

Ufo e fenomeni aerei non identificati: “Rinvenuti resti non umani”



Immagine tratta dal film “Arrivals” di Denis Villeneuve – 2016

di Redazione online_

Un’audizione storica, oggi 27 luglio, davanti alla commissione di Controllo della Camera dei Rappresentanti degli Stati Uniti che ha gettato luce su un programma segreto per il recupero e lo studio di oggetti volanti non identificati (UAP).

L’ex maggiore David Grusch, ex agente dell’intelligence dell’Aeronautica USA, ha rivelato dettagli scioccanti sul programma, e insieme a due veterani dell’esercito, Ryan Graves e David Fravor, ha fornito testimonianze coinvolgenti riguardo agli avvistamenti di UAP.

Conosciuto come “la talpa degli Ufo”, il maggiore Grusch ha svelato che il governo degli Stati Uniti sta da tempo conducendo un programma segreto per il recupero e lo studio di rottami di UAP. Tuttavia, l’accesso a questo programma gli è stato negato nonostante fosse coinvolto in incarichi ufficiali

presso il National Reconnaissance Office, l'agenzia responsabile dei satelliti spia degli USA. Grusch ha dichiarato di avere informazioni su attività "non umane" risalenti addirittura agli anni '30 del secolo scorso.

Le testimonianze di Ryan Graves e David Fravor

Ryan Graves e David Fravor, ex piloti della Marina, hanno offerto prove concrete riguardo agli incontri con UAP durante le operazioni di volo. Graves ha sottolineato come questi incontri non siano eventi isolati, ma piuttosto comuni nel nostro spazio aereo, tanto che sono persino discussi durante i briefing pre-volo. Fravor ha descritto il suo incontro ravvicinato con un UAP noto come "Tic Tac Ufo" nel 2004, confermato anche dal Pentagono.

La Ricerca di Trasparenza

L'udienza pubblica è stata indetta per consentire al Congresso USA di ottenere ulteriori informazioni riguardo agli UAP, un tema considerato di sicurezza nazionale e oggetto di dibattito da anni. I testimoni hanno affermato che il governo possiede informazioni su forme di vita extraterrestri e tecnologie aliene avanzate. Nonostante il Pentagono abbia smentito le affermazioni di Grusch riguardo a un presunto insabbiamento, l'interesse per la ricerca di trasparenza e la divulgazione di informazioni riguardo agli UAP sta crescendo sia nel Congresso che tra i cittadini americani.

Le Implicazioni della Sicurezza Nazionale

Ryan Graves ha sottolineato che se gli UAP fossero droni stranieri, rappresenterebbero un problema urgente di sicurezza nazionale. Al contrario, se si tratta di fenomeni ancora non compresi dalla scienza, ciò diventerebbe un problema per gli scienziati. In ogni caso, gli oggetti volanti non identificati costituiscono una preoccupazione per la sicurezza dei voli e potrebbero richiedere ulteriori indagini e studi approfonditi.

La Richiesta di Trasparenza

Le testimonianze dei tre militari hanno rafforzato la volontà del Congresso di fare chiarezza sugli UAP. Il deputato repubblicano Tim Burchett ha sostenuto che il popolo americano merita la verità e che la trasparenza del governo è essenziale su questa materia. Il leader dei democratici in Senato, Chuck Schumer, ha presentato un emendamento per rendere pubblici tutti i documenti governativi legati agli UAP, sottolineando la necessità di fornire maggiori informazioni sulla questione.

Conclusioni

L'udienza davanti alla commissione di Controllo della Camera dei Rappresentanti ha sollevato interrogativi significativi riguardo agli UAP e ha alimentato la richiesta di trasparenza riguardo ai programmi governativi segreti su questo argomento. Mentre il dibattito prosegue, l'interesse e l'attenzione sull'esistenza di oggetti volanti non identificati e possibili incontri con forme di vita extraterrestri continuano a crescere sia all'interno del governo che tra il pubblico americano. Il futuro potrebbe portare a nuove scoperte e

“Barbie di Greta Gerwig: Un Manifesto Femminista Con Sfumature di Rosa”



di Redazione Online_

Barbie di Greta Gerwig è finalmente arrivato al cinema a partire dal 20 luglio, colorando il mondo di rosa e suscitando grande interesse, meme e una vasta campagna pubblicitaria.

Ora, vale la pena affrontare questa osannata pellicola dopo tutta questa attesa?

Se siete appassionati della celebre bambola, probabilmente sì. Tuttavia, se vi aspettate una commedia spensierata e divertente, potreste rimanere delusi, forse anche un po' arrabbiati.

La sceneggiatura, creata da Greta Gerwig e Noah Baumbach, moglie e marito, è piena di amore per i dettagli, generando situazioni paradossali e battute perfette per diventare virali.

Gli attori, sia i protagonisti Margot Robbie (Barbie) e Ryan Gosling (Ken), sia i comprimari come Allan (interpretato da Michael Cera) e Gloria (interpretata da America Ferrera), offrono delle interpretazioni magistrali.

Tuttavia, ciò che potrebbe essere problematico è la satira sociale che permea l'intero film. Scherzando si può dire tutto, anche la verità, ma nutriamo qualche dubbio sul fatto che il mondo sarebbe migliore senza gli uomini.

Questa fragilità sottostante permea l'intera narrazione.

Barbie è un film in cui gli uomini sono rappresentati come i villain, non perché commettano azioni malvagie oggettivamente, ma semplicemente perché sono uomini. Nel "perfetto" mondo di Barbieland, tutti i Ken (chiamati tutti con lo stesso nome, ovvero Ken) sono considerati degli imbecilli buoni a nulla.

All'inizio, questa rappresentazione può risultare divertente, ma a lungo andare diventa stancante.

Mentre Barbie ricopre ruoli come presidente, medico, netturbina, astronauta e vincitrice di un Premio Nobel, Ken si riduce alla semplice definizione di "spiaggia", credendo persino che sia un lavoro. Ken è solo muscoli, birra e risse, non sa fare altro. Non ha nemmeno una casa, o se l'ha, nessuno ha mai pensato a dove possa abitare. È praticamente insignificante.

D'altro canto, tra le Barbie, il supporto reciproco è sempre al massimo livello.

Fatta eccezione per Barbie Stramba, che ha perso la sua bellezza a causa di un passato difficile, e Barbie incinta, considerata una sorta di paria da tutte a causa della sua pancia.

Quando la bravissima Margot Robbie, nei panni di Barbie Stereotipo, si trova a fronteggiare una crisi di nervi insospettabile nonostante la sua vita apparentemente perfetta, è costretta a fare un viaggio nel mondo reale insieme a Ken, che la corteggia da sempre e lei tratta con nonchalance e sorrisi sublimi.

Nel mondo reale, entrambi si confrontano con il patriarcato. Questa esperienza è una pessima notizia per lei, ma per lui è un risveglio dell'anima, finalmente capisce di poter essere qualcosa di più, o addirittura di poter comandare.

Con l'aiuto di due donne umane, una madre e sua figlia, Barbie torna nel suo universo con un forte mal di testa e si trova costretta ad affrontare il temibile "patriarcato".

