

LA STRADA PER LA FELICITÀ

***Come Passare dalla Società del
Ben-Avere a quella del Ben-Essere
Riano (RM), 29-11-2015***

**Ciro Scognamiglio
Comitato Italiano Popolo Sovrano**

Lo Stato dell'arte

- Sondando ogni giorno le sensazioni delle persone, appare sempre più evidente una grave e diffusa sofferenza, con crescente consapevolezza di essa, che interessa tutti, anche se in modo diverso, a seconda delle situazioni.
- I motivi sono anche abbastanza intuiti da tutti, ma senza che si riesca ad accedere facilmente alla possibilità intervenire personalmente, per cambiare la situazione.
- E' evidente che ogni persona attende che qualcosa cambi, come se fosse, però, un problema che non la riguardasse direttamente e aspettasse una soluzione, che non si sa bene da dove arriverà e se arriverà.

Nel contempo, regna una discreta confusione, che impedisce di capire che non si può continuare ad aspettare.

Occorre un rinnovamento, e molti sono i gruppi che cercano di organizzarsi in tal senso, senza riuscirci. L'aggregazione è instabile, numericamente esigua, continuamente disturbata da mille fattori, atti a procurare disorientamento.

Lo Stato dell'arte

- Perché esiste tanta sofferenza?
- Perché esiste una grande bugia. La bugia è presentare risorse infinite, dichiarandole limitate.
- Alcune persone si sono impadronite delle risorse (energia, cibo, acqua, il denaro, ecc.) e continuano a farlo sempre più, pretendendo di venderle a chi ne avrebbe, naturalmente diritto.
- Il sistema impiegato è la spietatezza, applicata con metodo così ben organizzato, da sfiorare il sadismo.

Nella quotidianità, si genera l'illusione che sia il fato o l'evoluzione della vita stessa a provocare la sofferenza, facendo perdere la fiducia alle persone.

Subentra una difficoltà diffusa, con rassegnazione, oppure antagonismo reciproco, per la lotta della sopravvivenza.

Lo Stato dell'arte

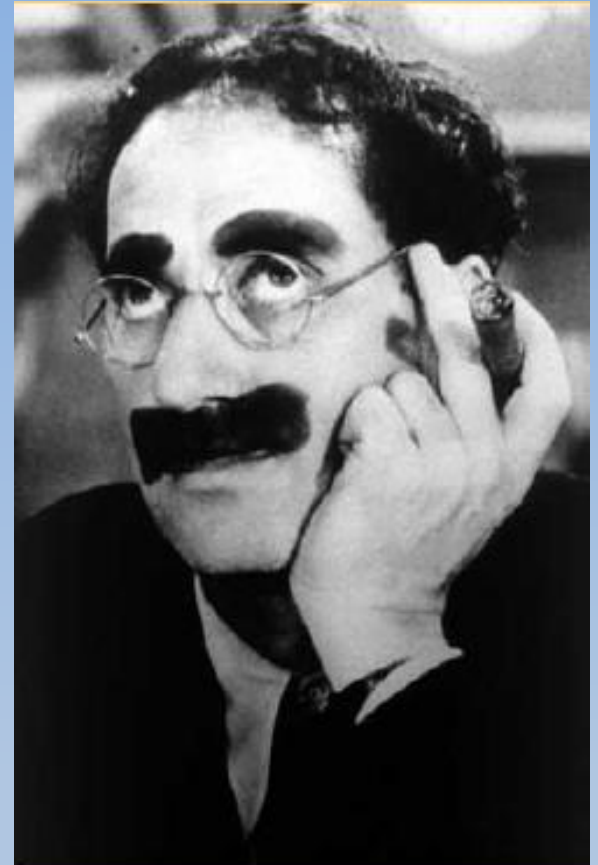
- Pur riconoscendo l'utilità di tutti gli approfondimenti, occorre una sintesi estrema, al fine di fare centro e risolvere il problema dei problemi, da cui derivano tutte le disfunzioni del nostro vivere quotidiano.
- Il filo conduttore che trasmette la sfiducia e lo sconforto è **il denaro**, che dovrebbe essere il veicolo della fiducia reciproca.
- L'uso del denaro è malvagio e ad esso segue una pressione fiscale insopportabile, vessazioni di vario genere, svilimento quotidiano delle relazioni, comportamenti lesivi verso l'ambiente, corruzione dei politici e degli amministratori, mafia nella sanità, collusione dei sistemi d'informazione, disinformazione diffusa e grave, che alimentano circuiti di spreco, correlati, a loro volta, con la speculazione finanziaria etc.

Esiste, dunque, una catena di elementi che, come in un effetto domino, alimentano una cascata di disfunzioni, il cui risultato finale è il bassissimo livello qualitativo della vita delle persone.

