

Ottimizza il Tuo Profilo su LinkedIn con ChatGPT per Massimizzare le Opportunità Professionali”

“Massimizza l’impatto del tuo profilo LinkedIn con ChatGPT e l’IA. Consigli su ottimizzazione, successi del curriculum e messaggi efficaci. Potenzia la tua carriera con intelligenza artificiale.”

Che ne sarà della Z-Generation? [e della nostra].



[di Mario Barbieri](#)

Già che ne sarà della Z-Generation e della nostra, che ne sarà dopo che la Z sembra sia divenuta suo malgrado una sorta di “marchio d’infamia”, come fu la “lettera scarlatta” o altri pittogrammi/simboli che neppure credo sia il caso di nominare.

Pare infatti allungarsi l’elenco della Aziende che rimuovono/rivedono il proprio logo dove la **Z** è più o meno dominante.

– Qualche settimana fa **Zurich Assicurazione** comunica di voler rimuovere (pare temporaneamente) il logo con la lettera **Z** per dissociarsi dall’invasione russa in Ucraina.

– Qualche giorno prima l’azienda britannica [Ocado](#) aveva deciso di modificare il logo del servizio di spesa veloce online **Zoom**.

– Un altro caso è quello di [Zetland](#), società di media danese fondata nel 2012, con sede a Copenaghen, un sito d'informazione che pubblica articoli d'approfondimento e podcast per abbonati.

Sinceramente sono perplesso... si va diffondendo la **“sindrome dell'inconsciamente colpevole”** o **“dell'incolpevole fiancheggiatore”**, ma tutto questo ha un senso?

Ha senso stravolgere il proprio logo e chissà cos'altro dell'immagine di un Brand, con i costi annessi connessi e derivati? E fino a quando?

Grazie ai commenti al mio post in tema su LinkedIn, trovo specificato da [@Stefano Vatti](#), che «sono 168 i marchi registrati a livello comunitario che recano la sola lettera “Z”...»

Che dire? Almeno avvisiamoli tutti dei rischi che corrono.

Altri commenti perplessi come quello di [@Katia Bovani](#): «Dismettere un logo identificativo di un'impresa consolidata e di un brand il cui valore economico-finanziario è composto anche da segmenti immateriali (come il logo) che fanno parte della pura azienda, non è decisione che l'organo amministrativo può assumere sull'onda emotiva. Men che meno per il timore di essere assimilati a un corpo militare invasore.»

O di [@Mariangela Ottaviani](#): «...proprio per prendere le distanze da queste “sindromi”, è più che mai importante mantenere la propria identità.

Se poi si tratta di un brand come quello al quale ti riferisci (Zurich), fondato nella seconda metà del 1800, allora non mi preoccuperei di cambiare logo. Dopo un secolo e mezzo quell'azienda è ancora presente... abbiamo forse chiesto scusa a [Bartolomeo Cristofori](#) e variato il numero dei tasti del pianoforte*, quando l'88 è stato associato a “certi ambienti” politici dopo la seconda guerra mondiale?».

Commenti che aiutano a riflettere, perché viviamo un periodo storico dove la forte pressione “social-moral-puritana”, vorrebbe tutti indistintamente equidistanti da ogni “male” (dove il concetto di male è tra l’altro molto “liquido”), obbligatoriamente schierati, perennemente tesi a cospargerci il capo di cenere per gli errori altrui e il non-farlo diviene automaticamente **connivenza**.

Se poi il pensiero social-sociologico individua un suo simbolo pro o contro, che sia un colore o la pressione di un ginocchio, il perverso gioco è fatto!

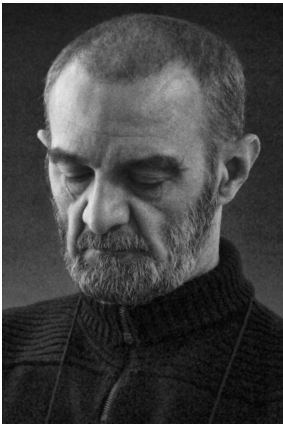
Altra cosa è ovviamente non solo prendere le distanze con dichiarazioni pubbliche, ma anche intervenire con azioni concrete, finanziarie dirette o meno a sostegno della “causa” che si intende appoggiare.

Nel frattempo di fronte a questo dilagare di **Z-Remove** Potemmo consolarci ipotizzando un lato positivo sul fronte delle “nuove occupazioni” (se non cambiano le cose) l’ **SMBC** (social-moral-brand-consultant) e per i gruppi più grandi, compartimenti dedicati con professionisti laureati in Storia, Storia delle Religioni, Sociologia, Psicologia (delle masse possibilmente) con forte propensione al settore “social-communication”.