Ne scaturisce una guerra tra maschi e femmine, in cui i primi sono rappresentati come stupidi e le seconde come estremamente intelligenti, per natura. Non c'è animosità né rivalità tra le donne, che siano bambole o umane, si sostengono sempre a vicenda.

Non vedremo mai attriti tra Barbie veterinaria e Barbie surfista californiana, perché il vero nemico è l'uomo.

Il messaggio del film, al di là della trama, sembra essere: aspirate a essere "donne ordinarie, felici di arrivare a fine giornata, possibilmente da sole e senza la zavorra di un Ken tra i piedi".

Barbie va oltre l'esagerazione tipica della satira e promuove la grande, grandissima solitudine come unico modello di vita vincente.

Questa solitudine estrema, quasi aggressiva, mira a sopprimere qualsiasi relazione sentimentale in nome di un bene più grande: combattere il patriarcato.

E per farlo, bisogna combattere contro tutti gli uomini, illuderli, ingannarli e considerarli poco più che accessori decorativi, spesso fastidiosi e pacchiani, poiché, anche se non se ne rendono conto, sono solo degli inutili imbecilli.

Sia Barbie che Ken cercano il proprio posto nel mondo, uno scopo che li faccia sentire completi. Sarebbe stato bello, e anche utile, se entrambi si fossero aiutati a comprendere

quale potesse essere la loro strada, partendo dalla stessa situazione iniziale: entrambi sono bambole, non umani.

Invece, Ken è condannato e Barbie è eletta regina, per nascita.

Barbie rappresenta un manifesto femminista distorto, con l'aggiunta di glitter, battute e canzoncine catchy.

Se cercate di spegnere il cervello per due ore, allora Barbie è sicuramente il film adatto a voi.

Che il "pinkwashing" vi accompagni lieve.

Zendaya



di Redazione Online_

Zendaya è una delle figure più influenti a livello mondiale, sia nel mondo dell'intrattenimento che in quello della moda. Attrice, cantante, modella e attivista, questa giovane donna ha dimostrato di avere un talento eccezionale e una

personalità magnetica che la rendono una delle personalità più ammirate e seguite al mondo.

Nata a Oakland, in California, nel 1996, Zendaya Maree Stoermer Coleman ha iniziato la sua carriera all'età di soli 8 anni come modella per Macy's, prima di approdare alla televisione nel 2010 con un ruolo nella serie Disney "Shake It Up". Da allora, Zendaya ha continuato a conquistare il pubblico con la sua bellezza, la sua versatilità e il suo impegno sociale.

Una delle caratteristiche distintive di Zendaya è la sua capacità di affrontare temi sociali importanti attraverso la sua arte e la sua attivismo. Ha sempre utilizzato la sua piattaforma per parlare di questioni importanti come il razzismo, la disuguaglianza di genere, la rappresentazione dei neri nell'industria dell'intrattenimento e molto altro. Inoltre, è un'attivista del movimento Black Lives Matter, e si è impegnata per sostenere la comunità LGBTQ+ e altre minoranze.

Oltre al suo attivismo, Zendaya ha dimostrato di essere una talentuosa attrice, vincendo il premio Emmy per la sua interpretazione nella serie "Euphoria" del 2019. Ha anche recitato in film come "Spider-Man: Homecoming" e "The Greatest Showman", dimostrando la sua versatilità come attrice.

Ma Zendaya non è solo una talentuosa attrice. Ha anche conquistato il mondo della moda con il suo stile unico e audace. È stata scelta come testimonial di molte campagne pubblicitarie, come quella di Lancôme e Valentino, ed è stata invitata a sfilare sulle passerelle di marchi prestigiosi come Tommy Hilfiger e Marc Jacobs.

Inoltre, Zendaya ha dimostrato di essere un'icona di stile, con un guardaroba che spazia dal casual al glamour, e che ispira molte donne in tutto il mondo. Ha lanciato anche la sua linea di abbigliamento, chiamata Daya by Zendaya, che mira a

offrire una moda accessibile e inclusiva per tutte le donne.

In sintesi, Zendaya è una figura influente a livello mondiale grazie alla sua arte, al suo attivismo e al suo stile. Ha dimostrato di essere un'artista poliedrica, capace di affrontare temi importanti attraverso la sua arte e di ispirare molte persone in tutto il mondo. Con la sua forza e la sua determinazione, ha conquistato il cuore di molte persone, e ha dimostrato di essere una fonte di ispirazione per molte giovani donne in tutto il mondo.

Il mito della Torre rivisto attraverso le opere di Celestino Russo



<https://www.exibart.com/evento-arte/celestino-russo-babel>
di [Massimo Biecher](#)

Il testo che segue è stato scritto a seguito della visita della galleria d'arte di Lorenzo Vatalaro sita in zona Brera Milano che esponeva delle opere dell'artista Celestino Russo. Le emozioni in noi evocate sono poi passate attraverso al setaccio del metodo che abbiamo sviluppato per ri-analizzare i miti dell'antica Grecia.

Il risultato della nostra riflessione intorno al significato simbolico del mito della torre è riassunto nel seguente scritto.

Introduzione

Il mito che ha a che fare con le torri è un mito antichissimo e a noi, che apparteniamo alla cultura occidentale, richiamano in primis le torri campanarie.

Il simbolismo ad esse collegato rimanda al desiderio dell'uomo, o per lo meno di alcuni di essi, a voler ri-

collegare il cielo con la terra. Ricordiamo che il sostantivo religione, deriva dal verbo latino religere, dove “re” è un prefisso che significa la ripetizione di un’azione e dal verbo “līgo, līgas, ligavi, ligatum, līgāre” che vuol dire “legare”, “unire”, “congiungere”, “riunire”.

La torre più famosa di tutte è la torre di Babele che però nei secoli è stata associata all’arroganza dell’uomo, il quale, invece di mettersi in contatto con il creatore, cerca di porsi al suo stesso livello.

Le opere di Celestino Russo pur rifacendosi a questi concetti, suscitano anche altre immagini interiori.

Abbiamo pertanto deciso di osservare queste opere con gli occhi del cuore così come ci invitava a fare il Michelangelo Buonarroti (1475-1564) che nel verso 49 delle Rime:

« Amor, la tuo beltà non è mortale: nessun volto fra noi è che pareggi, l’immagine del cor, che ‘nfiammi e reggi, con altro foco e muovi con altr’ale ».

alludeva ad un particolare tipo di percezione il quale, non arrestandosi all’aspetto esteriore e formale delle cose e delle persone, giunge, tramite il cuore inteso come organo psicologico preposto al riconoscimento delle emozioni, alla cosiddetta φύσις – physys, ovvero alla natura intrinseca, alla qualità innata o all’essenza particolare presente all’interno di ciascuna di esse.