Prosperità e felicità

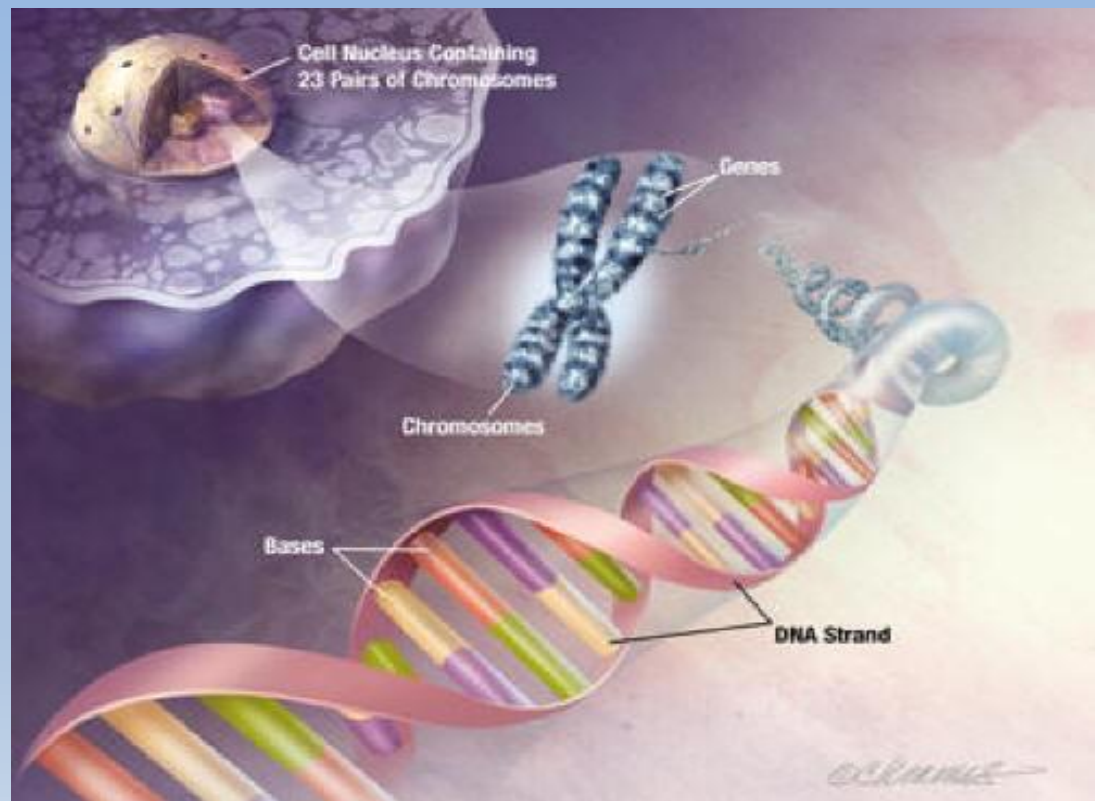
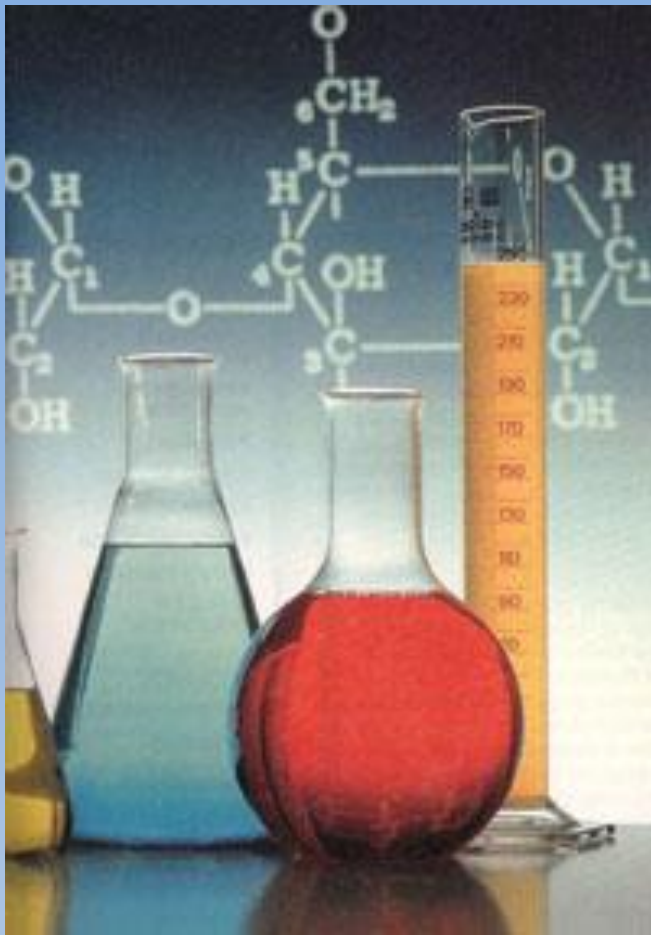


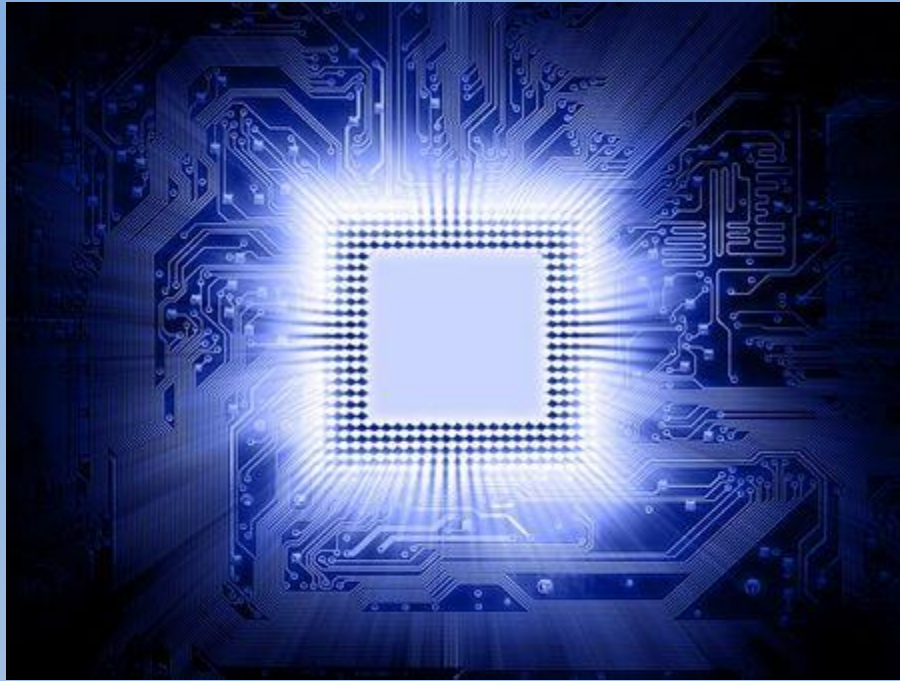
«Ci sono cose
molto più
importanti del
denaro
nella vita.
Il problema è che
sono
maledettamente
care»



Eppure la crescita ci ha portato

... vite più lunghe e più
salubri





...tecnologie molto
utili





... possibilità di
viaggiare, ecc....

