, TANTO MEGLIO QUANTO DIRETTA, LOCALE E MENO BUROCRATICA CHE POSSA ESSERE; NON GIA' CON MODIFICAZIONI DELLE STRUTTURE SOCIALI. . . . >>.

2388 )

### **IL VERO CONSERVATORE?**

<< . . . HA RISPETTO PIUTTOSTO PER IL TEMPO CHE PER LO SPAZIO, E TIENE CONTO DELLA QUALITA' PIUTTOSTO CHE DELLA QUANTITA'. NON DISPREGIA LE COGNIZIONI, MA SA CHE NON HANNO VALORE SENZA I PRINCIPI. SA ANDARE ALL'INDIETRO PERCHE' PER ANDARE AVANTI BISOGNA QUALCHE VOLTA ARRETRARE PER PRENDERE MEGLIO LA SPINTA. NON E' REAZIONARIO, RETROGRADO, TRADIZIONALISTA, NOSTALGICO, EGLI VUOLE " CONTINUARE MANTENENDO " E NON TORNARE INDIETRO PER FARE ESPERIENZE NEGATIVE. IL VERO CONSERVATORE SA CHE A PROBLEMI NUOVI OCCORRONO RISPOSTE NUOVE, ISPIRATE A PRINCIPI PERMANENTI. EGLI E' PERSUASO DI ESSERE CERTAMENTE L'UOMO DEL " DOMANI ": IN QUANTO SARA' RICONOSCIUTO QUANDO GLI AVVERSARI AVRANNO FALLITO. EGLI NON E' CONTRARIO ALLE NOVITA' PERCHE' NUOVE; MA NON SCAMBIA L'IGNORANZA DEGLI INNOVATORI PER NOVITA'. EGLI E' CONVINTO CHE L'UOMO NON E' CAMBIATO PROFONDAMENTE DALLA SUA APPARIZIONE SULLA TERRA. . . . >>.

2389 )

### **L'ENERGIA DELL'UOMO?**

<< . . . LE ENERGIE DELL'ENORME MAGGIORANZA DEGLI UOMINI NON SONO RAZIONALI MA PASSIONALI ED EFFETTO DI IMMAGINAZIONE. QUINDI, OCCORRE FARE SI' CHE IL POTERE SIA IN MANO DEI PIU' RAZIONALI, DEI PIU' COLTI, DEI

MEGLIO EDUCATI, DI COLORO CHE HANNO DIMOSTRATO DI SAPERE INVENTARE, DI POTER PRODURRE, DI VOLERNE CONSERVARE IL PRODOTTO E D'AVERE SENSO DI RESPONSABILITA' NELL'USO DEL POTERE E DELLA RICCHEZZA CHE SI PUO' CONQUISTARE CON LA COMPETIZIONE. . . . >>.

2390 )

### LA CONVERSAZIONE?

<< . . . NELLA CONVERSAZIONE CI SI ASTENGA DA OSSERVAZIONI INTESE A CORREGGERE, PER QUANTO A FIN DI BENE: POICHE' OFFENDERE LA GENTE E' FACILE, MIGLIORARLA E' DIFFICILE, SE NON IMPOSSIBILE. . . . >>.

2391 )

### LA "LINGUA" DEL LEADER?

<< . . . NESSUN LEADER PUO' PIU' AMBIRE DI PARLARE LA "LINGUA" DI TUTTI (VEDI ROOSEVELT, CHURCHILL, DE GAULLE, ECC...). LA SOCIETA', SOPRATTUTTO OCCIDENTALE, NON SARA' COMPOSTA PIU' DA CLASSI CEMENTATE E LONTANE IDEOLOGICAMENTE (DESTRA E SINISTRA) CON UN BARICENTRO POLITICO MODERATO COME NELL'OTTOCENTO E IN GRAN PARTE DEL NOVECENTO. SARA' PIUTTOSTO UN ARCIPELAGO DI GRUPPI, DI CULTURE E INTERESSI, UNA SOCIETA' FLUIDA, ARRABBIATA, DIVISA. CHI VUOL VINCERE, DEVE TENTARE DI ADATTARE IL PROPRIO LINGUAGGIO IN BASSO, SMUSSANDOLO, ESEMPLIFICANDOLO. SOLO CHI SA DI NON POTERE ATTINGERE AL CONSENSO GENERALE, SI ACCONTENTA DELLA "PARROCCHIA" E URLA NEL DIALETTO DI FAZIONE. MA QUESTA E' UNA RAZZA CHE RISCHIA UN'ASSORDANTE DIASPORA. . . . >>.

2392 )

### ADRIANA



2393 )

**PER AVERE LE IDEE CHIARE ?**

<< . . . E' BENE CAMBIARLE SPESSO COME SI FA CON LE CAMICIE. . . >>.

2394 ) << . . . L'UNICO MODO PER VINCERE? NON MOLLARE MAI! E, COMUNQUE, IL "GUERRIERO" INDOMITO, CORAGGIOSO, QUELLO CHE DA' IL "CUORE", PIACE SEMPRE AL MONDO, ANCHE SE NON VINCE. . . >>.

2395 ) << . . . QUANDO C'E' UN DITTATORE ALLA FINE SI PERDE OGNI LIMITE, ANCHE QUELLO DELLA LIBERTA' PERSONALE. . . >>.

2396 ) **ESSERE LEADER E' ESSERE UN UOMO DI QUALITA'  
IN TUTTE LE OCCASIONI?**

**(OLTRE CHE RIDERCI SOPRA, FORSE, OCCORRE RIFLETTERE SU  
QUANTO SEGUE)**

===V===

<<...>>

**CORSO DI FORMAZIONE OFFERTO AGLI UOMINI  
PER POTERE COMPETERE CON LE DONNE?**

- *L'importo dei corsi è da calcolare in base alle effettive necessità, si offrirà uno sconto per chi vorrà frequentare tutti i corsi.*
  - *Tema del corso: diventare intelligente quanto una donna (quindi essere perfetti). Obiettivo pedagogico: corso di formazione che permette agli uomini di sviluppare quella parte del cervello della quale ignorano l'esistenza.*
- **Programma: 4 moduli di cui uno obbligatorio.**

**\*\*\*\*\* Modulo 1: corso obbligatorio \*\*\*\*\***

- 1 . imparare a vivere senza la mamma (2000 ore)**
- 2. la mia donna NON è mia mamma (350 ore)**
- 3. capire che il calcio non è altro che uno sport, che Del Piero è un cretino da CEPU (500 ore)**



**\*\*\*\*\* Modulo 2 : vita a due \*\*\*\*\***

1. avere bambini senza diventare geloso (50 ore)
2. smettere di dire cazzate quando la mia donna riceve i suoi amici (500 ore)
3. vincere la sindrome del telecomando (550 ore)

4. non faccio pipì fuori dal water (100) (esercizi pratici con video)
5. comprendere che le scarpe non camminano mai da sole fino alla scarpiera (800 ore)
6. come arrivare fino al cesto dei panni sporchi senza perdersi(500 ore)
7. come sopravvivere ad un raffreddore senza agonizzare

\*\*\*\*\* **Modulo 3 : tempo libero** \*\*\*\*\*

1. stirare in due tappe (una camicia in meno di due ore: esercizi pratici)
2. digerire senza ruttare mentre lavo i piatti(esercizi pratici)

\*\*\*\*\* **Modulo 4 : Corso di cucina** \*\*\*\*\*

**Livello 1 (principianti):** gli elettrodomestici:

- ON acceso
- OFF spento

**Livello 2 (avanzato):** la mia prima *quick soup* senza bruciare la pentola.

*Esercizi pratici: far bollire l'acqua prima di aggiungere gli spaghetti*

+++++

**TEMI DI APPROFONDIMENTO**

**A causa della complessità e difficoltà di comprensione dei temi,  
i corsi avranno un massimo di 8 iscritti.**

*TEMA 1: Il ferro da stiro: dalla lavatrice all'armadio, questo processo misterioso.*

*TEMA 2: I rischi di riempire il portacubetti di ghiaccio.(dimostrazione con supporto di diapositive)*

*TEMA 3: Tu e l'elettricità: vantaggi economici del contattare un tecnico competente per le riparazioni(anche le piu' basilari)*

*TEMA 4: Ultima scoperta scientifica: cucinare e buttare la spazzatura NON provoca né impotenza né tetraplegia.(pratica in laboratorio)*

*TEMA 5: Perché non è reato regalarle fiori anche se sei già sposato con lei.*

*TEMA 6: Il rullo di carta igienica: "Nasce la carta igienica nel portarullo?" (Esposizioni sul tema della generazione spontanea)*

*TEMA 7: Come abbassare la tavoletta del bagno passo a passo. (Teleconferenza con l'università di Harvard).*

*TEMA 8: perchè non è necessario agitare le lenzuola dopo aver emesso gas intestinali. (esercizi di riflessione in coppia)*

*TEMA 9: "Gli uomini che guidano possono chiedere informazioni ai passanti quando si perdono senza il rischio di sembrare impotenti?" (Testimonianze)*

*TEMA 10: I detersivi: dosi, consumi, applicazioni pratiche per evitare danni irreparabili alla casa.*

*TEMA 11: La lavatrice: questa grande sconosciuta della casa.*

*TEMA 12: Differenze fondamentali tra il cesto della roba sporca e il suolo. (esercizi in laboratori di musicoterapia)*

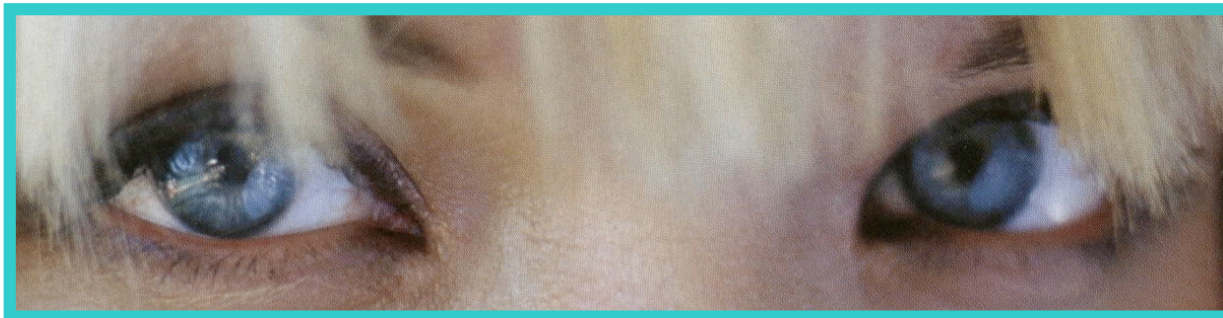
*TEMA 13: L'uomo nel posto del passeggero: "E' geneticamente possibile non parlare o agitarsi convulsivamente mentre lei parcheggia?"*

*TEMA 14: La tazza della colazione: levita da sè fino al lavandino?*

*(Esercizi diretti da David Copperfield, il mago/prestigiatore).*

*TEMA 15: Comunicazione extrasensoriale: Esercizi mentali in modo che quando gli si dice che qualcosa è nel cassetto dell'armadio non domandi: "in quale cassetto e di quale armadio?". . . . >>.*





2397) **A PROPOSITO DI ... LEGGI, REGOLE, ...**

<< ... **GUAI** ALLO STATO, ALL'AZIENDA, ALLA FAMIGLIA CHE SOSTITUISCE LA NECESSITA' DI **RISPETTARE LEGGI, REGOLE, NORME, ...** CON LO **SFOGGIO VERBALE** E LA **PREPOTENZA** DI FATTO. ... **NULLA**, NEANCHE I MECCANISMI FATALI DELLA **FORTUNA**, SONO **FUORI DALLE REGOLE**. ... CHE SIANO QUELLE DELL'ECONOMIA O QUELLE DELL'ORDINAMENTO FORMALE NON FA GRANDE DIFFERENZA. **SE SI PRESCINDE DALLE LEGGI E DALLE REGOLE** È GIÀ UN **ARRETRAMENTO DELLE COSCIENZE**, UN RIVERSARSI DI ESSE NELLA DIREZIONE DELLA **GIUNGLA**. ... >>.

2398)

**A PROPOSITO DI ...**  
**COME "COSTRUIRE" LA FELICITÀ**



**ESSERE FELICI NON SIGNIFICA RIUSCIRE A FAR ANDARE SEMPRE TUTTO BENE. ... QUALI SONO I COMPORTAMENTI PIÙ UTILI, SECONDO LA SCIENZA, PER COSTRUIRE PIÙ FELICITÀ OGNI GIORNO? ... A.E. AFFERMAVA CHE: " ... SE VUOI UNA VITA FELICE, DEVI DEDICARLA A UN OBIETTIVO, NON A DELLE PERSONE O A DELLE COSE".**

<< ... ESSERE **FELICI** SIGNIFICA ESSERE CAPACI DI "**LEGGERE**" LE **COSE BRUTTE** E **SPIACEVOLI** COME UN'**OCCASIONE** DI **CRESCITA** E DI MIGLIORAMENTO, E PORTAR VIA DA **OGNI ESPERIENZA NEGATIVA** QUALCOSA DI "**EGOISTICAMENTE UTILE**". ... **TUTTI** ABBIAMO AVUTO (**E ABBIAMO**) LA NOSTRA **DOSE DI TRISTEZZA**, DELUSIONE, **SCONFITTE/BOCCIATURE**, PREOCCUPAZIONI, **DOLORI**, ... . PERÒ, OCCORRE **RENDERSI CONTO**, RIPENSANDO A FATTI ACCADUTI, ANCHE MOLTO TEMPO FA, CHE, **ISTINTIVAMENTE**, CIÒ CHE **CI HA FATTO ANDARE AVANTI** È STATO:

**USARE QUEL MOMENTO PER DARCI PIÙ "FORZA" ...**

E ... PER **VIVERE MOMENTI PIÙ "FELICI"**. ... DUNQUE? ... **C'EST LA VIE** ... >>.

2399 )

## **IL DIRECT MARKETING ON-LINE ? E' LO STRUMENTO TIPO PER IL BUSINESS DEL 3° MILLENNIO: ECONOMICO, VELOCE, TARGETTIZZATO.**

<< . . . L'E-MAIL MARKETING E' UNO STRUMENTO DI COMUNICAZIONE CHE SI SERVE DI *INTERNET* PER CONTATTARE CLIENTI EFFETTIVI O POTENZIALI CON MESSAGGI INVIATI TRAMITE POSTA ELETTRONICA AL FINE DI PRESENTARE NOVITA', PRODOTTI/SERVIZI E INIZIATIVE. GLI *E-MARKETER* LO UTILIZZANO SEMPRE PIU' PERCHE', A DIFFERENZA DI QUALSIASI MEZZO DI COMUNICAZIONE, IL MARKETING VIA POSTA ELETTRONICA NON NECESSITA DI BUDGET CONSISTENTI. CON CIFRE ASSOLUTAMENTE RAGIONEVOLI E ALLA PORTATA DI TUTTE LE AZIENDE E' POSSIBILE EFFETTUARE AZIONI DI E-MAILING CONCRETE E MISURABILI FACILMENTE. PERO', SI POSSONO ELENCARE ALTRI IMPORTANTI FATTORI CHE FANNO APPREZZARE TALE SISTEMA, IN PARTICOLARE:

- LA RAPIDITA' E LA SEMPLICITA' DI RISPOSTA DA PARTE DELL'INTERLOCUTORE/CLIENTE: BASTA SOLO UN CLIC E POCHE RIGHE DI RISPOSTA PER CAPIRE SE CHI E' DALL'ALTRA PARTE E' INTERESSATO O MENO A QUELLO CHE SI VUOLE COMUNICARE;
- LA "ASINCRONICITA'" TRA L'INVIO DEL MESSAGGIO E LA SUA LETTURA: IL DESTINATARIO, INFATTI, PUO' LEGGERLO CON COMODITA' IN QUALSIASI MOMENTO;
- LA POSSIBILITA' DI TRASFERIRE IL MESSAGGIO A TERZI IN MODO RAPIDO;
- L'IMPORTANTISSIMA POSSIBILITA' DI POTERE MONITORARE L'ESITO E I RISULTATI DI UNA CAMPAGNA IN TEMPO REALE: INFATTI, IL FEED-BACK DELLE CAMPAGNE ON-LINE GIA' NELLE PRIME 48 ORE DAL LANCIO FORNISCE I PRIMI DATI FONDAMENTALI. PER LE CAMPAGNE DI DIRECT MARKETING "CLASSICHE"/OFFLINE SI DEVONO ATTENDERE GIORNI O SETTIMANE PRIMA DI POSSEDERE I RISULTATI.