Sarebbero le forme esteriori che scatenano associazioni libere di idee le quali a loro volta, rimandano ad altre immagini per analogia o per sympatheia συμπάθεια (da “σύν” – assieme, con e da πάθος – “sofferenza”, “patimento”, “passione” ma soprattutto “esperienza”, “emozione”, “ciò che si prova”) suscitando altre sensazioni.

alludeva ad un particolare tipo di percezione il quale, non arrestandosi all’aspetto esteriore e formale delle cose e delle persone, giunge, tramite il cuore inteso come organo

psicologico preposto al riconoscimento delle emozioni, alla cosiddetta φύσις – physys, ovvero alla natura intrinseca, alla qualità innata o all'essenza particolare presente all'interno di ciascuna di esse.

Sarebbero le forme esteriori che scatenano associazioni libere di idee le quali a loro volta, rimandano ad altre immagini per analogia o per sympatheia συμπάθεια (da “σύν” – assieme, con e da πάθος – “sofferenza”, “patimento”, “passione” ma soprattutto “esperienza”, “emozione”, “ciò che si prova”) suscitando altre sensazioni.

Premessa all'analisi

Prima di analizzare le opere di Celestino Russo sentiamo il bisogno di soffermarci sul significato della torre in sé. Che cosa è la torre? Quali immagini suscita? A cosa rimanda per similitudine e corrispondenza?

Come abbiamo accennato nell'introduzione, la torre è qualcosa che avvicina, è una sorta di ponte verticale che ha l'ambizione di collegare non tanto terre o nazioni diverse ma mondi o dimensioni diverse.

Ma quali mondi in particolare?

Per scoprire ciò, anche in questo caso, abbiamo deciso di applicare lo stesso metodo di indagine che adoperiamo per la pubblicazione degli articoli che hanno per protagonisti i miti dell'antica Grecia nei quali, invece di soffermarci sulle vicende che afferivano ad una religione politeista ormai estinta, in accordo con il modello della psicologia archetipica di James Hillman vi troviamo la metafora del mondo della psyche, delle emozioni e dei sentimenti rappresentati per mezzo di storie che ricordano più i sogni notturni che descrizioni di eventi dotati di senso compiuto.

Per comprendere gli archetipi incarnati dalla torre siamo partiti con la ricerca etimologica del sostantivo come veniva pronunciato in greco antico per vedere successivamente se esso fosse in grado di evocare da un punto di vista immaginale

negli antichi e a noi ai giorni nostri, a livello inconscio, particolari significati.

Etimologia del sostantivo torre

La parola «torre» in greco antico si scriveva πύργος – pyrgos che derivava dal verbo πυργῶ – pyrgoo che significa “munire di torri”, “fortificare”, ma anche “ingrandire”, “esagerare” ed addirittura “magnificare” ed “esaltare”, ma anche “essere altero”. Da questi primi indizi è più facile comprendere perché alla torre venga associata l’arroganza di chi cerca di elevarsi, esaltarsi, di chi esagera.

Ma tra i significati che rinveniamo nei vocabolari consultati, abbiamo trovato anche “andare a testa alta”, “alzarsi in piedi” e “raddrizzarsi”.

Questi ultimi due in particolare, non suggeriscono a nostro avviso tanto la sfacciataggine di un superbo, quanto piuttosto sembrano riferirsi a colui che conscio di sé, dei propri pregi e difetti, affronta la vita “a testa alta”. Interessante anche il fatto che la preposizione περί – peri, significa “rotatoria”, “rotondo” e “tondeggiante” e “smussato” che rimandano proprio alla forma delle torri del Russo.





fotografie scattate dall'autore con il permesso della galleria

Non siamo in grado di affermarlo con certezza, ma è possibile che l'artista scolpendo e dando forma alle sue creazioni possa essersi lasciato inconsiamente guidare dal significato intrinseco del termine, dall'essenza che sta dietro alla torre in sé.

In altre parole avrebbe praticato quella che per gli antichi greci era la τέχνη – tekne, ovvero l'arte, l'abilità di rappresentare sia l'oggetto che la sostanza andando al di là di ciò che è visibile agli occhi.

Originalità delle rappresentazioni di Celestino Russo

Che cosa ha attratto in particolare la nostra curiosità ?

Il fatto che oltre ad esservi delle torri che puntano verso l'alto, ve ne sono alcune che sembrano spingersi verso il basso. Il che ci ha portati ad immaginare un cammino in discesa, verso le profondità dell'anima, dove è possibile fare conoscenza profonda di noi stessi.

Inoltre i pezzi forgiati dall'interno ci fanno pensare al cammino sempre lento e tortuoso che il ricercatore di sé deve compiere quando va alla ricerca del proprio contenuto rimosso, senza sapere cosa troverà e quanto in fondo si spingerà nella sua ricerca.

CELESTINO RUSSO **BABEL**

Galleria Lorenzo Vatalaro
piazza San Simpliciano
Milano
M 335 8185509

24 gennaio
25 febbraio 2023
10,30-19,30
festivi su appuntamento

Inaugurazione
martedì
24 gennaio
ore 18



GALLERIA LORENZO VATALARO





Così come alcune sculture che appaiono incomplete, che ci ricordano chi inizia il proprio cammino, in questo caso in salita, e poi, per tutta una serie di motivi, lo interrompe.

A questo punto mossi dallo spirito che aleggia in uno dei motti dello scrittore Saint-Exupéry ossia, « *l'essenziale è invisibile agli occhi* », ci siamo domandati, non tanto se questo fosse l'intendimento dell'artista, quanto invece, in base ai nostri studi riguardo ai μῦθοι – mithoi rivisti in chiave psicoanalitica, quale altro significato si celasse dietro alle due categorie di torri. In altre parole, quali sarebbero i significati psicologici che questi simboli incarnerebbero al di là delle più facili e scontate attribuzioni ?

In base agli studi compiuti, derivati dall'analisi di alcune opere artistiche rinascimentali che si erano ispirate alla

teologia orfica, che ricordiamo era una forma di religiosità monoteista andata perduta e che circolava tra filosofi e ceti abbienti dell'antica Grecia, nonché dalla rilettura che abbiamo condotto a riguardo del mito di Orfeo ed Euridice, siamo giunti alle seguenti associazioni.

Le torri che salgono



Le torri che sembrano elevarsi incarnerebbero l'archetipo di quel ponte tra mondi, quello che Marsilio Ficino definì l'Anima Mundi.

«L'Anima [mundi] – ψυχή, si può chiamare il centro della

Natura, l'intermediaria di tutte le cose, la catena del mondo, il volto del tutto, il nodo e la "copula mundi».

Tratto da: «Theologia platonica», III, 2, traduzione di Nicola Abbagnano di Marsilio Ficino (1433-1499)

È grazie al Rinascimento che l'Anima cessa di possedere unicamente un significato spirituale e diventa il sinonimo di quella che oggi chiamiamo psyche, termine coniato dal teologo ed umanista Philipp Melancton che fu amico e consigliere personale di Martin Lutero, ovvero quelle facoltà della mente che riguardano il mondo delle emozioni dei sentimenti.