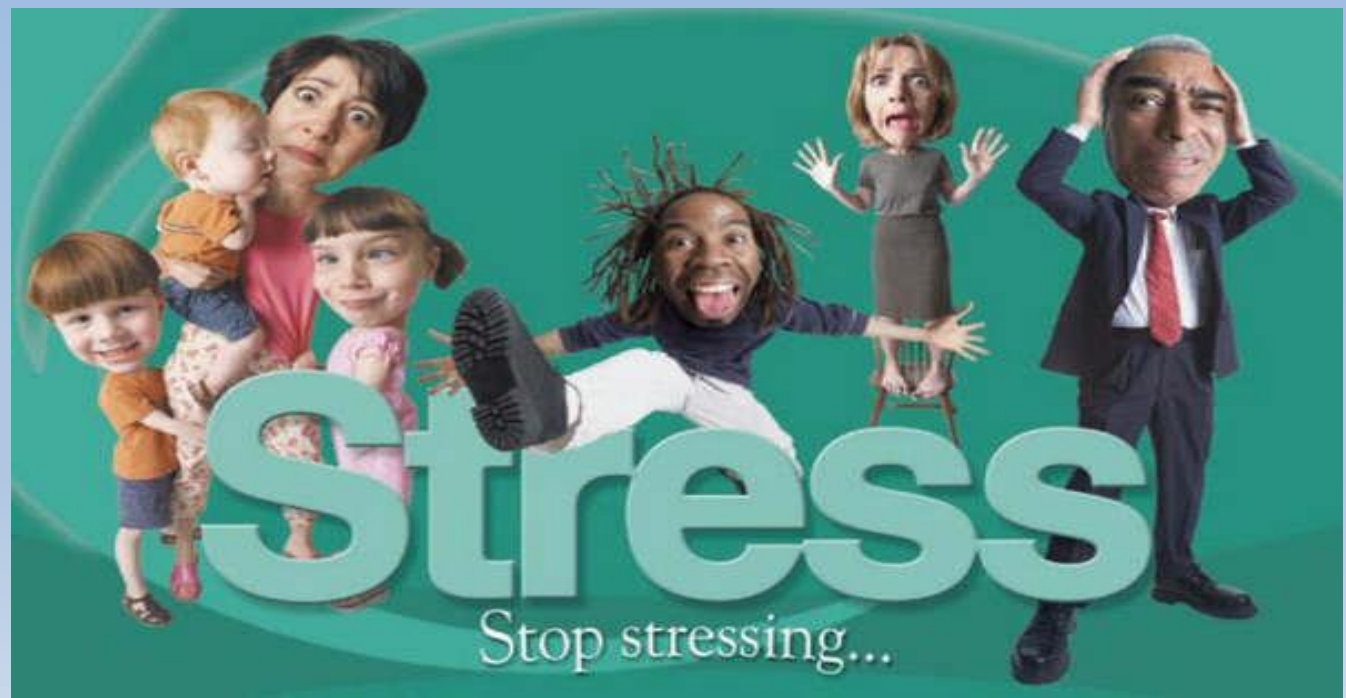


Però...





.....la crescita economica sembra associata ad alcuni indesiderabili effetti sul benessere.....



Perchè diventiamo sempre più infelici?

la tendenza della felicità può essere spiegata da quattro forze che agiscono in direzioni contrastanti:

- L' aumento del reddito
- Il declino dei beni relazionali
- Il declino della fiducia nelle istituzioni
- I paragoni sociali

Il declino dei beni relazionali

- **aumento** della **solitudine**, delle **difficoltà comunicative**, della **paura**, del **senso di isolamento**, della **diffidenza**, della **instabilità delle famiglie**, delle **fratture generazionali**;
- **diminuzione** della **solidarietà**, della **onestà**, della **partecipazione sociale**, dell'impegno civico;
- **rarefazione** dei **rapporti amicali e di vicinato**;
- **peggioramento** del **clima sociale**.

Perché si lavora sempre più?

- I poveri di relazioni lavorano di più;
- Gli individui cercano, nel lavoro e nel denaro, una compensazione al peggioramento delle loro condizioni relazionali;
- I poveri di tempo sviluppano relazioni peggiori;
- Questo **è un circolo vizioso**: la povertà relazionale causa la povertà di tempo e quest'ultima causa la povertà relazionale.

Perchè lavoriamo sempre più, se il denaro non compra la felicità?

Una Risposta

Il **declino dei beni relazionali** ha giocato un ruolo, sia nel **declino della felicità** che **nell'aumento delle sue ore di lavoro**

Povert  sociale e prosperit  economica

Siamo sempre pi  poveri:

- di tempo e di relazioni;
- di fiducia nelle Istituzioni;
- di benessere.

Ci    il sintomo di una profonda crisi sociale

Conserviamo per  il fascino della prosperit  economica, misurata attraverso il tasso di crescita del PIL.

Ma l'aumento del PIL è veramente un vantaggio?

- Possiamo difenderci dal degrado dei beni relazionali e ambientali sostenendo delle spese.
- Per sostenerle dobbiamo lavorare e produrre di più. Dobbiamo cioè aumentare il PIL.

Ma la crescita economica può degradare i beni relazionali ed ambientali.

- La crescita economica è un circolo vizioso: il degrado ambientale e relazionale alimenta la crescita economica e questa alimenta il degrado.

La crescita è indesiderabile dal punto di vista del benessere.

La ricchezza del bene privato è alimentata dal degrado del bene comune.