Oggi c’è chi viene costretto a prendere posizioni con gesti tanto visibili quanto talvolta effimeri oppure si “mette avanti” a scampo di equivoci.

Penso finiremo per vestirci tutti dello stesso colore (o colori), studiando una Storia “rivista e corretta” (come non lo fosse già abbastanza), consolandoci che colori e Storia, potranno cambiare di volta in volta a seconda del “male” di turno.

**(Oggi poi dividere i tasti di un pianoforte tra “bianchi e neri” potrebbe diventare un problema)*



*[Mario Barbieri](#), classe 1959, sposato, tre figli ormai adulti.
Appassionato di Design e Fotografia.*

Inizia la sua carriera lavorativa come illustratore, passando per la progettazione di attrazioni per Parchi Divertimento, negli ultimi anni si occupa di arredamento, lavorando in particolare con una delle principali Aziende Italiane nel settore Cucina, Living e Bagno.

Blog:

<https://ceuntempoperognicosa.wordpress.com/>

<https://immaginieparoleblog.wordpress.com/>

Niente da celebrare.



[Giulia Gellini](#)_ *Crocifissione*_ *Tecnica mista*_ 165×130 cm_2013

di Redazione FUORI.MAG_^{EG}

Da un lato multinazionali visionarie che hanno fatto del benessere del proprio dipendente un mantra (vedi [LinkedIn](#)) che ha concesso recentemente ai propri dipendenti di scegliere per davvero se tornare in ufficio in modalità ibrida o se lavorare al 100% da remoto), dall'altro piccole realtà che ancora oggi, nonostante una più accesa e matura consapevolezza sul tema sicurezza, le leggi e protocolli a tutela del dipendente e la capacità di poter investire in manutenzione, diventano luoghi di morte.

Sono pericolosi e fuorvianti i confronti tra i vari Golia (pochissimi in Italia quelli che possono fregiarsi del titolo di "gigante", ma nel senso più umano e visionario del termine) e la moltitudine di Davide (tantissimi e non necessariamente

PMI, che ancora intendono i dipendenti come “asset”, “costo fisso/variabile”, “manodopera” o “capitale”), però questa polarizzazione restituisce una fotografia del lavoro in Italia oggi.

Non bisogna sentirsi fortunati, perché “c’è chi sta peggio”, bisogna sentirsi insoddisfatti, perché il meglio dovrebbe essere la norma e non un privilegio.

A tutti dovrebbe essere garantito il rispetto della propria dignità.

In settimana Laila El Harim, operaia di 41 anni rimasta incastrata in una fustellatrice. A maggio Luana D’Orazio, operaia di 22 anni , stritolata da un macchinario manomesso. A marzo Sara Pedri, la ginecologa forlivese di 31 anni, scomparsa dall’ospedale Santa Chiara di Trento, dove subiva mobbing e violenza psicologica.

Che cosa c’è da celebrare esattamente, qui sopra?

Note a margine _

Con questo articolo intendiamo richiamare l’ attenzione – con continuità di azione nel lungo periodo – alla sempre attuale e interessante tematica riguardante la donna e la sua posizione nel mondo del lavoro.

Cercheremo di denunciare, in forma sintetica ma precisa, il fenomeno del mobbing che, a tutt’oggi, presenta come vittima preferenziale la donna.

Milioni di donne , ogni giorno, subiscono discriminazioni nel mondo del lavoro. Questo preoccupante fenomeno non solo viola i diritti fondamentali ma ha anche conseguenze rilevanti dal punto di vista economico e sociale. Le discriminazioni soffocano opportunità, sprecano il talento umano necessario per il progresso economico e accentuano le tensioni sociali e

le disuguaglianze. La lotta alla discriminazione è parte essenziale della promozione del lavoro dignitoso.

Virtuali comunità.



Daniel-Garcia-Art-Man-Made-Boxes

di [Mario Barbieri](#)

Leggo un pensiero di [Zygmunt Bauman](#)

«Le comunità virtuali che hanno sostituito quelle naturali, creano solo l'illusione di intimità e una finzione di comunità.

Non sono validi sostituti del sedersi insieme ad un tavolo, guardarsi in faccia, avere una conversazione reale.

Né sono in grado queste comunità virtuali di dare sostanza all'identità personale, la ragione primaria per cui le si cerca.

Rendono semmai più difficile di quanto non sia già accordarsi con se stessi.»

Allora passo a cercare e trovo:

COMUNITÀ

SIGNIFICATO: Gruppo di persone unite da rapporti e vincoli tali da formare un corpo organico; corpo morale.

ETIMOLOGIA: dal latino *communitas* 'società, partecipazione', derivato di *communis* 'che compie il suo incarico insieme', derivato di *munus* 'obbligo', ma anche 'dono', col prefisso *cum-*.

