



CEO Capitalism

Mario Caspani

Riccardo Ruggeri è un distinto signore di 86 anni che - sue parole - si considera un ex di professione. Figlio di operai Fiat, ex operaio egli stesso, poi manager (quando ancora l'ascensore sociale funzionava), poi CEO di aziende con ultimo incarico in New Holland, portata alla quotazione a Wall Street, infine ex imprenditore, ora da vent'anni circa editore e pubblicitista.

Da anni regala, a qualsiasi giornale voglia pubblicarli, i suoi "Camei", pungenti, ironici e mai banali interventi su temi di attualità, e due anni fa ha lanciato una

CEO Capitalism

pagina 1

Acquisizione il tormentone del secondo millennio

pagina 2

Disuguaglianza di genere

pagina 4

Le parole salvano le democrazie, i silenzi preparano le dittature

pagina 5

Il Kiwi al COVID

pagina 6

Quando l'informazione è virale

pagina 8

rivista ("simil quotidiano") on line battezzata Zafferano News che si caratterizza per la gratuità: abbonarsi è gratis, niente pubblicità, i collaboratori che vi scrivono lo fanno a titolo gratuito.

Ogni settimana, ma a volte anche a scadenza più ravvicinata, vengono pubblicati una decina di articoli brevi e intensi, tutti rigorosamente fedeli a un pensiero apòta, come ama definirsi Ruggeri stesso, cioè scettico non schierato, che non beve (etimologicamente), per dirla con parole in voga, né le improbabili fake-news propalate ovunque, né tanto meno le ancor più odiose fake-truth, tanto care

Segue a pagina 3 →



Acquisizione il tormentone del secondo millennio

Nino Lentini

Procede, ed anche in modo piuttosto spedito, l'acquisizione materiale di UBI BANCA. Trattative serrate che mettono in evidenza la volontà di Intesa Sanpaolo, di concludere, prima possibile questa pratica che vede scomparire, in modo definitivo, una delle più grosse banche italiane, la quarta per la precisione. Stiamo parlando di una banca che riuniva al suo interno altri istituti di credito che nel tempo l'hanno composta. Ricordiamo la banca Carime e la banca Popolare Commercio Industria che insieme alla Banca Popolare di Bergamo, davano origine ad una sola banca denominata BPU (Banche Popolari Unite) ed infine l'unione con la Banca Popolare di Brescia

che portava alla costituzione di UBI, Unione delle banche Italiane. Anche se la costituzione di questa banca risale solo a qualche decennio, con l'operazione di acquisizione da parte di Intesa San Paolo, sono stati cancellati oltre duecento anni di storia. Banche che hanno operato nei territori con la massima attenzione verso di essi e quindi verso il popolo degli imprenditori, degli artigiani, delle massaie, degli studenti, degli operai, degli impiegati, degli stockholder.

C'era un rapporto di grande fiducia e stima tant'è che ogni qual volta la gente aveva bisogno, prima di fare un qualunque passo per un eventuale investimento o per la necessità familiare di dover richiedere un finanziamento, ve-

niva presso le filiali per chiedere consiglio ed aiuto. I dipendenti, di volta in volta, davano loro i migliori suggerimenti per fare fronte alle proprie esigenze, sempre con grande rispetto ed attenzione per gli interessi della persona ma senza, nel contempo, creare alcun no-cumento alla banca per cui lavorava. Tutto ciò creava un feeling fra lavoratore e cliente che associato al rispetto e alla stima reciproca, portava la clientela a rafforzare e fidelizzare il rapporto con la banca.

Oggi spesso, si cambia cascata, per cause di forza maggiore, e questo a lungo andare non può che creare disorientamento, non solo fra i dipendenti, ma anche e soprattutto fra la clientela. Oggi vedi un marchio sopra la banca di

riferimento, dopo qualche tempo ne vedi un altro e anche se i dipendenti sono sempre quelli il cliente si domanda cosa sta succedendo, ma alla fine ci fa l'abitudine e va avanti di nuovo come se nulla fosse successo.