Ricchezza privata

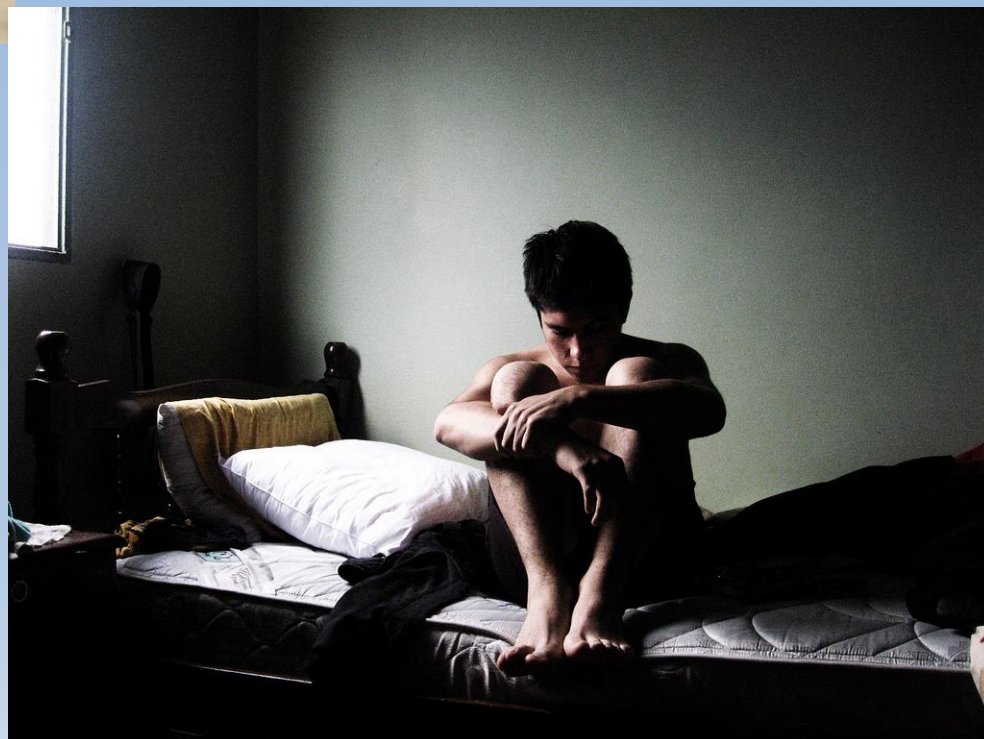




Povert 
relazionale



Povert  comune



la cultura del consumo

Essere **consumisti** significa dare:

- una **elevata priorità** a soldi, consumo, successo
- una **bassa priorità** ad affetti, relazioni, solidarietà, comportamenti pro-sociali, ecc.

Cultura del consumo e Benessere:

Le persone consumiste:

- sono meno felici
- hanno maggiori sintomi di ansia e di irritabilità
- maggior rischio di depressione
- guardano di più la televisione
- hanno una salute peggiore

Cultura del consumo e Relazioni:

Gli individui **più consumisti** hanno relazioni peggiori con gli altri

Sono meno:

- generosi
- empatici
- cooperativi

Hanno maggior tendenza a:

- amicizia strumentale
- cinismo
- sfiducia negli altri

Pubblicità, identità, felicità

- “**Sono un pubblicitario.** Farvi sbavare è la mia missione. Nel mio mestiere nessuno desidera la vostra felicità, perché la gente felice non consuma”
- “**Compro, dunque sono.** La marca definisce il consumatore. Siamo ciò che mangiamo, che vestiamo, che guidiamo. La collezione di marche, che assembliamo intorno a noi, è divenuta tra le più dirette espressioni della nostra individualità”
- «**La pubblicità,** quando è ben fatta, fa sentire alle persone che, senza un prodotto, sono dei perdenti»