E QUALI SONO I PUNTI DEBOLI?

- UN PROGETTO IMPROVVISATO, SENZA UN'ANALISI APPROFONDITA SUL TARGET RISCHIA DI CAUSARE INCONVENIENTI ANCHE GRAVI;
- LA POSSIBILITA' DI IMPORTUNARE/INFESTIDIRE IL DESTINATARIO CON MATERIALE INUTILE: DI MAIL PUBBLICITARIE NE RICEVE GIA' ABBASTANZA;
- IL RISCHIO DI DENUNCIA AL GARANTE DELLA PRIVACY;
- IL RISCHIO DI PERDERE DEFINITIVAMENTE IL CLIENTE SE LA CAMPAGNA DI E-MAIL MARKETING E' GESTITA MALE. UN VERO E PROPRIO EFFETTO BOOMERANG.

E ALLORA, QUALI SONO LE REGOLE D'ORO DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE ON-LINE?

- SEGMENTARE IL TARGET: a) **DESTINATARI DA CONQUISTARE**; b) **UTENTI INTERESSATI**; c) **CLIENTI FEDELI**. E' VITALE CONSIDERARE FONDAMENTALE LA COMPrensIONE CORRETTA DEL TARGET DA "COLPIRE" E LO STUDIO DEGLI ELEMENTI E DELLA COMPOSIZIONE DEL MESSAGGIO DA REALIZZARE PER INCURIOSIRE E ATTRARRE IL DESTINATARIO/CLIENTE;
- E' FORTEMENTE SCONSIGLIABILE (SE NON ILLEGALE) UN INVITO DI MASSA A UNA SERIE DI INDIRIZZI INDISTINTI: E' PROBABILE CHE UNA BUONA PARTE DEI DESTINATARI SI SENTA DISTURBATA. LA RITORSIONE E

L'OFFUSCAMENTO DELL'IMMAGINE AZIENDALE E' SEMPRE DIETRO L'ANGOLO.

- DEDICARE GRANDE ATTENZIONE ALLA COMPOSIZIONE DELLA MAILING-LIST/BANCA DATI INDIRIZZI. DESTINATARI "PRESUMIBILMENTE" INTERESSATI (DA CONQUISTARE) AI SERVIZI/PRODOTTI OFFERTI SONO IL TARGET PIU' DIFFICILE DA ATTRARRE. OCCORRE CONTATTARLI IN MODO "DELICATO": SOLLECITARE LA LORO ATTENZIONE MA NON RISULTARE TROPPO INVASIVI. PER ESEMPIO, SI PUO' INVIARE UN "MESSAGGIO TEASER" BREVE E CAPACE DI INCURIOSIRE: IL TESTO DELL'OGGETTO BREVE E COINVOLGENTE PUO' RAGGIUNGERE QUESTO SCOPO PER SPINGERE IL DESTINATARIO AD APRIRE L'E-MAIL;
- FARE UNA SORTA DI MARKET-TEST CON L'INVIO INIZIALE DI 50/100 E-MAIL ED ESAMINARE LA REAZIONE CHE SI DESTA;
- E' BENE RICORDARE LE LEGGI BASILARI DEL "PERMISSION MARKETING". CIOE', NON E' PRODUTTIVO INONDARE DI MESSAGGI PUBBLICITARI L'UTENTE, ANCHE PERCHE' QUEST'ULTIMO HA IMPARATO A IGNORARLI E NON LASCIARSI DISTRARRE DA CIO' CHE VIENE COMUNICATO IN MODO AGGRESSIVO. PERCIO', BISOGNA ENTRARE "IN PUNTA DI PIEDI" NELLA VITA DEL CONSUMATORE, CHIEDENDOGLI IL "PERMESSO", METTENDOLO AL CENTRO DEL CONTENUTO DEL MESSAGGIO E, SOPRATTUTTO, MONITORANDO I SUOI GUSTI, TENDENZE ED ESIGENZE;
- EVITARE LO "SPAMMING" (INVIO SENZA IL CONSENSO DEL DESTINATARIO DI MESSAGGI DI POSTA ELETTRONICA E/O NEWSLETTER SOPRATTUTTO A SFONDO COMMERCIALE) E L'INVASIONE DELLA PRIVACY DEL CLIENTE CONTRO LA LEGGE 675/96 E IL D.L. 185/99. E', COMUNQUE, ASSOLUTAMENTE IMPORTANTE CHE NEL MESSAGGIO SIA INCLUSA LA POSSIBILITA' PER IL RICEVENTE DI TRASMETTERE AL MITTENTE LA RICHIESTA DI ESSERE TOLTO DALLA MAILING-LIST E DI NON ESSERE PIU' SOGGETTO ALL'INVIO DELLE SUE COMUNICAZIONI.

### **ALCUNE CIFRE STATISTICHE SULL'IMPATTO DEL MARKETING ON-LINE IN U.S.A.**

(FONTE MICRON ASA)

- ✓ **48%** >>> **CONSIDERA L'E-MAIL MKT STRUMENTO IMPORTANTE PER LA PROPRIA AZIENDA;**
- ✓ **55%** **HA DECISO NEL 2002 DI IMPLEMENTARE TALE STRUMENTO NELLA PROPRIA AZIENDA;**
- ✓ **59,8%** **DI MEDIE IMPRESE HA SPERIMENTATO AUMENTO DELLE VENDITE - LA STESA COSA PER IL 47,1% DELLE GRANDI E IL 42,6% DELLE PICCOLE;**
- ✓ **63%** **LO CONSIDERA UNO STRUMENTO OTTIMO PER FIDELIZZARE;**
- ✓ **37%** **HA AVUTO SUCCESSO PER CONQUISTARE NUOVI CLIENTI;**
- ✓ **LA DIFFUSIONE DI TALE STRUMENTO NEL MONDO E': IL 75% IN U.K., IL 66% IN SPAGNA, IL 30% IN ITALIA E IL 21% IN FRANCIA.**

**CAMPAGNE DI ADVERTISING ON-LINE.** UN SICURO SUCCESSO SI POTRA' OTTENERE NEL MERCATO "B2B" (BUSINESS TO BUSINESS) IN CUI LA STRAGRANDE MAGGIORANZA DELLE SOCIETA' CLIENTI DI UN'IMPRESA USA LA POSTA ELETTRONICA. INOLTRE, L'E-MAIL MARKETING SARA' SOPRATTUTTO UN SISTEMA DI FIDELIZZAZIONE E, GUARDANDO AVANTI, SI SVILUPPERA' ANCORA DI PIU' UN FENOMENO DI "TARGETTIZZAZIONE". OVVERO, TALE STRUMENTO DI

COMUNICAZIONE SARA' SEMPRE PIU' EFFICACE LADDOVE IL MESSAGGIO VERRA' PERSONALIZZATO IN BASE ALLE ESIGENZE DELL'UTENTE. INFATTI, SPEDIRE UN MESSAGGIO DI MAGGIORE INTERESSE PER L'INTERLOCUTORE AUMENTA LA PROBABILITA' DI LETTURA DEL MESSAGGIO STESSO. INFINE, QUELLO CHE AIUTERA' LA PUBBLICITA' SU INTERNET SARA' LA "SPARIZIONE" DEL PUBBLICO DAGLI ALTRI MEZZI DI COMUNICAZIONE TRADIZIONALI; CIOE' QUANDO GLI INSERZIONISTI SI ACCORGERANNO CHE CIO' CHE SPENDONO PER I MEZZI "CLASSICI" NON E' PIU' GIUSTIFICABILE PERCHE' GLI UTENTI DIETRO QUEI MEDIA NON CI SONO PIU'. . . . >>.

2400)

## LA PIETA'



2401 )

### IL MERITO DEL CRISTIANESIMO?

<< . . . IL CRISTIANESIMO HA IL MERITO DI RICONCILIARTI CON IL SIGNIFICATO E L'ESPERIENZA DEL DOLORE TUO E DEGLI ALTRI. . . . >>.

2402 ) << . . . NEL POTERE (POLITICO, AZIENDALE) RESTARE INERTI DI FRONTE AI PRIVILEGI, AL NEPOTISMO E ALL'*ETICA DEL CLAN* SI PUO' ESSERE CERTI CHE, COME PER I FIGLI DEGLI ALCOLIZZATI, IL FUTURO NASCE CONTAGIATO DAL PRESENTE. . . . >>.

2403 ) << . . . SCELGO GLI AMICI PER L'ASPETTO E I NEMICI PER L'INTELLIGENZA. . . . >>.

2404 )

### PENSIERO DI UN EX LEADER BRIGATISTA ROSSO?

<< . . . L'UNICO VIAGGIO CHE OGGI VALE LA PENA DI COMPIERE E' QUELLO ALLA RICERCA DEL PROPRIO SE' PERSONALE, LONTANO DA RELAZIONI SOCIALI COERCIZZANTI. . . . >>.

## LE LUCCIOLE SONO DONNE COME LE ALTRE?

### LA DIMENSIONE DEL FENOMENO IN ITALIA?

- LE PROSTITUTE SULLE STRADE: 70 MILA
  - LE MINORENNI: 20%
  - LE STRANIERE: 25%
  - LE TRANSESSUALI: 30%
- GIRO D'AFFARI: 90 MLN EURO AL MESE
- PAESI DI PROVENIENZA: NIGERIA, ALBANIA, POLONIA, BIELORUSSIA
- LE REGIONI PIU' INTERESSATE: LAZIO, LOMBARDIA, CAMPANIA, E. ROMAGNA, PIEMONTE, VENETO, ABRUZZO

<< "... LA PROSTITUZIONE ESISTE, E' UNA REALTA' INSOPPRIMIBILE, E PER LE DONNE E' ANCHE UN MODO DI GUADAGNARSI LA VITA. SE LO STATO SI ARROGA IL DIRITTO DI AFFERMARE CHE IN CERTE STRADE LA PROSTITUZIONE NON PUO' ESSERE ESERCITATA, CREA AUTOMATICAMENTE QUARTIERI A LUCI ROSSE, OVVERO GHETTI IN CUI RELEGARLA. LO STATO, IN GENERE, NON PROIBISCE LA PROSTITUZIONE IN SE', MA VIETA TUTTO CIO' CHE LE RUOTA INTORNO: LA PUBBLICITA' DELLE PRESTAZIONI SESSUALI E, PER ESEMPIO, LA POSSIBILITA' DI ESERCITARE IN PIENA IGIENE E SICUREZZA IN UNA CASA. ED E' COSI' CHE SI CREA IL RACKET DI CHI SPECULA SULLE PROSTITUTE. ...". "... PER UNA CHE SMETTE IL MESTIERE DI LUCCIOLA PER FARE LA SCRITTRICE, DEL SUO PASSATO DI PROSTITUTA, RESTA UN'INCREDIBILE SICUREZZA. QUELLA LUCE ROSSA NEI NIGHT-CLUB FA APPARIRE PIU' GIOVANE, PIU' MORBIDA, ATTRAENTE, ESALTA IL SUO NARCISISMO FEMMINILE. CHE LEI LO VOGLIA O NO, E' DESIDERABILE. E GLI UOMINI SONO DISPOSTI A PAGARE CIFRE ALTISSIME PER SODDISFARE IL PROPRIO DESIDERIO. E IN ANTICIPO, PER GIUNTA. ...". "... PROSTITUIRSI DA' LA CERTEZZA CHE NESSUNO POTRA' MAI RICATTARTI FACENDO LEVA SUL BISOGNO DI SOLDI: SE NE AVRO' BISOGNO, PIUTTOSTO CHE MORIRE DI FAME, POTRO' SEMPRE RICOMINCIARE. ... ">>

### E, ... PER QUANTO RIGUARDA I CASINI?



<< "... SENZA VOLERE FARE L'ESALTATORE DEL CASINO, DEBBO PERO' DIRE CHE NON VI HO MAI RESPIRATO QUELL'ARIA DI TERRORISMO E DI SFRUTTAMENTO SCHIAVISTA, DI CUI PARLAVA LA SIG.RA MERLIN, CHE FECE LA LEGGE PER CHIUDERLI, E CHE VIENE ENFATIZZATO DA COLORO CHE VOGLIONO MANTENERLI CHIUSI. NON SO CHE PERCENTUALE PRELEVASSERO I TENUTARI

DAI GUADAGNI DELLE RAGAZZE. MA QUESTE, COMUNQUE, POTEVANO ANDARSENE QUANDO VOLEVANO. QUELLE DEGLI ODIERNI MARCIAPIEDI, SE ABBANDONANO IL **POSTO**, VENGONO PICCHiate, SEVIZIATE, O SPESSO AMMAZZATE. E, LA DIFFERENZA NON MI SEMBRA DAPPOCO...">>.

**MA, ALLORA, COME COMBATTERE  
IL RACKET E TUTELARE LE DONNE?**

<< "...E' DA ANNI CHE MI INTERROGO SU QUESTO TEMA E, ... HO SCELTO DI MISURARMI CON IL PROBLEMA DELL'AUMENTO ESPONENZIALE DELLA PROSTITUZIONE DI STRADA, DOVUTO SOPRATTUTTO ALL'INTRECCIO TRA IMMIGRAZIONE E CRIMINALITA'. OGGI, CIRCA 20.000 SONO LE DONNE STRANIERE CHE PRATICANO LA PROSTITUZIONE IN ITALIA. DI QUESTE, SI STIMA, CHE ALCUNE MIGLIAIA SI TROVINO IN CONDIZIONI DI VERA E PROPRIA SCHIAVITU': PROSTITUITE PRIMA CHE PROSTITUTE, PICCHiate, VIOLENTATE, RICATTATE, TENUTE SOTTO UN CONTROLLO PRESSANTE CON MINACCE E VIOLENZE CHE SI ESTENDONO ALLE FAMIGLIE DI ORIGINE. COMBATTERE LA TRATTA, PUNIRE CON IL MASSIMO DELLA SEVERITA' I TRAFFICANTI, AIUTARE LE DONNE A USCIRE DA QUESTO CIRCUITO INFERNALE DI SFRUTTAMENTO E' OGGI UNA DELLE PRIORITA' DEL GOVERNO: LE LEGGI GIA' OGGI ESISTONO A TALE SCOPO.