In effetti nulla è successo se non che una banca ne ha acquisito un'altra. Passa un poco di tempo, ma non tanto, e di nuovo sopra la porta di quella banca il cliente vede un nuovo marchio. Per un momento rimane sconcerto, convinto di avere sbagliato, ma poi si da un pizzicotto, si desta, si accorge di essere nel giusto ed entra, ancora leggermente timoroso ed incerto, per fare le sue operazioni e vede sempre lo stesso personale, che lo accoglie con il solito sorriso e garbo (a volte capita di notare

l'assenza di qualche dipendente e nel domandare che fine abbia fatto gli viene spiegato che è solamente andato in prepensionamento come del resto è successo a molti altri). Il cliente quindi si tranquillizza e prosegue nel fare le sue cose, consapevole che ancora una volta vi era stata un'altra acquisizione e quindi il marchio era stato cambiato con uno nuovo. Questo stato di cose oramai va avanti da qualche decennio. Con cadenza quasi annuale, una banca ne acquisisce un'altra o cerca altri partner per potersi rafforzare ed affrontare in modo più sereno le esigenze del mercato, sempre più difficile ed intransigente. Sembra, insomma, che questa faccenda delle acquisizioni con la scusa delle esigenze di mercato debba essere come la tela di Penelope che

non arriva mai alla fine. In tutte le cose ci deve essere necessariamente un inizio ed una fine. Anche le rette parallele, alla fine hanno un punto d'incontro) si incontrano infatti all'infinito.

Nella fattispecie avremo raggiunto l'infinito o dovremo ancora assistere a questo mercato che non fa altro, a mio modo di vedere, che distruggere invece che costruire? Distrugge posti di lavoro, (circa settantamila i posti bruciati nel settore bancario) distrugge sentimenti, distrugge il rispetto, distrugge la dignità, si cancellano centinaia di anni di storia lasciandosi dietro solo macerie. Penso sia arrivato il momento di dare a tutti, perché questo non è solo il mondo dei bancari ma di tutti, un segnale di serenità, di tranquillità e di rispetto.

► dalla prima pagina

alla narrazione politicamente corretta di chi detiene il potere e dei suoi sempre numerosi megafoni (media allineati).

In questi anni Ruggeri ha scritto anche libri, in particolare "Uomini o consumatori? Il declino del CEO capitalism", saggio di un paio di anni fa, a 4 mani con il filosofo Giovanni Maddalena, e il più recente "Maria e l'Ingegnere – Il retrogusto del potere" che narra, come recita la copertina, "una grande storia d'amore ai tempi del CEO capitalism" (entrambi pubblicati da Grantorinolibri.it).

L'ho trovato intelligente e gradevole – come tutto ciò che proviene da Ruggeri – con due curiose, ma funzionali alla storia, particolarità. Ci sono due diversi io narranti, uno per ogni parte in cui è suddiviso il racconto, e non vengono utilizzati nomi propri per le figure maschili, identificate solo dai rispettivi ruoli: il Presidente, il Primo Assistente, l'Ingegnere, il Dottore, l'Avvocato, il Ragioniere, ecc.

Ciò che consente all'autore di definire realisticamente tutti i personaggi e le situazioni narrate è l'aver attinto al proprio archivio di uomini realmente esistiti e conosciuti nella sua carriera manageriale, scomponendone le caratteristiche e miscelandole in nuove forme per non renderli ovviamente identificabili.

Il filo conduttore dei due libri sopra ricordati è ovviamente il CEO capitalism che Ruggeri e Maddalena vedono come la mutazione/degenerazione del vecchio capitalismo (un tempo caratterizzato da

padroni /imprenditori) nella forma assunta in questi ultimi 30 anni dove a farla da padrone (è proprio il caso di dirlo) sono ormai supermanager e consiglieri delegati che, al contrario dei vecchi imprenditori, non rischiano mai in proprio il capitale.