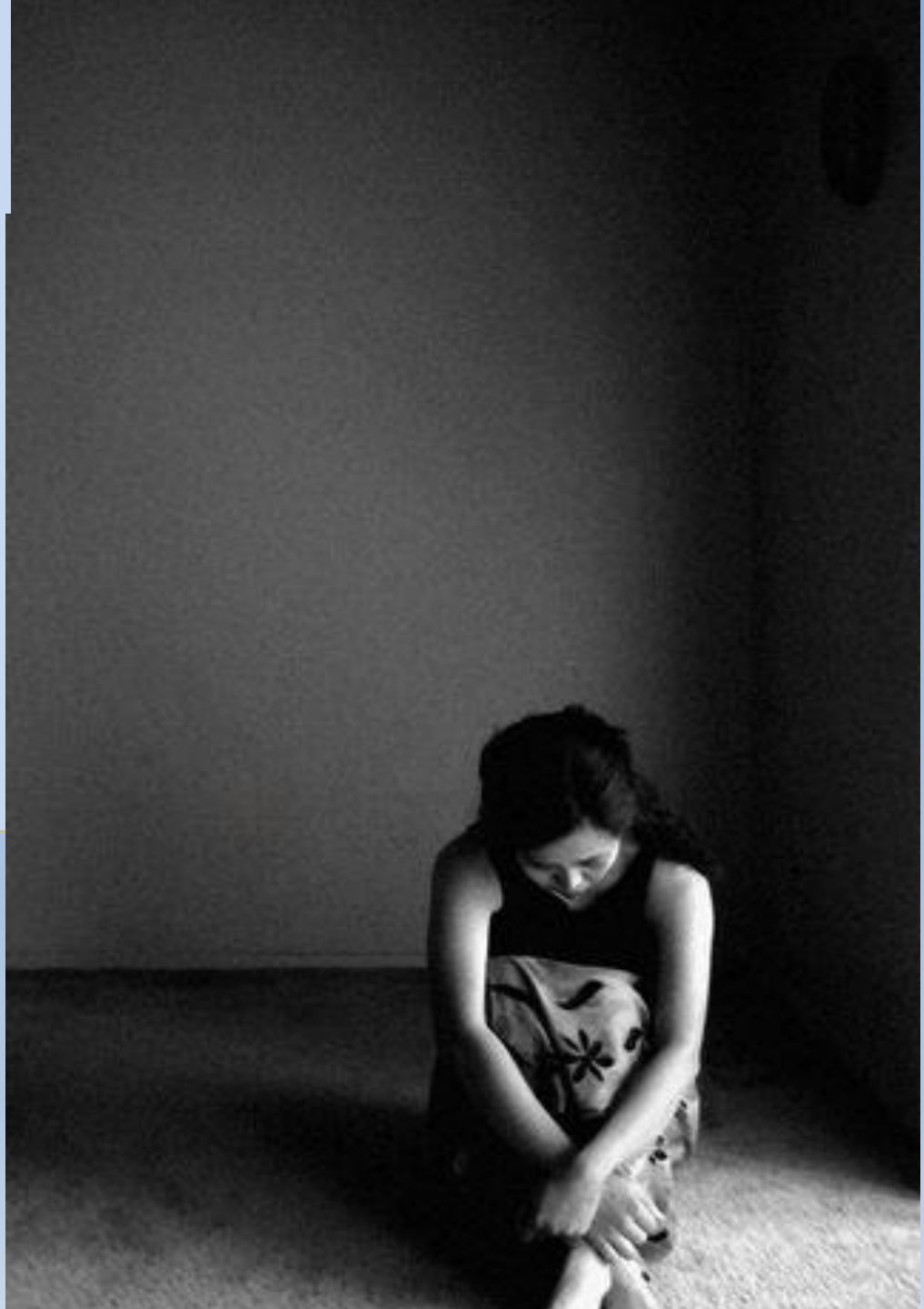
Il disagio dei giovani

ogni
nuova generazione,
rispetto alla
precedente, si dichiara
meno felice!



Il disagio dei giovani

Ogni nuova generazione
ha una maggior
probabilità di malattie
mentali



Il disagio dei giovani

Ogni nuova generazione ha relazioni peggiori



Il disagio dei giovani

Ogni nuova
Generazione
ha maggiori
valori del
consumo



Il problema delle nuove generazioni

Ogni nuova generazione, rispetto alla precedente:

- si dichiara meno felice
- ha una maggior probabilità di malattie mentali
- ha relazioni peggiori
- ha maggiori valori del consumo

**CHE COSA E' CAMBIATO
NELLA VITA DEI BAMBINI?**

La vita di bambini e ragazzi negli ultimi decenni è cambiata

Abbiamo creato per loro una vita da piccoli
adulti, con:

- Crescente pressione sul tempo



Nati per lavorare?

- Crescente pressione commerciale



Nati per comprare?

- **Crescente povertà relazionale**

La pubblicità e i bambini

(slogan dei pubblicitari)

- *“La pubblicità, quando è ben fatta, fa sentire alle persone che, senza un prodotto sono dei perdenti.... I ragazzi sono molto sensibili a questo ... è molto facile con loro, perchè sono emotivamente i più vulnerabili”*
- *“Ci sono solo due modi per aumentare i clienti: o li sposti sulla tua marca o li cresci fin da piccoli”*
- *“Tutti ormai capiscono qualcosa che è molto logico e basilare, cioè che quando possiedi un ragazzo giovane, lo possiedi per molti anni a venire.*
- *“Quando abbiamo i ragazzi come obiettivo, noi seguiamo il modello «dalla culla alla tomba». Noi crediamo nel prenderli da piccoli e tenerli tutta la vita”*

Le origini del pensiero pubblicitario

“**Per attirare l'attenzione delle masse**”, la pubblicità:
“**deve limitarsi a un piccolo numero di assunti e
ripeterli costantemente**”;

“**nessun cambiamento deve modificarne il tenore**”;

“**ogni pubblicità in affari e in politica consegue il suo
successo nella durata**”;

“**deve sempre fare appello al sentimento e molto poco
alla ragione**”;

“**il suo livello spirituale deve essere tanto più basso
quanto maggiore è la massa da raggiungere**”

(Adolf Hitler, *La mia battaglia*, cap.6)

Le origini del pensiero pubblicitario

La pubblicità è:

- «**l'arte dell'argomento semplice** in un linguaggio popolare»;
- «**l'arte della ripetizione costante**»;
- «**l'arte di sapersi rivolgere agli istinti**, alle emozioni, ai sentimenti e alle passioni popolari»;
- «**l'arte di presentare i fatti sotto l'apparenza** della oggettività»;
- «**l'arte di occultare** fatti non graditi;
- «**l'arte di mentire**, pur essendo credibile».

IL CAMBIAMENTO

- La nostra società ha smesso da tempo di funzionare come dovrebbe e, ogni giorno, ci chiediamo **come possiamo fare qualcosa per cambiarla**, per noi e per i nostri cari. Prima bisogna comprendere **quali meccanismi muovono davvero il Sistema** e poi darci **stimoli e strumenti concreti**, per iniziare a cambiarlo.
- «**Il Sistema in cui viviamo è destinato a finire**». Se non vogliamo essere sepolti con lui, dobbiamo scegliere di cambiarlo, costruendo ora qualcosa di nuovo. Ma **come possiamo cambiare un Sistema, dal quale dipendiamo completamente per vivere?** Dobbiamo prima di tutto renderci indipendenti da esso,
 - **rieducarci a essere LIBERI DAL SISTEMA... partendo ognuno da Sè!**»

Noi ignoriamo come la società sia arrivata a diventare quella che è, perché ne ignoriamo il vero funzionamento.

