

SPONSOR

Б

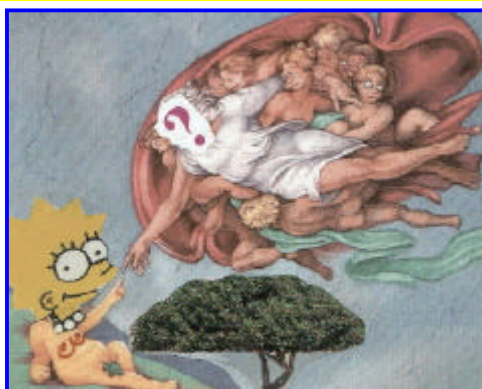


BRAINSTORMING

N° 7b

2987)

MA, DIO E' UOMO O DONNA?



Teologia rivelata

<< . . . Un giorno, nel giardino dell'Eden, Eva disse a Dio...

"Signore, ho un problema"

"Che problema, Eva?"

"Signore, so che mi hai creata e che hai provveduto per questo giardino bellissimo, e per tutti questi meravigliosi animali, e quell'allegro e buffo serpente...ma io non mi sento davvero felice"

"Come mai, Eva?" fu l'immediata replica dall'alto.

"Signore, mi sento sola. E sono proprio stufa delle mele..."

"Bene Eva, in questo caso ho una soluzione. Creerò un uomo per te"

"Che cos'è un 'uomo', Signore?"

"Questo 'uomo' sarà una creatura difettosa, con molti aspetti negativi. Mentirà, ti prenderà in giro e sarà vanaglorioso, in pratica ti darà un sacco di problemi. Sarà più grande di te e più veloce, e amerà cacciare e uccidere. Avrà uno sguardo



scioccamente curioso, ma visto che ti stai lamentando, lo creerò in modo che possa soddisfare le tue, ehm..., "necessita' fisiche".

Sarà scarso di intelletto e si impegnerà in occupazioni infantili come la lotta, prendere a calci una palla. E gli piacerà guardarsi i muscoli e i suoi "attributi" allo specchio (!?!).

Non sarà molto sveglio, e avrà spesso bisogno dei tuoi consigli per pensare correttamente".

"Sembra una cosa divertente!" commentò Eva, ammiccando ironicamente.

"Dove sta la fregatura?"

"Beh... lo puoi avere ad una condizione..."

"Quale?"

"Come ti ho detto, sarà orgoglioso, arrogante e autocompiacente... perciò dovrai fargli credere che è stato creato lui per primo... però ricorda...è il nostro segreto... da DONNA a DONNA". . . . >>.

2988) **LA VITA SECONDO L'ARTE DEL "BUSHIDO"?**

<< . . . SI PUO' IMPARARE QUALCOSA DA UN TEMPORALE. QUANDO UN ACQUAZZONE CI SORPRENDE, CERCHIAMO DI NON BAGNARCI AFFRETTANDO IL PASSO, MA ANCHE TENTANDO DI RIPARARCI SOTTO I CORNICIONI CI INZUPPIAMO UGUALMENTE. SE INVECE, SIN DAL PRINCIPIO, ACCETTIAMO DI BAGNARCI EVITEREMO OGNI INCERTEZZA E NON PER QUESTO CI BAGNEREMO DI PIU'. TALE CONSAPEVOLEZZA SI APPLICA A TUTTE LE COSE. . . . >>.

2989) **LA VITA IN CITTA' E IL CAOS AUTOMOBILISTICO?**

SITUAZIONE E NUMERI DA DELIRIO.

<< . . . BISOGNEREBBE GUARDARE ALLE CITTA' COME A UN BENE COLLETTIVO, CHE VA PRESERVATO. MA SOPRATTUTTO STUDIATO COME UN UNICO PROGETTO URBANO COMPLESSIVO. E INVECE, ORMAI IL NUMERO DELLE AUTO NELLE NOSTRE CITTA' E' ESAGERATO, SI SONO SUPERATI AMPIAMENTE I LIVELLI DI CRITICITA' DEL TRAFFICO, LA SITUAZIONE E' SENZA CONTROLLO:

- 900 MILA LE AUTO CHE ENTRANO OGNI GIORNO NELLA SOLA CITTA' DI MILANO;
- 45 MINUTI PERSI IN MEDIA PER UN NORMALE SPOSTAMENTO IN CITTA' (135 MINUTI PER ATTRAVERSARE ROMA);
- 9 ANNI DELLA NOSTRA VITA PASSATI IN AUTO: FRA SPOSTAMENTI, TRAFFICO, FILE E RICERCA DEL PARCHEGGIO (A NAPOLI SI PASSA 7,2 ANNI DELLA VITA CHIUSI IN AUTO);
- A 35 MINUTI ARRIVA LA SOLA ATTESA ALLA FERMATA DEL TRAM A MILANO;
- 75% DEGLI INCIDENTI STRADALI AVVIENE IN CITTA';
- 6.600 MORTI, OGNI ANNO IN ITALIA, PER INCIDENTI STRADALI. 2742 LE VITTIME NEI SOLI CENTRI URBANI (ROMA E' PRIMA COL 29% SUL TOTALE E MILANO STA AL 15,2%). 3.500 I MORTI A CAUSA DELLE POLVERI SOTTILI;
- IL 12% GLI INCIDENTI A MILANO, TORINO, GENOVA E CATANIA OVE I PEDONI SONO STATI TRAVOLTI DALLE AUTO. A ROMA E NAPOLI TALE CIFRA SALE AL 13%
- 80 MILA MORTI PER SMOG IN EUROPA;
- 40% DI RISCHIO IN PIU' DI CONTRARRE UN TUMORE ALLE VIE RESPIRATORIE, PER CHI VIVE IN CITTA'.



QUESTA E' LA VITA E IL PROGRESSO DEL 3° MILLENNIO?

QUESTO PERCHE'? MA PERCHE' IL CODICE E' STATO "BRUCIATO" DAGLI AUTOMOBILISTI. ESSI SORPASSANO LIBERAMENTE A DESTRA, LANCIANO INDISTURBATI L'AUTO A 100 ALL'ORA, BRUCIANO I SEMAFORI, GLI INCROCI, GLI STOP E LE PRECEDENZE. PARCHEGGIANO DOVE CAPITA E SE SI PROTESTA SCATTA LA RISSA. ORMAI, CIRCOLARE IN CITTA' E' UNA ROULETTE RUSSA.

E' UTOPISTICO E IDIOTA, OGGI, AFFIDARE SOLO AL SENSO CIVICO DELL'AUTOMOBILISTA LA DISCIPLINA DEL TRAFFICO. EGLI SE NE STRAFOTTE DEI DIVIETI, PENSA SEMPRE DI FARLA FRANCA E QUASI SEMPRE LA FA FRANCA. QUALI SONO LE RISORSE IMPEGNATE A UN ADEGUATO/EFFICACE CONTROLLO DELLA CIRCOLAZIONE?

UNA SOLUZIONE? CHIUDERE LE CITTA' AL TRAFFICO ESTERNO, RIORGANIZZARE I SERVIZI PUBBLICI, NON FARE PAGARE NULLA AI PASSEGGERI DEI SERVIZI PUBBLICI: CERTAMENTE SI RISPARMIEREBBE NELLA SPESA E NEI COSTI COMPLESSIVI. . . . >>.

2990)

COME SI RICONOSCE UN LEADER?

<< . . . TRE TAGLIATORI DI PIETRE, STAVANO FACENDO IL LORO LAVORO: UNO ERA SUDATO, INCAZZATO, BESTEMMIAVA GUARDANDOSI INTORNO E CE L'AVEVA COL MONDO INTERO. IL SECONDO ERA INTENTO A GUARDARE SOLO LA PIETRA CHE STAVA ROMPENDO E SI ESTRANIAVA DAL MONDO CIRCOSTANTE. IL TERZO LAVORANDO SPRIZZAVA GIOIA, SERENITA' E SODDISFAZIONE.

E ALLORA UN PASSANTE DOMANDO' COSA STESSERO FACENDO.

- IL PRIMO RISPOSE: " MI GUADAGNO LA VITA".
- IL SECONDO, CONTINUANDO A LAVORARE CON IL SUO MARTELLO E SCALPELLO, RISPOSE: "IO SONO IL MIGLIORE TAGLIATORE DI PIETRE DI TUTTA LA REGIONE".
- IL TERZO SOLLEVO' LA TESTA, GUARDANDO LONTANO DINANZI A SE', POI DISSE: "STO COSTRUIENDO UNA CATTEDRALE".

E' EVIDENTE CHE IL TERZO E' IL VERO LEADER. . . . >>.

2991)

LA SICILIA?

<< . . . L'ITALIA RIGUADAGNERA' PRESTIGIO E RISPETTO NEL MONDO QUANDO VORRA'/SAPRA' "IMPORRE" LA SUA IMMAGINE REALE.

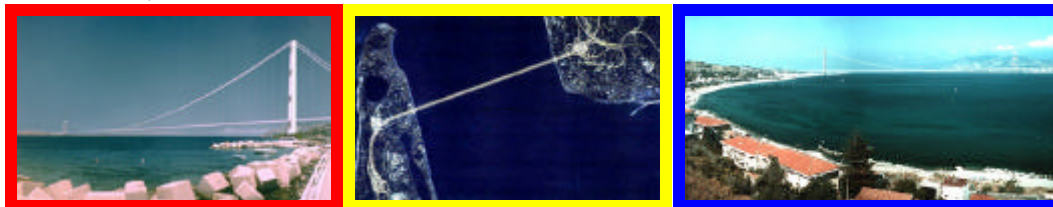


LA SICILIA PIU' CHE UN'ISOLA DEL MEDITERRANEO E' ORMAI UN'INVENZIONE DEI GIORNALI, MA ANCHE L'OSSESSIONE DI TANTI SICILIANI FRUSTRATI CHE SI SENTONO SPECIALI, PARTICOLARI, DIVERSI, E UNA FURBIZIA DI CERTI SUOI SCRITTORI, CHE SU QUESTA PRESUNTA ECCEZIONALITA' HANNO EDIFICATO UNA RETORICA MONUMENTALE. QUALSIASI NOTIZIA/FATTO BANALISSIMI, E SENZA ALCUN SIGNIFICATO, DIVENTA NOTIZIA GHIOTTA SOLO PERCHE' ACCADE

IN UNA CITTA' DELLA SICILIA, UN POSTO IN CUI ANCHE LA NORMALITA' E' CONDANNATA A DIVENIRE ASSURDA, BIZZARRA, LETTERARIA. CIO' CHE A TORINO, A CUNEO, A FRANCOFORTE, A LIONE, A TOKIO, A LISBONA, A CLEVELAND E' UNA NORMALITA', A GELA O A MESSINA O A CANICATTI' O A CORLEONE E' MALDICENZA, E' OSCENITA', E' MAFIA, E' INCIVILTA' CAPACE DI ISPIRARE OPERE DI GROSSOLANERIA CINEMATOGRAFICA CHE NON HANNO NULLA A CHE VEDERE CON LA VERA SICILIA E LA SICILIANITA'. IN SICILIA UNA FINESTRA CHIUSA SIGNIFICA PAURA, UN UOMO CHE RIDE E' LIOLA', UN CITTADINO CHE VUOLE FARSISI I FATTI PROPRI E' OMERTOSO, IL VESTITO NERO DI UNA DONNA NON E' UN SEGNALE SEXY COME A PARIGI MA E' UN SOSPETTO DI LUTTO, UN INDIZIO DI REATO, L'ALLEGORIA DI UNA LUPARA. E IL VELO SULLA TESTA DI UNA SIGNORA E' IL SEGNO ANCESTRALE DI UNA CULTURA ARABA. UN UOMO CHE SI APPISOLA DOPO IL PRANZO E' "DON GIOVANNI IN SICILIA". UN MALVIVENTE E' UN MAFIOSO, UN PRANZO E' UNA MANGIATA, UN AMICO E' UN COMPLICE/COMPARE, UN AMORE E' UNA TRAGEDIA, UN BACIO E' UN TRADIMENTO, UNO SGUARDO E' UN INGRAVIDAMENTO E NON C'E' FONDO SENZA SOTTOFONDO, NON C'E' SALSA DI POMODORO CHE NON SIA RARISSIMA UNICA, INIMITABILE E' UNA SICILIA CHE NON HA NULLA A CHE FARE CON LA SICILIA, UN INGANNO, UNA FAVOLA, UN FALSO CHE DERIVA DALL'IDEA DEL '700 PER CUI QUALSIASI ISOLA (MA LA SICILIA PIU' DELLE ALTRE) E' IL LUOGO IN CUI LE FORME SONO PIU' VICINE AL DATO ORIGINARIO, SI CONSERVANO MEGLIO, CAMBIANO PIU' LENTAMENTE. ANCHE GOETHE, COME ALTRI GRANDI STUDIOSI, STORICI E LETTERATI ERANO E CONTINUANO AD ESSERE CONVINTI (OGGI PER CONVENIENZA) DI CIO'.



SI FA A GARA PER TRASFORMARE UNA CULTURA IN PREGIUDIZIO, UN'INTELLIGENZA IN UN'OTTUSITA', UNA LETTERATURA IN UNA RETORICA IRRIMEDIABILMENTE DEGRADATA IN UN PREGIUDIZIO DIFFUSO, IN UN'INSOPPORTABILE SCICCHEZZAIO NAZIONALE, IN UNA DISCARICA INTELLETTUALE, IN UN IMMONDEZZAIO STORIOGRAFICO.



CONTRO TUTTO CIO' OCCORRE REAGIRE CON FORZA, ORGANIZZARE UNA RIVOLUZIONE CULTURALE, UNA GUERRA DI LIBERAZIONE CONTRO L'IMPERANTE, DILAGANTE, OSSESSIVO CRETINISMO ANTISICILIANISTA (OVVERO ANTIITALIANISTA, OSSIA ANTIEUROPEISTA, QUINDI ANTIOCCIDENTALE). . . . >>.

2992)

AFFARI DI CUORE?

<< . . . I BEI RICORDI NON SI CANCELLANO; E A VOLTE, QUANDO TORNANO, DANNO TRISTEZZA E NOSTALGIA. CORAGGIO! SEGNO CHE IL CUORE FUNZIONA ANCORA. . . . >>.

2993)

IL FUTURO DEL VENDITORE ?

MIGLIORARE LE COMPETENZE TECNICHE.

<< . . . L'EVOLUZIONE CULTURALE DEGLI ACQUIRENTI/CLIENTI RICHIEDE ALLE AZIENDE DI INVESTIRE IN MODO INTELLIGENTE E MIRATO SULLA FORZA DI VENDITA. IL VENDITORE DEL 2001 DEVE SAPERE CONCLUDERE LA VENDITA RAGGIUNGENDO LA PIENA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE FOCALIZZANDO I SUOI BISOGNI PER PROPORRE SOLUZIONI MIRATE E VALORIZZANDO I BENEFICI E I VANTAGGI DEL PRODOTTO/SERVIZIO OFFERTO. IN CONTESTI SEMPRE PIU' ESIGENTI IN CUI LA CONCORRENZA E' QUALITATIVAMENTE E QUANTITATIVAMENTE IMPORTANTE, DIVENTA FONDAMENTALE LA COMUNICAZIONE COL CLIENTE. L'OBIETTIVO DELLA VENDITA E' DI DIFFERENZIARE LA PROPRIA OFFERTA RISPETTO AI CONCORRENTI, FACENDO CAPIRE IL VALORE AGGIUNTO INSITO IN ESSA. OVVIAMENTE, VENDERE SIGNIFICA NON PIU' "STORDIRE" O CONDIZIONARE IL CLIENTE MA ASCOLTARE E COMPRENDERE GLI OBIETTIVI E LE ESIGENZE DEL CLIENTE PER SODDISFARNE I BISOGNI IN MANIERA PUNTUALE.

QUINDI, IL NUOVO VENDITORE NON PUO' PIU' FARE A MENO, IN SINTESI, DI:

- RESISTERE ALLA PRESSIONE SUL PREZZO;
- GESTIRE I CLIENTI E NON RACCOGLIERE ORDINI;
- RAZIONALIZARE L'ATTIVITA' DI VENDITA SUL TERRITORIO E SUI CLIENTI;
- AUMENTARE E SVILUPPARE LA FEDELTA' DEI CLIENTI;
- FAR PERCEPIRE AL CLIENTE IL VALORE DERIVANTE DALL'OFFERTA. . . . >>.



2994)

LA STIMA PER UNA PERSONA?

COMINCIA DA SE' STESSI, SEGUENDO IL PROPRIO CUORE:

" . . . VIVI BENE CON TE STESSO E VIVRAI BENE CON GLI ALTRI!"

<< . . . OGNUNO DI NOI NELLA VITA, CONSCIAMENTE O INCONSCIAMENTE, DA' UNA QUOTAZIONE DI SE'. E' LA STIMA CON CUI AFFRONTA IL GIOCO DELLA VITA; E' IL CAPITALE DI CUI PENSA DI DISPORRE NELL'AFFRONTARE GLI IMPEGNI CHE GLI SI PRESENTANO. UNA SFASATURA PER ECCESSO O PER DIFETTO ESPONE UGUALMENTE A GROSSI RISCHI CHE IN FONDO SI ASSOMIGLIANO: FRUSTRAZIONE, INSICUREZZA, ISOLAMENTO, PERDITA DI FIDUCIA, ECC "CONOSCI TE STESSO!" ERA LO SLOGAN CHE I MAESTRI DELL'ANTICA GRECIA SUGGERIVANO AI LORO DISCEPOLI. OGGI SI POTREBBE CAMBIARE IN QUEST'ALTRO: "APPREZZA TE STESSO, SEGUI IL TUO CUORE!" CIOE', *LA VERITA' E' DENTRO DI NOI*. COME DIRE CHE TUTTO QUANTO ACQUISIREMO NELLA VITA DEVE AVERE DENTRO DI NOI IL SUO METRO DI VERIFICA.

AD OGNI UOMO DIO HA CONSEGNATO UN PROGETTO DA REALIZZARE E SOLO LUI SA RICONOSCERNE IL VALORE.