**MA NON DOBBIAMO ESSERE IPOCRITI:  
LA PROSTITUZIONE NON E' SOLO COATTA.**



ANCHE SE E' DIFFICILE SPIEGARLO, E' VERO ANCHE CHE TANTE DONNE SCELGONO DI PROSTITUIRSI E TANTI UOMINI, NON PENSANDO MINIMAMENTE CHE SIA UN REATO: SCELGONO DI COMPERARE PRESTAZIONI SESSUALI. PERALTRO, PERO', OCCORRE COMPRENDERE IL DISAGIO CRESCENTE DI TANTI CITTADINI E DELLE FAMIGLIE CHE TROVANO QUESTO MERCATO DEL SESSO

ALLE PORTE DELLE LORO CASE. QUINDI, PER TOGLIERE LA PROSTITUZIONE DALLE STRADE NON BASTA COMBATTERE IL RACKET/TRATTA O DISSUADERE I CLIENTI: NON POSSIAMO CHIUDERE GLI OCCHI IPOCRITAMENTE DI FRONTE A QUESTO FENOMENO. OGGI, DOBBIAMO CERCARE LA SOLUZIONE, DUNQUE, CON PAZIENZA, CHE SI RISPETTI IL DIRITTO ALLA QUIETE E ALLA SICUREZZA DEI CITTADINI E, NELLO STESSO TEMPO, NON SI LEDA LA DIGNITA' DELLE PERSONE, ANCHE QUANDO SCELGONO DI PROSTITUIRSI: SI TRATTA DI UN'ASSUNZIONE DI RESPONSABILITA' DI UNO STATO CIVILE DEL 3° MILLENNIO. CIO' SIGNIFICA, IN SINTESI CHE OCCORRE REGOLARIZZARE LA PROSTITUZIONE AL CHIUSO O DI PREVEDERE NELLE CITTA' L'ISTITUZIONE DI AREE OPPORTUNAMENTE DESIGNATE DOVE SIA CONSENTITA LA PROSTITUZIONE ANCHE FUORI DAGLI ALLOGGI PRIVATI. UNA REGOLAMENTAZIONE DI QUESTA MATERIA, OVVIAMENTE, DEVE AVERE ALLA BASE LA RIGOROSA REGOLAMENTAZIONE DEL CONTROLLO SANITARIO. ... ">>.

2406 )

### LA VITA?

<< ... PLUS CA CHANGE, PLUS C'EST LA MEME CHOSE. ... >>.

2407 )

### PROVERBIO SICILIANO:



<< ... **NON C'E' PEZZENTERIA SENZA DIFETTO!** >>.

2408 )

### LA DIFESA DELL'ESISTENTE?

<< ... GUAI QUANDO LA FORZA PROPULSIVA DELL'AZIENDA O DELLA SOCIETA' E' COMPRESSA DALLA RETORICA IMBECILLE, DALLA ANTICULTURA , DALLA VUOTA BUROCRAZIA, DALL'"ETICA DEL CLAN" E DALL'ASSOLUTISMO DI PRIVILEGI CHE DIFENDONO SOLO SE STESSI; MENTRE SI AVREBBE BISOGNO DI SPINGERSI, CON LO STIMOLO E LA CREATIVITA' DEGLI ELEMENTI PIU' CORAGGIOSI, GIOVANI E IMPEGNATI, LADDOVE I CONFINI DELLA SUA TRADIZIONE DI CULTURA E DI CRESCITA LA SPINGONO E LA DESTINANO. ... >>.

2409 )

### CHE STRUMENTO E' IL SERVIZIO?

<< ... E' UN'ARPA CON MILLE CORDE: DEVONO VIBRARE ANCHE QUELLE CHE CI IRRITANO. ... >>.

2410 )

## LE PUTTANE?



### "SOUVENIR"

<< ... **NON SONO IL PEGGIO**. ANDANDO CON UNA PROSTITUTA SI VINCE OGNI FORMA DI TIMIDEZZA CHE E' IN OGNUNO DI NOI. NESSUNA VOLGARITA' IN LORO, SOLO VOGLIA DI COMUNICARE, AL DI LA' DELLA CONDIZIONE SOCIALE. ANDARE CON LE PROSTITUTE INNALZA L'UOMO INVECE DI DEGRADARLO. LA MIA AMICA "L." DI VIA VENETO E' UNA GRANDE CRITICA TELEVISIVA. MI FERMO SEMPRE A PARLARE CON LEI, ESPRIME GIUDIZI ACUTI, PONDERATI, LUCIDISSIMI, QUALI UN CRITICO NON SI E' MAI SOGNATO DI ESPRIMERE. ... >>.

2411 ) **ATTENZIONE!** << ... A CHI E' STANCO DI VEDERE LA CORRETTEZZA SCAMBIATA PER INGENUITA'. ... >>.

2412 ) << ... NON E' IMPORTANTE DARE ANNI ALLA VITA MA VITA AGLI ANNI. >>.

2413 ) **IL CAMBIAMENTO E' SCELTA OBBLIGATA?**

<< ... SE FARO' CIO' CHE HO SEMPRE FATTO, ... AVRO' QUELLO CHE SEMPRE HO AVUTO! ... >>.

2414 ) **FURTI D'AUTO IN ITALIA A FINE SECOLO?**

**UNO OGNI 2 MINUTI**



<< ... **I DATI:**

- **VETTURE RUBATE : 263.664**
- **MEDIA DI FURTI AL GIORNO : 722**
- **MEDIA DI FURTI ALL'ORA : 30**
- **1 OGNI 2 MINUTI**



➤ **AUTO RITROVATE** : **IL 53 %.**

➤ **BUSINESS ANNUALE: £ 10.000 MILIARDI.**

**LA GRADUATORIA DEI FURTI PER REGIONE:**

1) LOMBARDIA = 53.956; 2) LAZIO = 50.741; 3) CAMPANIA = 46.410; 4) PUGLIA = 29.035; 5) SICILIA = 21.132; 6) PIEMONTE = 17.965; 7) EMILIA ROMAGNA = 9.745; 8) CALABRIA = 7.230; 9) VENETO = 6.692; 10) TOSCANA = 5.378; 11) SARDEGNA = 4.596; 12) LIGURIA = 3.963; 13) ABRUZZO = 1.816; 14) MARCHE = 1.229; 15) UMBRIA = 1.102; 16) FRIULI V. G. = 1.040; 17) BASILICATA = 627; 18) TRENTINO A.A. = 537; 19) MOLISE = 375; 20) VALLE D'AOSTA = 95.



**LE VETTURE PREFERITE:**

1) MERCEDES 600/ 21,3%; 2) BMW SERIE 8/ 14,7%; 3) BMW SERIE 7/ 6,9%; 4) FIAT BRAVO/BRAVA/ 6,7%; 5) MERCEDES 500/ 4,4%; 6) JAGUAR/ 3,4%; 7) LANCIA THEMA/ 3% 8) FERRARI/ 3%; 9) MERCEDES 300/ 2,9%; 10) FIAT CROMA/ 2,8%; 11) SAAB 900/ 2%; 12) ALFA R. 164/ 2%; 13) PEUGEOT 605/ 1,8%; 14) AUTOBIANCHI Y10/ 1,8%; 15) FIAT PUNTO/ 1,7%; 16) FIAT UNO/ 1,7%....>>.

2415 )

**OGNI COSA HA IL SUO LIMITE?**

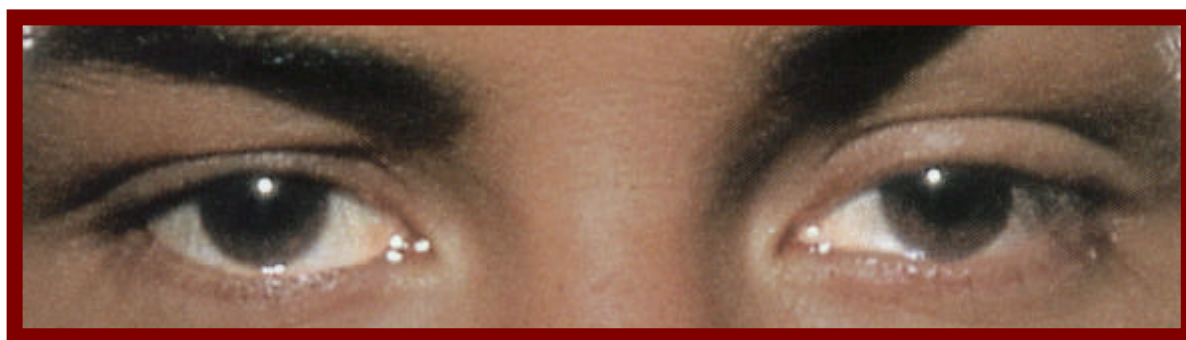
<<... MAI INCULARE UNA PERSONA CON UN CAZZO TROPPO GROSSO, SAREBBE FASTIDIOSO ANCHE PER UN ELEFANTE !... >>.

2416 ) <<... QUALUNQUE COSA FARAI AMALA... COME HAI AMATO IL CAVALLO A DONDOLO QUANDO ERI BAMBINO!... >>.

2417 )

**PARLARE O STARE ZITTI?**

<<... PRIMA O DOPO ARRIVA UN TEMPO IN CUI PARLARE O STARE ZITTI E' LA STESSA COSA!... >>.



2418 ) **L'ITALIA DEL LAVORO: I SINDACATI E L'OCCUPAZIONE?**

<<... L'ITALIA E' UNA REPUBBLICA FONDATA SUL LAVORO. MA L' "ARTICOLO 1" DELLA COSTITUZIONE L'ABBIAMO INTESO FINORA NEL SENSO DEL LAVORO COME DIRITTO AL POSTO E AL SALARIO, ANZICHE' (ANCHE) COME DOVERE VERSO LA COMUNITA'. DA QUESTO EQUIVOCO, ALIMENTATO DAI SINDACATI, SONO DERIVATI GUAI SERI COME LA TENDENZA A CREDERE CHE SIA LO STATO

A DOVERCI FORNIRE SALARIO E LAVORO, SENZA CHE DA PARTE NOSTRA VI SIA UN'EFFETTIVA RICERCA DEL LAVORO STESSO COME ELEMENTO CHE ARRICCHISCE LA NOSTRA PERSONALITA' E MASSIMA ESPRESSIONE DELLA NOSTRA CREATIVITA'. IL SINDACATO SI E' OCCUPATO SPESSO DI COSE CHE NON ATTENGONO AL SUO RUOLO, MENTRE AVREBBE DOVUTO CONTRIBUIRE A INSTILLARE NEI LAVORATORI IL CONCETTO DEL LAVORO COME **DOVERE**. AL SUD I RISULTATI DI QUESTO ATTEGGIAMENTO SONO STATI LA GRAVE CRISI OCCUPAZIONALE DEL MEZZOGIORNO, DOVE TROVIAMO MOLTE RESISTENZE ANCHE A SPERIMENTARE NUOVI MODELLI DI ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO, CON PIU' FLESSIBILITA', CHE POSSANO RENDERE PIU' APPETIBILE L'INVESTIMENTO IN QUESTE REGIONI. CIO' HA AMPLIFICATO LE POTENZIALITA' DELLA MAFIA/CAMORRA/NDRANGHETA. E' UN'ILLUSIONE MORTALE CHE QUESTE SI POSSANO BATTERE CON LA GIUSTIZIA E LA MAGISTRATURA: SI TRATTA DI UNA METASTASI GENERALIZZATA. PERCIO' L'UNICO ANTIDOTO ALLA CRIMINALITA' ORGANIZZATA E' IL LAVORO. MA IL SINDACATO NON RIESCE A CAPIRE CIO', CAMBIANDO ROTTA, STIMOLANDO LE POTENZIALITA' ASSOPITE O "DEVITE". . . . >>.



2419 ) **LA NORMALITA' IN POLITICA E' MITEZZA, "BUONISMO"?**

<< . . . MA DOVE, MA QUANDO LA POLITICA E' STATA MITE? NON NELLE DEMOCRAZIE, CERTAMENTE! LO E' STATA, FORSE, NEI TEMPI E NEI LUOGHI DOVE QUALCHE PRINCIPE GENEROSO (IN ASSENZA DI OPPOSIZIONI) HA POTUTO PERMETTERSI IL LUSSO DELLA MITEZZA. . . E' DAVVERO "NORMALE" GETTARE NELLA SPAZZATURA LA PROPRIA STORIA DI COMUNISTA, DI FASCISTA, DI DEMOCRISTIANO, DI SOCIALISTA? E' DAVVERO "NORMALE" DECIDERE SMEMORATAMENTE CHE LA VITA DELLE MAGGIORANZE POPOLARI (DOPO LA 2a GUERRA MONDIALE) SIA STATA SOLTANTO UN CUMULO DI INGANNI, DI FURTI, DI ERRORI, E CHE DOBBIAMO VERGOGNARCI DI TUTTO QUELLO CHE ABBIAMO COSTRUITO INSIEME IN ITALIA? E' DAVVERO "NORMALE" NON RASSEGNAI MAI ALLA SCONFITTA, E CAMBIARE CONTINUAMENTE DIVISA PER CAMUFFARSI SEMPRE DA VINCITORI?... E, ALLORA, ECCOCI SUI BANCHI DI SCUOLA: GLI EX FASCISTI CI SPIEGANO I TEOREMI DELLA LIBERTA', GLI EX COMUNISTI CI INSEGNANO LA GRAMMATICA DEL CAPITALISMO CON PAROLE SEVERE. E POI, E' SOMMAMENTE ANORMALE DISPREZZARE L'AVVERSARIO. COSI', A POCO A POCO, CI TRASFORMEREMO IN UN POPOLO DI STRABICI, INCREDULI E (FALSAMENTE) PENTITI. RINNEGHEREMO (IN NOME DELLA NORMALITA') LE NOSTRE VECCHIE BATTAGLIE CHE (GIUSTE O SBAGLIATE) CI SCALDAVANO IL CUORE!  
E POI, UNA SOCIETA' PLURALISTA, ANCHE CON IL MAGGIORITARIO, NON PUO' FARE A MENO DI MINORANZE ESTREMISTE ATTIVE, VISIBILI, CAPACI DI AFFERMARE LA PROPRIA IDENTITA' E DI PROPORSI COME AVANGUARDIE,

"LABORATORI", DI FRONTE AI PARTITI E ALLE CULTURE PIU' PRUDENTI. SENZA CONFLITTO NON C'E' PROGRESSO. PERCIO' C'E' BISOGNO ANCHE DI "ESTREMISTI": SEMINARE ANTAGONISMI IN UNA SOCIETA' POLITICA CHE, ALTRIMENTI, SI ACCOMODEREBBE NELLA PIGRA DIFESA DELLE MAGGIORANZE "GARANTITE". GLI "ESTREMISTI" GARANTISCONO CHE NON CI SIA UN'EGEMONIA POLITICA DI QUALSIASI TIPO E POSSONO INNESCCARE UNA COMPETIZIONE CHE ANZICHE' ESSERE DISTRUTTIVA, INFLUENZI IL GOVERNO. DAGLI "ESTREMISTI" CI SI ASPETTA CHE FACCIANO GLI ESTREMISTI: CHE FUNZIONINO COME I SISMOGRAFI DI FRONTE AI TERREMOTI SOCIALI. PER LA PRIMA VOLTA NELLA STORIA ASSISTIAMO ALLA RIBELLIONE DEI CITTADINI PIU' RICCHI, E NON ALLA RIVOLTA DEI DISEREDATI. PER LA PRIMA VOLTA DOBBIAMO FARE I CONTI CON LA DENATALITA' DEGLI ITALIANI E CON L'IMMIGRAZIONE, DOBBIAMO COMPRENDERE CHE LA DISOCCUPAZIONE ( PER MOLTI ) NON SIGNIFICA PIU' SQUALLORE E FAME, MA RICERCA ( ANCHE DISPERATA ) DI UN LAVORO GRATIFICANTE E DIGNITOSO. PER LA PRIMA VOLTA I FIGLI INSEGNANO AI GENITORI MOLTE COSE UTILI (ES.: L'USO DEL COMPUTER, DEL VIDEOREGISTRATORE, L'USO DI INTERNET, LE LINGUE STRANIERE, I CODICI DELLE FAVOLE TELEVISIVE, ECC...). PER LA PRIMA VOLTA CI SI DEVE CONFRONTARE CON LA "GLOBALIZZAZIONE DELL'ECONOMIA E DEI MERCATI" (DEI CONSUMI, DEL LAVORO, ECC...) E LA TRIBALIZZAZIONE DEGLI ESSERI UMANI (LOCALISMO FONDAMENTALISTA). QUINDI, E' IMPORTANTE LA PRESENZA DEGLI " ESTREMISTI " IN POLITICA, PURCHE' FACCIANO I CONTI, NON PIU' CON LE IDEOLOGIE MA CON QUESTE NOVITA'. NON POSSONO PIU' DIFENDERE I POSTI DI LAVORO DI FABBRICHE NOCIVE, NON POSSONO PIU' RIPETERE CHE LA TV IPNOTIZZA GLI ELETTORI, NON POSSONO PIU' SOSTENERE CHE LA MAFIA APOGGIA LA DESTRA (SE E' VERO CHE NELLA CIRCOSCRIZIONE PIU' MAFIOSA D'ITALIA, BRANCACCIO-CIACULLI, HA VINTO UN COMUNISTA). CHE CI SIANO "GUERIGLIERI ESTREMISTI" INDISPENSABILI PER FRUSTARE LA PIGRIZIA DELLA NOSTRA DEMOCRAZIA, PER DIFENDERE LE SPERANZE E GLI INTERESSI DEI PIU' DEBOLI. NESSUNO HA IL DIRITTO DI PRETENDERE CHE ANCHE QUELLI CHE LA PENSIAMO DIVERSAMENTE DIVENTIAMO RUOTE DI SCORTA, "SUPERFLUI", RISPETTO AI "BUONISTI". NON E' LA PAROLA D'ORDINE DEL "2000": CHE LA "NORMALITA'" SIA RIVOLUZINARIA! (?) . . . >>.