IL CAMBIAMENTO

- Dobbiamo comprendere quali meccanismi muovono il Sistema in cui viviamo, nei suoi diversi ambiti (l'economia, la finanza, il sistema sanitario e l'industria farmaceutica, la produzione e la distribuzione del cibo, l'approvvigionamento di energia...). Una volta che lo abbiamo compreso, non potremo più stare a guardare o fare finta di niente. Dovremo prendere una decisione: **continuare così come abbiamo sempre fatto, o cambiare.**
- **Dobbiamo comprendere che il Sistema non potrà cambiare dall'alto, perché è proprio grazie a ciò che sta “in alto”, che continua a funzionare così come sta funzionando;**
- **dovrà cambiare dal basso, dal suo tessuto connettivo, da tutti noi, singoli individui: da me e da voi che mi state seguendo.**

Ognuno deve fare la sua parte e – parafrasando Gandhi – ognuno deve essere il cambiamento che vorrebbe vedere nel mondo.

IL CAMBIAMENTO

Ora, seguitemi in questa prima riflessione: pensate al vostro nucleo abitativo, alle persone del condominio in cui vivete (se vivete in un condominio), a quelle del quartiere, del paese e della città in cui risiedete.

- Quanti uomini e quante donne ci sono?
- Quanti bambini, quanti adulti in età lavorativa e quanti già pensionati?
- Quanti hanno una laurea? Quanti un diploma professionale? Quanti hanno assolto solo la scuola dell'obbligo e quanti nemmeno quella?
- Quanti sono originari di quel posto, quanti vi sono immigrati negli ultimi dieci anni? Quanti appartengono alla stessa razza e quanti ad etnie diverse?
- Chi è ateo? Chi è cattolico? E chi musulmano? C'è qualche buddista? Induista? Animista?
- Quanti sono di centro-destra? Quanti di centro-sinistra? Quanti si disinteressano di politica?

Come potete constatare, le diversità sono molte. Tante quante le mie domande.

IL CAMBIAMENTO

E se provassimo a cambiare le domande? Ad esempio:

- quante di queste persone sono esseri umani?
- Quante vivono sul pianeta Terra?
- Quante desiderano una vita felice?
- Quante amano i propri cari?
- Quante vorrebbero lasciare ai propri figli e nipoti un mondo migliore?

Vedete che, cambiando le domande, non siamo poi così diversi...

Nel mondo, purtroppo, ci sono persone che si stanno facendo la guerra, proprio ora, semplicemente perché si stanno ponendo le domande sbagliate. Perché tutti loro sono esseri umani, abitano il pianeta Terra, vorrebbero essere felici, vorrebbero che i loro cari fossero felici e vorrebbero lasciare un mondo migliore ai loro figli e nipoti. Ma, facendosi le domande sbagliate, sono stati indotti a farsi la guerra tra loro, pensando di avere interessi diversi.

IL CAMBIAMENTO

- **Ognuno di noi è consapevole di essere un ospite temporaneo** su questo pianeta, e che prima o poi dovrà lasciare posto a chi lo seguirà. Un ospite educato sa che la casa che lo accoglie andrà lasciata come o meglio di come l'ha trovata.
- Eppure è difficile ricordarselo e farne una priorità, presi come siamo ad armeggiare con la quotidianità, le tasse, l'affitto o il mutuo da pagare.
- Io stesso l'avevo dimenticato. È stato il piccolo grande miracolo di una nascita – quella dei nipoti – a risvegliare in me l'esigenza di riportare in alto questa priorità:

cambiare il mondo, per renderlo un posto migliore, per loro e per chiunque altro.

Avendo acquisito una certa consapevolezza dei problemi che lo affliggono, leggendo libri e articoli che li descrivono, **il primo vero passo è stato comprendere** che, per cambiare il mondo, occorre prima di tutto cambiare se' stessi.

La nostra mente e la nostra coscienza sono il nostro spazio vitale, ancor prima del nostro corpo e del pianeta che ci ospita, e cambiarli è il primo passo per cambiare il mondo che ci circonda.

IL CAMBIAMENTO

- La soluzione ai problemi del mondo esiste ed è estremamente semplice da comprendere.
- **Raggiungere la consapevolezza** che una soluzione semplice esiste, è il **primo passo**, innanzitutto dandoci gli strumenti per comprendere come funziona la nostra società, nei suoi vari ambiti: denaro, salute, alimentazione, energia ed economia.
- **Acquistare fiducia nella nostra capacità di cambiare il mondo sarà il secondo passo** da fare. E sarà questa fiducia a creare le condizioni per applicare le diverse soluzioni.
- Siete già convinti anche voi di poter cambiare il mondo, oppure credete che i problemi dell'umanità, all'inizio del terzo millennio, siano davvero insormontabili?
- Se noi stessi pensiamo di non poterla vincere, allora la battaglia è già persa in partenza.
- Se e quando invece la maggior parte di noi sarà convinta di poter cambiare il mondo, allora troveremo il modo di farlo, il modo di trasformare questo Pianeta in un vero Paradiso, per noi e per chi ci seguirà.

IL CAMBIAMENTO

**È una questione di fiducia e di
coraggio**

Ora prendiamoci per mano e
cominciamo a pensare a cosa fare

Riduciamo la pubblicità

- **In Svezia** sono state proibite le pubblicità rivolte ai bambini in tv e il tempo che le televisioni commerciali dedicano ai programmi per l'infanzia non superano la mezz'ora al giorno.
- in **Norvegia, Austria** e nelle **Fiandre (Belgio)**, esse sono state eliminate, prima e dopo i programmi per bambini (in mezzo, come da noi, non ci sono mai stati!).
- **In Grecia** sono vietate tutte le pubblicità dei giocattoli, in qualsiasi momento della giornata e, tra non molto, potrebbero scomparire tutti gli spot, che si rivolgono ai giovani che non hanno raggiunto i 18 anni.