NON E' INDISPENSABILE ESSERE CREDENTI PER CONVINCERSI DI CIO'.

PER AVERE LA STIMA SOCIALE ARRIVIAMO A PAGARE PREZZI MOLTO ALTI SULLA NOSTRA PERSONALITA': ACCANTONIAMO I NOSTRI PROGETTI PIU' BELLI, RIPIEGHIAMO A FARE COSE CHE NON CI PIACCONO E DENTRO DI NOI RIMANE IL SOGNO INCOMPIUTO DI QUELLO CHE AVREMMO POTUTO E VOLUTO ESSERE. NELLA CULTURA CORRENTE SE SI VUOLE ESSERE QUALCUNO SI DEVE RISPONDERE A DEI PRECISI CANONI: DEVI ESSERE GIOVANE, ATTRAENTE, INTELLIGENTE, RICCO, STIMATO, AVERE OTTIMA SALUTE E UN "BEL CARATTERE" CHI ACCETTA QUESTE REGOLE NON SARA' PIU' SE STESSO, NON SOLO, MA CORRE CONTINUAMENTE IL RISCHIO CHE UNO PIU' BRAVO LO SOSTITUISCA NELLA STIMA DEI CAPI.

QUINDI, COME REAGIRE PER FARE CRESCERE L'AUTOSTIMA?

- ESSERE CONTENTI DI SE' STESSI: SE LA VITA E' PERCEPITA COME UN LUNGO PERCORSO AD OSTACOLI, CERTAMENTE, L'OSTACOLO PRINCIPALE SONO IO;
- RESISTERE AI LUOGHI COMUNI CHE CI VENGONO "DETTATI" PER AVERE SUCCESSO;
- NON DIRSI MAI FUORI CORSA E NON PERMETTERE A NESSUNO DI EMARGINARCI: QUANDO VI CHIEDERANNO QUANTI ANNI AVETE, RISPONDETE COME QUEL TALE "DA CERTI PUNTI DI VISTA NON SONO ANCORA NATO; DA ALTRI SONO UN ADOLESCENTE E SOTTO CERTI ALTRI SONO UN SAGGIO DI 120 ANNI. COME POSSO RISPONDERVI? ...>>.

2995)

AIUTARE GLI EMARGINATI, I POVERI, I BAMBINI ABBANDONATI, I MALATI:

COME FARE AL DI LA' DELLE CHIACCHIERE E DEI GIOCHINI POLITICI?



<< OGNI GIORNO, SOLO IN ITALIA, 38.000 *RELIGIOSI* (PRETI, MONACI/MONACHE, MISSIONARI, **VOLONTARI**), COL **VOLONTARIATO**, PORTANO CARITA', CONFORTO E SPERANZA A TUTTI. SOPRATTUTTO, A CHI NE HA PIU' BISOGNO: POVERI, EMARGINATI, MALATI. ESSI SOLI SONO L'UNICO PUNTO DI RIFERIMENTO SICURO, SU CUI SI PUO' CONTARE SEMPRE DA CHE MONDO E' MONDO.



NE' LE ORGANIZZAZIONI POLITICHE NE' QUELLE RIVOLUZIONARIE, DI SINISTRA O DI DESTRA DEL MOMENTO, SONO MAI STATE CONCRETAMENTE PUNTO DI RIFERIMENTO DEL MONDO CHE SOFFRE.

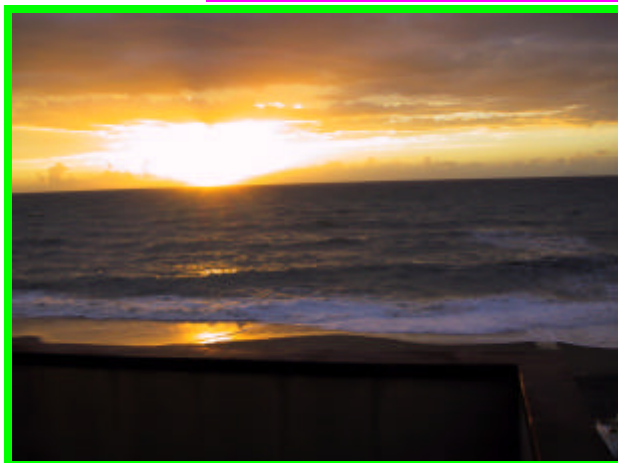
OGGI I RELIGIOSI E I VOLONTARI NON RICEVONO PIU' NULLA DIRETTAMENTE DALLO STATO. OCCORRE ASSICURARE LORO I MEZZI NECESSARI ANCHE PER UNA VITA DIGNITOSA; CIO' VUOLE DIRE FAVORIRE LO SVOLGIMENTO DI MISSIONI

UTILI A TUTTI, IN MANIERA DISINTERESSATA E, SOSTANZIALMENTE, APARTITICA/APOLITICA.

OGNI GIORNO, IN MOLTE PARTI DEL PIANETA, I CIVILI PAGANO LE PIU' GRAVI CONSEGUENZE DEI CONFLITTI ARMATI E DELL'ODIO ETNICO E RELIGIOSO. PIU' DI TUTTI SONO COLPITI I BAMBINI. SONO BAMBINI LA MAGGIORANZA DELLE COLONNE DI PROFUGHI CHE ATTRAVERSANO I CONFINI DEI PAESI IN GUERRA. SONO BAMBINI LA MAGGIOR PARTE DELLE VITTIME DELLE MINE ANTIUOMO, E CERTAMENTE SONO ESSI QUELLI CHE SUBISCONO I PEGGIORI TRAUMI FISICI E PSICHICI DEI CONFLITTI E DELL'ODIO TRA GLI UOMINI. QUALCUNO HA DETTO GIUSTAMENTE CHE IN QUESTA SITUAZIONE GLOBALE ODIERNA DI GUERRE, CARESTIE, ODIO DIFFUSO CON VARIE MOTIVAZIONI, COLUI CHE CORRE IL RISCHIO PIU' GRANDE NON E' UN SOLDATO, BENSÌ UN BAMBINO. E, CHI SI DEDICA A TUTTI QUEI BAMBINI CHE VIVONO INCONSAPEVOLI IN MEZZO AL FRAGORE DELLE ARMI, DELL'ODIO, DELLA MISERIA? ANCORA ESSI: I RELIGIOSI, I MISSIONARI, I VOLONTARI CHE SI IMPEGNANO, TALVOLTA A COSTO DELLA VITA, A EDUCARE, SOCCORRERE, PORTARE AIUTI UMANITARI COME CIBO, ACQUA, TENDE, MEDICINE, COPERTE, CONFORTO, ECC - ESSI FORNISCONO UN **SERVIZIO** CHE DIPENDE, PURTROPPO, DALLA GENEROSITA' E DALLE OFFERTE DI TUTTI. I RELIGIOSI, NELLA SOSTANZA, LAVORANO TUTTI PER COSTRUIRE VERAMENTE UN MONDO PIU' UMANO E "CORRETTO", SENZA LE SOLITE "FURBIZIE PARAPOLITICHE". QUESTI RELIGIOSI/VOLONTARI PIU' CHE LA PROPENSIONE/ATTITUDINE A CHIEDERE/RIVENDICARE/RICORRERE AI SINDACATI COLTIVANO QUELLA DI METTERSI IN GIOCO/DARE/SPENDERSI/ ACCETTARE LE SFIDE A OGNI COSTO, SOPRATTUTTO PER GLI ALTRI CONDIVIDENDONE, SPESSO, LE LORO CONDIZIONI DI VITA E I LORO RISCHI. . . . >>.

2996)

LA CASA DEL "CAPO"



2997)

COME MIGLIORARE LE PERFORMANCES NELLA VITA E NEL LAVORO? CON IL "COACHING INDIVIDUALE".



TAKE IT EASY!

<< . . . IL "COACHING", IN GENERALE, E' NATO NEL MONDO SPORTIVO. QUELLO "INDIVIDUALE" HA PRESO PIEDE ANCHE NELLE AZIENDE. IERI RISERVATO AGLI ALTI DIRIGENTI, TENDE ORMAI A ESSERE DIFFUSO A TUTTI I LIVELLI MANAGERIALI PER FAVORIRE LE TECNICHE DI "MANAGEMENT MUSCLEE". IL "COACHING INDIVIDUALE" AFFIANCA LE PERSONE PER LO SVILUPPO DEI LORO POTENZIALI, DEL LORO SAVOIR-FAIRE NELL'AMBITO DEI LORO OBIETTIVI PROFESSIONALI. IL COACH AIUTA, PER ESEMPIO, IL MANAGER A PRENDERE COSCIENZA DEI SUOI PUNTI FORTI, A MEGLIO CANALIZZARLI PER OTTIMIZZARNE LA CRESCITA IN TUTTI I SENSI. LA PERSONA "COACHEE" HA L'OBIETTIVO DI APPRENDERE A MEGLIO GESTIRE UN CERTO NUMERO DI DIFFICOLTA' (CONFLITTI, STRESS, CATTIVA COMUNICAZIONE, MANCANZA DI CHIAREZZA SUL PROPRIO AVVENIRE PROFESSIONALE E SUL PROPRIO PROGETTO DI VITA) O SUL COME AFFRONTARE DELLE SITUAZIONI DELICATE (CAMBIO DI POSTO, NUOVE MISSIONI/FUNZIONI, FORTE/RAPIDA EVOLUZIONE DELL'AZIENDA ECC). IN DEFINITIVA, IL "COACHING" IMPRIME UNA MIGLIORE ATTITUDINE A FARE IL PUNTO SULLA PROPRIA SITUAZIONE E SUI PROPRI DESIDERI PROFESSIONALI, COME ANCHE A DIMINUIRE LO STRESS, A FACILITARE LA CRESCITA SUL PIANO RELAZIONALE E LO SVILUPPO DI PARTICOLARI COMPETENZE. PER ESEMPIO, IL MANAGER PUO' AVERE DIFFICOLTA' RELAZIONALE LEGATA A MANIFESTAZIONE DI CATTIVO CARATTERE DI UN INTERLOCUTORE (SOVENTE E' IL CAPO). TALE SITUAZIONE SE DA UNA PARTE POTREBBE OFFRIRE IL VANTAGGIO DI PRENDERE LE DISTANZE E DI DERESPONSABILIZZARSI; DALL'ALTRA LE SUE POSSIBILITA'/CAPACITA' D'AZIONE SI LIMITANO/DEGRADANO. COL "COACHING" TALE PROBLEMA E' RISOLVIBILE IN DUE MODI, EGLI:

- A) AIUTA A CAMBIARE IL MODO DI VEDERE L'ALTRO: E' PIU' EFFICACE, PER I NOSTRI INTERESSI, RICERCARE LE QUALITA' DEL NOSTRO "NEMICO" ED ENTRARE IN SINTONIA CON QUELLE. PIU' CHE BLOCCARSI NEI CONTRASTI DI PRINCIPIO E CARATTERIALI.**
- B) MODIFICA IL NOSTRO MODO DI RELAZIONARCI CON L'ALTRO.**

**IN SINTESI, STIMOLA A PRENDERE LE PERSONE, LE COSE E I FATTI,
PER IL LORO GIUSTO VERSO.**

QUESTE OPZIONI HANNO IL MERITO DI DIPENDERE DALLA **NOSTRA AZIONE** E DI **RINFORZARE LE NOSTRE CAPACITA' DI INTERVENTO.**

SPESSE SEMBRA CHE CI SI TROVI IN SITUAZIONI DIFFICOLTOSE E APPARENTEMENTE SENZA VIA D'USCITA (CIO' DIVIENE CRITICO CON I CAPI). LA SITUAZIONE NON E' MAI SENZA SOLUZIONI, PERCHE' QUANTO DA NOI PERCEPITO NON E' MAI **ASSOLUTAMENTE** VERO (SE NO, PERCHE' CI SAREBBERO DECINE DI ALTRE PERSONE, A TUTTI I LIVELLI, CHE VANNO D'ACCORDO CON LA STESSA PERSONA CHE GIUDICHIAMO "NEMICA"?). IL MOTIVO DELLE PANNES E' DOVUTO, TALVOLTA INCOSCIAMENTE, ALLA FORTE RESISTENZA DEL MANAGER AL **NON-CAMBIAMENTO**, O A PAURA CHE SI INSTAURI UNA FORTE SITUAZIONE DI SUDDITANZA. IL COACH DEVE **SBROGLIARE** LA RESISTENZA SENZA COMBATTERLA PER EVITARE DI RINFORZARLA, AIUTANDO IL MANAGER, PER ESEMPIO, A FOCALIZZARE I **BISOGNI** DEL SUO **CAPO** SU UN FOGLIO: SCRIVENDO DA UNA PARTE **a)** IL MODO ABITUALE DI RISPOSTA E DALL'ALTRA **b)** RIFLETTENDO UNA MODALITA' NUOVA DI APPROCCIO POSITIVO. SEMPRE SUCCEDDE CHE SPENDENDO DELL'ENERGIA SU TALE ESERCIZIO PERMETTE DI **DIMINUIRE LA "VIGILANZA"** DEL MANAGER SUGLI ASPETTI/QUESTIONI DI PRINCIPIO E CARATTERIALI CHE RISULTANO NON FACILMENTE DECLINABILI.

IL COACH PERCIO', AIUTA AD APPRENDERE A ESAMINARE DIFFERENTEMENTE LA PROPRIA SITUAZIONE PERSONALE SVILUPPANDO 3 IMPORTANTI ATTITUDINI:

- PERMETTERE AL MANAGER DI GUARDARE DIFFERENTEMENTE ALLA SUA SITUAZIONE PER RINFORZARE LA SUA EFFICACIA E ALLARGARE LE SUE CAPACITA' DI MANOVRA. IN TALE MODO, RIUSCENDO NELLA SFIDA CONSIDERERA' IL **CAMBIAMENTO DELL'APPROCCIO** COME UNA GRANDE VITTORIA, CON GRANDI EFFETTI BENEVOLI NELLA CRESCITA.
- FARE EMERGERE I SUOI TALENTI PER MEGLIO ADATTARSI AGLI OBBLIGHI DI ECCELLENZA AI QUALI OGNUNO DEVE RISPONDERE NELL'UNIVERSO DEL LAVORO, DELLE RELAZIONI/RAPPORTI E DELLA VITA CIVILE.
- STABILIRE SE UNA PERSONA OCCUPA/VIVE UN POSTO/SITUAZIONE IN ACCORDO CON I SUOI VALORI E LA SUA IDENTITA'. ... >>.



2998)

L'ARTE DELLA PITTURA?

<< ... E' DETTA IMITAZIONE DELLA NATURA E PERCIO' SEMBRA ESSERE INFERIORE IN PERFEZIONE ALLA NATURA. ESSA INVECE HA UNA PARTE ASSAI IMPORTANTE, UNA PARTE CHE SUPERA DI MOLTO LA NATURA: E QUESTA E' LA BELLEZZA. ... >>.

2999)

E-COMMERCE: QUALI REGOLE?



<< . . . CON **E-COMMERCE** GENERALMENTE CI SI RIFERISCE ALLA VENDITA, ALLA PUBBLICITA' E ALLA COMMERCIALIZZAZIONE DI BENI E SERVIZI TRAMITE INTERNET. L'**E-COMMERCE** HA RIVOLUZIONATO, E CONTINUERA' A FARLO, IL MODO DI GESTIRE GLI AFFARI. IL RAPIDO SVILUPPO TECNOLOGICO E LA COMBINAZIONE DELLA TECNOLOGIA INFORMATICA E DELLE TELECOMUNICAZIONI NEGLI ULTIMI DUE DECENNI HA RESO POSSIBILE IL **COMMERCIO SU SCALA GLOBALE** CON MODALITA' PROFONDAMENTE DIVERSE DA QUELLE DEL COMMERCIO CONVENZIONALE. UNO DEGLI UTILIZZI PIU' SIGNIFICATIVI DI INTERNET E' LEGATO AL COMMERCIO. IL VALORE DELL'**E-COMMERCE** SI RADDOPPIA O SI TRIPLICA OGNI ANNO E L'**O.C.S.E.** (ORGANIZZAZIONE PER LA COOPERAZIONE E LO SVILUPPO ECONOMICO) HA PREVISTO CHE NEL 2003/2005, TRAMITE INTERNET, SARANNO COMMERCIALIZZATI BENI E SERVIZI IN TUTTO IL MONDO, PER LA SORPRENDENTE CIFRA DI **1,6>3,2 TRILIONI DI DOLLARI**. IL **COMITATO PER GLI AFFARI FISCALI DELL'O.C.S.E.** HA ADOTTATO, IL 22/12/2000, UN DOCUMENTO SULL'ADOZIONE DELLA DEFINIZIONE DI *STABILE ORGANIZZAZIONE*. QUESTA DECISIONE DA PARTE DELL'**O.C.S.E** RAPPRESENTA UNA NOVITA' MOLTO SIGNIFICATIVA IN TEMA DI FISCALITA' DIRETTA **DELL' E-COMMERCE**, POICHE' CHIARISCE UN ASPETTO MOLTO CONTROVERSO, OVVERO IL CONCETTO DI *STABILE ORGANIZZAZIONE* RISPETTO ALL'UTILIZZO DI UN SITO WEB O DI UN SERVER.

LA COMMISSIONE EUROPEA STA LAVORANDO PER COLMARE LE LACUNE DELLA **6a DIRETTIVA** RELATIVA ALLA **TASSAZIONE DIRETTA**. INOLTRE, SEMPRE PRESSO LA COMUNITA' EUROPEA E' IN FASE DI ANALISI UNA PROPOSTA SU UNO **STANDARD COMUNE** PER LA FATTURAZIONE, IN GENERALE, CHE COMPRENDA ANCHE L'ADOZIONE DELLA **FATTURAZIONE ELETTRONICA** PER IL COMMERCIO INTRACOMUNITARIO.

