

#CHE BUONE...LE MERENDINE

Buona Domenica per la RAI il cibo industriale è veleno, gli dobbiamo preferire quello della nonna. Giornalisti ed esperti (spesso) odiano il mercato e le imprese, o ne sono servi. Come superare questo approccio deleterio per la nostra economia, ma anche per la nostra cultura? Ho provato a dare una risposta, spiegando le ragioni e le responsabilità, che sono anche dell'industria. Nota a margine: sembra che l'Homo Grillinus si comporta come l'Homo Sapiens...

Non perderti la mostra di Leonardo. A proposito di invenzioni ti propongo il surf elettrico, il ristorante sottomarino, e una meravigliosa biblioteca. E dallo spazio una meravigliosa immagine dell'equinozio di Primavera. E' la Road to the Future...>>>

Paganini non Ripete Vol. II

In Difesa del Liberalismo e del Metodo Scientifico

Gratis solo per Te su Amazon >>>



ANALISI DELLA SITUAZIONE I Una nuova ricerca scientifica dimostra che anche l'Homo Grillinus può avere comportamenti devianti. Disattende la legge della comunità a cui egli stesso si appella nella sua concezione di Stato Etico.

Gli scienziati hanno provato a mescolare le specie. Quando l'Homo Grillinus vive recluso nelle sue comunità mostra atteggiamenti violenti verso le abitudini naturali dell'Homo Sapiens Sapiens tanto da organizzarsi in spedizioni punitive. Ma quando elementi del Grillinus sono tolti dalle loro comunità, anche in età adulta, e mescolati al Sapiens, ne emulano gli atteggiamenti, soprattutto quelli tipici della devianza. Tendono a disattendere le regole della convivenza e ad accumulare beni, spesso sottratti alla comunità dei Sapiens. Tale devianza si estende al nucleo familiare di Grillinus, in modo naturale.

ANALISI DELLA SITUAZIONE II La RAI esibisce ancora una volta l'anti capitalismo di molti suoi giornalisti. Il nuovo documentario "I veleni nel piatto" accusa l'industria di avvelenarci con il cibo processato. Ai prodotti industriali dobbiamo preferire quelli della nonna.

E' UN PARADOSSO TUTTO ITALIANO Siamo un paese a vocazione imprenditoriale. Ma la nostra cultura è impregnata di storicismo cattolico e socialista-marxista per cui chi fa impresa è responsabile dei mali del suo tempo.

LA TORTA DELLA NONNA E' BUONA LE MERENDINE NO. Ma non è così. Dovremmo avviare una seria riflessione per risolvere questo paradosso che ci sta danneggiando perché ci illude di proteggere i nostri interessi, come la salute, ma ci allontana, allo stesso tempo, dal costruire una vera economica di mercato che favorisca l'innovazione e sia governata da regole che tutelino la convivenza e la libertà di scelta. Le ragioni di questa contraddizione sono molteplici e vanno seriamente affrontate.

CULTURA Alla scienza anteponiamo l'ideologia e il conformismo di derivazione religiosa. Invece di guardare ai fatti che mutano nel tempo pretendendo risposte sempre nuove attraverso il metodo sperimentale, preferiamo un'idea arcaica e fissa di come il mondo dovrebbe essere.

Dobbiamo perciò apprezzare lo sforzo dell'industria nel fornire a milioni di cittadini (miliardi in tutto il mondo) prodotti di qualità e sicuri per la nostra salute, e nel continuare ad innovare anche in un settore così tradizionale.

ESPERTI STREGONI della materia nutrizionale e salutare dovrebbero esserci d'aiuto ma non lo sono. Tendono a proporre ai consumatori interpretazioni ideologiche della realtà deviandone pericolosamente i comportamenti, il gusto, e le preferenze sul sentiero del dover essere. La conoscenza della materia non li rende uomini di scienza o divulgatori scientifici al servizio del cittadino, si limitano a propagandare il proprio mondi.