2420 )

### **LA VERA RIVOLUZIONE?**

<< . . . AVERE UN PARLAMENTO E UN PAESE ATTENTI E MOBILITATI E NON UN DESERTO CHIAMATO "**BUONISMO**" CHE RAPPRESENTI UNA SUBDOLA DITTATURA. . . .>>.

2421 )

## LA **SINISTRA ITALIANA?**

<< . . . LA SINISTRA E' A UN TEMPO MARXISTA E CATTOLICA, PERCHE' NON CI SONO SOSTANZIALI DIFFERENZE TRA BERLINGUER, VELTRONI, PRODI, D'ALEMA, DE MITA E MARTINAZZOLI: HA UN FONDO DI PESSIMISMO VERSO TUTTO CIO' CHE E' GIOIOSO. BASTA OSSERVARE D'ALEMA O ROSI BINDI O LA JERVOLINO. NON SI TROVANO TRACCE EVIDENTI DI QUELLO CHE SI CHIAMA GUSTO PER LA VITA. IL LORO DESTINO E' QUELLO DI INTERPRETARE ( E, SPESSO, NON CONDIVIDERE ) LA TRADIZIONE DEL "POVERO". FRA UN PALAZZO PIENO DI LUCI E UNA CAPANNA CADENTE, SCELGONO DI COMMUOVERSI PER LA CAPANNA E RITENGONO OPPORTUNO MANIFESTARE ANCHE QUALCHE RANCORE PER LE LUCI DEL PALAZZO. E' UN ERRORE GRANDE, TANTO PER COMINCIARE SUL PIANO CULTURALE PERCHE' L'ITALIA E' STATA FATTA DA PRINCIPI E MERCANTI ANCHE SENZA SOLDI, ANCHE INDEBITANDOSI. ESSA HA NEL " DNA " QUESTA MATRICE. UN POPOLO CHE COSTRUISCE IL " CAMPO DEI MIRACOLI ", " PIAZZA S. MARCO ", IL "GIUDIZIO UNIVERSALE" ( CHE PER PAGARLO SI VENDEVANO INDULGENZE ) HA NELLA SUA NATURA UNA MENTALITA' DIVERSA DA QUELLA DELLA "SINISTRA". LA MENTALITA' VERA DEGLI ITALIANI NON CHIEDE COMPASSIONE, HA UNA VITALITA' UN PO' FOLLE DEL BELLO, DEL GUSTO, DEL GRANDIOSO, E DICO GRANDIOSO IN SENSO ESTETICO. NON E' MAI STATA RASSEGNALE ALLE SCIAGURE, AI CONDIZIONAMENTI ESTERNI. E' OTTIMISTA NON TANTO SPERANDO CHE LE COSE VADANO BENE, MA PIUTTOSTO CON LA FIDUCIA NELLA POSSIBILITA' DI FARE E NEL FATTO CHE PROVANDO E RIPROVANDO, INSISTENDO, LAVORANDO, MAGARI RICOMINCIANDO DACCAPPO, SI POSSA ANDARE AVANTI, SCRIVENDO NUOVE PAGINE AMMIRATE DA TUTTO IL MONDO. . . . >>.

2422

## **LA QUALITA' UMANA PROMESSA CON IL SERVIZIO?**

<< . . . GARANTIRE UN ELEVATO E COSTANTE LIVELLO DI QUALITA' NEI SERVIZI. QUESTO E' L'ARGOMENTO CHE DOVREBBE APPASSIONARE SOPRA GLI ALTRI UN MANAGER/LEADER. LA QUALITA' NEI SERVIZI E' UN CONCETTO SCOMODO, QUASI QUANTO LO E' STATO IL MARKETING PER L'INDUSTRIA.

**IL SERVIZIO NON E' UN PRODOTTO, NEL SENSO CHE NON LO SI PUO' FARE PRIMA E TENERE A MAGAZZINO, IN ATTESA DELLA RICHIESTA DEL CLIENTE.**

**E NON LO SI PUO' SCARTARE SE NON RIESCE BENE**

E' LA DIFFERENZA TRA IL CINEMA E IL TEATRO. LA QUALITA' DEL SERVIZIO NON E' OGGETTIVA, MA SOGGETTIVA: E' IN FUNZIONE DELLE ATTESE DEL CLIENTE.. NON E' IL PRODOTTO DI UNA MACCHINA, MA IL FRUTTO DI UN'AZIONE UMANA: IL CAFFE' DELLA MACCHINETTA E' UN PRODOTTO, IL CAFFE' AL BAR E' UN SERVIZIO. *MACDONALD?* NON E' UN SERVIZIO E' UN PRODOTTO.

COME GARANTIRE UNA QUALITA' ELEVATA E COSTANTE? DI FRONTE AD ASPETTATIVE SEMPRE DIVERSE (ANCHE DELLO STESO CLIENTE), CERTO **NON PERSEGUENDO L'OMOLOGAZIONE DEI COMPORTAMENTI**. IL SISTEMA USATO, MIOPE, E' QUELLO DELLE PROCEDURE: SI PREVEDONO TUTTE LE POSSIBILI CIRCOSTANZE IN ANTICIPO(MA E' MAI CREDIBILE?) E SI INDICA QUALE COMPORTAMENTO TENERE. IN PRATICA, SI PUNTA A TRASFORMARE L'UOMO IN MACCHINA. L'UOMO NON E' UNA MACCHINA. E' SOLO PIU' FACILE DA GESTIRE. QUANDO AMMETTEREMO CHE L'UNICA RISPOSTA DI QUALITA' PUO' VENIRE DALLA SAPIENZA (SOLO UMANA) DI CAPIRE LE SPECIFICHE ASPETTATIVE DEL SINGOLO CLIENTE NELLA SINGOLA EROGAZIONE DI SERVIZIO, E RISPONDERE CON UN'AZIONE ADEGUATA? E ALLORA,

**C'E' BISOGNO PIU' DI SCRITTORI DI PROCEDURE O DI EDUCATORI DI UOMINI ?**

>>.

2423 )

### **ANDARE, PARTIRE O RESTARE?**

<< . . . "NON CE NE ANDREMO" DISSE. "RESTIAMO QUI, PERCHE' QUI ABBIAMO AVUTO UN FIGLIO". "NON ABBIAMO ANCORA UN MORTO" DISSE LUI. "NON SI E' DI NESSUNA PARTE FINCHE' NON SI HA UN MORTO SOTTO TERRA" . . . >>.

2424 ) << . . . CHI E' ESPERTO DI BATTAGLIA NON SI FA MUOVERE DAL NEMICO, MUOVE IL NEMICO. . . . >>.

2425 ) << . . . NON C'E' BUONA POLITICA AZIENDALE SENZA CULTURA, CHE VUOL DIRE DEFICIT DI ELABORAZIONI. . . . >>.

2426 )

### **IL PACIFISMO, LA NON VIOLENZA?**

<< . . . NON E' FORSE VERO CHE LA PROFESSATA IMPOTENZA DEL MITE FINISCE PER FAVORIRE LA PREPOTENZA DEL MALVAGIO? . . . >>.

2427 )

### **GENIO FEMMINILE AIUTA L'ECONOMIA?**

<< . . . PER IL RUOLO CRESCENTE CHE LE DONNE SVOLGONO, ANCHE CON MANSIONI DIRETTIVE, NELL'AMBITO DELL'ECONOMIA E DEL LAVORO, SENZA PREGIUDICARE IL LORO DIRITTO NATURALE E SACRO QUALE E' QUELLO DELLA PROCREAZIONE E DELL'EDUCAZIONE DEI FIGLI, E' LEGITTIMO SPERARE CHE (TALE PRESENZA) CAMBI IL VOLTO DEL LAVORO E DELL'ECONOMIA, PORTANDOCI UN NUOVO AFFLATO DI UMANITA' SOTTRAENDOLI ALLA RICORRENTE TENTAZIONE DELL'ARIDO EFFICIENTISMO SCANDITO SOLO DALLE REGOLE DEL PROFITTO, CON CONGEGNI SPESSO AFFANNOSI E ASPRI DELLE ATTIVITA' ECONOMICHE. MOLTI PROBLEMI EMERGENTI OGGI ESIGONO UNO SPECIALE RICORSO AL GENIO FEMMINILE PER ESSERE AFFRONTATI (TIPO: ATTIVITA' EDUCATIVE, TEMPO LIBERO, QUALITA' DELLA VITA, MIGRAZIONE, SERVIZI SOCIALI, ANZIANI, DROGA, SANITA', ECOLOGIA). IN TUTTI QUESTI AMBITI UNA MAGGIORE PRESENZA FEMMINILE SI RIVELERA' PREZIOSA, SPINGENDO A RIFORMULARE SISTEMI E REGOLE A TUTTO VANTAGGIO DEI PROCESSI DI UMANIZZAZIONE CHE DELINEANO LA CIVILTA' DELL'AMORE. . . . >>.

2428 )

### **EROS, E' LEGGE DI CONSERVAZIONE ?**



2429 )

### **IL PROGRESSO UMANO?**

<< . . . I RISULTATI E I SUCCESSI RAGGIUNTI NON DEVONO FARE DIMENTICARE L'INTERNA LORO FRAGILITA'. NON CI SI PUO' NON STUPIRE DEL FATTO CHE LE NOSTRE IPOTESI E CONGETTURE SCIENTIFICHE NON CI PERMETTANO DI CAPIRE, ANCORA, GRANCHE' DEL MONDO >>.

2430 )

### **L'UOMO DI CULTURA?**

<< . . . IL CONCETTO DI CULTURA COME "UNIVERSO SEMPRE PIENO E VITALE" NON E' CONDIVISIBILE OVE TUTTO DEVE ESSERE CONTINUAMENTE IN "FUNZIONE". LA CULTURA E LA CREAZIONE DEBBONO AVERE ANCHE DEI "VUOTI", E L'INTELLETTUALE NON DEVE ESSERE NECESSARIAMENTE BRILLANTE ED ESORBITANTE. COMUNQUE, L'INTELLETTUALE E' PREFERIBILE PIU' "NORMALE" CHE TENGA CONTO DELL'UOMO MEDIO, CHE SIA ANCHE DIMESSO, CHE ABBAIA DEI VUOTI, DEI DUBBI, DEI SILENZI, DELLE INCERTEZZE, CHE BALBETTI, CHE SI MISURI CON LA VITA QUOTIDIANA, CHE ALL'OCCORRENZA, FACCIA RESISTENZA CULTURALE CON SQUARCI DI SILENZIO , DI DISTACCO, DI ABBANDONO >>.

2431 )

### **UNA DONNA E UN LEADER: NORMA JEANE & J.F.K.**



<<... TUA MOGLIE COSI' BELLA E CHIC, COSI' FINE! . . . LUI FECE UN SORRISO TRISTE E MI DISSE: PERO' LEI E' INCAPACE DI APRIRE IL SUO CUORE COME FAI TU, MARILYN. E' PRIVA DEL DONO DEL SORRISO E DEL CALORE, DI QUEL DONO CHE INVECE TU, MIA ADORATA MARILYN, POSSIEDI. .... SE VUOI PUOI CHIAMARMI NORMA JEANE. ... MA TU PER ME SEI MARILYN. .... PERCHE', CONOSCI MARILYN? .... E' DA UN PEZZO CHE VOLEVO CONOSCERE MARILYN.

**RANNICCHIATI L'UNO CONTRO L'ALTRO SUL PAVIMENTO DEL CAPANNO DIETRO LA PISCINA, SDRAIATI SU ASCIUGAMANI E ACCAPPATOI CHE SAPEVANO DI CLORO E DI UMIDITA'. RIDENDO INSIEME COME DUE MONELLI . . . . . >>.**

2432 ) **E DIO FECE L'UOMO VIVISSIMAMENTE "SENTENTE"!**

<< . . . ALCUNE OPINIONI SONO PIU' UTILI E SODDISFANO PIU' IL CUORE BEN FATTO CHE ALTRE. IL PRIMO PREGIO DELL'UOMO E' IL "SENTIRE" (PASSIONI, AMORI, FURORI, EMOZIONI, ECC...). E LE SCIENZE INSEGNANO A NON "SENTIRE". VIVA DUNQUE L'IGNORANZA E LA POESIA, PER QUANTO CHE POSSONO STARE INSIEME: IMMAGINIAMO, E CREDIAMO L'IMMAGINATO PER VERO; L'UOMO VIVE D'AMORE, L'AMORE LO FA DIO; CHE' DIO CHIAMO IO L'UOMO "SENTENTE"; E CANI CHIAMO, O FRANCESI, CHE E' LO STESSO, I GELATI FILOSOFISTI (CHE FANNO SCUDO DEL FILOSOFEGGIARE PER CREARE DISTACCO) CHE DA NULL'ALTRO SON MOSSI, FUORCHE' DAL 2 E 2 SON 4. ... >>

2433 ) << . . . ATTENZIONE! . . . QUANDO UN GENERALE PARLA IN ESTATE DI VITTORIE AUTUNNALI, QUALCOSA COMINCIA A NON FUNZIONARE. . . . >>

2434 ) **LE SINISTRE ?**

<<. . . SONO COME CRISTOFORO COLOMBO: PARTONO SENZA SAPERE DOVE VANNO. QUANDO ARRIVANO NON SANNO DOVE SONO. E TUTTO QUESTO CON I SOLDI DEGLI ALTRI. . . . >>.