E' FUORI DI DUBBIO, INOLTRE, CHE L'EVOLUZIONE DELL' **E-COMMERCE** RICHIEDE, E SPESSO IMPONE, L'ADEGUAMENTO DELLE POLITICHE AZIENDALI ALLE ESIGENZE DEL MERCATO, QUESTA VOLTA ON-LINE. ESSERE PRESENTI SU DI UN SITO WEB PRESENTA MOLTE IMPLICAZIONI, DAI PIU' DIVERSI RISVOLTI; CERTAMENTE, METTE L'AZIENDA A PIU' STRETTO CONTATTO CON IL CONSUMATORE/CLIENTE, SIA IN TERMINI DI IMMAGINE CHE DI AFFIDABILITA'. IN

ALTRE PAROLE, NELLE ATTIVITA' **B2B** (BUSINESS TO BUSINESS) E **B2C** (BUSINESS TO CUSTOMER) SI PREDILIGE LA QUALITA', SEMPRE APPREZZATA E PREMIATA DAL MERCATO.

COME GARANTIRE IL CONSUMATORE/CLIENTE RISPETTO AI PRODOTTI/SERVIZI OFFERTI IN RETE? COME CREARE ON-LINE UN RAPPORTO DI FIDUCIA? COME GESTIRE IN MODO EFFICACE INFORMAZIONI E TRANSAZIONI ON-LINE? A QUESTE ESIGENZE MOLTE AZIENDE STANNO RISPONDENDO CON UN MESSAGGIO CHIARO E SINTETICO: **CERTIFICAZIONE DEL SITO WEB**. DOTARSI, CIOE', DI UN RICONOSCIMENTO COSI' SIGNIFICATIVO PERMETTE ALL'AZIENDA DI PORSI NEI CONFRONTI DEI SUOI CLIENTI, INTERNI ED ESTERNI, IN MODO NUOVO E SICURAMENTE PIU' AFFIDABILE. ... >>.



3000) **CLIENTI SODDISFATTI: AZIENDE PIU' RICCHE?**

<< . . . L'ECONOMIA E' ALLA DISPERATA RICERCA DI CORRELAZIONI CAUSA>EFFETTO. DA UN LATO, I VALORI ATTRIBUITI DAL MERCATO ALLE AZIENDE QUOTATE SONO RICONOSCIBILI NEI VALORI PATRIMONIALI DI BILANCIO PER APPENA 1/5 (NEL '70 LA CORRELAZIONE ERA DEL 50%). SAPER INVESTIRE SUL PATRIMONIO INTANGIBILE DIVENTA COSI' FONDAMENTALE. MA POCO SI SA SULLA RELAZIONE TRA INVESTIMENTI E AUMENTO DELLA REDDITIVITA' E, QUINDI, DEL VALORE DELL'AZIENDA.

D'ALTRO CANTO, L'EROSIONE DEI MARGINI DOVUTA ALL'ACUITA CONCORRENZA INNESCATO DALL'ELIMINAZIONE DELLE BARRIERE MONETARIE E DEI CAMBI E DALLE NUOVE TECNOLOGIE (VEDI **INTERNET**), CHE AZZERANO TEMPO E SPAZIO, NON CONSENTE PIU' ALCUNA ERRONEA ALLOCAZIONE DI INVESTIMENTI DOVE IL RENDIMENTO E' INCERTO O NON MISURABILE. L'ACCELERAZIONE DEI CAMBIAMENTI CONTINUI DEL CONTESTO COMPETITIVO CHE CARATTERIZZA LA NEW-ECONOMY VEDE, FORSE PER LA PRIMA VOLTA,

IL CLIENTE COLONIZZARE L'ECONOMIA E NON VICEVERSA.

IL POTERE CONTRATTUALE E' STATO ORMAI TRASFERITO NELLE MANI DEI CONSUMATORI DALLE STESSE AZIENDE ECCELLENTI, CONVINTE CHE UN CLIENTE SEMPRE PIU' EDUCATO, SOFISTICATO ED ESIGENTE POSSA ESSERE, COMUNQUE, SODDISFATTO DALLE AZIENDE **CUSTOMER CENTERED**.

IL CAPITALISMO DELLE IDEE HA PER ORA TRASFERITO TUTTI I SUOI BEBEFICI AI CLIENTI E LA TENDENZA CONTINUA AD ANDARE VERSO INSISTENTI ABBATTIMENTI DI PREZZI E MARGINI. MA I MINORI GUADAGNI NON HANNO INTACCATO, NELLE AZIENDE ALL'AVANGUARDIA, I PROFITTI (NEL **B2B** SI ABBATTONO I COSTI DI APPROVVIGIONAMENTO; MENTRE NEL **B2C** LA RIDUZIONE DEI PREZZI/MARGINI NON SONO ANCORA MACROECONOMICAMENTE RILEVANTI). QUINDI, TRA I NUOVI VALORI CHE CONTANO, **INSIEME A QUELLI RELAZIONALI**, EMERGONO QUELLI DEL **MARCHIO** E DEL **CUSTOMER ASSET** (= PATRIMONIO DEI CLIENTI ACQUISITI). QUESTI DUE ELEMENTI SONO I PIU' OSSERVATI OGGI,

MISURATI E MONITORATI IN QUANTO IN DIRETTA CORRELAZIONE COL **VALORE AZIENDALE**.

IN DEFINITIVA, DA INDAGINI ACCURATE AMERICANE COMPARATE TRA L'**A.C.S.I.** (=AMER. CUSTOM. SATISFACT. INDEX) E I VALORI AZIENDALI MISURATI DALLA CAPITALIZZAZIONE DI BORSA (**DOW JONES**), E' EMERSO CHIARAMENTE E IN MANIERA INCONFUTABILE CHE LA CADUTA DELL'INDICE DI BORSA E' LEGATA A BASSA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE E VICEVERSA. . . . >>.

3001)

**CHI FA PIU' CARRIERA NELLA VITA:
IL MANAGER FEDELE O QUELLO INFEDELE?**



MEDAGLIA DEI VENT'ANNI DI FEDELTA'

IL TURN OVER		I GUADAGNI/FEDELTA'
ETA'/ANNI	ANNI DI FEDELTA'	RETRIB. ANNUA-MIn/FEDELTA'
FINO A 35	2,83	491 /FINO A 2 ANNI
DA 36 A 40	3,36	389 /DA 3 A 4 ANNI
DA 41 A 45	3,98	301/DA 5 A 6 ANNI
DA 46 A 50	4,68	251/DA 7 A 10 ANNI
DA 51 A 55	5,24	202/DA 11 A 15 ANNI
OLTRE 55	6,56	233 -250/ OLTRE I 16 ANNI

<< . . . LA FEDELTA' ALL'AZIENDA CONVIENE, NELLA NORMA, PER MOLTI MOTIVI; MA CERTAMENTE NON PAGA SUL PIANO DELLA CARRIERA E , OGGI, SOPRATTUTTO NEL CAMPO DELLA NEW-ECONOMY E DEI SETTORI HIGH-TECH, CON LA FEDELTA', OLTRE A RIDURSI LA POSSIBILITA' DI CARRIERA, SCENDONO I GUADAGNI E, QUASI SEMPRE, SI PERDONO STIMOLI ED ENTUSIASMO. E' VERO CHE L'INFEDelta' DIMINUISCE COL CRESCERE DELL'ETA'. PERO', PER I MANAGER CHE NONOSTANTE TUTTO TROVANO CONVENIENTE FAR CARRIERA NELLA STESSA AZIENDA, UN CONSIGLIO: MAI RESTARE ATTACCATI ALLA PROPRIA POLTRONA, MA CERCARE DI RICOPRIRE RUOLI DIVERSI. MA, ATTACCAMENTO O INFEDelta' A PARTE, QUAL E' IL PUNTO DI VISTA DELLE AZIENDE? DA UN LATO LE IMPRESE POSSONO INVESTIRE NELLA FORMAZIONEDI UN MANAGER FEDELE E SOSTENERE LA SUA CRESCITA, DALL'ALTRO E' PREFERIBILE ASSUMERE NUOVE LEVE CHE PORTANO FRESCHEZZA E NUOVE

IDEE. PER UN'AZIENDA IL FATTO DI CAMBIARE LA FORZA MANAGERIALE (CON UNA CERTA CURA E PROGRAMMAZIONE) OGNI CINQUE ANNI PORTA UN CONSISTENTE **VALORE** SUL PIANO DEL CLIMA E DEI RISULTATI. . . . >>.

3002)

CERTIFICAZIONE DELLA QUALITA': QUALE VANTAGGIO NEL MERCATO GLOBALE?

<< . . . GLI STANDARD TECNICI FACILITANO LE TRANSAZIONI INTERNAZIONALI. UN PRODOTTO BASATO SULLE NORME **ISO** (RICONOSCIUTE DA 140 PAESI) E' ACCETTATO IN OGNI MERCATO. PER I PRODUTTORI QUESTO SIGNIFICA UN RISPARMIO IN TERMINI DI COSTI PERCHE' NON SONO PIU' COSTRETTI A DIFFERENZIARE LE PRODUZIONI CON COMPLESSE E COSTOSE MODIFICHE PER ANDARE INCONTRO ALLE NORMATIVE TECNICHE NAZIONALI. PER GLI ACQUIRENTI, AL CONTRARIO, LA SCELTA DI UN PRODOTTO CHE SEGUE LE NORME **ISO** E' UNA GARANZIA DI AFFIDABILITA', SICUREZZA E CONFORMITA' A DEI LIVELLI QUALITATIVI OTTIMALI. NON SOLO, LO SVILUPPO DEGLI STANDARD **ISO** PER PRODOTTI, SERVIZI, SISTEMI E MATERIE PRIME FACILITA GLI SCAMBI MONDIALI ANCHE ATTRAVERSO LE LINEE GUIDA DI *CONFORMITY ASSESSMENT*: I PARAMETRI DI VALUTAZIONE DI CONFORMITA' CON CUI, APPUNTO, VENGONO VALUTATI PRODOTTI, SISTEMI E SERVIZI ATTRAVERSO STANDARD, REGOLE TECNICHE E ALTRE SPECIFICHE. GLI STANDARD **ISO** E LE LINEE GUIDA INCORAGGIANO LE MIGLIORI PRATICHE PER IL COMMERCIO INTERNAZIONALE. IL RUOLO CENTRALE CHE HANNO GLI STANDARD **ISO** NELLA COMPOSIZIONE TECNICA DEL MERCATO GLOBALE E' RICONOSCIUTO FORMALMENTE DALL'ACCORDO *W.T.O.* (*WORLD TRADE ORGANIZATION*) SULLE *BARRIERE TECNICHE AL COMMERCIO* (*T.b.t. AGREEMENT*). L'ACCORDO INVITA I GOVERNI A USARE GLI STANDARD **ISO** PER PREVENIRE GLI OSTACOLI ALLA LIBERA CIRCOLAZIONE DELLE MERCI. INOLTRE **ISO** E' UNO DEI QUATTRO ENTI DI NORMAZIONE INTERNAZIONALI INVITATO DAL *W.T.O.* A PARTECIPARE IN QUALITA' DI OSSERVATORE ALLE SESSIONI DI REVISIONE TRIENNALE DEL *T.b.t. AGREEMENT*. . . . >>.

3003)

L'ABITO FA IL MANAGER/LEADER?



<< . . . IN CERTI MESTIERI CI SI QUALIFICA PER UN VESTITO ANTRACITE, IN ALTRI INDOSSANDO UNA CRAVATTA CHE SFIORI IL RIDICOLO (PER MOSTRARE ORIGINALITA', CREATIVITA', SENSO DEL BELLO O DEL DIVERSO). ESISTE UN "CODICE" PER GLI ABITI, SOVENTE APPARTIENE ALLE COSE NON DETTE, COL QUALE NON E' SEMPRE FACILE, PER I MANAGER/QUADRI, ESSERE IN SINTONIA. E ALLORA, COME TROVARE L'ABITO CHE RISULTI PIU' A PROPOSITO? SI SAPPIA CHE, ANCHE SE CIO' PUO' RISULTARE SORPRENDENTE, L'IMMAGINE DEL

MANAGER E' PIU' LEGATA A UNA QUESTIONE DI "CODICI" CHE DI "UNIFORMI". TALI "CODICI", RARAMENTE ESPRESSI APERTAMENTE, VARIANO IN FUNZIONE DEI MESTIERI, TALVOLTA DELLE IMPRESE, DEI PAESI, DELLE REGIONI. E SPESSO, QUESTI CRITERI SI POSSONO CUMULARE.



<< . . . I LEADER PIU' POTENTI DEL MONDO IN STILE CASUAL, SENZA CRAVATTA: E' FINITA UN'EPOCA? NO! CI SONO CIRCOSTANZE IN CUI LA CRAVATTA E' ANCORA IMPRESCINDIBILE PER RISULTARE FORMALMENTE RAPPRESENTATIVI ED ELEGANTI. CE NE SONO ALTRE IN CUI IL GESTO DELLO "SCRAVATTAMENTO" E' SIMBOLICO DI UN'ATMOSFERA DISTENSIVA, DI INTIMITA', AMICIZIA, SPECIE IN CONCOMITANZA DI CONTESTI/SCENARI TESI E DRAMMATICI . . . >>

LE "UNIFORMI" SECONDO I SOCIOLOGI, VEICOLANO I LORO MESSAGGI DI APPARTENENZA A UN GRUPPO FINANZIARIO O DI CREATIVI O DI UN TRIBUNALE: IL PRIMO HA L'IMPERATIVO DI SUSCITARE LA FIDUCIA ATTRAVERSO IL RIGORE DELL'ABITO; IL SECONDO LA VOLONTA' DI TRASMETTERE CONFIDENZA E FAMILIARITA'; IL TERZO, TRAMITE UNA TENUTA AUSTERA, DESIDERERA' MOSTRARE LA SERIETA' NELLA GESTIONE DEI DOSSIER. UN VENDITORE DEVE ESPRIMERE LA VOLONTA' DI SEDURRE, ATTRARRE PER MEGLIO FARE "BRILLARE" IL SUO PRODOTTO.

NELLA NOSTRA LETTURA DEL MONDO E DEL PROSSIMO, SIAMO AVIDI DI "SEGNALI" CHE CI FACILITINO LA NOSTRA GARA NELLA "PISTA" DELLA PROFESSIONE/MISSIONE: ABITO A QUADRI DEL VENDITORE DI VETTURE, COMPLETO BLEU MARINE DEL FINANZIERE, CASUAL MOLTO CURATO DELL'ALTO DIRIGENTE, CLASSICO DELL'UOMO DI DESTRA, TRASANDATO DELL'UOMO DI SINISTRA.

UNA RICONFERMA? L'**ABITO NERO**. DOPO TRENTA ANNI DI ASSENZA, SI E' IMPOSTO COME ELEMENTO DI ASSOLUTA MODERNITA', COME ABITO DI RAPPRESENTANZA DI MANAGER/QUADRI. IL MONDO DEL 3° MILLENNIO, ORMAI, HA SVILUPPATO LA SENSIBILITA' DI RICONOSCERE GLI "ABITI" PROFESSIONALI. I PIU' DOTATI TRA I MANAGER SONO IN GRADO DI PRONUNCIARSI ALL'ISTANTE, CON UN SOLO COLPO D'OCCHIO, SULLO STATO "**IN O OUT**" DEL PROPRIO INTERLOCUTORE. TUTTI I SENSI SONO ALL'ERTA, NON CI SI LASCIA SCAPPARE ANCHE LE PIU' SOTTILI EVOLUZIONE IN CAMPO DI MODA PROFESSIONALE. SENZA SOSTA, ORMAI, OCCORRE AGGIORNARSI SULL'INCESSANTE SVILUPPO DEI DETTAGLI. E' NECESSARIO, SENZA DISTRAZIONI, RINNOVARE LA NOSTRA IMMAGINE. ALCUNI RITENGONO QUESTO ESERCIZIO FUTILE. MA SOLO PERCHE' SONO PIGRI E SI ACCONTENTANO DEL LORO STATO/LIVELLO, TENDONO A SOPRAVVIVERE. NON HANNO PIU' INTERESSE A CRESCERE. SONO FERMI ALLA SNOB MENTALITA' "68TTINA" DEL 2° MILLENNIO. PER ALTRO, ANCHE OSCAR WILDE DICEVA:

**"SOLO GLI IMBECILLI NON GIUDICANO
ANCHE ATTRAVERSO LE APPARENZE". . . . >>**

3004)

LA PAURA DELLA MORTE?

<< . . . NON BISOGNA AVERE PAURA DELLA MORTE: QUANDO NOI CI SIAMO LEI NON C'E'; QUANDO LEI C'E' NOI NON CI SIAMO. . . . >>.

3005)

COS'E' L'HANDICAP E IL "DIVERSO" IN NATURA E NELLA NOSTRA SOCIETA'?

<< . . . **IL CASO DI ABBY E BRITTY:**



... RIFLETTIAMO GENTE!!!... RIFLETTIAMO!!!

*> SONO STATE SEMPRE MOLTO DETERMINATE *> A 18 MESI CAMMINAVANO GIA'
*> NON DANNO ALCUN SEGNO DI SENTIRSI DIVERSE, HANDICAPPATE *> VIVENDO DIMOSTRANO IL PRINCIPIO, DI GRANDE VALORE, CHE:

LA "TUA VITA DIPENDE DA TE".