È tipico di questo periodo, la ri-traduzione dei testi dell'antica Grecia, dove la ricerca dei significati dei lemmi all'interno dei vocabolari non avviene più pensando di avere a che fare con storie mitologiche che riguardavano protagonisti leggendari appartenenti ad una religione politeista, bensì con racconti metaforici il cui scopo era di rivolgersi al cuore di ciascuno di noi, ovvero al nostro lato emozionale.

Ma anche la scoperta di nuovi testi antichi che si credevano perduti, portati con sé da intellettuali e uomini

appartenenti alla chiesa ortodossa che parteciparono al concilio di Ferrara Firenze del 1438 1449, il quale riuscì a ricucire temporaneamente lo scisma avvenuto tra la Chiesa occidentale e la Chiesa ortodossa avvenuta nel 1054.

Fatte queste premesse, l'Anima Mundi, secondo il modello dei filosofi neoplatonici che partecipavano alle sessioni di studio che si tenevano presso l'Accademia Neoplatonica di Careggi (FI), andrebbe immaginata come una sorta di contenitore di quegli archetipi che per Platone ed il suo erede Plotino sarebbero a fondamento della creazione sensibile, dove ci sono i prototipi di tutte le anime particolari o individuali e con le quali essa rimane in costante collegamento.

Ma anche gli archetipi di quelle immagini che popolano il

mondo interiore dell'uomo e che sarebbero la causa di emozioni e sentimenti primitivi, intensi e profondi, impersonati, all'interno del pantheon degli dei, dalle figure dei Titani.

Ecco che secondo questa chiave di lettura, l'uomo che è proteso verso l'alto non è più l'uomo che con arroganza vuole porsi a livello del creatore (secondo la teogonia orfica infatti l'Uno creatore è ineffabile ed in conoscibile, pertanto il peccato di hybris in questo contesto non è contemplato), bensì è colui che vuole comprendere, per dirla similmente al filosofo neoplatonico Damascio (450 – 532), i principi primi, quelli che gli permettono di comprendere il Tutto, di distinguere la singolarità nella pluralità, di comprendere le leggi che regolano l'animo umano e che quindi influenzano anche la propria.



Marsilio Ficino (1433-1499) ritratto in un affresco del Ghirlandaio che si trova all'interno della chiesa di Santa Maria Novella immagine tratta da: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Marsilio_Ficino_-_Angel_Appearing_to_Zacharias_\(detail\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Marsilio_Ficino_-_Angel_Appearing_to_Zacharias_(detail).jpg)

Le torri che scendono verso il basso





Le torri che scendono invece, richiamano in noi il racconto del mito di Orfeo ed Euridice, quando il figlio di Eagro e Calliope si reca nell'Ade alla ricerca della propria amata, morta appena dopo il matrimonio.

Notoriamente l'Ade, similmente al Tartaro, viene liquidato, a nostro avviso in maniera semplicistica, come il regno delle tenebre e della morte.

Come, perché e quando entrambi i termini abbiano smarrito il loro significato originario, non è dato sapere, ma se vogliamo

interpretare i racconti mitologici in chiave psicologica, dobbiamo andare prima di tutto in cerca del significato che presumibilmente essi evocavano tra gli antichi.

Usiamo anche in questo caso il verbo evocare perché, i sostantivi, gli aggettivi ed i verbi del greco antico, non erano solamente dei segni, e quindi non seguivano le rigide regole della semiotica moderna, bensì impersonando dei simboli, erano metafore che rimandavano ad altri significati, soprattutto all'ambito dell'anima/psyche.

Pertanto, secondo il vocabolario Liddel-Scott-Jones, Ἄϊδης – aides/Ade, è composto dalla particella α – alfa privativa, un elemento che indica la negazione di quanto espresso dal sostantivo successivo, e dal verbo ἰδεῖν.

ἰδεῖν – ideìn a sua volta, è l'infinito del verbo εἶδον – eidon, che significa “vedere”, “scorgere”, “guardare”, “osservare”, “considerare”, ma anche, “percepire”, “provare”, “sentire (emozioni)”, “guardare in direzione di ..” e “vedere mentalmente”.

Pertanto a livello di immagine mentale, l'Ade veniva percepito dagli antichi come uno spazio dove «non-si-vede», dove vi è l'«impossibilità a guardare», in quanto non vi è ancora non è arrivata la Luce, in altre parole, dove secondo la psicoanalisi moderna alberga il materiale inconscio e rimosso. È da qui che nascono quelle sensazioni fastidiose ed inspiegabili, quel brusio di sottofondo interiore, quelle sensazione di disagio inspiegabili che fintantoché restano sottotraccia ci condizionano, ci inducono in comportamenti solo apparentemente irrazionali ma che in realtà hanno una loro logica ed assumono un loro senso compiuto solo se contestualizzati all'interno delle leggi che guidano la psyché.

Stiamo parlando di un luogo destinato a restare oscuro fino a quando non saremo in grado di rendere conscio il materiale psichico inconscio.

La torre che scende pertanto, incarnerebbe il lavoro di

conoscenza di sé, quello che viene fatto quando riflettiamo perché determinate esperienze evocano in noi certi stati d'animo piuttosto che altri oppure, quando ci rivolgiamo ad un esperto per affrontare un percorso personale di tipo psicoanalitico.

Conclusione

Non siamo in grado di immaginare se questi fossero per davvero gli intenti dell'autore, magari solamente in forma inconscia appunto, oppure di colui che le ha commissionate, ma quella che qui abbiamo esposto è la nostra personale sensazione, la trasposizione di quello che queste opere hanno saputo far risuonare dentro di noi.

Riteniamo inoltre che dal punto di osservazione da cui abbiamo effettuato questa indagine, che queste sculture possano altresì definirsi neo-rinascimentali nel senso che ciascuna di esse non è soltanto la concretizzazione di immagini che appartengono al mondo interiore dell'artista, ma che contengono anche riferimenti al mondo della psiche.

Esattamente com'era intesa l'arte del periodo che va all'incirca dal 1450 fino a tutto il 1500.

Perché quando un'opera artistica, rimanda a significati che fanno riferimento al mondo psiche, al mondo delle emozioni e dei sentimenti, essa ci indica la strada verso quella conoscenza che gli antichi chiamavano la γνῶθι σαυτόν – gnōthi saytón, in altre parole, la conoscenza di sé.