2435 ) **COME FARE POLITICA NEL 3° MILLENNIO ?**

**CON "COMPORAMENTI OLISTICI".**

<< . . . LA VERA NOVITA' DELLA POLITICA, ALL'ALBA DEL 21° SECOLO, E' LA FINE DEL MACCHIAVELLISMO. NON BASTA ESSERE PIU' FORTI, ASTUTI, CINICI E VIOLENTI DEL PROPRIO AVVERSARIO, PER VINCERE. OCCORRE UNA VIRTU' NUOVA, PERSUADERE UN'OPINIONE PUBBLICA COLTA E DISINCANTATA E, SOPRATTUTTO,

**ACCETTARE DENTRO DI SE' LE RAGIONI DEI RIVALI.**

LA GUERRA FREDDA E' STATA, AL TEMPO STESSO, IL PRIMO CAPITOLO DELLA NUOVA POLITICA E L'ULTIMO DELLA VECCHIA. GLI OCCIDENTALI, GUIDATI DAGLI USA, HANNO VINTO PERCHE' HANNO SAPUTO CONVINCERE L'OPINIONE, INTERNA ED ESTERNA ALLA NATO, DEI PROPRI VALORI, IMPONENDOLI CON LA CAROTA DEL PIANO MARSHALL PIU' CHE CON IL BASTONE DELL'INVASIONE CECOSLOVACCA, IMPUGNATO IN MODO DEMENZIALE DAL CREMLINO. IL RIGORE DELLA SFIDA IDEOLOGICA TRA MODELLO SOVIETICO E MODELLO OCCIDENTALE NON PERMETTEVA DI " ASSORBIRE IL NEMICO ". COME TUTTE LE IDEOLOGIE, SI CONSIDERAVA UTILE UNICAMENTE LA STRATEGIA ARCAICA DI DISTRUGGERE IL NEMICO, CANCELLANDONE L'ESISTENZA DALLA FACCIA DELLA TERRA ( COME LO FU PER IL GENERALE ROMANO MARIO CONTRO I CIMBRI - 101 A.C. - O PER IL GENGIS KHAN CONTRO SHAH MOHAMMED - 1212 D.C. ).

QUINDI, OGGI, NEL MONDO OCCIDENTALE, IL MODELLO VINCENTE E' QUELLO CHE PARTENDO DALLA LEZIONE E DALLE RAGIONI DEGLI AVVERSARI, E' CAPACE

DI ALLARGARE LA PROPRIA COALIZIONE INCLUDENDO, NON ESCLUDENDO, NUOVI TIPI DI CONSENSI DI NUOVI INTERLOCUTORI. OCCORRE ESSERE CAPACI DI ASSORBIRE COME UNA SPUGNA I TEMI CARI ALL'OPPOSIZIONE E, PIU' CHE PREDICARE, PRATICARE DANDO L'ESEMPIO, ALCUNE IDEE COMUNI DEGLI ALTRI. OCCORRE INCLUDERE, SOMMARE ALLE PROPRIE IDEE QUELLE DI TUTTI I SOGGETTI SOCIALI, NESSUNO ESCLUSO: DEI LAVORATORI, DEGLI IMPRENDITORI, DEL CENTRO, DELLA SINISTRA, DELLA DESTRA, ECC...

LA NUOVA POLITICA DEVE CONQUISTARE IL CONSENSO GIORNO PER GIORNO DI ELETTORI COLTI, CHE ASCOLTANO LE PROMESSE E POI, SE DELUSI, CAMBIANO VOTO. ORMAI, I POPOLI CIVILI NON HANNO LA FEDE POLITICA TATUATA A VITA, SI ACCASA DALLA PARTE POLITICA DOVE SENTE IN QUEL MOMENTO PIU' RISPETTATI I PROPRI VALORI E I PROPRI INTERESSI. NELLA POLITICA DELL'ANNO 2000 OCCORRE FAR PROPRIO IL MACHIAVELLI " DELL'ARTE DELLA GUERRA ": OVE SI DICE CHE LA VIRTU' DEVE ESSERE OPPOSTA AL FURORE, E: "DIFFICILMENTE E' VINTO COLUI CHE SA CONOSCERE LE FORZE SUE E QUELLE DEL NEMICO". . . . >>.

2436 )

### **IL MASSIMO DELL'ALTRUISMO?**

<< . . . FACESTI COME QUEI CHE VA DI NOTTE, CHE PORTA IL LUME DIETRO E A SE' NON GIOVA, MA DOPO SE' FA LE PERSONE DOTTE. . . >>.

2437 )

### **LA RISORSA UMANA?**

<< . . . NON C'E' ALCUNA RISORSA SCIENTIFICA O TECNICA O FINANZIARIA CHE POSSA SOSTITUIRE O PREVALERE SULLA VOLONTA', LA FORZA, L'ENERGIA, LA DEDIZIONE, . . . DI UN UOMO! . . . >>



2438 )

### **LA CULTURA ITALIANA DEGLI ULTIMI 40 ANNI DEL 20° SECOLO?**

<< . . . HA UN'IMMAGINE SFUOCATA A LIVELLO INTERNAZIONALE. MOLTI DEI SUOI PROTAGONISTI NON SONO CONOSCIUTI QUANTO MERITEREBBERO. E' COLPA DELLA CLASSE DIRIGENTE CHE HA GOVERNATO L'ITALIA NEGLI ULTIMI 40 ANNI: INVECE DI CONCEPIRE LA CULTURA COME STRUMENTO DI POLITICA HA FATTO SOLO DELLA POLITICA. LA CULTURA ITALIANA PASSATA E PRESENTE NON E' IN STATO DI SOGGEZIONE DI FRONTE A NESSUN'ALTRA. MA DATA LA LEVATURA DEI NOSTRI POLITICI, CREDONO CHE LA NOSTRA CULTURA E' INFERIORE A QUELLA DEGLI ALTRI PAESI OCCIDENTALI E SI COMPORTANO DI CONSEGUENZA: UNA COSA E' UNA CULTURA CHE ABBAIA ALLE SPALLE UN PARLAMENTO E UN PAESE ATTENTI E MOBILITATI E UN'ALTRA E' AVERE UN "DESERTO". . . >>



2439 )

### DEMOCRAZIA?

<< . . . DEMOCRAZIA VUOLE DIRE CHE CHI RIMANE IN MINORANZA ACCETTI LA VOLONTA' DELLA MAGGIORANZA. MINACCIARE INIZIATIVE NON PREVISTE DALLE REGOLE, NELL'IPOTESI CHE LA PROPRIA SIA SOCCOMBENTE, OLTRE AD ESSERE ANTIDEMOCRATICO E' ANCHE ILLEGGITTIMO. LA SOVRANITA' APPARTIENE AL POPOLO CHE LA ESERCITA NELLE FORME E NEI LIMITI DELLE REGOLE ATTUALI. . . .>>.

2440 )

### LA PREPOTENZA, L'ARROGANZA?

<< . . . SVARIATI DELINQUENTI, MANAGER INDEGNI, POLITICI INFAMI SONO CONVINTI CHE NELLE COSE DELLA VITA POSSA E DEBBA PREVALERE NON LA FORZA DELLE IDEE MA L'IDEA DELLA FORZA. TALI MASCALZONI CREDONO ( E I FATTI PURTROPPO GLI DANNO PURE RAGIONE ) CHE PIU' DELLA CORRETTEZZA GIOVI L'INGANNO E PIU' DELLA CHIAREZZA IL SOTTERFUGIO. E, SOLO COSI' SI PUO' IMPORRE CHE CHI E' VINCENTE PERDE E CHI E' PERDENTE VINCE. . . MA, ALLA FINE, COSI' FACENDO PERDONO TUTTI. . . .>>.

2441 )

### LA GUERRA?

<< . . . E' L'ARTE DELLA DISSIMULAZIONE: QUINDI, QUANDO SIETE PRONTI, APPARITE IN RITARDO; QUANDO CAPACI, INCAPACI; QUANDO VICINI, LONTANI; QUANDO LONTANI, VICINI. . . .>>.



2442 )

### I BISOGNI E I "NON BISOGNI"?

<< . . . I BISOGNI, NEL 2001, POSSIAMO COSI' CLASSIFICARLI:

#### **a) BISOGNI PRIMARI**

IN TALE CATEGORIA RIENTRA LA NECESSITA' DI CIBO, QUINDI DI CALORIE PER SOPRAVVIVERE, LA NECESSITA' DI DISSETARSI, LA NECESSITA' DI CALORE, DI RIPOSO, DI SESSO. STORICAMENTE, QUESTE ESIGENZE HANNO AFFLITTO LE GENERAZIONI CHE HANNO ABITATO IL NOSTRO PIANETA. OGGI, PURTROPPO, QUESTI BISOGNI SONO ANCORA PRESENTI NEL 3° MONDO, NELLE FASCE ABBASTANZA CONSISTENTI DELLA POPOLAZIONE DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO E IN ALCUNE SACCHE ATIPICHE DEI PAESI INDUSTRIALIZZATI (DISOCCUPATI, DISSOCIATI, PENSIONATI SOCIALI, ECC...). QUESTI BISOGNI POSSIAMO CHIAMARLI "OGGETTIVI" O "FUNZIONALI".

#### **b) BISOGNI SECONDARI**

TRA QUESTI BISOGNI POSSIAMO ANNOVERARE IL VESTIARIO ( NON IL COPRIRSI CHE APPARTIENE AI BISOGNI PRIMARI ) CHE RISPONDA A OBIETTIVI ESTETICI; LA

CAPACITA' DI SPOSTARSI CON AGEVOLEZZA ( CON NAVI, TRENO, AUTOMOBILE, ECC...); L'ESIGENZA DI CONOSCERE, DI LEGGERE, DI EDUCARSI, DI OSSERVARE. TALI BISOGNI SONO PIENAMENTE SODDISFATTI IN TUTTI I PAESI INDUSTRIALIZZATI, MA RAPPRESENTANO UN OBIETTIVO FUTURO PER IL 3° MONDO E, IN PARTE, NEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO. COME SI PUO' COMPRENDERE, QUESTE ESIGENZE COMPREDONO SIA QUELLE "OGGETTIVE" CHE QUELLE "SOGGETTIVE".

**c) BISOGNI TERZIARI**

SONO IN GRAN PARTE I BISOGNI DI TIPO SOCIALE, DI STATUS (MODA, IMMAGINE), DI APPARIRE MODERNI, I BISOGNI SPORTIVI, DI LIFTING (RIFARSI IL CORPO), DI APPARTENENZA, IL BISOGNO DI VACANZE, DI FARE IL WEEK-END, ECC...

QUESTA E' UN'AREA MOLTO SOFISTICATA DELLE ESIGENZE PERSONALI MOLTO RECENTI NEI PAESI INDUSTRIALIZZATI MA SICURAMENTE NON PRESENTI NEL 3° MONDO E SOLO PARZIALMENTE PRESENTI NEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO.

IN QUESTI BISOGNI RIENTRANO QUELLI " SOGGETTIVI " E QUELLI "ESTETICI".

ESISTE, PERO', UNA QUARTA CATEGORIA DI BISOGNI CHE E' QUELLA DEI "BISOGNI INDOTTI" CHE SI POSSONO CHIAMARE

**d) I "NON BISOGNI"**

QUESTI SONO QUEI BISOGNI CREATI DALL'OFFERTA ATTRAVERSO L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA O TRAMITE OPERAZIONI D'IMMAGINE. ESSI NON SAREBBERO MAI SORTI SE L'OFFERTA STESSA NON AVESSE PROPOSTO TALI INNOVAZIONI. QUESTA E' L'AREA CHE DEVE CARATTERIZZARE IL MARKETING (ASPETTI E COMPORTAMENTI DEGLI INDIVIDUI, TEORIE DEL MANAGEMENT, SCELTE IMPRENDITORIALI, ECC...) NEI PAESI INDUSTRIALIZZATI NEL NUOVO MILLENNIO. QUALI SONO GLI ESEMPI PIU' ECLATANTI CHE CI DOVREBBERO SVEGLIARE ALLA NUOVA IMPRENDITORIALITA'? LE CARTE DI CREDITO, IL TELEFONINO CELLULARE, LE ANTENNE SATELLITARI, LA MULTIPROPRIETA', GLI OROLOGI SWATCH, LE AUTO MONOVOLUME, LE AUTO ELETTRICHE, L'ORAL CHECKER (RILEVATORE DI ALITOSI - CONTRO LA PAURA DELL'ALITO PESANTE), IL "CDI PHILIPS" (NUOVO COMPACT DISC INTERATTIVO CON LA TV), IL TELEDRIN-SIP- SWATCH, IL TE' AROMATIZZATO, INTERNET, I VIDEO PROIETTORI E I RETROPROIETTORI, I SISTEMI MULTIMEDIALI, I VIDEO REGISTRATORI LASER, ECC... QUESTI BISOGNI SONO RIVOLTI ALLO "SLEEPING CONSUMER" CHE SOLLECITATO, DESTATO, SEDOTTO E CATTURATO DA UN'OFFERTA TECNOLOGICA O D'IMMAGINE PASSA DALLA FASE DEL "SOGNO" A QUELLA DEL DESIDERIO, DELL'ASPETTATIVA E, QUINDI, DEL BISOGNO. QUESTI BISOGNI NON SONO FISILOGICI, DI SICUREZZA, SOCIALI O DI AUTOREALIZZAZIONE. NON RIENTRANO NEI BISOGNI CHE FANNO PARTE DELLA SFERA DELLE ASPIRAZIONI UMANE.

**ESSI SONO UN'ASTRATTA E ARTIFICIOSA INVENZIONE DELL'OFFERTA DI TECNOLOGIE E DI IMMAGINE.**

QUESTA E' L'AREA NUOVA E INESPLORATA CHE OCCORRE DEFINIRE E APPROFONDIRE NEI PAESI AD ECONOMIA AVANZATA E D'AVANGUARDIA. ESSA RISPONDE, IN UNA CERTA MISURA, ALL'AFFERMAZIONE DI G.B. SHAW PER CUI "OGNI FORMA DI PROGRESSO DIPENDE DALL'UOMO IRRAGIONEVOLE"; O A COME SOSTIENE C. HANDY "I TEMPI DELL'IRRAGIONEVOLEZZA SONO TEMPI DI OPPORTUNITA'". NOI, PERCIO', IN QUANTO PAESE INDUSTRIALIZZATO, AVENDO ORMAI GLOBALMENTE SODDISFATTO I BISOGNI PRIMARI, SECONDARI E TERZIARI ( A PARTE LA FASCIA POVERA ), SIAMO ESPOSTI A OFFERTE DI NON BISOGNI CHE CREANO L'AUMENTO DELLE NOSTRE ASPETTATIVE, GRADINO DOPO GRADINO. QUESTI BISOGNI "QUATERNARI", QUESTI "NON BISOGNI" NON

SONO PERCEPITI E IMMAGINATI, IN EFFETTI, IN NESSUNA AREA GEOGRAFICA, ANCHE SE TROVANO PARZIALE DIFFUSIONE NEI PAESI INDUSTRIALIZZATI, PER EFFETTO DELLE INIZIATIVE INTRAPRESE DALL'OFFERTA. OCCORRE DIRE, PER FINIRE, CHE IL NUOVO CONSUMER A CUI SONO RIVOLTE LE OFFERTE "QUATERNARIE" E CHE ACQUISTA SENZA FRENI O RIFLESSIONI PARTICOLARI QUESTI PRODOTTI CHE, COME PREMESSO, DERIVANO DAL "SOGNO", APPLICA UNA GRANDE RAZIONALITA' E PARSIMONIA NELLA SCELTA E ACQUISTO DEI PRODOTTI TRADIZIONALI LEGATI AI BISOGNI PRIMARI, SECONDARI E TERZIARI.

...>>.

2443 ) << ... IL MIGLIORAMENTO? ...E' QUELLO CHE E' APPENA MORTO. >>.

2444 ) << . . . LA RIFONDAZIONE DELLA NOSTRA SOCIETA' (ANCHE QUELLA POLITICA E MORALE)? . . . E' POSSIBILE SOLO PARTENDO DALLA COPPIA, DALL'AMORE TRA DUE PERSONE. . . . >>.

2445 ) << QUANDO IL VICINO PROTESTA AIUTALO AD AVERE RAGIONE! >>.