*> FREQUENTANO LA 5a ELEMENTARE, OGNUNA FA I SUOI COMPITI E LO STESSO SUCCEDA PER LE INTERROGAZIONI IN CLASSE : SPESSO UNA FINISCE LA FRASE INIZIATA DALL'ALTRA *> QUANDO QUALCUNO PUNTA IL DITO PER LA STRADA, PER CURIOSITA', SPIEGHIAMO LORO CHE LA GENTE CONOSCE POCO DEI GEMELLI SIAMESI E CHE, QUINDI, HA BISOGNO DI SPIEGAZIONI *> ESSE STESSO SPIEGANO ALLA GENTE CHE SEMPLICEMENTE SONO NATE CON UNA PARTE DEL CORPO IN COMUNE. I BAMBINI SONO SODDISFATTI DELLE LORO RISPOSTE SEMPLICI, GLI ADULTI FANNO MOLTE ALTRE DOMANDE COMPLICATE *> ABBY E BRITTY NON SONO MAI TRISTI: POSSONO MANGIARE CORRERE, ANDARE IN BICICLETTA, NUOTARE, FARE SPORT, ALLENARSI NELLA PALLA A VOLO, FARE SHOPPING, GIOCARE, AVERE GLI AMICI CHE SI FERMANO A DORMIRE, ASCOLTARE A TUTTO VOLUME BRITNEY SPEARS, PARLARE AL TELEFONO, COLLEZIONARE BAMBOLE. ESSE SANNO CHE CI SONO MOLTE PERSONE CHE NON POSSONO FARE TUTTO QUESTO *> AIUTANO LA SARTA A DISEGNARE I MODELLI DEGLI ABITI DALLE FOTO SUI GIORNALI *> NONOSTANTE ABBIANO MOLTO IN COMUNE, A BRITTY PIACCIONO GLI ANIMALI, LE LETTURE, LE PATATINE, E' PIU' TRANQUILLA. ABBY INVECE AMA LA FRUTTA, NON APPREZZA I LIBRI, PREFERISCE CHE QUALCUNO GLIELI LEGGA, E' PIU' NERVOSA, TENDE AL PIANTO *> SUCCEDA CHE UNA TRASCORRE NOTTI INSONNI PERCHE' AMMALATA E SCOTTA MENTRE L'ALTRA STA BENISSIMO ED E' FRESCA *> PURTROPPO, SE SI DA UNA MEDICINA A UNA , FA EFFETTO ANCHE ALL'ALTRA *> LO STOMACO DI BRITTY NON TOLLERA I FARMACI, E ALLORA VENGONO DATI SOLO AD ABBY *> **ESSE RENDONO SEMPLICI COSE CHE SEMBRANO COMPLICATE AGLI ALTRI** *> SI APPROFITTA DI CONFIDARSI CON L'UNA QUANDO L'ALTRA DORME *>

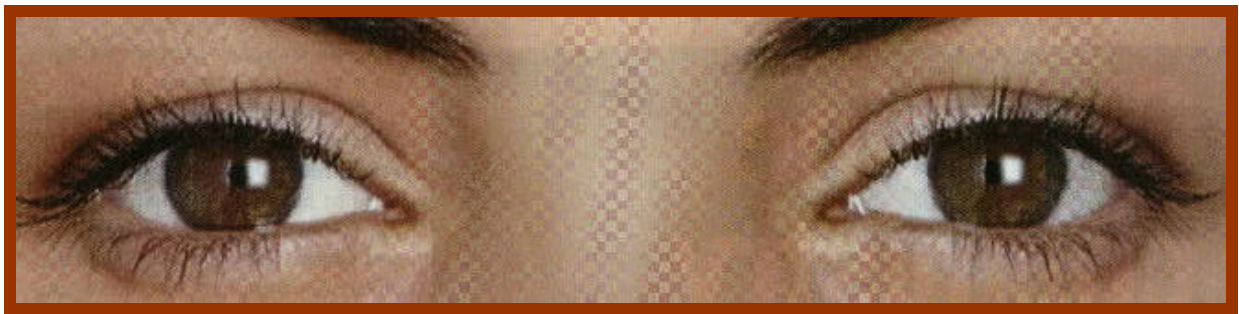
E I GENITORI?



“OMNIA MUNDA MUNDIS”

(TUTTO E' "PURO" PER I "PURI")

CERCANO DI FARE SEMPLICEMENTE CIO' CHE TUTTI I BUONI GENITORI FANNO CON I PROPRI FIGLI: AMARLI, CURARLI, INSEGNARE LORO A DIVENTARE BRAVE PERSONE. ESSI NON SANNO COME FACCIA AD ANDARE TUTTO COSI' BENE, MA SONO CONTENTI CHE SIA COSI', E SI VA AVANTI. . . .>>.



3006)

COME SI POTRA' RAFFORZARE L'EURO?

<< . . . E' POCO MA SICURO CHE L'EURO DAL MOMENTO DEL SUO DEBUTTO SI E' VIA VIA INDEBOLITO SCENDENDO DA 1,18 DOLLARI A 0,88. E' VERO ANCHE CHE LE ESPORTAZIONI E LA BILANCIA DEI PAGAMENTI DI EUROLANDIA SONO IN ATTIVO E CONFERMANO UNA ROBUSTA ESPANSIONE ECONOMICA CON UNA CRESCITA CHE POTREBBE ARRIVARE AL 4% L'ANNO. PERO' SONO NEGATIVI L'INFLAZIONE IN CRESCITA, PIU' DI QUANTO PREVISTO DALLA B.C.E., E GLI ALTI TASSI DI INTERESSE. CIO' POTREBBE COSTITUIRE UNA MINACCIA PER L'ESPANSIONE. PERO', IN EFFETTI, CIO' CHE INDEBOLISCE L'EURO E SOSPENDE LE CERTEZZE E L'AGIO PER L'AZIONE DEGLI INVESTITORI CONTINUANO AD ESSERE: LA CULTURA E LE LEGGI DELL'U.E.M. ESSI SONO GROSSI IMPEDIMENTI ALLA FLESSIBILITA' DEL MERCATO DEL LAVORO; E QUESTA E' NECESSARIA PER AVERE I COSTI PIU' BASSI E LA PIU' ALTA PRODUTTIVITA'. IN DEFINITIVA, OGGI, SI PUO' SINTETIZZARE IN 6 FATTORI LA DEBOLEZZA DELL'EURO:

- QUESTA VALUTA NON E' ANCORA IN USO NELLA PRATICA (QUANTA GENTE RAGIONA OGGI IN TERMINI DI EURO ?);
- NON C'E' ANCORA UN'UNICA REALE STRUTTURA DI POLITICA MONETARIA PER GLI UNDICI PAESI (NONOSTANTE LA B.C.E.);
- LA BRILLANTEZZA E LA VELOCITA' DELL'ECONOMIA AMERICANA SOSTENUTA DAI MASSICCI INVESTIMENTI NELLE NUOVE TECNOLOGIE, NELLE RISTRUTTURAZIONI PRODUTTIVE E MANAGERIALI;
- LA DIVERSITA' DEGLI SCENARI FISCALI E COMPETITIVI DEGLI 11 PAESI U.E.M.: MANCA LA STABILITA' E UNIFORMITA' CULTURALE, ECONOMICA, ISTITUZIONALE E LEGALE. ;

- I POTENZIALI CONFLITTI POLITICI/ECONOMICI TRA GLI STATI MEMBRI E AL LORO INTERNO; E L'INSTABILITA' POLITICA DI ALCUNI DI LORO;
- MANCANZA DI UNIFORME SITUAZIONE STRUTTURALE (FLESSIBILITA', EFFICIENZA E PRODUTTIVITA' NEL MERCATO DEL LAVORO E NELLE ATTIVITA' COMMERCIALI). . . . >>.

3007)

I PRECETTI DELLO SCRITTORE?

<< ... SMETTI DI SCRIVERE SOLO QUANDO SAI COME CONTINUA LA STORIA. RICORDA CHE SI POSSONO SCRIVERE ECCELLENTI ROMANZI CON PAROLE DA VENTI DOLLARI, MA CHE C'E' PIU' MERITO A SCRIVERLI CON PAROLE DA VENTI CENTESIMI. NON DIMENTICARE CHE IL TUO MESTIERE E' SOLO UNA PARTE DEL TUO DESTINO. UNA RIGA IN MENO NON CAMBIA LA PELLICCIA DELLA TIGRE, MA UNA PAROLA DI TROPPO AMMAZZA QUALUNQUE STORIA. LA TRISTEZZA SI RISOLVE AL BAR NELLA LETTERATURA. ... >>.

3008)

G A B R Y & E L S A



3009)

QUANDO CAMBIARE AZIENDA/LAVORO?

<< . . . L'IDEALE, PER MANTENERSI ALTAMENTE COMPETITIVI SUL MERCATO, SAREBBE **DARE LE DIMISSIONI NEL MOMENTO DI MAGGIORE "SPLENDORE"**, POICHE' QUANDO E' L'INDIVIDUO A CERCARE DI **"SCAPPARE"** DA UN'AZIENDA/LAVORO LE COSE PRENDONO QUASI **SEMPRE UNA BRUTTA PIEGA**. OGGI, VOLENDO FARE UNA MEDIA SI POTREBBE DIRE CHE **OGNI 6/7 ANNI** E' GIUSTO CAMBIARE. **QUANDO SI SUPERANO I 7 ANNI SI RISCHIA DI ATTACCARSI TROPPO ALL'AZIENDA**. MA SE SI E' GIOVANI E' GIUSTO "SCALPITARE" **OGNI PAIO D'ANNI**. SENZA DUBBIO LA CATEGORIA PIU' VIVACE SUL MERCATO E' QUELLA DEI **COMMERCIALI**. ESSI SONO I PIU' VELOCI A RAGGIUNGERE **PERICOLOSI LIVELLI DI INSODDISFAZIONE**. ANCHE QUELLI DELL'AREA **MARKETING** NON SCHERZANO. TRA I **PIU' STANZIALI** CI SONO I **TECNICI** E GLI **AMMINISTRATIVI**. IN DEFINITIVA SI

CONSIGLIA DI CAMBIARE AZIENDA/LAVORO ALMENO 3 VOLTE NEL CORSO DI UNA VITA LAVORATIVA:

- LA PRIMA PER CONOSCERE UN "ANIMALE" MAI VISTO PRIMA, L'AZIENDA;
- LA SECONDA VOLTA PER IMPARARE A CONOSCERE IL LAVORO;
- LA TERZA PER CAPIRE CHE TIPO DI LAVORO SI VUOLE DAVVERO FARE.

E' VERO ANCHE CHE UN'ELEVATA PERCENTUALE DI LAVORATORI VIVE CON DISAGIO LA PROPRIA PROFESSIONE. NON E' NECESSARIAMENTE DETTO, PERO', CHE IL RIMEDIO CONSISTA NEL CAMBIARE LAVORO. GLI STESSI FATTORI NEGATIVI, IN QUESTI CASI , SI RIPROPONGONO NEL NUOVO UFFICIO.

ALCUNI SEGNALI, COMUNQUE, AVVERTONO CHE E' ARRIVATO IL MOMENTO DI GUARDARSI INTORNO:

- 1) SCARSA CONSIDERAZIONE E SENSO DI NOIA PER LE MANSIONI SVOLTE;
- 2) QUALIFICA E FORMAZIONE SPRECAE O SOTTOSTIMATE DAL PUNTO DI VISTA DELLA RETRIBUZIONE;
- 3) CARRIERA OGGETTIVAMENTE SENZA SBOCCHI;
- 4) AZIENDA IN CRISI;
- 5) CONFLITTI INSANABILI CON COLLEGHI E SUPERIORI;
- 6) CAPO INCAPACE DI DELEGARE O DI OFFRIRE CONTINUE MOTIVAZIONI;
- 7) STRESS ABBONDANTEMENTE AL DI SOPRA DEI LIVELLI DI GUARDIA. . . . >>.

3010)

DIVINE CREATURE



3011)

AFFERMARE APPIENO LA PROPRIA UMANITA', A COSTO DI FARE SOFFRIRE LE PERSONE CHE CI AMANO?

<< . . . COL MATRIMONIO (COME, PER CERTI VERSI, CON L' AZIENDA, COL LAVORO), SPESSO, ANCHE SE C'E' AMORE, AMICIZIA, STIMA, DEDIZIONE, DOPO TANTI ANNI, SI SPENGO NO TUTTE LE SPINTE VITALI. L'AVVIO DI UN NUOVO LEGAME SENTIMENTALE INNESCA LA RICOSTRUZIONE DI UN NUOVO GUSTO PER LA VITA, SPINGE A UN RECUPERO DELLA FORMA FISICA E A NUOVI SLANCI PROGETTUALI. PERO', E' AUTOMATICO L'INNESCO DEL SENSO DI COLPA PER CHI PROGETTA DI CAMBIARE. ESSO, PERO', NON E' IL RIFLESSO DEL FATTO CHE SI E' DEI MOSTRI, MA SEMPLICEMENTE CHE SI E' UMANI. E CHE E' DIFFICILE VIVERE PIENAMENTE LA PROPRIA UMANITA' SENZA FAR SOFFRIRE, TALVOLTA,

QUALCUNO. MA, LA COLPA NON VA RIMOSSA, NEGATA, IGNORATA, LASCIANDO LIBERE LE PROPRIE PULSIONI DI MANIFESTARSI SENZA PROBLEMI E CADENDO COSI' IN UN'ESISTENZA SENZA RESPONSABILITA' E PRINCIPI. AL CONTRARIO: LA **PERSONALITA' ADULTA CRESCE** PROPRIO NELL'**ACCETTARE IL PESO DELLA COLPA** E NELL'ASSUMERSENE LA RESPONSABILITA'. IL CHE SIGNIFICA ACCETTARE CHE LO SVILUPPO DELLA PROPRIA VITA E ANCHE DELLE RELAZIONI CON LA MOGLIE E I FIGLI (O DELLA SOCIETA') NON SI POTEVANO SCINDERE DA QUEGLI ORIENTAMENTI VITALI CHE SPINGONO VERSO IL CAMBIAMENTO. IN DEFINITIVA, ANCHE L'INTERESSE DEL MONDO CHE CI STA INTORNO E' DI RELAZIONARSI/RAPPORTARSI/CONVIVERE CON CON UNA PERSONA VITALE E FELICE, ANCHE SE "COLPEVOLE", PIUTTOSTO CHE CON UN INDIVIDUO SEMPRE PENTITO DELLE PROPRIE INTEMPERANZE E TRASGRESSIONI, MA PERICOLOSAMENTE DEPRESSO E NEGATIVO . . . >>.

3012)

IL NEMICO DELLA SOCIETA' LIBERA?

LO STATO.



<< . . . SFORTUNATAMENTE, NON SI CAPISCE MOLTO BENE CHE COSI' COME LO STATO NON HA DENARO SUO TANTO MENO ESSO HA POTERE PROPRIO. TUTTO IL POTERE CHE HA E' QUELLO CHE GLI CONCEDE LA SOCIETA', OLTRE A QUELLO CHE CONFISCA DI TANTO IN TANTO CON UN PRETESTO O CON UN ALTRO. PERTANTO, QUALUNQUE ASSUNZIONE DI POTERE DA PARTE DELLO STATO, CHE SIA PER DONAZIONE O PER SEQUESTRO, DIMINUISCE IL POTERE DELLA SOCIETA' E' INACCETTABILE. IN ULTIMA ANALISI, NON E' PENSIERO LIBERALE CHE LO STATO FUNGA DA TELEGRAFISTA, TELEFONISTA, FIAMMIFERAIO, RADIOOPERATORE, COSTRUTTORE EDILE, COSTRUTTORE E PROPRIETARIO DI FERROVIE, ORGANIZZATORE E PROPRIETARIO DI BORDELLI, ECC . . . >>.

3013)

NEL MATRIMONIO,

DOVE NASCE IL "DISTACCO" TRA I PARTNER,

DOPO QUALCHE ANNO?

<< . . . DOPO QUALCHE TEMPO, SI PUO' AMARE L'ALTRA PERSONA PROFONDAMENTE O IN MODO DIVERSO, MA SI PROVA MENO INTENSAMENTE LA NECESSITA' DI UN **LEGAME FISICO**. CI SI PUO' SENTIRE INNAMORATI DEL PROPRIO PARTNER SENZA SENTIRE LA NECESSITA'DESIDERIO DI FARE SESSO. QUESTA SITUAZIONE CREA CONFUSIONE.

MA IL SESSO NON DOVREBBE ESSERE LEGATO ALL'AMORE?

LA VERITA' E' MOLTO COMPLESSA. DAL PUNTO DI VISTA FEMMINILE SEMBRA CHE, CON GLI ANNI, LE DONNE SI ALLONTANINO DAL LORO PARTNER PER

INCOMPRESIONI, MANCANZE DI RISPETTO MAI RISOLTE ADEGUATAMENTE. O PERCHE' "I BAMBINI/FIGLI ASSORBONO TUTTA L'ENERGIA DELLA DONNA/MAMMA, CHE, QUINDI, NON HA TEMPO PER DISCUTERE DI QUALCOS'ALTRO".

IN EFFETTI, STUDIANDO ATTENTAMENTE LA SITUAZIONE CI SE NE ACCORGE CHE LA DISTANZA TRA LA DONNA E L'UOMO CRESCE COL TEMPO PERCHE' LA DONNA SI SENTE EMOTIVAMENTE DISCRIMINATA, MESSA DA PARTE, NON ASCOLTATA, CENSURATA, REPRESSA NELLE SUE MANIFESTAZIONI, NEI SUOI DESIDERI/IMPULSI PIU' NATURALI, NORMALI. PERCIO', LE DONNE SI CREANO SPAZI EMOTIVI PROPRI, SEPARATI DA QUELLI DEL PARTNER CHE TALVOLTA COSTODISCONO PER SE' GELOSAMENTE). E POI, ENTRAMBI I PARTNER VALORIZZANO SEMPRE PIU' E AMANO ALTRI MOMENTI DELLA VITA FAMILIARE (STARE CON I BAMBINI, STARE CON GLI AMICI COMUNI, MOSTRARE SOLO DI VOLERSI BENE, CURARE LA CASA E LA CUCINA, ECC). PERTANTO, IL "SESSO" SEMPRE PIU' DIVENTA UN NON-EVENTO.

MA, QUAL E' LA FREQUENZA NORMALE DEI "CONTATTI FISICI"?

ATTENZIONE! IL **SESSO** E' UN IMPORTANTE **INDICATORE** DI QUELLO CHE STA AVVENENDO SOTTO LA SUPERFICIE. PROBABILMENTE, SE CI SI PONE QUESTA DOMANDA, ALLORA E' GIUSTO IL CASO DI PRENDERSI UN **MOMENTO DI RIFLESSIONE**, INSIEME (SE E' RIMASTO ANCORA "SPAZIO"), PER REINVENTARE IL PROPRIO RAPPORTO CONIUGALE. COME?