Ne consegue una deresponsabilizzazione sostanziale di chi detiene potere in azienda (avete mai visto un CEO andarsene senza una ricca buonuscita?), l'estenuante ricerca della massimizzazione del profitto (da cui derivano ricche stock option) nel minor tempo possibile ma – soprattutto – l'aver messo al centro della società e delle sue forze produttrici non più l'uomo ma il consumatore.

Il CEO capitalism, secondo gli autori, trae origine dall'intreccio tra "liberalismo economico globalizzato, progressismo e avanguardismo". Le sue massime espressioni? In occidente i guru di Silicon Valley (Bezos, Zuckerberg, ecc.) , in oriente il capitalismo di stato (comunista) cinese.

Non voglio farla troppo lunga, consiglio a tutti queste letture, in particolare il romanzo.

Dopo di che, se volete, provate a rivedere gli ultimi 15/20 anni della vostra attività lavorativa e, più in generale, della vostra vita. Ho la vaga sensazione che troverete facilmente, come è capitato a me, fulgidi esempi di supermanager e CEO perfettamente corrispondenti alle tipologie disegnate da Ruggeri e Maddalena e scoprirete una lucida chiave di lettura per l'involuzione sociale che sta caratterizzando questo inizio secolo.



Diseguaglianza di Genere

Giovanna Santacroce

Uguaglianza ed equità non sono concetti sinonimi: il primo parla del punto di partenza (stessi diritti e doveri), il secondo del possibile punto di arrivo (stesse opportunità).

Si ha uguaglianza quando tutti sono trattati allo stesso modo mentre si ha equità quando si è messi tutti nelle condizioni di avere le stesse opportunità.

L'uguaglianza, come principio, è contenuta nell'articolo 3 della Costituzione, uno dei più importanti e noti, il quale afferma: "Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali".

L'equità, invece, comporta scelte importanti ed efficaci da parte di chi deve fornire gli strumenti affinché si possa avere uguaglianza. La prima cosa che mi viene in mente è l'esempio degli uomini e delle donne che sono uguali dal punto di vista dell'essere al mondo (esistere) ma non hanno la stessa dignità sociale. Quindi in questo caso non si tratta di raggiungere l'uguaglianza, che abbiamo dalla nascita, ma di fare in modo di essere trattati con equità per poter avere le stesse opportunità.

Non è un fenomeno innocuo, poiché il suo impatto è visibile su diversi piani: professionale, sociale, familiare, ecc.

Sul piano professionale la discriminazione di genere è definita dalla Direttiva Europea 2002/73/CE relativa all'attuazione del principio della parità di trattamento tra gli uomini e le donne per quanto riguarda

l'accesso al lavoro, alla formazione e alla promozione professionale e le condizioni di lavoro. La direttiva è stata recepita a livello nazionale dal Decreto legislativo 30 maggio 2005, n. 145.

Il Codice delle pari opportunità tra uomo e donna inquadra le discriminazioni come:

- 1. discriminazione diretta:** situazione nella quale una disposizione o un comportamento, produce un trattamento meno favorevole in ragione del sesso rispetto a quello di un'altra lavoratrice o di un altro lavoratore in situazione analoga.
- 2. discriminazione indiretta:** situazione nella quale una disposizione o una prassi possono mettere in una situazione di particolare svantaggio le persone di un determinato sesso, rispetto a persone dell'altro sesso.
- 3. molestie:** situazione nella quale si verifica un comportamento indesiderato connesso al sesso di una persona avente lo scopo o l'effetto di violare la dignità di tale persona e di creare un clima ostile, umiliante od offensivo.
- 4. molestie sessuali:** situazione nella quale si verifica un comportamento indesiderato a connotazione sessuale, espresso in forma fisica, verbale o non verbale, avente lo scopo o l'effetto di violare la dignità di una persona.