2446 )

### **IL PERICOLO DEL 3° MILLENNIO?**

#### **LO SVILUPPO SENZA LAVORO.**

<< . . . PER LO SVILUPPO SENZA LAVORO GIOCANO SIA LE CONDIZIONI DELL'AUMENTO DELLA VITA MEDIA, L'ESPLOSIONE DELLA PRESENZA DI NUOVI SOGGETTI ( COME LE DONNE E EXTRACOMUNITARI CON ALTA FORMAZIONE SCOLASTICA O PROFESSIONALE ) SUL MERCATO DEL LAVORO CHE LA GLOBALIZZAZIONE DELL'ECONOMIA (\*), LA NUOVA DIVISIONE INTERNAZIONALE DEL LAVORO, LE DIVERSE ARTICOLAZIONI NELL'ORGANIZZAZIONE PRODUTTIVA ( CHE HANNO SUPERATO IL TRADIZIONALE MODELLO TAYLORISTA/FORDISTA ) E LE INNOVAZIONI TECNOLOGICHE ( SEMPRE MINOR BISOGNO DI ADDETTI: NON SOLO OPERAI/IMPIEGATI MA ANCHE MANAGER ). PRODURRE UNA VECCHIA MACCHINA DA SCRIVERE MECCANICA RICHIEDEVA CIRCA 800 ORE DI LAVORO/UOMO. OGGI, PER PRODURRE UN P.C. CI VOGLIONO 40 MINUTI. I CAPITALI, INOLTRE, VENGONO INVESTITI NEI PAESI DOVE ESISTONO MIGLIORI CONDIZIONI SALARIALI, FISCALI, DI CREDITO, DI SOSTEGNO ALLA PRODUZIONE E LEGALI. PRODURRE ANCHE " SERVIZI " COMPORTA OCCUPAZIONE LIMITATA. IL LAVORO PRESCINDE DAI CICLI DELL'ECONOMIA ( CON LA FINE DELLE CARRIERE LAVORATIVE ALL'INTERNO DI UN'UNICA AZIENDA). IL TEOREMA KEINESIANO NON E' PIU' APPLICABILE (DISOCCUPAZIONE > RECESSIONE CICLICA; OCCUPAZIONE > ESPANSIONE PRODUTTIVA). FAR FRONTE A CIO' SIGNIFICA CREARE FORTE COOPERAZIONE INTERNAZIONALE (A PARTIRE DAI PAESI O.C.S.E.) CON PIANI GOVERNATIVI CONCERTATI TRA IMPRENDITORI/SINDACATI BASATI SU:

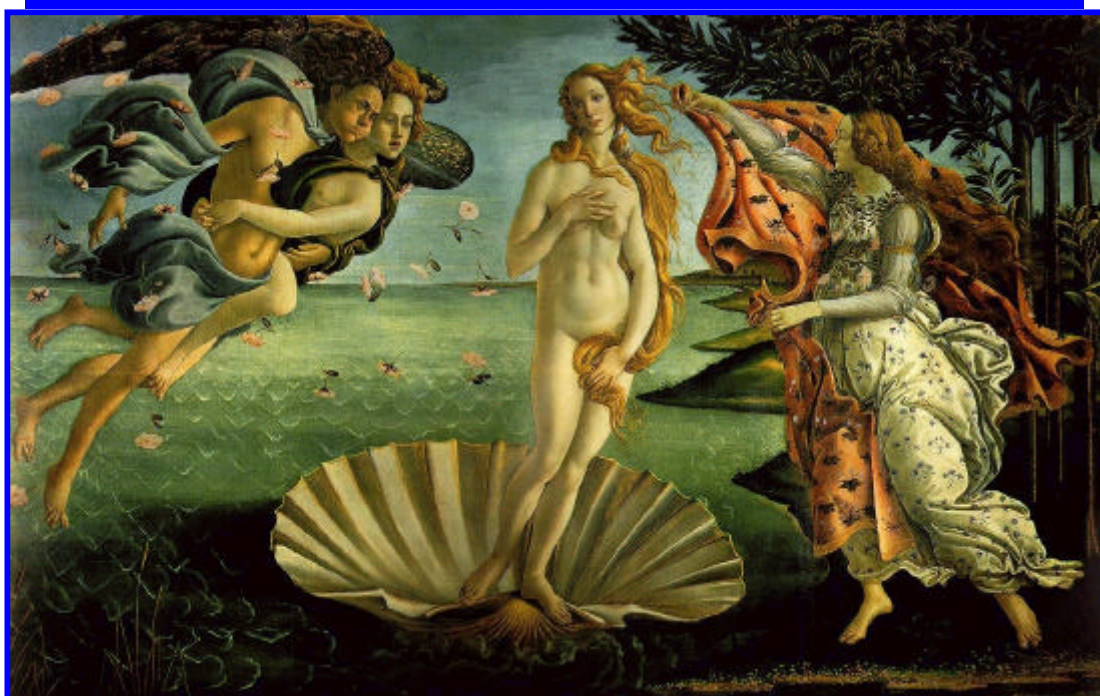
**FLESSIBILITA' CULTURALE, RIDUZIONE DI ORARI DI LAVORO,  
FLESSIBILITA' DELLE PRESTAZIONI, PROCESSI PERMANENTI DI  
FORMAZIONE E RIQUALIFICAZIONE, PROMOZIONE DI NUOVE IMPRE-  
SE TIPO " PRODUZIONE DI IMPRESE A MEZZO DI IMPRESE ".**

LA VECCHIA POLITICA SOCIALE, INDUSTRIALE, MANAGERIALE DI TIPO " INERZIALE " PUO' CONDURRE SOLO SULLA VIA DI IMPOVERIMENTO GENERALE ( I POCHI CHE LAVORANO " MOLTO RICCHI " NON COMPENSANO LA MAGGIORANZA SENZA UN LAVORO MINIMO E, QUINDI, CONFLITTI SOCIALI ).

(\*) **CRESCITE VELOCI DELLA PRODUZIONE SONO DOVUTE SPESSO, COME IN ITALIA DAL 1994 AL 1996, ALLE FAVOREVOLI CONDIZIONI DI CAMBIO DELLA VALUTA ( CHE HA DETERMINATO, PER ESEMPIO IN ITALIA, UNA CRESCITA IRRISORIA DELLO 0,1% DELL'OCCUPAZIONE ). . . . >>.**

2447 )

**IL FASCINO DEL NUDO ?**



<< . . . IL NUDO, SOGGETTO PRINCIPE E PRIMO DELLA STORIA DELL'ARTE DI TUTTI I TEMPI, ATTRAVERSA I TEMPI PASSANDO DAL PERIODO IN CUI L'UOMO COMINCIO' A MISURARE IL SUO CORPO PROIETTANDONE LA FORMA SULLA ROCCIA E DISEGNANDONE I CONTORNI E, VIA VIA, AL "NUDO CLASSICO GRECO-ROMANO"; E POI ALLA PIENEZZA DELLE FORME RINASCIMENTALI (CON ANTICIPAZIONI, ANCHE, SURREALISTICHE E PSICOANALITICHE); A OGGI, OVE E' IL CORPO STESSO A DOMINARE L'ARTISTA, CON LA SUA FORMA CONCAVA, NEGATIVA O CONVESSA DEL CORPO CHE PESA SULLA TERRA. COMUNQUE, SEMPRE, NELLA RAPPRESENTAZIONE DEL NUDO, RIEMPITO, SVUOTATO, PROSCIUGATO, FILIFORME, DEFORMATO, SOLARE, CRUDO, AVVOLGENTE, IRREALE, DEPRAVATO, BRUTTO, SACRALE, OSCENO, . . .

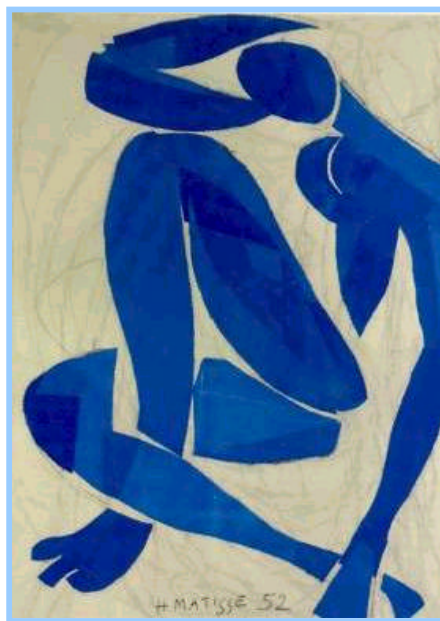
**C'E' SEMPRE L'ESPRESSIONE DEI TEMPI, DELLA STORIA,  
DEL PENSIERO E DEI DESIDERI DEL TEMPO.**

LA NASCITA DI VENERE, PER ESEMPIO, SEMBRA RIASSUMERE A UN TEMPO SEDUZIONE EROTICA E RISERVATEZZA PUDICA, PRESENTANDO UNA FIGURA FEMMINILE NELLA SUA NUDITA' MA SENZA ESIBIZIONI SENSUALI: LA FIGURA E' CIRCONDATA DA MITICI PERSONAGGI (ZEFIRO E CLORI, COME SEMBRA CERTO,

DA UN LATO, E L'AURA DALL'ALTRO LATO) CHE RAPPRESENTANO IL VENTO O CHE, COMUNQUE, SCOSSI DAL VENTO, PAIONO SIMBOLEGGIARE IL RESPIRO DELLA VITA O IL SORGERE DELLE PASSIONI. LA NASCITA DI VENERE E' CERTO, PUR NELLA SUA MUSICALE E COMUNICATIVA DOLCEZZA, UN'OPERA COLTA, DIETRO ALLA QUALE SI RICONOSCONO STIMOLI E CONSAPEVOLEZZE DIVERSE.

MA, IN SOSTANZA, SI PUO' AFFERMARE CHE LA "NASCITA DI VENERE" E' UN'OPERA ESPLICITAMENTE SIMBOLICA MA NON EFFIMERA. INFATTI, ESEGUITA NEL 1485, ANCORA OGGI AFFASCINA SOLLECITANDO SEMPRE NUOVE INTERPRETAZIONI. . . .

NEL NOSTRO SECOLO IL CORPO RITROVA UNA SUA LIBERTA' FRAGILE E TOTALE; SPOGLIATO DI CONVENZIONI E ABITUDINI SECOLARI, PRIVATO DEL SENSO DELLA MISURA E DELLE PROPORZIONI, CHE I GRECI AVEVANO FISSATO PER PRIMI, LA RAPPRESENTAZIONE DEL NUDO RITROVA IL SENSO DELLE ORIGINI,



POTENDOSI MOSTRARE SENZA SORPRESA, SENZA TORMENTO, SENZA MISTERO, PER L'ESTREMO PIACERE DI CONTEMPLARE UN CORPO, FINALMENTE NELLA SUA VERITA' (VEDI **MATISSE**, RODIN, MAILLOL, FAUTRIER, GIACOMETTI, SEGAL, BONNARD). . . . >>.

2448 )

### ANNI 1989 > 2000: CADUTA DELLE IDEOLOGIE.



<< . . . L'OMOLOGAZIONE DELLE IDEE, L'IRRESISTIBILE FUGA A CONFONDERSI NELLA "NOTTE" IN CUI TUTTE LE VACCHE SONO GRIGIE. DESTRA E SINISTRA SONO SEMPRE PIU' CONCETTI AVVIZZITI, SOSTENUTI DA CULTURE SEMPRE PIU' DEBOLI E SOVRAPPONIBILI: SONO UNA STRANA COPPIA OMOSESSUALE, CIASCUNO PRETENDE DI ESSERE MASCHIO E FEMMINA NELLO STESSO TEMPO. TUTTI SI DICHIARANO LIBERALI CON UN OCCHIO ALLA SOLIDARIETA', ALLA BORSA, ALLA FINANZA, MENO STATO, PIU' MERCATO. CIO' FAVORISCE IL RIEMERGERE DI UN "CENTRO" SEDE TRADIZIONALE ITALIANA DI OPPORTUNISMO, TRASFORMISMO E CORRUZIONE OVE TUTTI I BOSS POLITICI PIU' CHE AVERE RAPPORTI COI "PASTORI" VOGLIONO ACCAPARRARSI LE "PECORE". ...>>.

2449 )

## **IL COLLABORATORE DEL 3° MILENNO DA CUI TRASPARE IL FUTURO LEADER?**



<< . . . NON GLI BASTANO E NON HA BISOGNO DI DIRETTIVE PER ANDARE OLTRE, SVOLGENDO UN IMPRESSIONANTE VOLUME DI LAVORO OLTRE A STIMOLARE, MOTIVARE, ENTUSIASMARE, AGGREGARE IL PROPRIO GRUPPO SENZA TRASCURARE I RAPPORTI PERSONALI E CONFIDENZIALI CON CIASCUNO CHE GLI STA INTORNO : COLLABORATORI, CAPI E INTERLOCUTORI OCCASIONALI. EGLI SI IMPONE COME ESEMPIO DI COME SUL LAVORO SI PUO' PENSARE PRIMA AGLI ALTRI CHE A SE STESSO: EGLI POSSIEDE L'ARTE DI EVIDENZIARE E VALORIZZARE AL MEGLIO L'ATTIVITA' E I RISULTATI DEI SUOI COLLABORATORI. NON SI LAMENTA MAI. NON COMPLICA E NON "VENDE" A CARO PREZZO QUALSIASI RICHIESTA DI COLLABORAZIONE CHE SIA ANCHE AL DI FUORI DELLE PROPRIE COMPETENZE. PER LUI NON ESISTONO MAI SCONFITTE DEFINITIVE. NON SOLO NEI SUCCESSI, MA, SOPRATTUTTO, NEGLI INSUCCESSI E' LUI CHE SI ESPONE IN PRIMA PERSONA E SI METTE IN DISCUSSIONE, E QUASI MAI ATTRIBUISCE COLPE A MANCANZA DI AUTONOMIA, DI MEZZI, DI SUPPORTI AZIENDALI: DI FRONTE ALL'AZIONE PRIMA C'E' LUI, POI IL TUTTO RESTO. HA UNA FORTE DETERMINAZIONE, CONSENTE DI RAGGIUNGERE IN TEMPI BREVI RISULTATI INSUPERATI. HA UN OTTIMISMO PERVICACE, INDEFORMABILE, CONTAGIOSO CHE IRRADIA BENEFICI EFFETTI. UNO COSI' LO ASSUMI GIA' PER IL

GUSTO DI AVERLO VICINO OGNI GIORNO. TI DIPINGE DI ROSA LA VITA E L'ORGANIZZAZIONE. NEL "2001" UNO COSI' NON C'E' ORO A PAGARLO. . . . >>.

2450 ) << . . . IN BATTAGLIA CERCATE UNA VITTORIA RAPIDA... SE LE VOSTRE ARMATE RESTERANNO TROPPO A LUNGO IN CAMPO IL VOSTRO TESORO NAZIONALE SARA' DILAPIDATO E LE POTENZE CONFINANTI VI BATTERANNO... NESSUNO STATO HA MAI TRATTO VANTAGGIO DA GUERRE TROPPO LUNGHE... E, QUESTO VALE ANCHE PER LE QUESTIONI PERSONALI. . . . >>.



2451 ) **COME SVILUPPARE UNA PERSONALITA' VINCENTE  
E AVERE SUCCESSO?**

<< . . . CIO' CHE CONTA PER GUIDARE UNA ORGANIZZAZIONE ED ESSERE IL LEADER E' L'ACQUISIZIONE DI UN PROFONDO EQUILIBRIO INTERIORE. L'AUTOSTIMA NON E' SOLO QUESTIONE DI DISPOSIZIONE MENTALE, DI ATTEGGIAMENTO, DI TRUCCHETTI PSICOLOGICI (COME DICONO I PROFETI DEL PENSIERO POSITIVO) BASATI SU "CEROTTI", "ASPIRINE" SOCIALI (TIPO: PRESENTARSI CON UN BEL SORRISO DA' UN'IMMAGINE VINCENTE). QUESTI POTREBBERO GARANTIRE IL SUCCESSO NEL TEMPO BREVE MA DESTINATI A FALLIRE SUL LUNGO PERIODO. OCCORRE INTERIORIZZARE (CON COERENZA) I PRINCIPI FONDAMENTALI COMUNI A TUTTI GLI ESSERI UMANI, COME:

**IMPARZIALITA', COERENZA, ONESTA', FIDUCIA.**

OCCORRE LAVORARE DENTRO, FAR SI' CHE LA NOSTRA VITA SIA IN ARMONIA CON TALI PRINCIPI E VALORI FORTI E DURATURI. CIO' SIGNIFICA LAVORARE A FONDO SULLA PROPRIA PERSONALITA'. E' UNA STRADA DURA, DA FARE A TAPPE (ALTRO CHE RAMPANTISMO!). ESSA SI REGGE SU "7 PILASTRI" ANZI "7 ATTITUDINI".