- TORNANDO AD ESSERE SEDUTTIVI;
- COMINCIANDO A PARLARE DEI VECCHI PROBLEMI MAI RISOLTI. . . . >>

3014)

LA RISATA HA POTERE TERAPEUDICO?

<< E' VITALE RIDERE: IN MANIERA NATURALE/SPONTANEA O ARTIFICIALE/"YOGICA". L'EFFETTO E' IL MEDESIMO. E' LIBERATORIO, SI SCONFIGGE LO STRESS MEGLIO CHE CON GLI PSICOFARMACI. NOI TUTTI ABBIAMO BISOGNO DI RIDERE SE VOGLIAMO STARE IN SALUTE O RECUPERARLA: OCCORRE RITROVARE QUELLA RISATA SPONTANEA CHE I BAMBINI SPERIMENTANO QUASI **300** VOLTE AL GIORNO E GLI ADULTI, SE TUTTO VA BENE, NON PIU' DI **15**. RIDERE, IN FONDO, NON COSTA NULLA E DA' INSUPERATI BENEFICI ANCHE SE IL RISO E' INDOTTO, SENZA MOTIVI.

LA "RISATA YOGICA"?



BATTERE LE MANI RITMICAMENTE GRIDANDO PER 5/6 VOLTE:

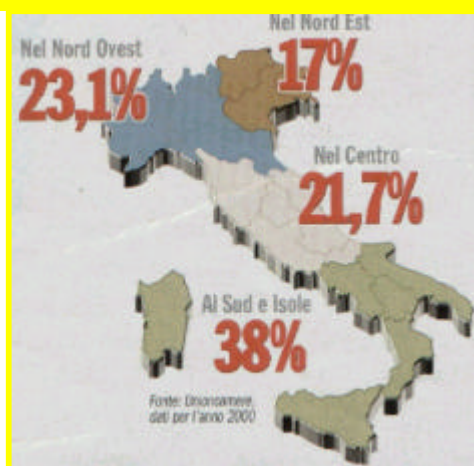
HA HA! HO HO HO!>HA HA! HO HOHO!>ECC...ALTERNANDO PROFONDE RESPIRAZIONI, RIPETUTI BATTIMANI E DIVERSI TIPI DI RISATA

- STIMOLA LE DIFESE IMMUNITARI PERCHE' SI FABBRICANO LE BETAENDORFINE, SOSTANZE CHE RIDUCONO DOLORE E INFIAMMAZIONI;
- FAVORISCE L'OSSIGENAZIONE DEL SANGUE E IL SUO AFFLUSSO AL CERVELLO;
- RALLENTA IL BATTITO CARDIACO E MIGLIORA LA RESPIRAZIONE;

- DISTENDE I MUSCOLI IRRIGIDITI DALLO STRESS E RIALZA Istantaneamente L'UMORE;
- TONIFICA I MUSCOLI DEL SOTTOMENTO, DEL COLLO E DI TUTTO IL VISO CON EFFETTO ANTIAGE;
- IRRORA DI SANGUE FRESCO LA CUTE E I MUSCOLI DEL VENTRE;
- FA LACRIMARE GLI OCCHI DI GIOIA.

PERO', E' MOLTO DIFFICILE RIDERE DA SOLI, SPECIALMENTE PER ALCUNI. E ALLORA, SAPENDO DEI SUOI ECCEZIONALI EFFETTI TERAPEUTICI, PERCHE' NON ORGANIZZARSI PER RIDERE IN COMPAGNIA? IN FONDO, TRA L'ALTRO, RIDERE IN COMPAGNIA HA ANCHE I SUOI BENEFICI: DISSIPA LA DIFFIDENZA, FA SVAPORARE L'AGGRESSIVITA' E CI SI RITROVA ALMENO SIMILI, ALLA RADICE DI NOI STESSI, SENZA DIFFERENZE, RITROVANDO IL PROFUMO DELL'INFANZIA. PERCHE', DUNQUE, NON CREARE UNA SALA ANCHE NELLE AZIENDE PER TRASCORRERE UNA BREVE SESSIONE DI RISATE PRIMA DI AFFRONTARE LA DUREZZA DEL LAVORO O LA RIPETITIVITA' DEL QUOTIDIANO? >>

3015) **CHI HA IL PRIMATO NELLA NASCITA DI NUOVE AZIENDE ALL'ALBA DEL 21° SECOLO?**



<< . . . IL MEZZOGIORNO STA VIVENDO UN FENOMENO INSOLITO, RISPETTO AL PASSATO, IL 38% DELLE 112.600 NUOVE AZIENDE NATE NEL 2000 SONO FIORITE AL SUD E NELLE ISOLE. I MOTIVI PRINCIPALI ALL'ORIGINE DELLA RICERCA DI BUSINESS SONO:

	SUD E ISOLE	NORD EST	ITALIA
TROVARE SBOCCHI LAVORATIVI	46,2	38,5	43,5
OPPORTUNITA' DI MERCATO	12,7	21	16,8
CONOSCENZA PROCESSI PRODUTTIVI	14,1	18,6	16,4
TRADIZIONE FAMILIARE	13,3	9,7	10,8
IDEA INNOVATIVA	7,3	7,5	7,2
SUB-FORNITORI	5	4	4,6
AGEVOLAZIONI FISCALIE CREDITIZIE	1,3	0,3	0,6

IN UN ANNO CHIUDONO 2 IMPRESE SU 3. PIU' PRECISAMENTE:

	NUOVE AZIENDE	CHIUSURE	SALDO/%
SUD-ISOLE	110.153	67.338	42.815/38
NORD OVEST	105.825	79.703	26.122/25
CENTRO	75.620	51.175	24.445/32
NORD EST	74.742	55.524	19.218/26
TOTALE	366.340	253.740	112.600/31

. . . >>

3016) **LA CHIESA E LA RELIGIONE IN GENERE,
DEVONO PARLARE PIU' DI FEDE O DI MORALE?**

<< . . . NEL MONDO RELIGIOSO/CRISTIANO/CATTOLICO, SI E' INTASATI, OGGI, DALLA PREOCCUPAZIONE CHE I FEDELI SIANO "BUONI". MA COSI' L'ETICA PUO' ESSER INTERPRETATA IN FUNZIONE DI QUEL CHE PARE E PIACE, MENTRE LA FEDE PER IL RELIGIOSO E' NEL RICONOSCIMENTO DI UN FATTO ACCADUTO E QUINDI L'ASSETTO MORALE E' L'OBEDIENZA A CIO' CHE QUEL FATTO ESIGE >>.

3017) **L'IDEOLOGIA E' UN RISCHIO?**

<< . . . SI', E' UN RISCHIO PRESENTE DALLA RIVOLUZIONE FRANCESE IN POI. E CIO' PERCHE' L'IDEOLOGIA SVILUPPA UN FATTORE DELL'ESPERIENZA DELLA VITA, DEL COSMO E DELLA SOCIETA' UMANA, FACENDOLO ESORBITARE DAI SUOI LIMITI, E LO SOSTITUISCE AL "MISTERO" CHE HA FATTO TUTTE LE COSE, PROCLAMANDO QUALCHE SUO ASPETTO A REGOLA DI VITA O DI GIUSTIZIA PER L'UOMO. NELLA MISURA IN CUI L'IDEOLOGIA E' GENERATA COME PUNTO DI VISTA ULTIMO CUI L'UOMO GIUNGE, INVESTE SENTIMENTI E CRITERI DELL'UOMO, DETERMINANDO LA MENTALITA' SI' CHE DIVENTA SEMPRE DI PIU' UN PREGIUDIZIO UNIVERSALE >>.

3018) **"MANIPULITE" FU:**

✓ **UNA FINTA RIVOLUZIONE (ALL'ITALIANA),**

✓ **UN TRADIMENTO DEL POPOLO,**

✓ **UNA DEBOLEZZA UMANA?**



**A. DI PIETRO/7-12-2001/ORE 22.00/TRASMISSIONETELEVISIVA "SCIU'-SCIA":<< "MANI PULITE"?
... "MANI PULITE" L'HO FATTO IO. E' FALSO DIRE IN GIRO CHE DIETRO "MANI PULITE" C'ERA O C'E'
LA POLITICA O "MAGISTRATURA DEMOCRATICA" O UN "GRANDE VECCHIO" POLITICO
CHE TIRAVA O TIRA LE FILA!.....>>**

<< . . . SE L'UOMO E' SOGGETTO RESPONSABILE DELLE SUE AZIONI, OGNI AZIONE NON PUO' DIMENTICARE L'ESTREMA DEBOLEZZA DI CIO' CHE LA FA NASCERE. ANCHE NEL SALMO "DE PROFUNDIS" SI DICE: *SIGNORE, SE FISSI LO SGUARDO SULLE NOSTRE MANCANZE, CHI POTRA' MAI RESISTERE?*

LA DEBOLEZZA DELL'UOMO E' RICONOSCIBILE COME COSA CHE STA AL LIMITE ESTREMO DEL NULLA. QUESTO RENDE EMINENTEMENTE VERA LA SCENA CHE, NEL MOMENTO PIU' ACUTO NEL IV ATTO DI "BRAND", IL DRAMMA DI IBSEN, IL PROTAGONISTA GRIDA: "PER RAGGIUNGERE LA SALVEZZA NON BASTA TUTTA LA VOLONTA' UMANA?" CHI E' QUELL'UOMO CHE NON SENTE LA STOLIDITA' DI FRASI COME S'UDIRONO NEGLI ANNI '92 E ANCORA DOPO GRIDATE E SCRITTE SUI GIORNALI, DI TALUNI GESTORI DI MANI PULITE, CHE SI RITENEVANO TRA LE

PERSONE PIU' PERFETTE DELLA SOCIETA'? E' PER QUESTO CHE ALLORA DICEMMO CHE UN'AZIONE CHE PER PUNIRE COLPEVOLI DISTRUGGE UN POPOLO, COME COSCIENZA UNITARIA E COME RAGGIUNTO BENESSERE, HA ALMENO NELLA SUA MODALITA' DI ATTUAZIONE QUALCOSA DI INGIUSTO.

I SUGGERITORI DI *MANI PULITE* FORSE POTREBBERO APPARTENERE A UNA SOCIETA' DI UOMINI CHE PRETENDONO DI FISSARE LORO IL SOMMO BENE PER LA SOCIETA', IDENTIFICATO NORMALMENTE COL FAVORE DATO A UN ASSETTO SOCIALE IN CUI IL BENE SALVAGUARDATO SI IDENTIFICASSE CON QUELLO CHE VOGLIONO ESSI STESSI. PERTANTO *MANI PULITE* SI PUO' RAPPRESENTARE COME UNA **CREPA** APERTASI NEL FONDAMENTO DELLA NOSTRA SOCIETA', UN



IMBROGLIO NEL CUI POLVERONE NON SI PUO' CERTO RICONOSCERE IL MATTINO DI UN GIORNO PIU' BENEVOLO. PER ARRIVARE A QUESTO TIPO D'ANALISI, OVVIAMENTE, OCCORRE SAPERE LEGGERE QUELL'AVVENIMENTO CON ATTENZIONE, SINCERITA' E CON ASSENZA DI PREGIUDIZIO. ... >>.

3019)

L'EUTANASIA, IL NON ACCANIMENTO TERAPEUDICO, LA MORTE, IL MISTERO DELL'ALDILA'?

<< ... LA MORTE E' IL PUNTO IN CUI OGNI IDEOLOGIA SEGNA IL PASSO O HA IL FIATO CORTO, STABILENDO UN LIMITE OLTRE IL QUALE C'E' SOLO IL "MISTERO". E' IL SEGNO PIU' EVIDENTE CHE LA VITA NON CI APPARTIENE. PER QUESTO NON POSSIAMO DISPORRE COME CI PARE E PIACE, TANTOMENO FISSARE A ESSA UN LIMITE NOI. E' UN INSULTO A OGNI RAGIONE CHE VIVE IL DIRE: *DOPO LA MORTE NON C'E' PIU' NIENTE*. PERCHE', ALLORA, TUTTA LA VITA CHIEDE L'ETERNITA'?

... >>.



3020) **COME SI INFLUENZANO MEGLIO GLI ALTRI?**
<< . . . AUMENTANDO LA NOSTRA INFLUENZA SU NOI STESSI. . . >>.

3021) **COSA DETERMINA IL NOSTRO SUCCESSO?**
<< . . . IL NOSTRO **A**TTEGGIAMENTO **I**NTERIORE **P**OSITIVO (= "**A.I.P.**"). >>.

3022) **PRIMA DI TUTTO AGIRE!**
<< . . . CIO' CHE ABBIAMO BISOGNO DI IMPARARE, LO IMPARIAMO FACENDOLO, CON L'AZIONE. . . >>.

3023) **CAMBIARE, COSA COMPORTA?**
<< . . . QUANDO SI VUOLE CAMBIARE (SE STESSI, QUALCOSA, QUALCUNO), TRA IL PENSARLO, IL DIRLO E IL FARLO C'E' LA STESSA DIFFERENZA CHE C'E' TRA UN'IDEA, UN PROGETTO E UNA SFIDA. . . >>.

3024) **ATTIVISMO FRENETICO OPPURE "OTIUM":
COS'E' PIU' AFFINE A UNA VITA BEN VISSUTA?**



<< . . . IL NON FARE NULLA RACCHIUDE SPESSE UNA LOGICA SUPERIORE A QUELLA DEL FARE SEMPRE E COMUNQUE QUALCOSA. ANCHE SENECA OPPONEVA UN SANO OZIO ALLA VITA DI **QUELLI CHE NON FANNO NULLA (O NON CONCLUDONO NULLA) MA CON GRAN FATICA**. L'ATTIVISMO FRENETICO, PER GLI ANTICHI, ERA ROBA DA POVERACCI. LE PERSONE PER BENE AVEVANO COME IDEALE L'**OTIUM**, LA MEDITAZIONE FILOSOFICA, E MAGARI LA **SIESTA** (DA <<HORA SEXTA>> DEL GIORNO PARTENDO DALL'ALBA) "PATULAE SUB TEGMINE FAGI" ("ALL'OMBRA DI UN GRANDE FAGGIO"). E LA **SIESTA** E' UN DORMIVEGLIA CHE CONDUCE FINO ALL'ORLO DELL'IGNOTO, CHE STORDISCE LA MENTE NELL'AMBIGUITA' DELLA PENOMBRA, NELL'INCERTEZZA TRA SOGNO E REALTA'. NON E' UN SONNO RISTORATORE COME QUELLO NOTTURNO, MA UN SONNO DISSOLUTORE E DISSIPATORE. NON RESTITUISCE LE FORZE, MA DISPERDE ENERGIA VITALE DA TUTTI I PORI. L'UOMO CHIUDE LE SUE PALPEBRE E RINFRESCA LA SUA NUCA NEGLI EVI. LA **SIESTA** FA PARTE DI UN'ARTE DI VIVERE CHE E' BENE DIFENDERE, DIVULGARE, PRATICARE CON CONVINZIONE, PIACERE E SERIETA'. LA **SIESTA** E' UN SONNO CURIOSO DOVE, NEL BEL MEZZO DELLO SVANIRE DELL'ESSERE, SI HA, PER COSI' DIRE, UNA PERCEZIONE POETICA DI TUTTO CIO' CHE AVVIENE ATTORNO A QUEL SONNO. E POI, NON SIAMO NOI A FARE LA **SIESTA**, INSOMMA: E' LA **SIESTA** CHE FA DI NOI CIO' CHE VUOLE, PRENDENDOCI A TRADIMENTO. LA CANICOLA E' L'ORA ANCHE DELLE FANTASIE EROTICHE, DEI MIRAGGI SESSUALI. COME AL TEMPO ANTICO, IL LANGUORE DEL DORMIVEGLIA SI SPOSA CON LA FREGOLA AMOROSA: IL DIO PAN, TRA LE SUE GREGGI, SI ABBANDONA ALL'ONANISMO, MENTRE SATIRI E FAUNI SI ESTENUANO INSEGUENDO OMBRE DI FANCIULLE SOGNATE. SAREMO, IN DEFINITIVA, CAPACI

DI SALVARE LA SOSTA POMERIDIANA DALLA TIRANNIA DEI TEMPI MODERNI E DALLA INCULTURA E ROZZEZZA DEL VIVERE ANGLOAMERICANO? CI SONO AZIENDE GIAPPONESI CHE INCITANO I DIPENDENTI ALLA PENNICA DI MEZZOGIORNO PERCHE' RITENGONO CHE LA LORO PRODUTTIVITA' MIGLIORI DOPO UN SONNELLINO. E POI, LA **SIESTA** NON E' AFFATTO SINONIMO DI INATTIVITA'. E' ANZI IL RICETTACOLO DI UN'ATTIVITA' MULTIFORME, E' UN'INERZIA CHE CONTIENE UNA TENSIONE: DI MOLTE GRANDIOSE INVENZIONI/SCOPERTE/OPERE D'ARTE SI DICE CHE SIANO FIORITE NEL CORSO DI UNA **SIESTA** POMERIDIANA. DUNQUE, IL SONNELLINO POMERIDIANO E' UN'OCCASIONE PER PARTORIRE PENSIERI PROFONDI E INATTESI PRIMA DI TUTTO PER NOI E DI CONSEGUENZA PER GLI ALTRI. . . . >>.

3025)

LO STILE MANAGERIALE FEMMINILE?



<< . . . LE DONNE SI ESPRIMONO SECONDO 4 MODELLI DI MANAGEMENT:

- **LA DONNA DI SQUADRA:** HA UN ELEVATO KNOW-HOW E VALORIZZA LE DIVERSITA' DI STILE FEMMINILE. NON PENSA SOLO AL SUO TORNACONTO MA AI BENEFICI DEI COLLABORATORI. SI CONQUISTA LA STIMA GRAZIE ALLA CAPACITA' DI COLLABORAZIONE.

E' QUESTO, SECONDO LE INDAGINI, IL MODELLO VINCENTE PER UNA DONNA IN CARRIERA.