Riduciamo la pubblicità

- Proibiamo la pubblicità ai bambini e agli adolescenti
- Riduciamo la quantità di programmi diretti ai bambini e agli adolescenti
- Tassiamo pesantemente la pubblicità, specialmente quella televisiva

politiche per la felicità

Per costruire una economia ed una società, più attenta alla dimensione relazionale della vita, è **necessario e possibile cambiare:**

- Scuola
- Città
- Lavoro
- Sanità
- Media
- Democrazia
- La nostra cultura

Cambiare le città

- Per 5000 anni, le città sono state pensate come punto di aggregazione
- L'evoluzione recente ha comportato:
 - Il declino degli spazi relazionali
 - Centri commerciali come spazi relazionali
 - Il traffico (la città per le macchine)
- La città moderna è un punto di aggregazione, solo per la produzione ed il consumo
- Le vittime principali: diseguaglianze generazionali

Cambiare le città: spazio e trasporti

- I cardini del problema sono l'organizzazione dello spazio pubblico e dei trasporti
- Le relazioni hanno bisogno di spazio pubblico pedonale di qualità
- Le relazioni hanno bisogno di essere protette dal traffico, specialmente in città pensate per le macchine

Cambiare la scuola

La scuola insegna:

- La passività nei confronti della propria formazione
- A subordinare le proprie esigenze fisiche, alle esigenze della produzione
- La fretta
- A competere
- Che le motivazioni intrinseche non sono importanti

La scuola che funziona

- Gli studenti sono incoraggiati ad intraprendere i loro personali progetti di ricerca, partecipare a programmi fuori dal campus, persino progettare le loro specializzazioni.....
- è anche un posto dove gli studenti partecipano attivamente alla gestione ed i problemi del giorno sono apertamente – e rispettosamente – discussi dentro e fuori dalle classi.....

Cambiare il lavoro

La soddisfazione per il lavoro aumenta con:

- la qualità delle relazioni sul lavoro (la fiducia)
- la percezione di apprezzamenti del proprio lavoro
- la opportunità di esprimere le proprie capacità
- la varietà dei compiti svolti

Soddisfazione sul lavoro e produttività

I lavoratori più soddisfatti sono:

- Più pratici, collaborativi e amichevoli
- Cambiano meno frequentemente lavoro
- Si assentano di meno, sono più puntuali e disposti ad aiutare i colleghi
- Il benessere dei lavoratori predice anche la soddisfazione dei clienti

I limiti degli incentivi

- Premi e controlli tendono a spostare l'efficienza della prestazione su ciò che è misurabile, a discapito di ciò che non lo è
- Gli incentivi funzionano bene, quando la prestazione è altamente misurabile e quando il lavoro è estremamente noioso e ripetitivo
- Ma questo non è il caso generale
- **Il messaggio: non è possibile costruire una economia efficiente del tutto priva di incentivi. Ma dobbiamo invertire la tendenza a considerarli come tutto ciò che conta.**

Cambiare la sanità

- Come si può migliorare la salute della gente?
- La risposta istintiva in genere é: ciò che conta è la ricchezza di un paese e la porzione di questa che viene spesa in sanità

È una risposta sbagliata

Cambiare la sanità

- La spesa sanitaria è solo uno degli elementi che determinano la salute
- La felicità gioca un ruolo dominante nella salute degli individui e delle popolazioni
- La salute, la mortalità, l'aspettativa di vita sono fortemente correlate con la qualità dell'esperienza relazionale
- Avere amici, amori, partecipare a gruppi e associazioni, avere una identità, sostegno ed integrazione sociale protegge la salute

La prevenzione delle malattie

- Spendiamo troppo in cura e troppo poco in prevenzione
- La prevenzione più importante la si fa fuori dal sistema sanitario ed è la promozione delle relazioni
- Spendiamo cifre enormi, in un modo che crea malessere, e poi rispendiamo cifre enormi, per riparare ai danni prodotti dal malessere
- Inoltre è importante la relazione tra il medico e il paziente. I dottori spesso curano le malattie e non i malati

Dal Ben-avere al benessere per raggiungere la felicità

Indipendenza Culturale

- Capire come il Sistema ci controlla e quali conoscenze possono renderci subito veramente liberi e indipendenti.
- Avere tutte le informazioni, per cambiare profondamente le convinzioni, che la gran parte dei cittadini ha ricavato da anni di “programmazione culturale”.

Dal Ben-avere al benessere per raggiungere la felicità

Auto-Star-Bene (Indipendenza nella Salute)

- Esaminare le prove concrete che il nostro Sistema Sanitario non è davvero al servizio della Salute, ma al servizio delle lobby.
- Esaminare esempi concreti di tecniche e scoperte, che possono risolvere, da subito, ogni problema di salute e come sia possibile, con semplici tecniche, ottenere auto-guarigioni di ogni genere di malattia e disturbo.

Dal Ben-avere al benessere per raggiungere la felicità

Indipendenza Alimentare

Occorre capire come il Sistema ci “nutre” ogni giorno e cosa è fondamentale cambiare nelle nostre abitudini, per cambiare noi stessi ed evitare i gravi effetti collaterali che sta producendo.

Indipendenza Energetica

Scoprire la verità sul mondo dell'Energia e sulla nostra dipendenza da essa. Conoscere la storia segreta delle auto elettriche e della Free Energy (energia infinita gratuita; concetto prima di tutto sociale e poi scientifico. E' evidente che, per fare in modo che l'energia diventasse un mercato, è stato necessario renderla “scarsa” e non alla portata di tutti, proprio perchè l'economia è la **scienza della scarsità**) e di altre scoperte scientifiche nascoste, frutto di anni di ricerca e analisi.

Avere finalmente chiarezza sull'immensa quantità di informazioni fuorvianti e inaffidabili presenti sulla Rete.

Dal Ben-avere al benessere per raggiungere la felicità

Indipendenza Finanziaria:

- Capire cosa è il denaro
- Capire cos'è il debito pubblico
- Capire cos'è il signoraggio bancario
- Capire cos'è la riserva frazionaria delle banche

Cos'è il Denaro?