Bibliografia

Alessandro Coscia – Pitagora e la casa dei misteri

Alessandro Miorelli e Federico Premi – La lingua greca e il ruolo dell'Antico nell'opera di Carlo Michelstaedter – pubblicato su Kentron n° 33/2017

Anna Angelini: bastoni, scettri, e rami dell'antico

testamento. Materiali per un'analisi linguistica ed antropologica. tratto da ACME Annali della Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Milano da <https://www.ledonline.it/acme/>

Annalisa Caputo – Quando le parole ci guardano. Un percorso interdisciplinare tra Chronos, Aion e Kairos tratto da <https://ricerca.uniba.it/retrieve/handle/11586/293951/414289/10%29%20Caputo%20-%20quando%20le%20parole.pdf> Aristofane Gli uccelli traduzione di Ettore Romagnoli Versione tratta da <https://www.filosofico.net/aristofuccelli42.htm> Aristotele – Metafisica – Introduzione, note ed apparati di Giovanni Reale – Rusconi Libri srl 1993

Attilio Quattrocchi – I misteri orfici tratto da <http://www.accademiaplatonica.com/i-misteri-orfici/>

Baffoni Venturi BASILIO_BESSARIONE DA MONACO BIZANTINO A CARDINALE DI SANTA ROMANA CHIESA.pdf tratto da Academia.edu

Bandalo, Visnja – Il platonismo di Leon Battista Alberti tratto da https://www.researchgate.net/publication/320012434_Il_platonismo_di_Leon_Battista_Alberti

Bruno Giordano – De La Causa Principio e Uno – tratto da <http://www.ousia.it/content/Sezioni/Testi/BrunoDeLaCausaPrincipioEUno.pdf>

Bryant Jacob A new system, or, An analysis of ancient mythology 1883 (ottenuto da <https://archive.org/details/analysisancientmyth02brya/page/242/mode/2up>)

Carl Jung ; Kerényi, Karoly. – Prolegomeni allo studio scientifico della mitologia [1972] [1983].pdf Carl Jung – Tipi psicologici Raffaello Cortina Editore 2020

Carl Jung (a cura di.) L'uomo ed i suoi simboli – Raffaello Cortina editore 1983

Carl Jung Opere Torino: Bollati Boringhieri, 1981-2007

Colavito Jason Traduzione degli argonautica Orphica da <http://www.argonauts-book.com/orphic-argonautica.html> Damascius' Problems and Solutions Concerning First Principles Translated with introduction and notes by Sara Ahbel-Rappe –

Oxford University press 2010

David Miller – James Hillman Il Nuovo Politeismo – La rinascita degli dei e delle dee (prefazione di Henry Corbin) Ed. Ghibli 2016

Dodds R. Eric – I greci e l'irrazionale – 2003 RCS Libri S.p.A., Milano

Zeus_the_Head_Zeus_the_Middle_Studies_in_the_Orphic_Theogonies_PhD_Dissertation_2015_pdf

Edward Casey – Imagination: Imagining and the Image tratto da Philosophy and Phenomenological Research, Vol. 31, No. 4 (Jun., 1971), pp. 475-490 : <http://www.jstor.org/stable/2105766> .

Edward Casey – Toward_an_Archetypal_Imagination.pdf – tratto dal sito academia.edu

Filostrato – Immagini – Edizioni 2008

Giamblico – Vita pitagorica Laterza editore 1973

Giamblico Summa Pitagorica a cura di Francesco Romano – Bompiani 2012

Giovanni Piana Filosofia della musica

Giuseppe Faggin a cura di – Inni orfici – Edizione Integrale con testo greco a fronte. Edizioni Asram Vidya. scaricato da <https://vdocuments.net/inni-orfici-a-cura-di-giuseppe-fagginpdf.html?page=1>

Guthrie Kenneth Sylvan – The pythagorean sourcebook and library. An anthology of ancient writings which relate to pythagoras and pythagorean phylosophy 1987 – Phanes Press

Hartley B. Alexander – The Monist – Plato conception of the cosmos January 1918, Vol. 28, No. 1 pp. 1-24 Published by/ Oxford University Press

Henry Corbin – Mundus Imaginalis, o l'Immaginario e l'Immaginale – Parte 1 Tratto dal sito <https://www.amiscorbin.com/it/>

Henry Corbin/ Mundus Imaginalis, o l'Immaginario e l'Immaginale – Parte 2 Tratto dal sito <https://www.amiscorbin.com/it/>

James Hillman – Articolo di presentazione della Psicologia

Archetipica scritto da James Hillman sul sito Treccani:
http://www.treccani.it/enciclopedia/psicologia-archetipica_%28Enciclopedia-del-Novecento%29/
James Hillman – Il codice dell’anima Adelphi 1996
James Hillman – Plotino, Ficino e Vico, precursori, della psicologia junghiana – in Rivista di psicologia analitica 4 , 1973 pp. 341-364
James Hillman – Re-visione della psicologia Edizione Adelphi 1983
Jean Sinoda Bolen – gli dei dentro l’uomo (1994 Casa editrice Astrolabio)
Jean Sinoda Bolen – gli dei dentro la donna (1991 Casa editrice Astrolabio)
Jean Pierre Vernant – Mito e religione in Grecia antica – Donzelli editore 2009
Jolande Jacobi – Il Simbolo, Zurigo
K. KALACHANIS et al. THE ARGONAUTICA ORPHICA VERSION FOR THE VOYAGE OF THE ARGONAUTS: A GEO- ANALYSIS tratto da Mediterranean Archaeology and Achaemetry, Vol. 17, No 2, (2017), pp. 75-95 Copyright © 2017 MAA Open Access. Printed in Greece. All rights reserved.
https://www.academia.edu/76833240/The_Argonautica_Orphica_Version_For_The_Voyage_Of_The_Argonauts_A_Geo_Analysis
Károly Kerényi – Gli dei e gli eroi della Grecia [1951, 1958, 1997 ed italiana Saggiatore 2015]
Luciano Baffoni Venturi – Basilio bessarione (1403 – 1472). Da monaco bizantino a cardinale di santa Romana chiesa Macchioro Vittorio – Eraclito_nuovi_studi_sull_orfismo – Macchioro Vittorio – BARI G. Laterza & figli “Tipografi-editori- librai” 1922 tratto da <https://archive.org/details/eraclitonuovistu00macc>
Maggi Claudia – Il Demiurgo e l’Anima demiur- gica. Platone, gli Gnostici e Plotino – EPINOMIDE STUDI SULL’OPERA E LA SUA RICEZIONE 2009
Massimo Biecher – La paura nella mitologia greca – il

Minotauro ed il Drago tratto da https://www.academia.edu/53096079/La_paura_nella_mitologia_greca_il_Minotauro_ed_il_Drago

Massimo Biecher – Approccio metodologico applicato allo studio dei miti dell'antica Grecia: presentazione del modello teorico e del metodo adottato per la rilettura dei miti dell'antica Grecia attraverso le lenti della psicologia archetipica di James Hillman. [2022] pubblicato su <https://www.academia.edu/77992931/>

Approccio metodologico applicato allo studio dei miti dell'antica Grecia

Massimo Biecher – Il bastone di Asclepio ed il caduceo di Ermes: riflessione intorno alla loro corretta attribuzione nell'ambito medico e farmaceutico.“ pubblicato su <https://www.academia.edu/49361757/>

Chiarimenti sul caduceo ed il bastone di Asclepio

Massimo Biecher – Il leone di Neméa e la libertà interiore – pubblicato su <https://www.karmanews.it/38080/il-leone-di-nemea-e-la-liberta-interiore/>

Massimo Biecher Il Minotauro, i draghi e gli eroi : <https://www.karmanews.it/31536/il-minotauro-i-draghi-e-gli-eroi/> e

https://www.academia.edu/53096079/La_paura_nella_mitologia_greca_il_Minotauro_ed_il_Drago

Massimo Biecher: La chimera ed Ipponoo: <https://www.karmanews.it/35918/la-chimera-e-lo-scontro-con-ipponoo/> Mircea Eliade – Trattato di storia delle religioni [1976] Editore Boringhieri, Torino.