MEDIA ATTIVISTI O MARCHETTARI i media tendono per loro natura a snaturare i messaggi per renderli emozionali polarizzando l'audience in uno scontro binario tra favorevoli e contrari. L'informazione non è più il fine. Eppure la medesima industria dei media vive delle inserzioni pubblicitarie degli stessi *oppressori* che accusa. Naturalmente restano valide le critiche contrarie, e cioè che esperti e media agiscano per conto dell'industria. Non possiamo dargli torto, le così dette *marchette* sono un fenomeno diffuso.

CHI E' CAUSA DEL SUO MALE PIANGA SE STESSO Le imprese fanno bene a lamentare di questa ostilità ma non sono esenti da responsabilità:

- (a) sono parte del medesimo contesto culturale e fanno poco per cambiarlo
- (b) cercano di giovarsi quando possibile, dei servigi di esperti e media per cui potrebbero anche accettarne l'astio
- (c) tendono a fomentare e sfruttare l'emotività dei consumatori per legittime ragioni commerciali. Le etichette "senza" e "con meno", " con più" o la demonizzazione di ingredienti quali l'olio di palma e lo zucchero, sono gli esempi emblematici più recenti.

CHI SEMINA ZIZZANIA RACCOGLIE TEMPESTA Dovrebbe essere l'industria a promuovere la scienza che è il motore dell'innovazione, cominciando dagli slogan commerciali e dalle etichette dei prodotti che oggi assomigliano di più alle ricette magiche di uno stregone che ad uno strumento informativo. Se media ed esperti sono meno controllabili, auspichiamo in un maggiore impegno delle imprese, a meno che non vogliano essere allo stesso tempo vittime e carnefici.







RECENTLY

Se te lo sei perso:

Fake News: l'Inganno del Senza - Camera dei Deputati

POC2019 - Keynotespeech - Kuala Lumpur
TAV e Infrastrutture - RAI News 24 - TV

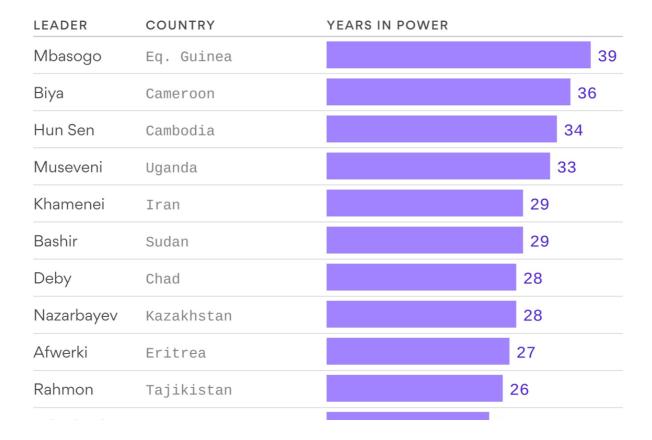
Antipatia Francese - Al Jazeera - TV

L'Italia e la UE - Al Jazeera - TV

Cosa Offre la Scuola Cosa Offrono le Imprese - Il Sole 24 Ore - editoriale

DATA FOR THOUGHTS

GOVERNI STABILI...chi comanda da più tempo...



Lukashenko	Belarus	24
Nguesso	Rep. of the Congo	21
Bouteflika	Algeria	19
Guelleh	Djibouti	19
Putin	Russia	18

DESIGN

What a Bookstore!!!

>>>>



ARCHITECTURE

Dining Underwater

>> >:





SMART LIFE

Lazy Surfers...

>> >>



ART & DESIGN FESTIVAL

Leonardo

>> >>





STUNNING UNIVERSE

Perfect Balance

>> >>



Visit #PNR at pietropaganini.it











. . . .

Want to change how you receive these emails?
You can **update your preferences** or **unsubscribe from this list**