**ESSERE PROATTIVI**

CIOE' DEVI DARE E AGIRE SENZA ASPETTARE CHE LA SITUAZIONE LO IMPONGA. E' L'OPPOSTO DELLA REATTIVITA' CHE PRESUME PER OGNI AZIONE UNO STIMOLO ESTERNO.

**COMINCIARE PENSANDO ALLA FINE**

OVVERO: MAI INIZIARE UN LAVORO SENZA UN PRECISO PROGETTO A LUNGO TERMINE.

**DARE LA PRECEDENZA ALLE PRIORITA'**

OCCORRE SEMPRE FARE PER PRIMA LE COSE IMPORTANTI E NON LASCIARSI PRENDERE LA MANO DALLA FRETTA. SPESSO, INFATTI, LE COSE URGENTI NON SONO ALTRO CHE COSE IMPORTANTI TRASCURATE.

**PENSARE: VINCERE, VINCERE, VINCERE**

CIOE' NON CERCARE DI VINCERE A SCAPITO DEI TUOI COLLABORATORI, MA RICERCA UNA SOLUZIONE CHE PORTI BENEFICI A ENTRAMBI.

**1°: CERCARE DI CAPIRE; 2°: FARSI CAPIRE**

OVVERO: ASCOLTARE NON SOLO CON LA MENTE MA ANCHE COL CUORE. E, POI, ESPORRE CON CHIAREZZA LE PROPRIE IDEE/PROPOSTE MOSTRANDO CHIARAMENTE DISPONIBILITA' A CAMBIARE IDEA.

### **SINERGIZZARE**

ESSERE APERTI AI CONTRIBUTI ESTERNI. E' IL MODO MIGLIORE PER TROVARE SOLUZIONI CREATIVE E INNOVATIVE.

### **AFFILARE LA LAMA**

MANTENERE L'EFFICIENZA CON L'ALLENAMENTO FISICO E MENTALE, IN FAMIGLIA, IN AZIENDA E NELLE RELAZIONI SOCIALI.

### **FARE PROMESSE E MANTENERLE**

"FARLE A NOI STESSI PRECEDE IL FARLE AGLI ALTRI E MANTENERLE".

PER PROGETTARE E GESTIRE TANTO IL PROPRIO MATRIMONIO QUANTO LA STRATEGIA DELLA PROPRIA AZIENDA C'E', OVUNQUE, UN'UNICA STRADA: DIVENTARE PERSONE INDIPENDENTI, FORTI DI QUESTI PRINCIPI. . . . >>.

2452 )

### **L'ESPERIENZA DELLA VECCHIAIA?**

<< . . . DONA UNA LUCIDITA' PENETRANTE CHE PERMETTE DI VEDERE LA REALTA' DELLE COSE PIU' IN LA' DI QUALSIASI APPARENZA. . . . >>.

2453 )

## **MIMMA**





2454 )

## **MA CONVIENE DAVVERO PER LA CARRIERA DISTRUGGERE LA PROPRIA UMANITA'?**

<< . . . A FURIA DI LOTTARE A TUTTI I COSTI PER LA PROPRIA CARRIERA, PER LA PROPRIA POLTRONA E SUPREMAZIA, SI COMPIONO AZIONI INDEGNE, INFAMI, AL DI FUORI DELLE REGOLE, CON LA BUSSOLA DELL'ARROGANZA, SCHIACCIANDO TUTTO CIO' CHE E' INNOVATIVO, DIVERSO, CALPESTANDO SQUALLIDAMENTE LE VITE STESSE, I SOGNI, LE AMBIZIONI DEGLI ALTRI UOMINI SPESSO CON APPARENTI E NOBILI MOTIVAZIONI, UTILIZZANDO LA FALSITA' E LA FURBIZIA. NEL 21° SECOLO NON DOVREBBE ESISTERE NELLA VITA DI UN UOMO UN IDEALE DI CARRIERA O DI VITA POLITICA CHE MERITI TANTA ABIEZIONE. . . . >>.



2455 )

## **I MALI DEL "BEL PAESE"? L'INDIVIDUALISMO ESASPERATO.**

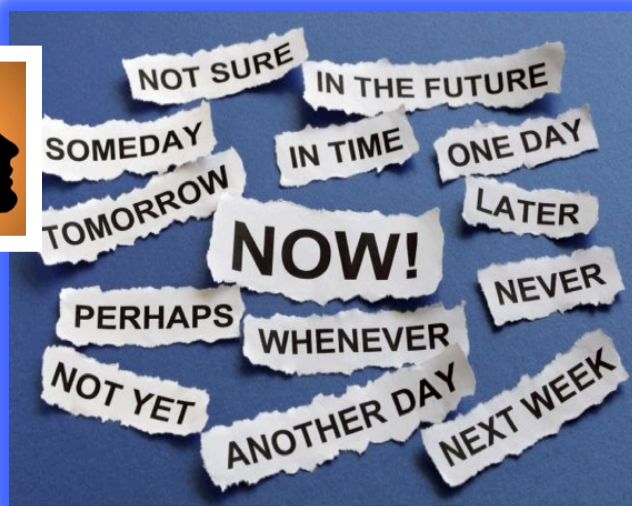
<< . . . IN ITALIA, IL RAPPORTO CITTADINO-PUBBLICA AMMINISTRAZIONE NON E' DEI PIU' FELICI. CHI STA DAVANTI AGLI SPORTELLI NON HA IMPARATO CHE BISOGNA STARE IN CODA, CHI STA DALL'ALTRA PARTE RITIENE CHE IL CITTADINO SIA UN ROMPISCATOLE CHE PUO' ESSERE TRATTATO CON INSOFFERENZA E ARROGANZA. LO STATO E' UN'ENTITA' ASTRATTA, A QUASI TUTTI ESTRANEA, DA RAGGIRARE E SFRUTTARE SALVO POI CRITICARLO PER LO SFASCIO AL QUALE CONTRIBUIAMO ATTIVAMENTE. TUTTI CI SENTIAMO SENZA MACCHIA, INNOCENTI E PROTESTIAMO CON VEEMENZA CONTRO LA CORRUZIONE POLITICA CHE INVECE E' L'IMMAGINE SPECULARE DEL PAESE CHE RAPPRESENTA. IN ITALIA NON FUNZIONA QUASI PIU' NULLA, L'INDIVIDUALISMO ESASPERATO CI PORTA A DIFENDERE CON LE UNGHIE E I DENTI SOLO IL NOSTRO "ORTICELLO". LO STATO SI CONCRETIZZA SOLO QUANDO SI PASSA DAI DOVERI AI "SACROSANTI DIRITTI". BASTA CAMMINARE PER LE STRADE DI QUALUNQUE CITTA'. NON C'E' UNA CABINA TELEFONICA CHE NON SIA SCAMBIATA PER UNA PATTUMIERA, SPESSO RESA INSERVIBILE O IL TELEFONO CHE RESTA OCCUPATO PER PIU' DI 1/4 D'ORA. NEL TRAFFICO ( UNA BOLGIA ), I MOTOCICLISTI CHE FANNO GLI SLALOM, AUTO IN CONTROMANO O PARCHEGGIATE IN 3a FILA. LE COSTRUZIONI? NON NEGATE LICENZE EDILIZIE A CASE SENZA GARAGE E STRADE D'ACCESSO. QUANTI MILIONI DI GARAGE TRASFORMATI POI IN BOTTEGHE O CANTINE O CASE ABITATE. E I BALCONI? TRASFORMATI IN SGABUZZINI E LE TERRAZZE TRASFORMATE IN ATTICI ABUSIVI ( TANTO POI CI SARA' UNA SANATORIA!). INSCENIAMO MANIFESTAZIONI PER MOUROUROA E POI ABBANDONIAMO SU STRADE, SPIAGGE, BOSCHI OGNI SORTA DI IMMONDIZIE. E LA SCUOLA? TUTTI SIAMO PRONTI A DIRE CHE E' LA PEGGIORE D'EUROPA. MA NESSUNO SI SCANDALIZZA DI ASSENZE, " AUTOGESTIONI " E INIZIATIVE VARIE LONTANE ANNI LUCE DALLA FINALITA' FORMATIVA. E LA SANITA'? TUTTI SI LAMENTANO DELL'ASSENTEISMO; PERO' SI E' PRONTI DI AVALLARE MALATTIE DI COMODO.

SIAMO INCAPACI DI CAPIRE CHE UN'AZIENDA, UNA SCUOLA, UNA CITTA', UN PAESE VANNO IN MALORA ANCHE A CAUSA DEL DISINTERESSE DEI SINGOLI, DELLE PICCOLE DISONESTA' SPACCIATE PER ATTI DI FURBIZIA. TUTTI I SERVIZI FANNO ACQUA DA TUTTE LE PARTI, SPECIE GLI APPARATI DI PREVENZIONE E REPRESSIONE CHE DOVREBBERO PORRE UN FRENO A TALE "INCIVILTA'". FACCIAMO FINTA DI NON CAPIRE CHE MALEDUCAZIONE, MENEFREGHISMO E ILLEGALITA' SI SONO IMPOSTI A TUTTI I LIVELLI E CHE L'ATTUALE SITUAZIONE E' PIU' FIGLIA DEI COMPORTAMENTI SBAGLIATI DI TUTTI GLI ITALIANI E DEL DISINTERESSE PER QUANTO NON CI APPARTIENE. SOLO SUBORDINANDO L'INTERESSE PERSONALE A QUELLO DELLA COLLETTIVITA' SI POTRA' DIVENTARE UN PAESE CIVILE. NON ESISTONO ALTRE STRADE E PER NOI LA STRADA E' PIU' LUNGA. ... >>.

2456)

## LE DECISIONI MIGLIORI SI PRENDONO ASCOLTANDO TUTTI?

**SÌ ...! SOLO COSÌ SI POSSONO VAGLIARE TUTTI I PUNTI DI VISTA POSSIBILI**



**QUESTE SONO LE PROBLEMATICHE DA PORSI QUANDO OCCORRE PRENDERE UNA DECISIONE IMPORTANTE. ... PER GUIDARE IL PROPRIO "ISTINTO" PER DECIDERE AL MEGLIO**

<< ... OGNI GIORNO PRENDIAMO MIGLIAIA DI DECISIONI, SPESSO SENZA NEANCHE RENDERCENE CONTO. PERCIÒ, DOBBIAMO METTERCI IN CONDIZIONE DI DECIDERE AL MEGLIO: ANCHE NELLE SCELTE PIÙ BANALI.

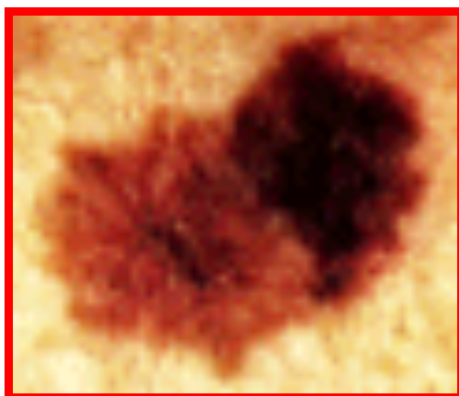
**PERCIÒ, SIAMO IN GRADO DI RENDERCI CONTO DI QUANDO SIAMO VITTIMA DI "BIAS" COGNITIVI O DI PREGIUDIZI INCONSCI? IL NOSTRO ISTINTO CI AIUTA O CI SABOTA?**

COME AFFRONTIAMO LE DECISIONI DAVVERO DIFFICILI? SIAMO SICURI CHE LE NOSTRE DECISIONI NON SIANO VITTIMA DI QUALCHE TRAPPOLA? QUINDI, OCCORRE FARE LA MASSIMA ATTENZIONE. **UN VERO LEADER** È CAPACE DI **ASCOLTARE**, AVERE **CONVERSAZIONI ANCHE "SCOMODE"** (PURE CON PARI GRADO PIÙ ESPERTI, ANZIANI, AUTOREVOLI O DI QUALSIASI ESTRAZIONE/CONDIZIONE, ...) **IN MODO SERENO**, COSÌ DA POTERNE TRARRE IL MEGLIO AL FINE DI TROVARE SPUNTI DI RIFLESSIONE E STRUMENTI PRATICI PER SVILUPPARE PIÙ CONSAPEVOLEZZA, E PER MIGLIORARE IL MODO DI DECIDERE E LA QUALITÀ DELLE DECISIONI.

**ATTENZIONE! OGNI ESSERE È VIVENTE PERCHÉ È IN GRADO DI COMUNICARE PENSIERI, LOGICHE, PARERI, ... DIVERSI DA TUTTI GLI ALTRI!**

OVVIAMENTE, OCCORRE PRENDERE ATTO CHE I PIÙ ESPERTI (**TUTORS/FORMATORI**) HANNO COMPETENZE E STRUMENTI PER SUPPORTARE INDIVIDUI E TEAM NELLE CONDIZIONI PIÙ DIFFICILI. ... BISOGNA AVERE CONSAPEVOLEZZA CHE **UN CONTO E' SAPER COSA SERVE FARE, E UN CONTO E' FARLO E FARLO FARE**. ... CON **UMILTÀ DA LEADER**, E' POSSIBILE **RICONOSCERE I PROPRI LIMITI** E GUIDARE IL PROPRIO ISTINTO PER DECIDERE AL MEGLIO E PRENDERE LE DECISIONI MIGLIORI **CON L'AIUTO DI ... CHI CI STA INTORNO**. ... >>.