- **LA SEDUTTIVA:** SA RICONOSCERE LA SUA DIVERSITA', MA FA LEVA SULLE SUE DOTI FEMMINILI PER CONQUISTARE CHI LA CIRCONDA. SE A QUESTO NON SA UNIRE LA COMPETENZA, LA SUA LEGITTIMAZIONE AL RUOLO VIENE MENO.
- **LA DUELLANTE:** E' LA MANAGER CHE NON HA COMPETENZE ALL'ALTEZZA DEL RUOLO. E' AGGRESSIVA, VIVE IL CONFRONTO CON GLI UOMINI SUL PIANO DEL DUELLO. E PER LA SUA CARRIERA E' DISPOSTA A QUALSIASI COSA.
- **LA MANAGER CHE NON SBAGLIA MAI:** CIO' CHE CONTA PER LEI E' L'AUTORITA' FORMALE CONIUGATA CON LA COMPETENZA. NON LE INTERESSANO TANTO LE RELAZIONI CON I COLLABORATORI. LO STILE DI GESTIONE E' UN'IMITAZIONE DI QUELLO MASCHILE. . . . >>.

3026)

CONOSCI IL TUO COLORE PER CAPIRE COME SEI FATTO OGGI E COSA POTRESTI CORREGGERE O MIGLIORARE.

<< . . .

BLU



LO AMI? PERCIO' RIVELI PROFONDITA' DI SENTIMENTI. INSEGUI VALORI TRADIZIONALI, ARMONIA, REGOLE DA SEGUIRE. SEI SENSIBILE E VULNERABILE. HAI BISOGNO DI TRANQUILLITA'.

LO RIFIUTI? VUOI ROMPERE OGNI LEGAME. SEI SCORAGGIATA E HAI VOGLIA DI FUGGIRE DA UNA SITUAZIONE POCO GRATIFICANTE. TEMI LA QUIETE, FAI FATICA A CONCENTRARTI.

GIALLO



LO AMI? MOSTRI ALLORA OTTIMISMO, ENTUSIASMO, AFFETTIVITA'. TI APRI CON GIOIA AGLI ALTRI E CERCHI LA LORO STIMA.

LO RIFIUTI? C'E' SCORAGGIAMENTO, TI SENTI ISOLATO, NERVOSO, IRRITABILE, NON MOSTRI FIDUCIA IN TE STESSO. EVITI DI AGIRE PER NON AVERE DELUSIONI.

GRIGIO



LO AMI? NON RIESCIM A IMPEGNARTI. SI E' DISTACCATI. LO STRESS SPINGE AD ALLONTANARSI DAI PROBLEMI.

LO RIFIUTI? SI HA BISOGNO DI PARTECIPAZIONE. SI SOFFRE A ESSERE ESCLUSI. SI VUOLE ESSERE PRESENTI OVUNQUE. SPESSO CI SI IMPEGNA PER UN SECONDO FINE.

MARRONE



LO AMI? RIVELI SESSUALITA', MA ANCHE INSIKUREZZA E IL DESIDERIO NON SODDISFATTO DI TRANQUILLITA' FAMILIARE. NON SI HANNO MOLTE PRETESE.

LO RIFIUTI? TENDI A REPRIMERE LE TUE CAPACITA' DI GIOIA. NON CERCHI LA SODDISFAZIONE PERSONALE, PERCHE' LA INTENDI COME UNA DEBOLEZZA. SI HA GRANDE BISOGNO DI AUTOAFFERMAZIONE. SI TENDE A TRASCURARE LA SALUTE. NON ESAGERARE!

NERO



LO AMI? SI ESPRIME RINUNCIA, PROTESTA, PAURA DI PERDERE CIO' CHE SI HA. NON SI E' IN UN MOMENTO FELICE E SI PENSA CHE LE COSE CAMBIERANNO. CI SI RIVOTA CONTRO L'AMBIENTE CHE CI CIRCONDA.

LO RIFIUTI? NON SI VUOLE RINUNCIARE A NULLA. SI CERCA DI CONTROLLARE TUTTO. SI RISCHIA, IN TAL MODO, DI DIVENTARE CAPRICCIOSI E VIZIATI.

ROSSO



LO AMI? SI E' DOTATI DI FORZA VITALE E VOLONTA'. IMPULSIVI, ENERGICI, CI SI MOSTRA AUDACI. SI HA BISOGNO DI SUCCESSO E SI DA' MOLTA IMPORTANZA AL PRESENTE. SI HA ANCHE UN ATTEGGIAMENTO MELODRAMMATICO E SI RISCHIA DI ESAGERARE.

LO RIFIUTI? SI MOSTRA SCARSA VITALITA', VOGLIA DI PROTEZIONE, IL ROSSO FA PAURA PERCHE' L' "ENERGIA" CHE EMANA INTIMIDISCE.

VERDE



LO AMI? SI E' FERMI, COSTANTI, ORGOGLIOSI. NON SI E' INFLUENZABILI. SI INSEGUE L'AUTO AFFERMAZIONE. CI SI MOSTRA TROPPO CONTROLLATI E INDIVIDUALISTI. SPESSO CI SI METTE IN

CATTEDRA. SI E' ANCHE CONSERVATORI.

LO RIFIUTI? SI HA PAURA DEL FALLIMENTO. SI E' TESTARDI, TESI, IRRITABILI. SI STA ATTRAVERSANDO UN MOMENTO DI ESAURIMENTO.

VIOLA



LO AMI? SI HA INTUITO, DESIDERIO DI MAGIA E SI MOSTRA UNA CERTA TENDENZA ALL'IRRESPONSABILITA'. CI SI SENTE INSECURI, NON SI RIESCE A CONTROLLARE LE PROPRIE EMOZIONI. SI VUOLE

COMPIACERE GLI ALTRI CERCANDO COMPrensIONE E GENTILEZZA.

LO RIFIUTI? SI E' EGOCENTRICI, SUSCETTIBILI, RAZIONALI. SI E' SUBITO UNA DELUSIONE AFFETTIVA. SI TEME L'INTIMITA' E SI CERCA L'ISOLAMENTO. SI E' DIFFIDENTI. . . . >>.

3027)

LO STRESS ?



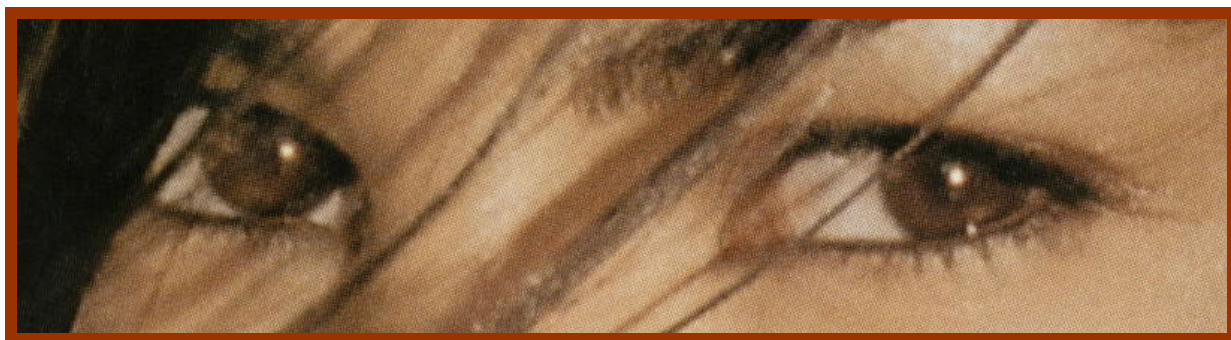
<< . . . LO STRESS A PICCOLE DOSI E' IL MIGLIORE STIMOLANTE. E' LUI CHE SPINGE A RIMANERE VIGILANTI NELLE RIUNIONI, A IMMAGINARE UNA NUOVA CAMPAGNA DI PUBBLICITA' O ANCORA A CONCLUDERE PERFETTAMENTE UN CONTRATTO. L'ORGANISMO, DAL MOMENTO CHE SI TROVA DI FRONTE A UN'AZIONE STRESSANTE ESTERNA (SURPLUS DI LAVORO, OSTACOLI, CONTRARIETA', TENSIONI CON I COLLABORATORI, ECC) O INTERNA (PESSIMISMO, GELOSIA, NOIA, ECC) INNESCA UNA CASCATA DI REAZIONI BIOCHIMICHE: DEGLI ORMONI SONO LIBERATI, COME L'ADRENALINA, IL CUORE POMPA PIU' RAPIDAMENTE, IL RITMO RESPIRATORIO E LA TENSIONE MUSCOLARE SI ACCELERANO.

MA, ATTENZIONE, COME IN TUTTE LE COSE, L'ECCESO E' NEFASTO. SE LE PRESSIONI STRESSANTI PERSISTONO, LE FUNZIONI DI ADATTAMENTO NATURALE DELL'ORGANISMO TROPPO SOLLECITATE FINISCONO PER PROVOCARE UN "SURRESCALDAMENTO" DEI MECCANISMI FISICI A CUI SUCCEDE UNA FASE DI ESAURIMENTO/SPOSSATEZZA CHE SI MANIFESTA SIA SUL PIANO FISICO (DEFICIENZA DEL SISTEMA IMMUNITARIO, DISTURBI DIGESTIVI, ECC) CHE PSICHICO (ANSIA, SENSI DI COLPA, SFIDUCIA IN SE STESSI, ECC) CHE INTELLETTUALE (DIFFICOLTA' DI CONCENTRAZIONE, CONFUSIONE MENTALE, POCA MEMORIA, ECC) CHE COMPORTAMENTALE (APATIA, AGITAZIONE, IRRITABILITA', REAZIONI ECCESSIVE, ECC). ALLA LUNGA QUESTA SITUAZIONE DI STRESS PERMANENTE PUO' SBOCCARE IN MALI PIU' GRAVI COME LE MALATTIE CARDIO-VASCOLARI, STATI DEPRESSIVI CRONICI, DISTURBI SERI DEL SONNO. ECCO PERCHE' A UN CERTO PUNTO, QUANDO ANCORA SI E' VIGILANTI E NON SI E' PERSO IL CONTROLLO DI SE' OCCORRE REAGIRE SENZA RITARDARE.

E ALLORA, S'IMPONE UNA BUONA IGIENE DI VITA EVITANDO ECCITANTI/CAFFE', ALCOLICI, CARNI GRASSE E ECCESSO DI ZUCCHERI. OCCORRE DORMIRE IN ORE REGOLARI, FARE ESERCIZI FISICI E NON DIMENTICARSI DI RISERVARSI DEI MOMENTI DI PIACERE (SESSO COMPRESO).

L'ORIENTE DISPONE DI UNA CULTURA PER LA VIGILANZA PERMANENTE SUL PROPRIO CORPO E SULLA PROPRIA COSCIENZA DI SE'. TALE CULTURA FAVORISCE L'ASCOLTO SIA DEI SINTOMI INTERNI (RESPIRAZIONE, BATTITI DEL CUORE, ECC..) CHE ESTERNI (COSCIENZA DEL PROPRIO CORPO IN MOVIMENTO ABITUALE: CAMMINANDO IN CASA, SULLA STRADA). COSI' SI E' IN GRADO DI RILEVARE E GESTIRE LO STATO INTERIORE (ANSIA, REATTIVITA', COMPORTAMENTI). E QUANDO LE CONDIZIONI DI STRESS SI FANNO CRITICHE, ALLORA SI PRATICANO DISCIPLINE ANTISTRESS COME LO **YOGA**.

LO YOGA E' UNA DISCIPLINA MOLTO COMPLETA PER LA SALVAGUARDIA DELLA PERSONA SUL PIANO FISICO E MENTALE. LA POSIZIONE FISICA DA ASSUMERE NELL'ESERCIZIO SI CHIAMA **ASANA**, MENTRE L'ESERCIZIO DELLA RESPIRAZIONE SI CHIAMA **PRANAYAMA**. L'ESERCIZIO YOGA PERMETTE DI RILASSARE IL CORPO, ALLEGGERIRE LE TENSIONI MUSCOLARI, MIGLIORARE LE FUNZIONI FISILOGICHE, STIMOLARE LA CIRCOLAZIONE SANGUIGNA, MA ANCHE DI **SVUOTARE** LA TESTA DI TUTTE LE PREOCCUPAZIONI "INQUINANTI". IL PRINCIPIO ESSENZIALE DI QUESTA TECNICA E' CHE IL **FIATO DEVE ESSERE CALMO E REGOLARE**. ESSO INFLUENZA ARMONIOSAMENTE COSI' IL **PRANA** CIOE' IL FLUSSO D'ENERGIA VITALE. IN DEFINITIVA, UNA RESPIRAZIONE REGOLARE E UN CORPO DISTESO DETERMINANO UNO SPIRITO SERENO. . . . >>.



3028)

QUAL E' IL FATTORE FONDAMENTALE ALLA BASE DELLE AZIONI / INTERVENTI DI SUCCESSO?

<< . . . **LA PREPARAZIONE SCRITTA.**

INFATTI, L'OTTIMALE POSSESSO/SOLUZIONE DELL'ARGOMENTO/PROBLEMA E' LEGATO ALLA **CREATIVITA'** E ALL'ESAME DELLE **POSSIBILI ALTERNATIVE**. INOLTRE, LA "PRESTAZIONE" E' BELLO SVOLGERLA DIVERTENDOSI, NO BARCAMENANDOSI, SUDANDO LE FAMOSE 7 CAMICIE. NON C'E' ALCUN DUBBIO: LA PREPARAZIONE ESALTA LA NOSTRA FLESSIBILITA' E IL SENSO DI LIBERTA'.

**IL SUCCESSO DEVE ESSERE PAGATO IN ANTICIPO:
LA PREPARAZIONE E' IL 99% DEL SUCCESSO. . . . >>.**

3029)

LA MOTIVAZIONE?

<< . . . LA VERITA' SU TALE ARGOMENTO E' CHE IN FONDO E' DIFFICILE MOTIVARE I COLLABORATORI O LA NOSTRA EQUIPE, POSSIAMO SOLO AIUTARLI A MOTIVARSI. . . . >>.

3030)

**A PROPOSITO DI ASCOLTO:
COSA SI ASPETTA DA ME,
PRIMA DI TUTTO,
LA PERSONA CHE MI PARLA?**



<< . . . “LE PERSONE SONO DOTATE DI **DUE ORECCHIE** E DI **UNA BOCCA**, IN MODO CHE LA LORO CAPACITA’ DI ASCOLTARE SIA DOPPIA RISPETTO ALLA LORO CAPACITA’ DI PARLARE”. IL GUAIO E’ CHE, SOVENTE, LE PERSONE NON HANNO LA PAZIENZA DI ASCOLTARE, E ALLORA CHE FANNO? CERCANO DI CONCLUDERE GIUDICANDO!

ASCOLTARE, NEL 3° MILLENNIO, E’ UN’ARTE. SOPRATTUTTO, QUANDO SI RIESCE A PRATICARE L’**ASCOLTO ATTIVO**. COME? ABBANDONANDO I PRECONCETTI. COSI’, SI POSSONO GESTIRE ANCHE I CONFLITTI PIU’ ASPRI IN MODO CREATIVO. QUANTE VOLTE E’ SUCCESSO A TUTTI NOI DI NON ASCOLTARE VERAMENTE CIO’ CHE UN INTERLOCUTORE HA DA DIRCI, NON ANDANDO OLTRE IL SUONO DELLE SUE PAROLE E, QUINDI, NON CAPENDONE IL SIGNIFICATO REALE.

UN ESEMPIO, *CON CHI VORREMMO TROVARCI IN COMPAGNIA PER SALVARCI IN UNA DISAVVENTURA DI VIAGGIO CON DEI COMPAGNI OCCASIONALI: CON UN RELIGIOSO, UNA PROSTITUTA, UN NERO O UNA DOTTORESSA? SOLTANTO ASCOLTANDOLI COMPRENDEREMMO CHE IL RELIGIOSO E’ UN FANATICO ISLAMICO, IL NERO UN MILITANTE PACIFISTA, LA PROSTITUTA UN’OTTIMA CUOCA E LA DOTTORESSA E’ UN ESPERTA DI ECONOMIA. ALLA FINE, FORSE, COMPRENDEREMMO CHE LA PROSTITUTA RAPPRESENTEREBBE LA COMPAGNIA PIU’ EFFICACE.*

LA COMUNICAZIONE VERA NON PUO’ FERMARSI ALLE APPARENZE. COSI’ FACENDO IL RISULTATO PIU’ PROBABILE E’ DI RIMANERE SEMPRE SPIAZZATI. L’**ASCOLTO ATTIVO** CI AIUTA A METTERCI IN DISCUSSIONE, SORRIDENDO, CON IRONIA, IL NOSTRO MODO DI ESSERE E QUELLO DEL NOSTRO INTERLOCUTORE, UNA SORTA DI RICETTA PER DIVENTARE ESPLORATORI DI MONDI POSSIBILI, SENZA DARE NULLA PER SCONTATO. E QUANDO L’INTERLOCUTORE CI SEMBRA OTTUSO, OSTINATO, MAGARI SIAMO NOI A DOVERE CAMBIARE IL NOSTRO PUNTO DI VISTA USCENDO DALLA “CORNICI” CHE RACCHIUDE I NOSTRI PREGIUDIZI. SE UNO URLA, TI OFFENDE, NON VEDERLO SUBITO COME UNO CHE CE L’HA CON TE, CHIEDITI, INVECE, COME VEDE LE COSE LUI PER INCAZZARSI COSI’ TANTO. METTENDOCI DALLA SUA PARTE, SI FA CAPIRE CHE ANCHE NOI SE VEDESSIMO LE COSE COME LE VEDE LUI REAGIREMMO NELLO STESSO IDENTICO MODO. PERCIO’, SI VUOLE CONOSCERE IL SUO PUNTO DI VISTA, ASCOLTANDOLO. DUNQUE, NON SI AGGREDISCE SUBITO L’INTERLOCUTORE, MA NEANCHE SI MOSTRA IL MINIMO CEDIMENTO: SI SPIAZZA L’INTERLOCUTORE E LO SI SORPRENDE.