Nicolò Cusano – Dialogus de deo abscondito il dialogo del di Nascosto tratto da <https://docplayer.it/34540019-Nicola-cusano-il-dio-nascosto-dialogus-de-deo-abscondito.html>J.R. HALE

Nicomachus of Gerasa Introduction to Arithmetic , Book 1 tratto da <https://archive.org/details/nicomachus-arithmetic-balboa>

Pitagora : Le opere e le testimonianze – Oscar Mondadori 2000

op. in due volumi

Platone Filebo – tratto da Platone Tutti gli scritti. A cura di Giovanni Reale. – Bompiani 2001

Plotino – Enneadi – Arnoldo Mondadori editore 2012

Proclo: commento al Timeo – scaricabile in pdf da <http://chi-lyra.com/commentoaltimeo.php>

Proclo: Teologia platonica. Nuova edizione riveduta ed ampliata .Testo greco a fronte. A cura di Michele Abbate. Prefazione di Werner Beierwaltes

Psicologia Archetipica di James Hillman (scritto da J. Hillman): http://www.treccani.it/enciclopedia/psicologia-archetipica_%28Enciclopedia-del-Novecento%29/

Raffaele Pecoraro – Confronto tra temperamenti equabili: uno studio

Riccardo Martinelli – I filosofi e la musica

Robert Graves – I miti greci Longanesi 1963

Romagnoli Ettore, traduzione di – Gli Uccelli di Aristofane

Stefano Isola – Appunti su scienza antica e moderna

Stefano Isola – Il temperamento matematico: aritmetica e scale musicali

Thomas Taylor – The Mystical Hymns of Orpheus. Bertram Dobell and Reeves and Turner editori 1896

Thorwald Dethlefsen e Rüdiger Dahlke – Malattia e destino Edizioni mediterranee 1986

Tonino Griffiero Prendere – il mito “alla lettera” Schelling filosofo della mitologia – tratto da Miti antichi e moderni UniversItalia – Roma 2013

Tortorelli Ghidini Marisa – L’armonia orfica: tra etimologia e teogonia – Atti Accademia Pontaniana, Napoli – Supplemento N.S., Vol. LIX (2010), pp. 27-34

Tullio Gregory – L’anima del mondo e l’anima individuale . Tratto da “Anima mundi. La filosofia di Guglielmo di Conches e la Scuola di Chartres”, Firenze, Sansoni, 1955

Vignera Giuseppe LA CONCEZIONE PLATONICA DELL’ANIMA UMANA E DEL SUO DESTINO per Ieronimo e Ellanico

Vocabolari ed enciclopedie

Chantraine-Dictionnaire Etymologique Grecque Histoire des Mots.pdf Pais Editions Klincksieck 1968 – Vocabolario on Line
DIZIONARIO GRECO ANTICO OLIVETTI e MITOLOGIA GRECA a cura di E. Olivetti (II edizione 2015)

Vocabolario della Lingua Greca di Franco Montanari – Loescher editore, II edizione 2004

Liddell, Scott, Jones' – A Greek–English-German-French Lexicon – https://lsj.gr/wiki/Main_Page

Dizionario Olivetti Latino italiano on line <https://www.dizionario-latino.com>

Francesco Michelazzo Nuovi itinerari alla scoperta del greco antico: Le strutture fondamentali della lingua greca: fonetica, morfologia, sintassi, semantica, pragmatica – Firenze University Press 2019

Francesco Perri – Dizionario di mitologia Classica Garzanti 1970

Dizionario di mitologia classica – Garzanti Francesco Perri 1970

Enciclopedia Garzanti della filosofia e logica, linguistica, epistemologia, pedagogia , psicologia , psicoanalisi, sociologia, antropologia culturale, religioni, teologia, 1998. a cura di Giovanni Vattimo

Enciclopedia Treccani on line

<http://www.miti3000.it/mito/index.htm> Mitologia e d'intorni

<https://books.openedition.org> OpenEdition è una piattaforma online di libri per le scienze umane e sociali. Più della metà sono ad accesso libero.

<https://www.gutenberg.org/ebooks/>

<https://www.hellenicgods.org/>



[Ma](#)
[ss](#)
[im](#)
[o](#)
[Bi](#)
[ec](#)
[he](#)
[r](#)

Appassionato fin da ragazzo di fisica nucleare, elettronica e computer, entrato nel mondo del lavoro scopre che la sfera emozionale è importante tanto quanto quella razionale.

Ricoprendo all'interno delle aziende ruoli di sempre maggior responsabilità, osserva che per avere successo, oltre ad investire in ricerca e sviluppo ed in strumenti di marketing innovativi, le organizzazioni non possono prescindere dal fatto che le emozioni giochino un ruolo determinante tra i fattori critici di successo.

Grazie ai libri del Prof. Giampiero Quaglino, viene a conoscenza delle più moderne teorie sulla leadership ed in particolare quelle del docente dell'Insead, Manfred Kets de Vries, con cui condivide la visione secondo la quale non esistono modelli di leadership vincenti, ma solo relazioni efficaci tra gli individui.

Nel 2014 la rivista "Nuova Atletica", organo ufficiale della Federazione Italiana Di Atletica Leggera, gli commissiona una serie di contributi sulla leadership per allenatori professionisti, coerente con le teorie che quotidianamente cerca di mettere in pratica sul lavoro.

Appassionato anche di filosofia, va alla ricerca instancabile di un modello che metta al centro l'individuo e ne rispetti l'unicità ma che al contempo, sia riconducibile a dei principi da cui tutto "principia", convinto che la cultura e la superspecializzazione della scienza e della tecnologia

moderna, conduca ad un inevitabile frammentazione dell'Io.

Ritiene di aver trovato ciò che cercava, riscoprendo la filosofia platonica e di Plotino e nella rilettura dei miti greci attraverso le lenti della psicologia archetipica introdotta dallo psicoanalista junghiano James Hillmann assieme ad i contributi dei filosofi E. Casey, L. Corman e dell'antropologo J.P. Vernant.

Pubblica con cadenza mensile sul magazine "karmanews.it" articoli che reinterpretano i miti dell'antica Grecia in chiave psicoanalitica, ritenendoli una metafora dei travagli dell'anima che, mediante l'uso di immagini e di racconti fantastici, si rivolgono direttamente al cuore e quindi all'inconscio.

Perché oggi dilagano le teorie "complotteste"?



Immagine generata da DALL-E2 -]
<https://openai.com/dall-e-2/>] in base a Key Words estrapolate dall'articolo.

di Redazione Fuori Online

Ci sono molte ragioni per cui le teorie del complotto stanno diventando sempre più diffuse in molti paesi del mondo.

Alcune di queste ragioni includono:

Diffusione delle informazioni: Grazie alle tecnologie digitali e ai social media, le informazioni possono essere condivise rapidamente e facilmente. Questo può portare alla diffusione di teorie del complotto e false informazioni, spesso senza alcuna verifica o verifica dei fatti.