## IL MELANOMA ?



<< . . . IL MELANOMA È UN TUMORE MALIGNO DELLA CUTE A PARTENZA DA CELLULE CHE PRODUCONO MELATONINA, O MELATONINOCITI. L'IMPORTANZA DI QUESTO TUMORE RISIEDA NEL FATTO CHE, ALMENO IN UNA FASE INIZIALE, È DIFFICILMENTE DISTINGUIBILE DAI COMUNI NEVI DELLA CUTE. INOLTRE, ANCHE IN CASI DI DIMENSIONI RIDOTTE, IL MELANOMA PUÒ ESSERE UNA MALATTIA AGGRESSIVA, E DARE ORIGINE ANCHE MOLTI ANNI DOPO LA DIAGNOSI A METASTASI LINFONODALI O SISTEMICHE. INFINE, LA SUA INCIDENZA STA AUMENTANDO NEL MONDO, POSSIBILMENTE PER UNA AUMENTATA ESPOSIZIONE AI RAGGI ULTRAVIOLETTI. PER TUTTI QUESTI MOTIVI È FONDAMENTALE CHE IN CASO SI NOTI UNA ALTERAZIONE DELLA FORMA O DELLE DIMENSIONI DI UN NEO CI SI RIVOLGA AD UNO SPECIALISTA DERMATOLOGO. UNA OSSERVAZIONE ACCURATA DELLA NEOFORMAZIONE PIGMENTATA, ANCHE CON LA TECNICA DELLA **EPIFLUORESCENZA**, PERMETTE DI RIVELARE SE ESISTANO CARATTERISTICHE SOSPETTE. IN QUESTI CASI SI CONSIGLIA LA BIOPSIA DEL NEO, CIOÈ LA SUA ASPORTAZIONE PER ESAME SOTTO IL MICROSCOPIO. NEL CASO L'ESAME ISTOLOGICO RISULTI POSITIVO, SI EFFETTUA UNA **RIESCSSIONE** CON UN MARGINE DI 1-2 CM INTORNO ALLA CICATRICE CHIRURGICA PER RIMUOVERE LE EVENTUALI CELLULE CANCEROSE RIMASTE NELLA ZONA. PER STADIARE LA MALATTIA IN MODO MIGLIORE, SI EFFETTUA POI LA BIOPSIA DEL **LINFONODO SENTINELLA**, CIOÈ DEL LINFONODO CHE DRENA LA PARTICOLARE AREA DI CUTE SEDE DEL TUMORE. LA PRESENZA DI METASTASI LINFONODALI INFATTI È UN IMPORTANTE FATTORE DI RISCHIO PER LA SOPRAVVIVENZA. IL LINFONODO SENTINELLA È INGUINALE PER I MELANOMI DELL'ARTO INFERIORE, ED ASCELLARE PER QUELLI DELL'ARTO SUPERIORE. PER I MELANOMI DEL TRONCO IL DRENAGGIO LINFATICO È IRREGOLARE E VARIABILE DA INDIVIDUO AD INDIVIDUO. PERTANTO SI EFFETTUA UNA LINFOSCINTIGRAFIA PER CONFERMARE LA ZONA (O LE ZONE) DI DRENAGGIO. LA BIOPSIA DEL LINFONODO SENTINELLA VIENE EFFETTUATA COME GIÀ ILLUSTRATO NEL CAPITOLO DELLA MAMMELLA. IN BREVE, SI INIETTA UNA PICCOLA QUANTITÀ DI MATERIALE RADIOATTIVO INTORNO ALL'AREA DEL TUMORE, ED UN COLORANTE SPECIALE (IL BLU DI EVANS) CHE VIENE CATTURATO DAL LINFONODO SENTINELLA. UNA SPECIALE SONDA A RAGGI GAMMA VIENE UTILIZZATA IN SALA OPERATORIA PER IDENTIFICARE IL LINFONODO, RIMUOVERLO ED ANALIZZARLO. IN CASO QUESTO EVIDENZIASSE CELLULE METASTATICHE DA MELANOMA, SI PROCEDE ALLO SVUOTAMENTO LINFONODALE COMPLETO DI QUELLA ZONA. NEGLI ULTIMI ANNI SONO STATI PUBBLICATI MOLTI STUDI SULLA CHEMIOTERAPIA ADIUVANTE NEL MELANOMA.

ALCUNI DI ESSI HANNO EVIDENZIATO EFFETTI FAVOREVOLI CON L'INTERFERONE O CON LA DACARBAZINA.

L'**INCIDENZA** DI MELANOMA È AUMENTATA NEL MONDO DA ALCUNI DECENNI. TRA GLI INIZI DEGLI ANNI '60 E LA FINE DEGLI ANNI '80 SONO STATI OSSERVATI AUMENTI ANNUALI DEL 3-7% NELLA POPOLAZIONE EUROPEA. QUESTO EQUIVALE AD UN RADDOPPIO DEI TASSI DI INCIDENZA OGNI 10-20 ANNI.

NEGLI USA È STATO CALCOLATO CHE L'ATTUALE RISCHIO ATTESO È DI UN CASO OGNI 75 ABITANTI.

UN ALTRO FATTO IMPORTANTE È CHE IL MELANOMA COLPISCE LA POPOLAZIONE **GIOVANE**. NEGLI USA È IL CANCRO PIÙ FREQUENTE NEL GRUPPO DI ETÀ 25-29 ANNI NELLE DONNE, ED IL SECONDO NEL GRUPPO DI ETÀ 30-34 ANNI.

LA DEPLEZIONE DELL'**OZONO** NELL' ATMOSFERA È STATA MESSA IN RELAZIONE CON L'AUMENTO DEI CASI DI CANCRO DELLA PELLE. NON È COMUNQUE STATO DIMOSTRATO CHE UN AUMENTO DELL'ESPOSIZIONE DELLA PELLE AI RAGGI ULTRAVIOLETTI SIA RESPONSABILE DELLA COMPARSA DEI MELANOMI.

LA **DIAGNOSI PRECOCE** HA INEQUIVOCABILMENTE COMPORTATO NEL MONDO UN MIGLIORAMENTO DELLA SOPRAVVIVENZA DEL MELANOMA, POICHÉ IL RISCHIO DI PRODURRE METASTASI LINFONODALI O A DISTANZA È IN GRAN PARTE IN RELAZIONE CON LO SPESSORE DEL MELANOMA, CIOÈ CON LA SUA CRESCITA VERTICALE NEGLI STRATI DELLA PELLE. . . . >>.



2458 ) **IL SEGRETO DI UNA BUONA VECCHIAIA?** << . . . NON E' ALTRO CHE UN PATTO ONESTO CON LA SOLITUDINE. . . . >>.

2459 )

### **I PRESUPPOSTI PER FALLIRE?**

<<... GUAI SE IN UN'AZIENDA, IN UNA SOCIETA' O IN UNA FAMIGLIA CHI DECIDE HA LA VOCAZIONE O L'INTERESSE A CONFONDERE IL CAZZO CON L'EQUINOZIO, LA LANA CON LA SETA, LA MINCHIA CON I LAMPIONI. IL RISULTATO? CHE I "GIARDINI" SI 'SSICCUNU E I " MUNNIZZARA" NON CIURISCIUNU. ...>>.

2460 )

### **IL TEMPO?**

<<... NON PASSA. IL TEMPO GIRA SEMPRE IN TONDO! . . . >>.

2461 )

### **QUAND'E' UNA VITA DAVVERO RICCA?**

<< . . . QUANDO SI HA UNA MENTE APERTA, UNA GRANDE CAPACITA' DI GUARDARE IL MONDO E DI AMARLO. . . . >>.

2462)

## QUAL E' L'ETA' GIUSTA DEL LEADER DEL 3° MILLENNIO?

<< ... È QUELLA DI UNA PERSONA PROVISTA DI CULTURA, DI QUALITÀ, ESPERIENZA CAPACE DI STIMOLARE GLI INERMI, AIZZARE I TIMIDI, SAZIARE I VORACI, ESALTARE I MODESTI, TEMPERARE GLI AGITATI, COINVOLGERE I SOLITARI E RENDERE VINCENTI I BRUTTI ANATROCCOLI, OBIETTIVAMENTE, SARA' DIFFICILE CHE POSSA AVERE MENO DI 50 ANNI. ... >>.

2463) **LA MORTE?** << ... ATTENZIONE, . . . NON SI MUORE QUANDO SI DEVE MA QUANDO SI PUO' ... >>.

2464) << ... E' MOLTO DIFFICILE FAR RAGIONARE LA GENTE A ESSERE INDIPENDENTE IN MEZZO AI FANATICI: GUAI A CHI HA UNA TESTA INDIPENDENTE! ...>>.

2465) **GLI ITALIANI?** << ... RUMOROSI, RETORICI, IMPUDENTI, DISONESTI. ...>>.

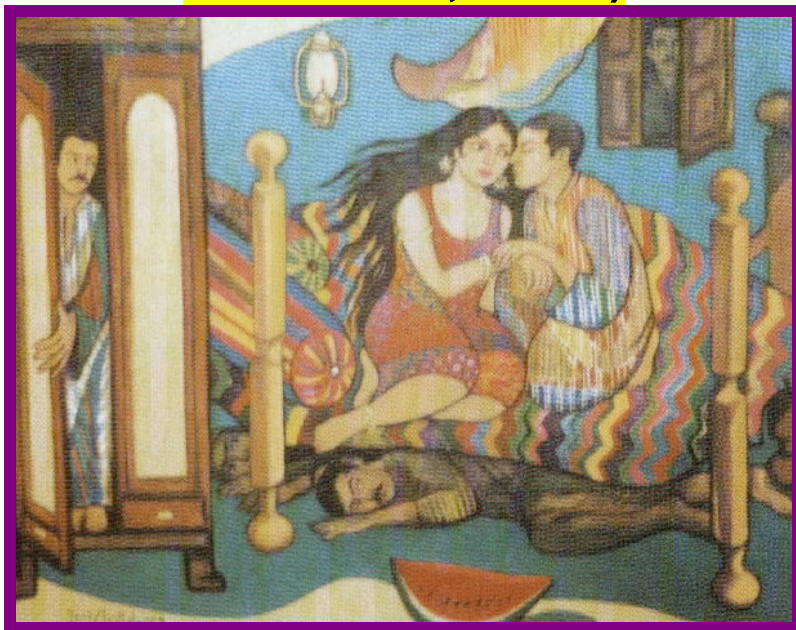
2466) **TANGENTOPOLI?** << . . .LE MEDICINE PURGANTI NON SOLO CACCIANO DAL CORPO GLI UMORI, MA INSIEME AD ESSI ESPELLONO ANCHE SE STESSE. >>.

2467) **LE VOTAZIONI?** << . . . NON HO MAI VOTATO IN VITA MIA, PERCHE' RITENGO INGIUSTO CHE IL MIO VOTO DEBBA VALERE QUANTO QUELLO DI UN UBRIACONE O DI UNO SCIOPERATO. . . . >>.

2468)

## W L'INFEDELTA'?

(... DEL "CLIENTE", RELIGIOSA, NEL MATRIMONIO,  
ALL'AZIENDA, ECC ...)

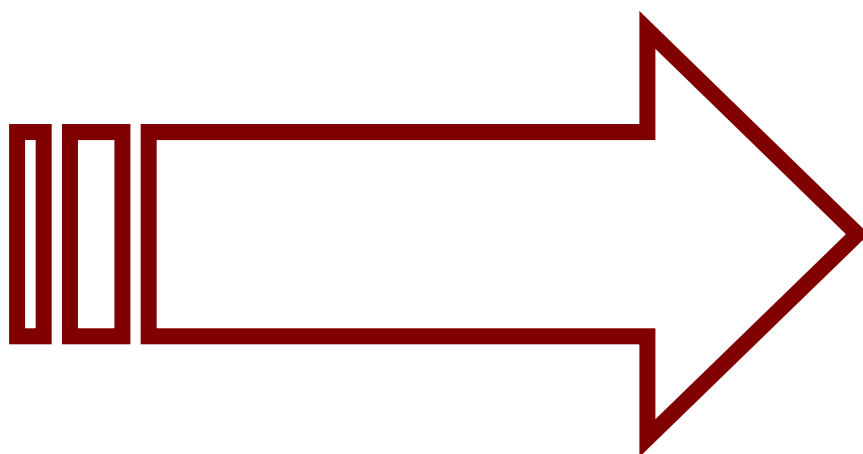


<< ... SE IL MONOPOLIO PERSISTESSE E, PIU' ANCORA, SE FOSSE ACCOMPAGNATO DALLA CONVINZIONE CHE NON POSSA E NON DEBBA ESSERE SCALFITO, MAI CI SARANNO BENEFICI PER IL "CLIENTE" E PER LA SOCIETA'. L'INFEDELTA', DI QUALSIASI FORMA, NON DEVE ESSERE CONSIDERATA COME UN

FATTO NEGATIVO. ANZI, PER CHI LA SA VIVERE E NON SI LASCIA SCHIACCIARE DALLO STRESS DEL SENSO DI COLPA E DELLA NOSTALGIA, E' QUALCOSA CHE STIMOLA E RAVVIVA . L'INFEDELE, SPESSO, VIVE MOLTO MEGLIO DI CHI, GIORNO DOPO GIORNO, MACINA UNA VITA DI ROUTINE O DIFENDE ACRITICAMENTE LE SCELTE FATTE IN PASSATO: LA FEDELTA' E' SPESSO UNA FUNZIONE RASSICURANTE DELLA PIGRIZIA CULTURALE. CHI DICE DI NON VOLER TRADIRE PER NON FAR DEL MALE ALL' "ALTRO" O PER NON COLPIRE ALLE SPALLE, SOVENTE HA QUALCOSA DA CURARSI. PROPRIO CIO' PORTA SPESSO ALLA FINE PRECOCE DI UN RAPPORTO REALE, ALL'INARIDIMENTO DELLA VITA. L'ASSURDO OGGI E' CHE, PER ESEMPIO, LE AZIENDE STESSE, I PARTITI SI ORGANIZZANO PER GESTIRE IL "CAMBIAMENTO" DOVE RISIEDA LA VERA FONTE DELLA SOPRAVVIVENZA E DEL SUCCESSO . MA GUAI SE IL "CLIENTE" ( SIA ESSO CONSUMATORE, CONIUGE, COLLEGA, COMPAGNO DI PARTITO, ECC...) TRADISCE, CAMBIA ANCHE PER UNA VOLTA. EPPURE, PER I LORO INTERESSI, AD ESEMPIO, LE IMPRESE LO SANNO MOLTO BENE , QUALE MORTALE CONDIZIONE SIA IL DIPENDERE DA UN SOLO FORNITORE. QUALSIASI "CLIENTE" SA PER ESPERIENZA QUALI ABUSI DETERMINANO LE POSIZIONI DOMINANTI DA PARTE DI PRODUTTORI PRIVI DI CONCORRENTI. LA VERITA' E' CHE PER IL 3° MILLENNIO, FORSE, PER UN MONDO PIU' "CIVILE", OCCORRE PREVEDERE REGOLE, AZIONI, STRATEGIE, OBIETTIVI CHE MIRINO ALLA "VALORIZZAZIONE" DELL'INFEDELTA' DEGLI INDIVIDUI PIU' CHE A "CLIENTI" PRONI ALL'ACCETTAZIONE SODDISFATTA DELL'ESISTENTE. LA FEDELTA' DEGLI ALTRI E' UNO STATO DI QUIETE AL QUALE ASPIRANO TUTTI ( IMPRESE, PARTNER, POLITICI, ECC...). E' INDUBBIO CHE ESSA PRODUCE I SUOI EFFETTI POSITIVI SOLO FINCHE' RIMANE UN TRAGUARDO, NON PIU' QUANDO VIENE RAGGIUNTA E SI CONSOLIDA ( E' VERO CHE QUESTO E' UN PARADOSSO ). LA "MEDAGLIA FEDELTA'/MONOPOLIO" FA COMODO ALL'AZIENDA, AL PARTNER, AL PARTITO, ECC... ESSA, PERO', PUO' PORTARE A UN VUOTO CULTURALE, ALLA CREAZIONE DI POTENTI LOBBIES, AL ROVESCIAMENTO DEI COSTI DI INEFFICIENZE SUI CONTRIBUENTI "CLIENTI" ( CATTIVA QUALITA' DEI SERVIZI, INCAPACITA' DI TROVARE ALTERNANZE DI POTERE, ECC...). L'ASPIRAZIONE AL "MONOPOLIO/FEDELTA'" FA PARTE DI UNA CULTURA DEBOLE CHE PUO' GENERARE SOLO ASSUEFAZIONE E ASSENZA DI PROSPETTIVE CONCORRENZIALI. IL "BUONISMO" E' UNA "SIRENA POLITICA" CHE MIRA A QUESTO RISULTATO NELLA SOCIETA'. . . . PERCIO', SE CREDIAMO IN UNA SOCIETA' PIU' EVOLUTA, NON POSSIAMO NON ATTREZZARCI TUTTI AD OPERARE, AL DI LA' DI IGNOBILI IPOCRISIE, RICONOSCENDO AL CONCETTO POSITIVO DI INFEDELTA' LA NATURA DI VERO GERME INDISPENSABILE PER LA CRESCITA DI UN SANO SVILUPPO NATURALE. . . . >>.

**BRAINSTORMING**

**CONTINUA**



**B5c**