INFINE, QUALI SONO **LE 7 REGOLE D’ORO DELL’ARTE DI ASCOLTARE?**

- *NON AVERE FRETTA DI ARRIVARE ALLE CONCLUSIONI, ESSE RAPPRESENTANO LA PARTE PIU’ EFFIMERA DEI RAPPORTI.*

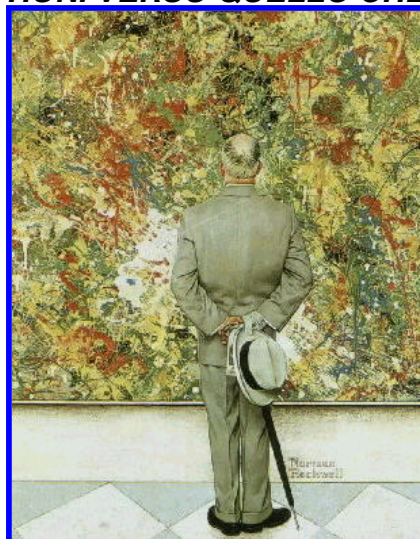
- CIO' CHE VEDI DIPENDE DAL TUO PUNTO DI VISTA. PER OSSERVARE/GIUDICARE IL TUO PUNTO DI VISTA, OCCORRE CAMBIARE PUNTO DI VISTA.
- PER COMPRENDERE CIO' CHE STA DICENDO UN ALTRO, IPOTIZZA CHE ABBA RAGIONE E CHIEDIGLI DI AIUTARTI A VEDERE LE COSE DALLA SUA PROSPETTIVA.
- LE EMOZIONI? SONO STRUMENTI CONOSCITIVI FONDAMENTALI SE SE NE SAPPIA COMPRENDERE IL LORO LINGUAGGIO. ESSE NON CI INFORMANO SU COSA VEDIAMO MA SU **COME** GUARDIAMO.
- IL BUON ASCOLTATORE E' UN ESPLORATORE DI MONDI POSSIBILI. L'IMPORTANTE PER LUI E' IL DUBBIO.
- IL BUON ASCOLTATORE ACCOGLIE VOLENTIERI I PARADOSSI DEL PENSIERO E DELLA COMUNICAZIONE. I DISSENSI PER LUI SONO OCCASIONI PER ESERCITARSI IN UN CAMPO APPASSIONANTE: LA GESTIONE CREATIVA DEI CONFLITTI.
- PER ESSERE ESPERTI NELL'ARTE DI ASCOLTARE CI VUOLE SENSE DELL'HUMOR. MA QUANDO SI E' IMPARATO AD ASCOLTARE L'UMORISMO VIENE DA SE'. . . .>>.

3031)

COME CAPIRE UN'OPERA D'ARTE, COME LEGGERE I CAPOLAVORI?

<< . . . LE QUESTIONI LEGATE AL GUSTO E AL "VEDERE" SONO MOLTO COMPLESSE. IL PROBLEMA E' CHE

OGNUNO VEDE CIO' CHE SA. E NON SI E' SOLLECITATI SOLTANTO DALL' AVER GIA' VISTO, MA NELL'ESSERE GIA' PREDISPOSTI DA UNA SERIE DI SEGNALI E SUGGERZIONI VERSO QUELLO CHE VEDIAMO.



SE SI CONSIDERA L'ARTE MODERNA, C'E' CHI LA TROVA INCOMPRESIBILE E C'E', INVECE, CHI CAPISCE TROPPO. LA STORIA DELL'ARTE E' STORIA DEGLI OGGETTI E STORIA DELLE IDEE. CHI VUOLE CONOSCERE L'ARTE DEVE SEMPRE CONOSCERE LE MATERIE E LE TECNICHE DELL'ARTE, OSSIA LE CONDIZIONI PRELIMINARI CHE HANNO PERMESSO ALL'ARTISTA DI ESPRIMERSI IN UN CERTO MODO PIUTTOSTO CHE IN UN ALTRO. UNA CERTA MATERIA E UNA CERTA TECNICA HANNO TROVATO SVILUPPO IN UNA CERTA EPOCA PIUTTOSTO CHE IN UN'ALTRA, IN UN DETERMINATO AMBITO GEOGRAFICO, E ANCORA IN UNA DETERMINATA CERCHIA DI ARTISTI. CONOSCERE QUESTE INFORMAZIONI

SIGNIFICA ESSERE NOTEVOLMENTE AGEVOLATI NELLO STABILIRE LA CRONOLOGIA O LA PROVENIENZA DI UN'OPERA D'ARTE. LA STORIA DELL'ARTE PONE PROBLEMI, CHIEDE SOLUZIONI, IMPONE PERIODI. C'E' DI PIU': LO STATO DI UN'OPERA D'ARTE, SOPRATTUTTO SE SI TRATTA DI UN DIPINTO ANTICO, E' SOLITAMENTE FRUTTO DI UNA SERIE DI MANIPOLAZIONI CHE NEL CORSO DEL TEMPO HANNO INTESO CONSERVARE IL SUO ASPETTO RESTAURANDOLA, RINNOVANDOLA E ANCHE EVENTUALMENTE MODIFICANDOLA SULLA BASE DEI NUOVI GUSTI DI CHI L'HA POSSEDUTA. CONOSCERE L'ARTE SIGNIFICA QUINDI NON TANTO INTERPRETARE, QUANTO DARE SIGNIFICATI PRECISI E DOCUMENTATI ALLE IMMAGINI, SENTENDOLE COME TESTIMONIANZE VIVE E PRESENTI NEL PASSATO. MAI CREDERE CHE LA STORIA DELL'ARTE SIA UN GIOCO DI PRESTIGIO IN CUI L'OCCHIO, COME PER MAGIA, SIA CAPACE DI FARE QUELLO CHE I DOCUMENTI DOVREBBERO FARE. . . . >>.



3032)

I MOVIMENTI DEI CONSUMATORI POSSONO RAPPRESENTARE UN LABORATORIO AVANZATO DEL MARKETING?

<< . . . INNANZITUTTO, I MOVIMENTI DEI CONSUMATORI (CIOE' L'AZIONE CONCERTATA DEI CONSUMATORI PER FARE VALERE I LORO DIRITTI NEI CONFRONTI DEGLI INDUSTRIALI E DEI DISTRIBUTORI) PONGONO ALLE IMPRESE LA QUESTIONE DEL POSTO DEL CONSUMATORE NELLO SVILUPPO DEI LORO PRODOTTI E SERVIZI. OGGI, AD ESEMPIO, DUE FENOMENI HANNO SUSCITATO L'INQUIETUDINE DEI CONSUMATORI: DA UNA PARTE, I PROBLEMI DELLA SICUREZZA ALIMENTARE (MUCCA PAZZA, O.G.M., INQUINAMENTO DA INSETTICIDI, ECC), DALL'ALTRA, I RISCHI LEGATI ALLO SVILUPPO DEL COMMERCIO ELETTRONICO (INCERTEZZA SUI PAGAMENTI, SALVAGUARDIA DELLA PRIVACY, ECC). GLI IMPRENDITORI NON SOLO POSSONO TRARRE PROFITTO DALLE AZIONI DI TALI MOVIMENTI MA PER ESSI RAPPRESENTANO, ORAMAI COME E' COMPRESIBILE, UNA NECESSITA'. LE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI SONO DIVENUTI DEGLI INTERLOCUTORI DA NON AGGIRARE. IN EUROPA, DA CONFLITTUALI, LE RELAZIONI SONO EVOLUTE SEMPRE PIU' VERSO RAPPORTI DI PARTNARIATO. LE ASSOCIAZIONI FANNO RISALIRE AGLI INDUSTRIALILE ESIGENZE DEI CLIENTI, PERMETTENDO LORO DI SVILUPPARE I PRODOTTI PIU' ADEGUATI PER LE ATTESE DEL MERCATO. PER ESEMPIO, NELL'INDUSTRIA DELL'AUTOMOBILE, LE INNOVAZIONI MAGGIORI IN MATERIA DI SICUREZZA (CINTURE DI SICUREZZA, AIRBAG, ECC) SONO STATE REALIZZATE SOTTO L'IMPULSO DELLE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI. PERCIO', LA MAGGIOR PARTE DELLE AZIENDE IN EUROPA DISPONE DI SERVIZI/SETTORI PER

LE RELAZIONI COI CONSUMATORI. E' FUORI DI DUBBIO, DUNQUE, CHE LO SVILUPPO DEI SERVIZI PRO-CONSUMATORI RAPPRESENTANO UN EFFICACE VANTAGGIO STRATEGICO DECISIVO PER L'IMPRESA. . . . >>.

3033)

AND THE NEW ECONOMY WINNER IS

...EUROPE!!!

<< . . . THE EUROPEA UNION IS EMERGING AS A FORMIDABLE COMPETITOR AMONG WORLD ECONOMIES, THANKS TO AN APTITUDE FOR CROSS-BORDER MANAGEMENT AND AN EASE WITH CULTURAL DIVERSITY.

THE DRIVING FORCE BEHIND THE NEW ECONOMY IS CLEAR. STOCK MARKET FLUCTUATIONS ASIDE, THE FORCE IS WITH THE UNITED STATES. IN ECONOMICS TERMS IT IS THE COLOSSUS, AND ITS SUCCESS IS NOT SIMPLY ADMIRER. THE WAYS WHICH IT ORGANIZES AND MANAGES ITS ENTERPRISES ARE EMULATED WITH ENTHUSIASM. THE BRITISH EMPIRE BEQUEATHED A BUREAUCRATIC CIVIL SERVICE; THE UNITED STATES' LEGACY MAY WELL BE ITS ECONOMIC AND BUSINESS STRATEGY AND MANAGEMENT PROWESS.

NOWHERE IS THE EMULATION MORE APPARENT THAN IN THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION. COMPANIES THROUGHOUT EUROPE HAVE FOR DECADES ACCEPTED THE AMERICAN MANAGEMENT MODEL AS THE MANAGEMENT MODEL. BUSINESS HEROES ARE AMERICANS. AMERICAN SUCCESS STORIES ARE DEVoured IN EUROPE.

GLOBAL COMPETITIVENESS: RANKINGS BY COUNTRY

(SOURCE: THE GLOBAL COMPETITIVENESS REPORT 2000, OXFORD UNIVERSITY PRESS)

	RANKING 2000	1999	1998
FINLAND	1	2	2
UNITED STATES	2	1	1
GERMANY	3	6	4
NETHERLANDS	4	3	3
SWITZERLAND	5	5	9
DENMARK	6	7	8
SWEDEN	7	4	7
UNITED KING.	8	10	5
SINGAPORE	9	12	10
AUSTRALIA	10	13	15

. . . >>.

3034)

QUALI SONO LE METE DI SCIENTOLOGY?

(NULLA DI NUOVO SOTTO IL SOLE)

<< . . . UNA CIVILTA' SENZA PAZZIA, SENZA CRIMINALI E SENZA GUERRE, IN CUI LE PERSONE CAPACI POSSONO PROSPERARE E GLI ESSERI ONESTI POSSONO AVERE DEI DIRITTI. UNA SOCIETA', CIOE', IN CUI L'UOMO SIA LIBERO DI INNALZARSI A PIU' ELEVATE ALTEZZE. A CIO' OCCORRE DEDICARE MOLTO DEL NOSTRO TEMPO PER AIUTARE IL PROSSIMO, E PER RENDERE LE CITTA' PIU' VIVIBILI. OCCORRE IMPEGNARSI IN PROGRAMMI PER RIABILITARE I TOSSICODIPENDENTI. CI SONO METODI EFFICACI PER PERMETTERE A BAMBINI E ADULTI DI SUPERARE DIFFICOLTA' DI LETTURA E APPRENDIMENTO. OCCORRE BATTERSI PER I DIRITTI UMANI PER TUTTI. BISOGNA ESSERE IN PRIMA LINEA NEL RICHIEDERE RIFORME LEGALI PER ELIMINARE LE VIOLAZIONI AI FONDAMENTALI DIRITTI DI OGNI CITTADINO. E CIO' SI PUO' OTTENERE *IMPARANDO A PENSARE*

CON LA PROPRIA TESTA. QUALI SOLUZIONI OFFRE SCIENTOLOGY, A CHIUNQUE, DA APPLICARE NELLA VITA DI TUTTI I GIORNI? FACILE,

**ACQUISENDO LA CAPACITA' DI IMMAGINARE
UNA CONDIZIONE CHIAMATA "CHIARO",**

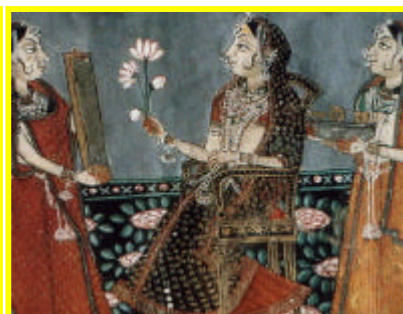
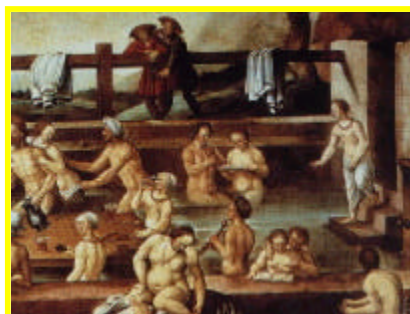
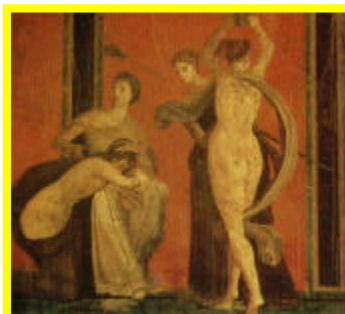


UNA CONDIZIONE CON UNA CONSAPEVOLEZZA SPIRITUALE MOLTO ELEVATA.

... >>.

3035)

I PROFUMI:



ORIGINI, STORIA, MITI ?

<< . . . DA PIU' DI 7.000 ANNI IL PROFUMO ACCOMPAGNA L'UOMO NEI SUOI RITI RELIGIOSI E AMOROSI. DEDICATI AGLI DEI, NELL'ANTICHITA', POI AI SOVRANI, IL PROFUMO HA ABBANDONATO LA FUNZIONE DI PRODOTTO DI LUSO PER ENTRARE NELL'USO CORRENTE DELLA VITA DI TUTTI I GIORNI. DA OLTRE UN SECOLO, IL PROFUMO E' DIVENUTO UN'ARMA DI SEDUZIONE, UN'OPERA D'ARTE, UN SEGNO DI RICONOSCIMENTO, UN'OCCASIONE DI BUSINESS E, RECENTEMENTE, UN SOGGETTO CULTURALE FONDAMENTALE CHE INTERESSA SIA LE DONNE CHE GLI UOMINI, DI TUTTI I PAESI E DI TUTTE LE GENERAZIONI. COME SE IL MONDO ABBA PRESO COSCIENZA DI UNA RICCHEZZA DI UN SENSO SCONOSCIUTO FINO AD OGGI.: L'OLFACTION.

LA PAROLA "PROFUMO" DERIVA DA "PER FUMUM", CIOE' "TRAMITE IL FUMO". CIO', SEMPLICEMENTE, PERCHE' I SACERDOTI AFFIDAVANO LE LORO PREGHIERE/INVOCAZIONI A TALE "COLONNA DI FUMO SEDUCENTE" CHE RIUSCIVA A SALIRE FINO A DIO. E, ALLORA, COME SI CREA UN PROFUMO?

1) LE MATERIE PRIME VEGETALI/NATURALI : (CIRCA 4.000) PROVENGONO DAI FIORI, DALLE FOGLIE, DAL LEGNO, DA RADICI, DA SOSTANZE CHE, COMUNQUE, NON SEMPRE LIBERANO FACILMENTE I LORO SEGRETI ODORI. IL



COMPOSITORE DI PROFUMI E' CAPACE DI RICREARE IL LORO ODORE, ANCHE DA CIRCA 3.000 SOSTANZE CHIMICHE/SINTETICHE (CON L'AIUTO DELLA CROMATOGRAFIA).

2) L'ESTRAZIONE/DISTILLAZIONE DEGLI OLI ESSENZIALI: CHE CONSISTE NEL



FARE BOLLIRE LE PIANTE IN UN ALAMBICCO A VAPORE. CIO' PERMETTE DI OTTENERE GLI OLI D'ESSENZA. C'E' ANCHE IL TRATTAMENTO DELL'"ENFLEURAGE" PER ESTRARRE L'ESSENZA DAI FIORI FRAGILI CHE NON SOPPORTANO IL CALORE (ES.: LE TUBEROSE, I GELSOMINI). IN TAL CASO SI MESCOLANO I FIORI A DEI GRASSI ANIMALI INODORI; QUESTI ASSORBONO I LORO ODORI/ESSENZE. QUANDO SONO SATURI SI TRATTANO CON ALCOL DOVE LIBERANO LE ESSENZE/POMATE.

3) LA CREAZIONE OLFATTIVA: OCCORRONO MESI, E TALVOLTA ANNI, PER CREARE UN NUOVO PROFUMO. IL CREATORE DI PROFUMI, RAPPRESENTA LA MEMORIA VIVENTE DEI PRODOTTI IN CIRCOLAZIONE, TIENE CONTO DELLE TENDENZE DELLA MODA E REDIGE LA FORMULA OLFATTIVA CHE VUOLE DARE AL SUO PROFUMO ISPIRANDOSI SOVENTE AI PROFUMI DEL PASSATO,



PERCHE' LE MATERIE PRIME DEL PASSATO POSSONO BENEFICIARE DEL PROGRESSO E GUADAGNARE IN FRAGRANZA/PROFONDITA' OCCORRE ATTENDERE DA DUE A TRE ANNI PER SAPERE SE UN NUOVO PROFUMO A DELLE CHANCES DI SUCCESSO E DI PERMANENZA NEL MERCATO INTERNAZIONALE. OGGI LE PRIME 5 MARCHE MONDIALI DI PROFUMI SONO: DIOR, Y.S.L., CALVIN

KLEIN, ESTEE LAUDER, CHANEL. MA NON BISOGNA DIMENTICARE I TALENTI DEI PROFUMI DI NICCHIACOME ANNICK GOUTAL, LUTENS, DIPTYQUE O GLI ARTIGIANI PROFUMIERI CHE PRIVILEGIANO LA QUALITA' ALLA QUANTITA' E CHE APPORTA ALLA PROFESSIONE UNA CREATIVITA' CHE MANCA MOLTO SPESSO AGLI ALTRI.