- Capire i segreti del funzionamento del Denaro e del Sistema Bancario;
- capire come cambiarlo, per renderci da subito indipendenti e felici, per superare le disparità e i problemi economici e per riportare prosperità e sostenibilità nella nostra intera Società.

cos'è il debito pubblico?

- Quando si parla di debito pubblico si parla dello stesso debito che concepiamo benissimo, riguardo l'acquisto di una lavatrice a rate. E' la stessa identica cosa.
- Nessuno è più proprietario delle sue ricchezze e del suo benessere, nè della sua salute.
- E' tutto prestato, tutto a debito, in tutto il mondo.
- Più una nazione è ricca più il suo debito è alto.
- E' come se, in ogni casa, fosse vietato possedere qualcosa e fosse obbligatorio avere tutto in prestito, a rate e con gli interessi.
- In un mondo così, chi ha più cose, di conseguenza, ha più debito.

il signoraggio bancario

© BCE ECB EZB EKT EKP 2002

VALORE NOMINALE (valore di "facciata" o "legale")

100

Signore e Signori S'ignora il SIGNORAGGIO!

Forse non sapete che Bankitalia e BCE sono private S.p.A. che per stampare una banconota da 5 o 500 euro spendono sempre 30 centesimi in carta, inchiostro, manodopera e distribuzione.

Ad esempio questa banconota costa 30 cent. MA viene prestata allo Stato a 100 più tasso di sconto (3%). Tolti i 30 cent. la BCE si intasca 102,70 netti (e senza pagare le Tasse!). Questo è il **SIGNORAGGIO** e vale su ogni banconota.

Ora sapete chi comanda il mondo!

Anche se questi 100 ve li siete "sudati" e li spendete per il loro "valore nominale" non sono veramente Vostri! Lo Stato dovrà restituirli al loro VERO padrone: Il Grasso Bankiere. Le Tasse a questo servono!

Perché lo Stato non se li stampa? Non è per l'inflazione ma perché i politici si sono da sempre venduti la NOSTRA "SOVRANITA' MONETARIA". TV, giornali e i professori non parlano perché "servi" dei politici e delle banche! Cerca in Internet la parola "**signoraggio**".

Da restituire alla BCE: "Zecca dello Stato" (+ interessi)

0,30 EURO

VALORE INTRINSECO (costo della banconota = valore reale)

FUCK SIMILE





pensareliberi.com

La Riserva frazionaria

- Secondo il meccanismo della “riserva frazionaria”, le banche sono autorizzate ad avere una liquidità pari al solo 2% dei risparmi versati dai correntisti.
- **La riserva frazionaria** è un diabolico meccanismo statistico, basato sul fatto che solo una piccolissima percentuale della popolazione va a ritirare i soldi contemporaneamente. Tradotto in soldoni significa che, su 100 correntisti bancari, solo i primi due riuscirebbero a ritirare tutti i contanti depositati, mentre gli altri novantotto rimarrebbero a secco (assumendo, per semplificare, che tutti i correntisti abbiano versato la stessa quantità di risparmi).
- Il prelievo non può trasformarsi in un'azione o protesta di massa... purtroppo.

Chi ha ritirato i suoi soldi dalle banche è stato sicuramente lungimirante, soprattutto se ha trasformato il contante in beni reali, immobili oppure oro.

CONCLUSIONE: INFORMIAMOCI

E' davvero incredibile quanto l'ignoranza di un popolo sia direttamente proporzionale alla sua manipolazione da parte dei poteri forti.

- Per ignoranza non si intende, in questo caso, il livello di studi accademici, se laureati, diplomati o altro, ma si intende quella mancanza di basi conoscitive, che ci permettono di costruire in noi una concezione ampia della realtà.
- Il nozionismo fine a se stesso o la conoscenza pilotata (Pasolini la chiamava cultura omologata) sono l'esempio lampante di cosa sia davvero l'ignoranza.
- “La scuola” dovrebbe fornire le basi per sapersi informare e non costruire delle barriere alla conoscenza e alla ricerca della verità.

Illudere il popolo per fare notizia?

No grazie.

invitare quante più persone possibili:

- ad auto educarsi alla libera informazione autonoma,
- a diventare investigatori al servizio di se stessi,
- a cercare le fonti e incrociarle,
- a voler sapere e a metterci del proprio,
- a impegnarsi nel volersi informare,
- a iniziare a rifiutare l'indottrinamento passivo da parte dei media. Anche un blog indipendente e non a scopo di lucro può essere pericoloso, se non si ha la cultura dell'auto informazione.

CONCLUSIONE: UNIAMOCI

- L'Italia ha bisogno di un'organizzazione capillare di **“ESPERTI DI VITA”**, di persone che operino con uno stile semplice e sereno, attenti ai problemi e alle esigenze di tutti e capaci di utilizzare operativamente le proprie conoscenze, al fine di riportare la democrazia nel nostro paese e garantire il **“Bene Comune”** e la **“Qualità della Vita”** ad ogni Cittadino.
- E' questa **“UNIONE di POTENZIALITA'”** l'unica arma, che può e deve creare i presupposti per la nascita di una **“NUOVA SOCIETÀ”**, nella quale trionfino i valori: **AMORE, RISPETTO, DIGNITA', ONESTA', LEALTA', LEGALITA', GIUSTIZIA, FIDUCIA, PACE, SERENITA' e SANA ECONOMIA.**
- Bisogna che, in ogni Comune d'Italia, **Persone Credibili, Affidabili e Responsabili** si uniscano in **Rete**, per lavorare insieme, indipendentemente dal territorio di appartenenza, dal ceto sociale, dall'età, dal sesso, dalla religione e dalla condizione lavorativa.

La vera **volontà**.....

.....di volersi informare.....

..... porta ad essere informati!

e...solo **UNITICE LA FAREMO**

GRAZIE

ciroscognamiglio13@virgilio.it

cell.: 342.8090136