A livello sociale, invece, la donna può trovarsi in condizione di subalternità rispetto al marito o al pa-

“Le parole salvano le democrazie, i silenzi preparano le dittature”

• Sergio Zavoli •

Antonino Costa

In questa frase, detta da Sergio Zavoli, durante un'intervista del 2001, dopo essere stato eletto Senatore, nelle liste dei Democratici di Sinistra, c'è tutto il pensiero politico, sociale e culturale di un uomo che alle istituzioni ha dedicato tutta la sua vita.

Nato a Ravenna, il 21 settembre 1923, all'età di quattro anni si trasferisce a Rimini con la famiglia, frequenta tutto il ciclo scolastico nella città romagnola. Non ancora ventenne, comincia a scrivere per giornali locali e nel 1947 si trasferisce a Roma dove inizia la sua carriera giornalistica e politica.

Entra in Rai chiamato da Vittorio Veltroni, padre di Walter. In Rai diventa giornalista professionista, prima con programmi radiofonici, poi nel 1962 con la trasmissione televisiva “Il processo alla tappa”, un programma sportivo incentrato sul giro d'Italia.

Zavoli è conduttore ed autore di altri programmi di successo, fra gli altri “nascita di una dittatura” del 1972.

La sua posizione politica lo avvicina al partito socialista Italiano, nel frattempo diventa conduttore del telegiornale, direttore del gr1, direttore del “Mattino” di Napoli.

Unico giornalista al mondo ad aver vinto due volte il “Prix Italia”.

Dal 1980 al 1986 è presidente della Rai e nel 1981 pubblica il suo primo libro dal titolo “Socialista di Dio”, che vince il premio Bancarella. Una volta dimessosi da presidente, continua la sua carriera televisiva con programmi di cultura e di politica, da ricordare: Viaggio intorno all'uomo, La notte della repubblica, Viaggio nel sud, e Viaggio nella scuola.

Nel 2001 viene eletto al Senato nelle liste dei democratici di sinistra, nelle liste dell'ulivo nel 2006, nel partito democratico nel 2008 e nel 2013. Dal 4 febbraio 2009 al 14 maggio 2013 è presidente della Commissione Vigilanza Rai.

Muore a Roma il 04 agosto 2020 a 96 anni. Il 7 agosto, dopo la funzione funebre tenutasi nella capitale, la salma ha proseguito per Rimini dove è stata tumulata presso la tomba di Federico Fellini, amico di una vita.

Mi piace ricordarlo con le parole di Walter Veltroni: Sergio Zavoli non era fazioso, perché era curioso, non era cinico perché aveva dei valori. E sulla base di queste due architravi, cercava le verità possibili della storia. Zavoli crebbe insieme a una generazione di giornalisti eccezionali. Ogni parola, ogni frase dei loro racconti era selezionata e discussa. Si pensava e si pensa che la lingua è libertà, e Zavoli è stato un grande liberatore dell'Italia.

dre. A livello economico, la donna continua a ricevere stipendi più bassi dell'uomo, pur se a parità di inquadramento professionale (divario salariale).

I compiti domestici o la cura dei bambini continuano a essere concepiti come doveri più legati alla donna che all'uomo. Potremmo stilare una lista infinita di situazioni in cui si verifica la disuguaglianza di genere. Nonostante tale disuguaglianza venga espressa in modo diverso nelle varie culture e il grado di subordinazione delle donne vari nel corso del tempo e nello spazio, è raro trovare una cultura in cui le donne abbiano maggiori vantaggi politici e sociali rispetto agli uomini. Un esempio di questo squilibrio o disuguaglianza di genere si vede riflesso negli alti indici di violenza contro le donne (abuso sessuale, sequestro di persona, stalking, maltrattamenti e violenza di genere, ecc.).

La donna è vista come una parte debole e sacrificabile nelle famiglie italiane (nel Sud in primis). Sono meno libere e repressate da una cultura ancora molto patriarcale dove essere maschi significa essere più liberi di fare, muoversi e pensare. Molte donne subiscono la vergogna di sbagliare (si pensi allo stupro e al classico “però era vestita scollata”, che dovrebbe giustificare atti di violenza e di stupro, rendendo la vittima oggetto e non soggetto dell'atto criminale).