<<<<<< **IL MITO** >>>>>> **"CHANEL N° 5"**



RESTA LEADER MONDIALE DOPO 79 ANNI D'ESISTENZA. E' UNA LEGGENDA CREATA DA ERNEST BEAUX, SU COMMISSIONE DELLA SIGNORINA CHANEL. IL SUO NOME E' LEGATO ALL'ETICHETTA DI PROVA CON LA QUALE FU INDICATO ALLA GRAN DAMA. E, POI, COME CREARE IL SOGNO/LA VISIONE? CHIAMARSI MARILYN MONROE E DICHIARARE DI DORMIRE DOLCEMENTE VESTITA DI QUALCHE GOCCIA DI "CHANEL N° 5"... >>.

3036)

I CONFLITTI?

<< ... COMPRENDERE MEGLIO I MECCANISMI E LA LORO FORZA, PER MEGLIO PADRONEGGIARLI.

I COMPORTAMENTI, DEI CAPI, DEI COLLABORATORI, DEI PARTNERS ORIGINATI DALLA LORO PERSONALITA', DALLA LORO VISIONE DIFFERENTE DELLA STESSA REALTA' ORIGINANO FRIZIONI E CONFLITTI, ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE, MOLTO INSIDIOSI PER LE IMPRESE ANCHE SE MENO VISIBILI DI QUELLE CON L'ESTERNO (COL MERCATO, CON LA CONCORRENZA ECC), SPESSO DESCRITTE CON METAFORE GUERRIERE TIPO: "GUERRA ECONOMICA", "SCONFITTA CONCORRENZIALE", "VITTORIA DI MERCATO", ECC "GESTIRE", "TRATTARE" O MEGLIO "PATRONEGGIARE" I CONFLITTI NON SIGNIFICA AFFATTO "ELIMINAZIONE"/"ANNULLAMENTO" DEI CONFLITTI. IN FONDO, L'ASSENZA TOTALE DI FRIZIONI/CONTRASTI NON E' AUSPICABILE PIU' DI UNA LORO MOLTIPLICAZIONE INCONTROLLATA.

"SOLO IL CAOS PUO' PARTORIRE UNA STELLA".



L'OPPOSIZIONE, GLI ANTAGONISMI, L'AGGRESSIVITA', LE FRUSTRAZIONI, LA RIVALITA' SONO INTRINSECI ALLA NATURA UMANA. QUINDI, BISOGNA, INNANZITUTTO, CONSIDERARE LA NOZIONE DI CONFLITTO COME UN TUTT'UNO

NORMALE IN SENO ALL'ORGANIZZAZIONE/NATURA UMANA. PER ESEMPIO, LA CIBERNETICA (STUDIO DELLE ANALOGIE TRA I SISTEMI DI CONTROLLO E DI COMUNICAZIONE DELLA TECNOLOGIA/MACCHINE E QUELLI DEGLI ORGANISMI VIVENTI) RICONOSCE L'ESISTENZA DELLA "LEGGE DELLE DIVERSITA' OBLIGATORIE", CHE AFFERMA:

**"UN SISTEMA NON PUO' SOPRAVVIVERE
SE NON COLTIVA LA VARIETA'/DIVERSITA'"**

IN UNA FAMIGLIA, IN UN'AZIENDA, IN UNA SOCIETA' OGNI SITUAZIONE CONFLITTUALE E' NELLO STESSO TEMPO ESPRESSIONE DI UNO SQUILIBRIO E FATTORE DI INTEGRAZIONE, DI PROGRESSO SOCIALE E DI CREATIVITA'. IN EFFETTI, PERCIO', IL CONFLITTO E' FORZA CREATRICE A CONDIZIONE, PERO', CHE SIA CONTROLLATA/CANALIZZATA CORRETTAMENTE E NEL TEMPO. SE COMPARIAMO IL CONFLITTO, LE FRIZIONI A UNA SITUAZIONE DI CALMA PIATTA DEL "NON-DIRE" OVE CIOE', I CONTATTI TRA LE PERSONE SONO MOLTO DEBOLI/INIBITI, LA SITUAZIONE CONFLITTUALE/DI FRIZIONE E' RICCA DI IMMAGINAZIONE E DI INTERAZIONE PRODUTTIVA. PER MANTENERE LE FRIZIONI E' NECESSARIO, DUNQUE, *MANTENERE/FAVORIRE I CONTATTI*. MA OCCORRE RAGGIUNGERE LA *GIUSTA TENSIONE/CONOSCENZA* PER ACQUISIRE IL VANTAGGIO CHE DERIVA SIA DALLA LORO RISOLUZIONE CHE DAL LORO MANTENIMENTO CONTROLLATO, NELLA GIUSTA DOSE. . . . >>.

3037) **DOVE NASCE IL DESIDERIO E LA PASSIONE:
DALLA MENTE, DAL CUORE O DALLA PELLE?**



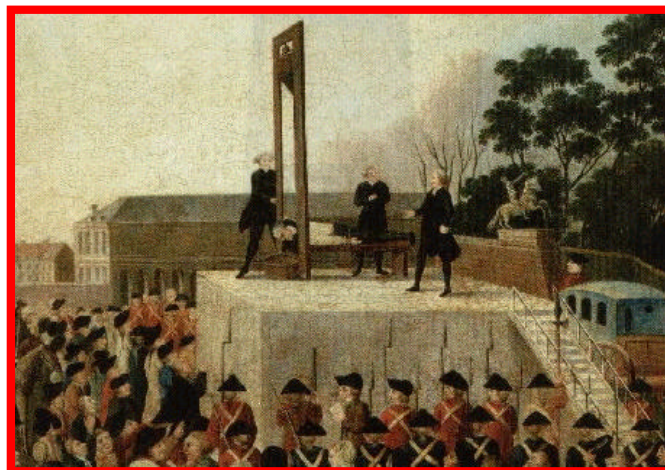
<< . . . LA PRIMA PARTE DEL CERVELLO A SVILUPParsi NELLA STORIA DELL'EVOLUZIONE E' IL RHINOENCEFALO, LA PARTE DELL'ENCEFALO CHE DECODIFICA GLI STIMOLI CHE VENGONO DAL NASO. NEL SESSO PRIMITIVO L'ORGANO PIU' IMPORTANTE E' PROPRIO IL NASO, TANTO CHE IL RICERCATORE U.S.A. JOHN MONEY, SOSTIENE CHE CHI SOFFRE DI ANOSMIA, CIOE' HA UN DEFICIT DELL'OLFATTO, NON PUO' INNAMORARSI. IL NASO, NELL'ANIMALE PRIMITIVO, E' PREPOSTO A SEGNALARE COSE IMPORTANTI PER LA SOPRAVVIVENZA: ODORI DEI CIBI E FEROMONI (GLI ODORI DEL SESSO).

NON C'E' DUBBIO, TUTTO COMINCIA DAI SENSI E PIU' PRECISAMENTE DALLA **VISTA**, DALL'**OLFATTO** E DAL **TATTO**. CON GLI **OCCHI** RICONOSCIAMO CHI CI PIACE. COL **NASO** CAPTIAMO I **FEROMONI** (LE SOSTANZE EMESSE DALLA PELLE E CHE AGISCONO DA RICHIAMO SESSUALE) CHE FANNO DIVENIRE PIU' DISPONIBILI AL CORTEGGIAMENTO. LA **PELLE DEL CORPO** E' IL PIU' GRANDE SENSORE DEL CERVELLO (IN PARTICOLARE QUELLA DELLA BOCCA E DELLE MANI). LE INFORMAZIONI DAI SENSI, QUINDI, ARRIVANO AL CERVELLO, IN PARTICOLARE COLPISCONO L'**AMIGDALA**, UN DISTRETTO PICCOLO DEL CERVELLO A FORMA DI MANDORLA. QUESTA VALUTA VELOCEMENTE GLI

STIMOLI RICEVUTI E QUELLI PIU' "ECCITANTI" LI TRASFERISCE ALLA **CORTECCIA CEREBRALE**. SE QUESTI STIMOLI VENGONO ACCOLTI, SE C'E' PREDISPOSIZIONE VIENE GENERATA UNA CATENA DI SOSTANZE CHE DEFINISCONO, A LIVELLO **BIOLOGICO**, LE "REGOLE" DEL DESIDERIO/PASSIONE. LA **DOPAMINA** STIMOLA IL DESIDERIO DI AVVICINAMENTO, LA CURIOSITA'. LA **SEROTONINA** CHE IDEALIZZA L'OGGETTO DEL DESIDERIO E DEL QUALE NON SI POTRA' FARE PIU' A MENO. L'**ADRENALINA** E LA **NORADRENALINA**, CHE MEMORIZZANO NEL CERVELLO LE EMOZIONI E LE SENSAZIONI POSITIVE (TUTTO DIVENTA INDIMENTICABILE). SOLO A QUESTO PUNTO IL **CUORE** SUBISCE LA PASSIONE: ACCELERA SOLO ALLA VISTA O AL PENSIERO DELL'OGGETTO DEL DESIDERIO, POMPANDO PIU' SANGUE ALLA PERIFERIA DEL CORPO, INTURGIDENDO E SENSIBILIZZANDO, COSI', LE LABBRA (PRONTE AL BACIO), LA PELLE DIVIENE PIU' ROSEA E L'OCCHIO PIU' LANGUIDO. IL **CUORE** CIOE' LAVORA PER RENDERE LA PERSONA PIU' ATTRAENTE. ... >>.

3038)

SI' O NO ALLA PENA DI MORTE ?



<< ... IL FINE DELLE PENE NON E' DI TORMENTARE ED AFFLIGGERE UN ESSERE SENSIBILE MA DI IMPEDIRE IL REO DAL FAR NUOVI DANNI AI SUOI CITTADINI E DI RIMUOVERE GLI ALTRI DAL FARNE UGUALI. QUELLE PENE DUNQUE E QUEL METODO D'INFLIGGERLE DEVE ESSERE PRESCELTO PER FARE UN'IMPRESSIONE PIU' EFFICACE E PIU' DUREVOLE SUGLI ANIMI DEGLI UOMINI, E LA MENO TORMENTOSA SUL CORPO DEL REO.

MA LA MORTE E' VERAMENTE UTILE E GIUSTA IN UN GOVERNO BENE ORGANIZZATO? QUALE PUO' ESSERE IL DIRITTO CHE SI ATTRIBUISCONO GLI UOMINI DI TRUCIDARE I LORO SIMILI? L'UOMO NON E' PADRONE DI UCCIDERSI, E DOVEVA ESSERLO SE HA POTUTO DARE ALTRUI QUESTO DIRITTO O ALLA SOCIETA' INTERA?

NON E' L'INTENSITA' DELLA PENA CHE FA IL MAGGIORE EFFETTO SULL'ANIMO UMANO, MA L'ESTENSIONE DI ESSA;

PERCHE' LA NOSTRA SENSIBILITA' E' PIU' FACILMENTE E STABILMENTE MOSSA DA MINIME MA REPLICATE IMPRESSIONI INVECE CHE DA UN FORTE MA PASSEGGERO MOVIMENTO. GLI UOMINI VEGGONO SEMPRE IN UNA OSCURA LONTANANZA L'IDEA DELLA MORTE. NON E' IL TERRIBILE MA PASSEGGERO SPETTACOLO DELLA MORTE DI UNO SCELLERATO, MA IL LUNGO E STENTATO ESEMPIO DI UN UOMO PRIVO DI LIBERTA', CHE, DIVENUTO ANIMALE DA LAVORO, RICOMPENSA QUELLA SOCIETA' CHE HA OFFESA, CHE E' IL FRENO PIU' FORTE CONTRO I DELITTI. LA PENA DI MORTE FA UN'IMPRESSIONE CHE COLLA SUA

FORZA NON SUPPLISCE ALLA PRONTA DIMENTICANZA, NATURALE ALL'UOMO ANCHE NELLE COSE PIU' ESSENZIALI, ED ACCELERATA DALLE PASSIONI. LE PASSIONI VIOLENTE SORPRENDONO GLI UOMINI, MA NON PER LUNGO TEMPO, E PERCIO' SONO ATTE A FARE QUELLE RIVOLUZIONI CHE DI UOMINI COMUNI NE FANNO O DEI PERSIANI O DEGLI SPARTANI; MA IN UN LIBERO TRANQUILLO GOVERNO LE IMPRESSIONI DEBONO ESSERE PIU' FREQUENTI CHE FORTI. LA PENA DI MORTE DIVIENE UNO SPETTACOLO PER LA MAGGIOR PARTE E UN OGGETTO DI COMPASSIONE MISTA DI SDEGNO PER ALCUNI; AMBIDUE QUESTI SENTIMENTI OCCUPANO PIU' L'ANIMO DEGLI SPETTATORI CHE NON IL SALUTARE TERRORE CHE LA LEGGE PRETENDE INSPIRARE.

MA NELLE PENE MODERATE E CONTINUE IL SENTIMENTO DOMINANTE E' L'ULTIMO PER CHE' E' IL SOLO.

ECCO PRESSO A POCO IL RAGIONAMENTO CHE FA UN LADRO O UN ASSASSINO CHE NON ABBIANO COME CONTRAPPESO ALTROCHE LA FORCA O LA TORTURA CON LA RUOTA. *QUALI SONO QUESTE LEGGI CHE IO DEBBO RISPETTARE, CHE LASCIANO UN COSI' GRANDE DIVARIO TRA ME E IL RICCO? EGLI MI NEGA UN SOLDI CHE GLI CHIEDO. CHI HA FATTE QUESTE LEGGI? UOMINI RICCHI E POTENTI, CHE NON SI SONO MAI DEGNATI DI VISITARE LE SQUALLIDE CAPANNE DEL POVERO. PERCIO' ATTACCHIAMO L'INGIUSTIZIA ALLA SORGENTE. CON UN ATTO DI CORAGGIO VIVRO' LIBERO E FELICE PER QUALCHE TEMPO, VERRA' FORSE IL GIORNO DEL DOLORE E DEL PENTIMENTO, MA SARA' BREVE QUESTO TEMPO. QUINDI AVRO' UN GIORNO DI STENTO PER MOLTI GIORNI/ANNI DI LIBERTA' E DI PIACERI.*

MA COLUI CHE SI VEDE AVANTI AGLI OCCHI UN GRAN NUMERO DI ANNI, O ANCHE TUTTO IL CORSO DELLA VITA CHE PASSEREBBE NELLA SCHIAVITU' E NEL DOLORE IN FACCIA AI SUOI CONCITTADINI, COI QUALI VIVE LIBERO E SOCIABILE, "SCHIAVO" DI QUELLE LEGGI, FA UN UTILE PARAGONE DI TUTTO CIO' COLL'INCERTEZZA DELL'ESITO DEI SUOI DELITTI, CON LA BREVITA' DEL TEMPO DI CUI NE GODREBBE I FRUTTI. DUNQUE E' UN ASSURDO CHE LE LEGGI CHE SONO L'ESPRESSIONE DELLA PUBBLICA VOLONTA', CHE DETESTANO E PUNISCONO L'OMICIDIO, NE COMMITTONO UNO ESSE MEDESIME, E, PER ALLONTANARE I CITTADINI DALL'ASSASSINIO, ORDININO UN PUBBLICO ASSASSINIO.

E IN DEFINITIVA, QUALI SONO I SENTIMENTI DI OGNUNO SULLA PENA DI MORTE? BASTA VEDERE L'INDIGNAZIONE E IL DISPREZZO CON CUI CIASCUNO GUARDA IL CARNEFICE, CHE E' PURE INNOCENTE ESECUTORE DELLA PUBBLICA VOLONTA', UN BUON CITTADINO CHE CONTRIBUISCE AL BENE PUBBLICO. . . . >>.



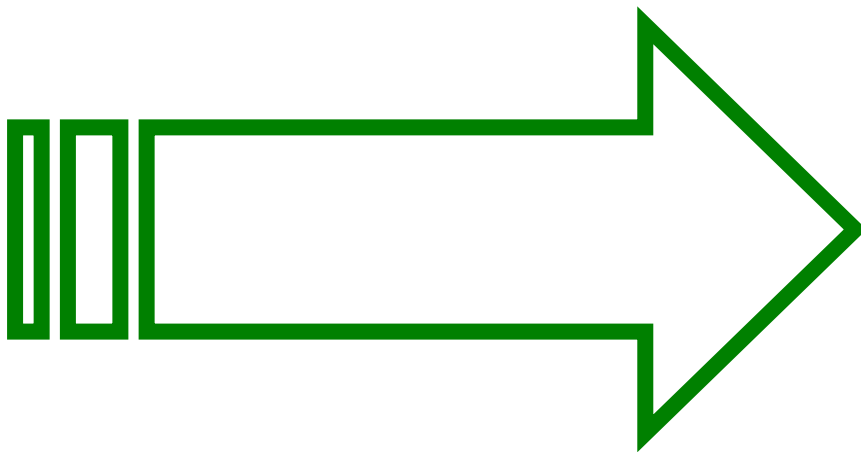
3039)

QUAL E' LA DIFFERENZA TRA PASSIONE E AMORE?

<< . . . LA PASSIONE PUO' ESSERE A SENSO UNICO. NASCE INFATTI DAL PIACERE PERSONALE DI VEDERE, SENTIRE E TOCCARE UN ALTRO. L'AMORE, INVECE, DEVE ESSERE CONTRACCAMBIATO PER VIVERE. . . . >>.

BRAINSTORMING

CONTINUA



B7c