Diffidenza verso le istituzioni: In molte parti del mondo, le

persone hanno perso la fiducia nelle istituzioni e nei media tradizionali. Questa diffidenza può portare le persone a cercare spiegazioni alternative per gli eventi, spesso abbracciando teorie del complotto.

Incertezza e paura: In periodi di incertezza e paura, come ad esempio durante una pandemia o una crisi economica, le persone possono cercare di trovare spiegazioni semplici per i problemi complessi. Le teorie del complotto offrono una spiegazione semplice, anche se spesso inaffidabile, per gli eventi.

Credenze personali e ideologie: Le persone possono essere influenzate dalle loro credenze personali e dalle loro ideologie politiche o religiose, spesso cercando di adattare gli eventi alla loro visione del mondo. In alcuni casi, questo può portare all'accettazione di teorie del complotto.

Tuttavia, è importante ricordare che le teorie del complotto non sono supportate da prove concrete e spesso danneggiano la società e la fiducia nelle istituzioni.

È importante mantenere un atteggiamento critico nei confronti delle informazioni e delle fonti, cercando sempre di verificare la loro affidabilità prima di accettarle.

#PRENDIPOSIZIONE



di Redazione Online

[Amleta](#) è un'associazione di promozione sociale il cui scopo è contrastare la disparità e la violenza di genere nel mondo dello spettacolo.

È stata fondata da 28 attrici distribuite su tutto il territorio nazionale.

Amleta è un collettivo femminista intersezionale che punta i riflettori sulla presenza femminile nel mondo dello spettacolo, sulla rappresentazione della donna nella drammaturgia classica e contemporanea ed è un osservatorio vigile e costante per combattere violenza e molestie nei luoghi di lavoro.

Discriminazioni, stereotipi, sessismo, abusi, gender gap, gender pay gap, gestione dei fondi pubblici: **questo è il problema!**

Amleta è nata per **raccogliere dati e monitorare** le differenze di trattamento tra donne e uomini nel mondo dello spettacolo, per **chiedere spazi** in cui le donne possano esprimere i loro talenti ed esercitare la loro intelligenza.

Amleta è nata tutte le volte che **sopra un molestatore o un abusante è stata messa la vernice glitterata dell'artista genio** a cui tutto è concesso.

Amleta è nata da tanto tempo e in tanti luoghi.

[A questo link il manifesto](#) della associazione, che noi di FUORI invitiamo a sostenere divulgando e soprattutto esercitando quotidianamente, nella vita e nel lavoro, i principi fondanti dell'Organizzazione.

L'unico modo per volare responsabilmente è non volare.



di redazione online_

credits: Claudia Vago [vago.fondazione@bancaetica.org]

Lo studio legale attivista [ClientEarth](#) ha [citato in giudizio](#) a maggio la compagnia aerea olandese [KLM](#) per una campagna pubblicitaria che, a suo dire, dà una falsa impressione della sostenibilità dei suoi voli e dei suoi piani per ridurre l'impatto sul clima.

La campagna "[Vola responsabilmente](#)" di KLM sostiene che la compagnia aerea raggiungerà l'obiettivo delle [emissioni nette zero entro il 2050](#) e che intende utilizzare [carburante sostenibile](#) e aerei elettrici a partire dal 2035. Ma ClientEarth afferma che KLM sta violando la legge europea sui consumatori ingannandoli, poiché l'industria dell'aviazione non può raggiungere la decarbonizzazione senza ridurre la frequenza dei viaggi aerei.

«Il marketing di KLM induce i consumatori a credere che i suoi voli non peggioreranno l'emergenza climatica. Ma questo è un mito», ha dichiarato [Hiske Arts](#), attivista di [Fossielvrij NL](#), l'organizzazione no-profit olandese rappresentata da ClientEarth.

Fonte:web

Siamo perbenisti con i pensieri degli altri. Pronti a giudicare, senza mai

guardare quella trave. La nostra.



Ci sono momenti, nella vita di tutti noi accade inevitabilmente, in cui ci si trova nella situazione in cui scegliere fra il vivere un momento della propria vita in maniera piena, intera, completa, o piuttosto atteggiarsi in un falso, corretto, formale atteggiamento che, tutto il resto del mondo, perbenista ed ipocrita, gli chiede di vivere.

Scarcity Marketing [il Must Have che in verità non vuoi avere]

di [Francesca Bux](#)

Tante, tantissime!

Le tecniche del marketing sono davvero molteplici e si nascondono dietro bisogni, esigenze e illusioni, che troppo spesso non pensiamo nemmeno di avere.

Una di queste è la **Scarcity Marketing**.

Per Scarcity Marketing si intende quella strategia che utilizza il principio di scarsità (questa è infatti la traduzione italiana), facendo leva sui timori del consumatore di non possedere uno specifico servizio o prodotto e agendo sulla sua paura inconscia di perdersi qualcosa.

Da qui, si crea quindi un vero e proprio senso di urgenza, una necessità di acquisto che porta a non perdere tempo e non ragionare sull'effettiva utilità dell'acquisto.

Elementi che la caratterizzano:

- offerte a tempo limitato (urgenza)
- posti limitati (esclusività)
- pezzo unico (rarietà)
- ultimi pezzi rimasti (eccesso di domanda)

A questo punto, siamo certi che avete capito benissimo di cosa

stiamo parlando!

Questa subdola quanto affascinante strategia, si basa sulla [psicologia cognitiva](#), ovvero quel principio secondo cui gli esseri umani sono portati a desiderare ciò che gli appare come limitato o che rischia di non essere più reperibile.

Lo psicologo americano [R. Cialdini](#) – uno dei primissimi studiosi a descrivere il principio di

scarsità applicato al marketing – ha affermato che “le opportunità sembrano più preziose

quando la loro disponibilità è limitata” e che “la scarsità porta l’individuo a

desiderare ciò che appare come limitato o che rischia di non avere più a causa di

un’attesa prolungata”.

In sintesi, sembrerebbe che noi siamo più portati a desiderare quello che risulta praticamente quasi impossibile da avere.

Da qui, deriva anche la [FOMO](#).

“Per FOMO (acronimo per l’espressione inglese “fear of missing out”, letteralmente “paura di essere tagliati fuori”) si intende quella paura o ansia sociale di perdere, non aver accesso o essere esclusi da eventi, esperienze, contesti sociali rilevanti”.

Si tratta di una delle dinamiche tipiche di Internet e possono essere spiegate semplicemente come l’impulso di vedere immediatamente le Stories pubblicate da amici e personaggi famosi su Instagram, lo scrolling automatico che facciamo su Facebook, le serie tv da guardare subito non appena escono, così da poterle commentare immediatamente e stare al passo con i discorsi.

Quindi la FOMO unita alle tecniche di Scarcity marketing, costituiscono una combo pazzesca per indurre a comprare d'impulso e non ragionare abbastanza su quello che si sta acquistando.