La cultura, ancora fortemente cattolica e oppressiva, su questo tema non aiuta.

Non a caso, le donne per esempio non possono

dire messa ma sono relegate a “compiti inferiori” nel mondo ecclesiastico.

Per capire quanto una persona sia indipendente possiamo ragionare sulla capacità di muoversi liberamente sul territorio. L'Italia ha un sistema di trasporti notoriamente poco efficiente rispetto ad altri Paesi, soprattutto al Sud, risulta quindi essenziale l'uso della macchina per avere una completa autonomia. L'85,16% degli uomini over 15 ha una patente, contro il 63,21% delle donne.

Secondo la mia opinione bisognerebbe focalizzare l'attenzione sull'educazione alla parità di genere. Sin da piccole le bambine devono essere più sicure e non sentirsi inferiori nei confronti dei bambini. In particolare, a mio avviso, bisogna creare una solidarietà tra donne con un'educazione al rispetto delle differenze che per fortuna esistono e sono una ricchezza da cui attingere. Le donne non sono deboli, le si tratta e le si cresce in modo sbagliato senza fidarsi di loro, come degli uomini. Il mercato del lavoro italiano è ancorato a logiche maschiliste nonostante oggi il digitale estremizzi questa tendenza rendendo smaterializzato il lavoro che diventa sempre più intellettuale e meno fisico. I nuovi lavori che si andranno dunque a creare sono tutti digitali e non implicano quindi uno sforzo fisico. Nonostante ciò molte donne rinunciano al lavoro per dedicarsi alla famiglia per senso di colpa e per una forte pressione sociale, ma non certo per una reale volontà a sacrificare la propria vita professionale.



Il Kiwi al COVID

Joseph Fremder

“La television la ta indurmenta me’n cujun” (la television ti addormenta come un coglione) recitava Enzo Jannacci in uno dei suoi capolavori canori (Quelli che).

La televisione, è risaputo e temuto, è una delle più pericolose “armi di distruzione (dei cervelli) di massa” che si conoscano e può venire utilizzata da regimi e governi per condizionare, manipolare e incanalare il pensiero delle popolazioni che vengono così portate laddove il potere vuole portarle.

Umberto Eco ci rivela che un numero spropositato di informazioni che si contraddicono l’una con l’altra, producono un’informazione che rimane spesso prigioniera di un’analisi volutamente e prevalentemente superficiale, generando, al termine del vortice di voci, pensieri, urla, slogan e teorie, un vuoto disorientamento nell’ascoltatore.

Tanta, troppa informazione di bassa qualità equivale alla fine a nessuna informazione lasciando sul



campo una grande confusione e mille dubbi. La televisione è per contro uno strumento che può addirittura sfuggire al controllo dei regimi e dei governi soprattutto quando viene trattata (quale oggi è) come un pezzo di mercato, come un produttore di reddito, utili e guadagni per la classe dirigente.

Recentemente ho sentito annunciare con soddisfazione "dalla televisione" che il *talkshow* trasmesso su Canale 5 "Non è la D'Urso, ha registrato uno share da capogiro (23%) con circa 3 milioni di utenti collegati. In un'altra trasmissione "Non è l'arena" è stata data voce e visibilità ad un medico contrario al vaccino, che invece che argomentare la sua contrarietà ha eseguito un tampone su alcuni frutti (kiwi, arancia e banana) riferendo risultati positivi. Il kiwi ha il Covid o se si preferisce il kiwi al Covid!

Scegliere, come è stato fatto, di dare il via libera a qualsiasi voce senza controllo scientifico, su argomenti così delicati come l'epidemia di Covid-19 e diretta a milioni di persone può essere un atto irresponsabile e pericoloso o semplicemente, come afferma l'infettivologo Massimo Galli, è sbagliato dargli voce in una situazione grave come quella che stiamo vivendo. Certo che se questo episodio dovesse fare schizzare gli ascolti portando la trasmissione a essere nominata nei

giorni successivi su stampa e altri programmi televisivi che a loro volta alimenteranno mille ragionamenti su kiwi e Covid allora si intuisce perché gli eventuali danni causati alla popolazione tele-visionaria potrebbero essere catalogati come irrilevanti rispetto all'ascolto ed alla pubblicità scatenata e incassata. Walter Ricciardi, docente di Igiene all'Università Cattolica di Roma e consigliere del ministro della Salute Roberto Speranza, ha detto all'Adnkronos: "Queste cose vanno ignorate. Non bisogna dare il palcoscenico, in particolare se si ha largo seguito, a persone che non hanno nessuna cognizione dell'evidenza scientifica. Il fatto in sé è una cretinata che si commenta da sola".

Il problema infine va valutato per quello che è... siamo di fronte a un problema economico e non etico, altrimenti non ci si spiegherebbe come possa essere possibile il continuo fiorire e crescere di trasmissioni alla ricerca dello scoop qualunque esso sia o della *fake news* qualunque essa sia, da dare in pasto alla TV dei "grandi fratelli VIP".

L'idiozia detta oggi sarà il pane per le trasmissioni di domani, con buona pace dei telespettatori e delle giovani generazioni. Kiwi al Covid sarà la prossima discussione inevitabile tra infettivologi, giornalisti, politici, intellettuali, primari e infermieri.



**EDITORE ASSOCIAZIONE SINDACALE
DIPENDENTI E PENSIONATI
GRUPPO UBI BANCA E AZIENDE
CONTROLLATE E COLLEGATE**

Via Cimabue, 153 - 87036 RENDE (CS)
Tel. e Fax: 0984. 791741

**DIRETTORE RESPONSABILE
Emilio Contrasto**

**CAPO REDATTORE
Innocenzo Parentela**

COORDINATORI REDAZIONALI:

Nino Lentini
Gianfranco Suriano
Natale Zappella

**web: www.unisinubi.it
e-mail: alplurale@falcriubi.it**

Progetto e Realizzazione Grafica:
IVAC Grafica & Pubblicità
www.ivacgrafica.it

STAMPA:

IVAC Grafica & Pubblicità
Via di Villa Bonelli, 14 - 00149 ROMA
Tel. e fax 06.55282221 - 06.45439325

Autorizzazione del Tribunale di Cosenza
n. 596 del 3 aprile 1997

Iscritto al Registro degli Operatori
di Comunicazione al numero 9398

Gli articoli firmati impegnano solo gli autori che ne sono pienamente responsabili e rappresentano il pensiero personale degli stessi. Tutti i diritti sono riservati. I testi non possono essere riprodotti senza autorizzazione.