Due condizioni indivisibili arricchiscono la situazione: **il desiderio di esclusività e quello di popolarità.**

Basandosi su questi principi, la maggior parte delle strategie di Scarcity marketing più diffuse possono essere suddivise in:

– Limited-Time Scarcity (LTS), dove il consumatore è consapevole di avere

un determinato limite di tempo per ottenere il prodotto, spesso alle

condizioni di una promozione in corso

– Limited-Quantity Scarcity (LQS), dove il consumatore è informato della

limitata disponibilità di un certo prodotto in vendita e quindi del rischio di non

poterlo acquistare in futuro, perché esaurito (innescando così anche la FOMO).

Rendere prodotti / servizi / situazioni disponibili solo per un determinato periodo di tempo, facendo intendere che è vantaggioso fare l'acquisto esclusivamente in quel momento, è uno dei pilastri dei saldi nei negozi e degli sconti proposti da alcuni brand (come i famosi Prime Days di Amazon).

C'è da dire che ormai tutti noi siamo abituati a questo meccanismo, quindi, per non perdere l'efficacia del meccanismo, vengono create altre situazioni, che sostengono la semplice idea del "pagar meno".

Edizioni limitate, limitata disponibilità, countdown di fine

offerta, ma anche prezzi proibitivi (spesso usati nei settori del lusso) sono solo alcune delle sfaccettature di questa strategia, così semplice ma efficace.

Casi studio

Coca Cola

Nel 2011 la Coca Cola lanciò in Australia una campagna di marketing multinazionale

nella quale il noto logo veniva sostituito con un nome di persona, da scegliere tra i 250 più popolari nel Down Under.

Come sappiamo, la campagna ebbe così tanto successo, che fu successivamente lanciata in oltre 80 paesi!

- In Australia, fu stimato un aumento del 4% della quota di Coca-Cola nel suo

settore ed un aumento del 7% nel consumo da parte dei giovani adulti

- Negli Stati Uniti, l'aumento delle vendite si attestò ad oltre il 2%, invertendo un

trend al ribasso che durava da più di 10 anni

- Molti esperti del settore pubblicità hanno sfruttato successivamente il successo

della campagna "Share a Coke" per ricordare l'efficacia della personalizzazione

del messaggio promozionale

Hermès

L'ambasciatore indiscusso dell'applicazione dello Scarcity Marketing nel settore moda di lusso, è sicuramente Hermès.

Per acquistare una Birkin o una Kelly ,le liste d'attesa possono arrivare fino a due anni e il prezzo varia dai 7.000 ai 100.00 euro.

La difficoltà d'acquisto però non è un deterrente, bensì un motivo in più per volere la borsa e distinguersi dagli altri.

Maison Cléo

Un giovane brand parigino, con 200 mila follower su Instagram, che vede le sue collezioni andare in sold-out in poche ore.

Come ci riesce?

L'idea della fondatrice è davvero semplice: utilizzare solamente tessuti di scarto, per motivi di sostenibilità ambientale.

Tutte le settimane, in base ai materiali recuperati, Maison Cléo crea abiti ogni volta diversi.

La comunicazione avviene solo tramite il profilo Instagram e i vestiti vengono venduti sull'e-commerce il mercoledì.

Questo sistema crea grande interesse attorno al brand, perché le novità sono costanti e i pezzi limitati.

Lidl

Nel 2020, la famosa catena di supermercati ha deciso di creare una propria linea di abbigliamento.

Forse non tutti sanno che i capi targati "Lidl Fan Collection", sono nati dopo una precedente iniziativa del colosso tedesco, che offriva ai clienti la possibilità di vincere dei calzini, se si fossero recati in negozio per un selfie.

Ebbe talmente tanto successo che, dopo pochi mesi, sono usciti sul mercato cappelli, scarpe, magliette e ciabatte con i colori e il logo del supermercato, ad un prezzo davvero basso, quasi ridicolo.

Qui è stata la svolta: in poche ore si è registrato un imprevisto *tutto esaurito* e quei capi acquistati per pochi euro, sono stati ritrovati su EBay a cifre folli.

Ma perché funziona così bene questa tattica di mercato?

– Amiamo creare scorciatoie in un mondo così sempre complesso e frenetico.

È facilissimo determinare il valore di qualcosa in base alla disponibilità: se è rara, supponiamo che sia di qualità superiore e che valga ben più di un oggetto comune, facile da ottenere.

– Il principio di scarsità limita il numero di opportunità che abbiamo a disposizione.

Diminuendo le opportunità, perdiamo la libertà di scegliere e noi siamo psicologicamente portati a reagire fermamente contro questa perdita (reattanza psicologica).



[Fr](#)
[an](#)
[ce](#)
[sc](#)
[a](#)
[Bu](#)
[x](#)

Classe 1984.

Veneta dal sangue pugliese, intraprendente, riservata e creativa.

Attenta nei confronti delle nuove tendenze della comunicazione, con un occhio di riguardo per le campagne pubblicitarie di impatto sociale, innovative e fuori dagli schemi.

Lettrice eclettica, viaggiatrice anche solitaria, dipendente dalla musica e dalle espressioni d'arte come la fotografia, la pittura e la moda.

Amante delle rappresentazioni teatrali, tradizionali e indipendenti.

Non ho un mio blog, ma amo scrivere in quello degli altri.

Avatar 2, un primo giorno in stile Thor

di Redazione Online



Nessun record.

“Avatar: La via dell’acqua” è partito al botteghino italiano con 1.454.100 euro nel primo giorno, poco più del 1.410.000 registrato alla partenza da “Thor: Love and Thunder”.

Nel 2022 il debutto migliore era stato quello di “Doctor Strange nel Multiverso della Follia” con 2.027.000.

Numericamente, “Avatar 2” sembra che attiri lo stesso tipo di interesse che è consolidata per le “Saghe Marvel”, e se dovessimo basarci solo sull’analogia suggerita dai numeri con “Thor 4”, potremmo vedere un traguardo finale italiano sui 12 milioni di euro.

Dato importante per il “mercato cinema” odierno, ma non epocale, come il lungometraggio (il film dura più di 3 ore!!) dovrà essere, visto quanto è costato ed è dunque costretto ad incassare.

“The Batman” con Robert Pattinson, debuttò peggio con 695.000 euro, ma alla fine ha superato comunque i 10 milioni al botteghino italiano.

Se, per ipotesi, “Avatar 2” dovesse crescere come “The Batman” anche aiutato dalle imminenti feste natalizie, potrebbe riuscire ad arrivare a toccare i 20 milioni.

I paragoni tra “AVATAR 2” e il suo predecessore AVATAR sembrano per ora fuori parametro: il primo, quando uscì nel 2010 incassò in Italia, a metà gennaio 2010, ben 65 milioni di euro, portando al cinema 7.500.000 di spettatori.

Per curiosità, consideriamo che dopo la pandemia un solo film è riuscito a superare la soglia dei 20 milioni qui da noi, cioè “Spider-Man No Way Home” dell’anno scorso, arrivando ai 25 diventando peraltro un fenomeno di costume, comprensivo di “reaction” in sala condivise sui social.