Quando l'informazione è virale

Enzo Parentela

L'uso moderno di alcuni termini ci ha abituati ad usare espressioni particolari che, per chi crede nella sfortuna, per scaramanzia, sarebbe meglio evitare, come nel caso del termine virale. Infatti, l'espressione virale è usata, non solo per definire l'infezione di un microrganismo, e purtroppo il Covid ce lo ha insegnato bene, ma anche nel settore della comunicazione e dell'economia. In quest'ultimo caso il termine "marketing virale" indica una strategia volta a pubblicizzare un prodotto commerciale. Nell'ambito della comunicazione si dice che una informazione è virale quando riesce a catturare l'attenzione di migliaia e migliaia di persone diffondendosi rapidamente, in maniera incontrollata da un soggetto all'altro, come fanno i virus. Per virale si intende, quindi, non solo la diffusione del virus vero e proprio, ma anche un certo tipo di informazione che, grazie al web e ai sistemi di messaggistica, si diffonde rapidamente, attraverso la rete telematica. Le informazioni virali possono essere notizie anche banali come fotografie magari dell'attrice "tal dei tali" che scivola sui tacchi, un video di qualche influencer che frigge le uova. Insomma possiamo dire che l'informazione corre veloce ma non sempre è davvero interessante o, peggio, è veritiera. Infatti, il rischio è che, quando una notizia passa rapidamente da un soggetto all'altro, senza controlli alla fonte, potrebbe non essere vera e causare problemi individuali o anche collettivi. Nel 1938, quando ancora Internet non esisteva, fu trasmesso dalla CBS un adattamento radiofonico del romanzo la "Guerra dei Mondi" di H.G.Wells. Molti ascoltatori, nel collegarsi alla stazione radio, confusero la realtà con la finzione in quanto il programma simulava un notiziario che dava conto di una invasione aliena. Le cronache dell'epoca riportano che i centralini della polizia siano stati subissati da richieste di cittadini allarmati per le notizie che arrivavano dall'emittente radio. Gli autori dello sceneggiato non avevano avuto alcuna intenzione di creare panico tanto che, sia all'inizio che durante la trasmissione, era stato detto che si trattava di una finzione radiofonica e non di una cronaca giornalistica. Ci troviamo, pertanto, di fronte a quella che oggi definiremmo una fake news involontaria e che ha dato luogo ad una serie di paure e di equivoci. Ma avvenne poi che sfruttando la singolarità dell'evento, molti giornali ne amplificarono

la portata, con descrizioni di scene di panico di massa che in realtà non ci furono. Tutto ciò è un esempio di come i mezzi di comunicazione siano rilevanti nell'influenzare la pubblica opinione. Nel 1938, ovviamente, l'informazione non era così rapida come invece è oggi. Se ci arrivasse un messaggio su uno dei nostri gruppi preferiti che è in atto una invasione aliena e se poi vedessimo che la stessa notizia si ripete ancora, arricchita di nuovi dettagli, attraverso altri nostri contatti come reagiremmo? Probabilmente potremmo pensare ad una bufala, oppure chissà qualcuno più credulone potrebbe anche preoccuparsi. Tornando quindi nel presente sappiamo che, grazie alle nuove tecnologie, all'uso frequente dei social e ai sistemi di messaggistica, l'informazione è sempre più veloce e per lo stesso motivo è facile che sia oggetto di errori e venga deformata per l'uso sconsiderato che ne fanno alcuni. Tutti gli eventi politici o di cronaca sono diventati appannaggio di chicchessia, per cui siamo bersagliati, costantemente, giorno e notte da notizie, video, commenti, opinioni, analisi politiche e chi più ne ha più ne metta. Il problema è dovuto proprio alla quantità abnorme di informazioni che ci tempesta continuamente, il più delle volte senza filtri e senza controlli. Si potrebbe dire che questa è l'apoteosi della democrazia, dell'informazione libera e popolare. Ma tutto ciò è davvero positivo? In realtà se da un lato la possibilità di veicolare le notizie tramite i cosiddetti social ha accelerato i contatti e la diffusione delle notizie stesse, dall'altro ha aperto i canali a tante notizie fasulle, oppure a opinionisti dell'ultima ora che, nel cercare il massimo consenso, non si fanno scrupoli a diffondere anche notizie false. Facile dare un like e poi condividere, ma siamo certi che quel che abbiamo letto è vero? E quando la notizia è ingannevole, purtroppo noi stessi diventiamo complici involontari della diffusione di notizie false, con tutte le conseguenze che ne possono derivare. L'unica cautela possibile è quella di verificare che la fonte sia attendibile e che, quindi, la notizia sia reale. Non dobbiamo perdere di vista che i benefici della tecnologia devono essere sempre al servizio dell'uomo e non contro, come ricordava in una sua citazione Nikola Tesla, uno degli scienziati più illuminati del secolo scorso: "la scienza non è nient'altro che una perversione, se non ha come suo fine ultimo il miglioramento delle condizioni dell'umanità".