Dal che si potrebbe dire che il termine "[comunità virtuali](#)" suona come un ossimoro.

La virtualità (virtuale: potenziale, che non esiste in atto; possibile; simulato) di fatto annulla nel concreto ogni possibilità di comunità reale, laddove per reale possiamo pensare a tangibile, persistente, che accomuna, ma non attorno ad una piattaforma o ad un "contenitore" di vari ed eventuali interessi comuni (in realtà molto eterogenei all'interno di

ogni “comunità virtuale”), ma che crea e mantiene viva una comunione tra individui tutt’altro che “virtuali”.

Di fatto tutti verifichiamo che le “comunità virtuali” (continuiamo pure ad utilizzare questo termine), sono piuttosto variegate, non di rado conflittuali, mutevoli per contenuti se non anche per contenitore. Questo almeno se ci riferiamo ai cosiddetti social, perché di comunità virtuali che ruotano attorno a singoli specifici temi o interessi, se ne trovano quante se ne vuole, ma in questo caso abbiamo solo l’utilizzo del “mezzo virtuale”, che ha sostituito mezzi più arcaici e certamente meno diffusivi del “pre-web”.

Credo poi si possa anche affermare che le comunità virtuali, abbiano una caratteristica basilare che è quella dell’egocentrismo inteso come visione e proposta di sé e l’egocentrismo, pur senza voler dare al termine un valore negativo in assoluto, è certamente una componente basilare e pregnante dell’individualismo.

Potremmo arrivare a dire che le comunità virtuali, i “[social](#)”, sono contenitori che per lo più presentato delle singole individualità o al massimo mettono in contatto individualità, che trovano interessi comuni (fugaci o relativamente duraturi) pur continuando a rimanere tali.

Si badi bene, non voglio affermare che sia tutto negativo, che nulla di buono o fattivo o concreto possa nascere, non sarebbe onesto e neppure nella realtà dei fatti, ma solo spingere ad una riflessione e alla distinzione fondamentale: fare parte di una comunità è altra cosa.

Di fatto la Comunità – con la C maiuscola appunto – presuppone singoli e singole individualità che si spendono per un’idea se non per un bene comune, al punto che l’individualità propria passa in secondo piano e, in taluni casi, gli appartenenti a determinate Comunità, sono facilmente riconoscibili come tali pur nelle loro singolarità (diversamente ci sarebbe plagio e massificazione).

La Comunità assiste, aiuta, protegge, si fa carico, proprio per via della com-unione.

Certo lo stesso non si può dire dei Social... al di là del dilagare dei cosiddetti "odiatori", nessuno credo si aspetta di venir soccorso in un momento di crisi da [Linkedin](#) piuttosto che da [TikTok](#), se non nel vano post di condivisione e per un attimo far puntare like e commenti su di sé (torna l'egocentrismo individualista), terminati – dopo brevissimo tempo – i quali, si ricade nell'oblio di una vita vissuta fuori da una qualsiasi Comunità concreta, come può essere molto semplicemente la Famiglia stessa.

Il vivere in una Comunità è spesso faticoso, è un "combattimento", perché si tratta anche di un confronto e di dare *"all'identità personale, la ragione primaria per cui le si cerca."* (di nuovo Bauman).

Cresciamo e maturiamo nel confronto, confronto che non sempre significa "azione di forza", più spesso significa introspezione, revisione di sé, accogliere le idee dell'altro nel bilanciare se non modificare le proprie.

Non è che questo non possa accedere in senso assoluto in una comunità virtuale, ma in genere accade a chi è già predisposto all'ascolto e possiede altre positive virtù dell'animo. Per lo più, come già o scritto, si vedono transitare virtuali presenze individuali dotate di granitiche certezze, di "capacità di engagement", dispensatrici di saggi consigli che per altro hanno un preciso fine (se non è quello del venderci qualcosa): la sfuggente chimera del successo.

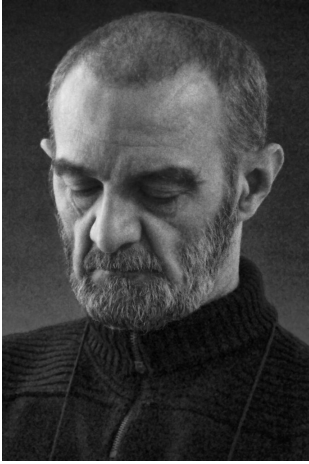
Chi non dispensa, è invece alla ricerca del proprio "momento di gloria" (personale o professionale) tenendosi appeso a quel pezzo di banda wi-fi che grazie a Dio esiste e ci è data in dote.

Salvo poi sparire gli uni e gli altri, quando la Comunità (vita?) reale – quale che sia e quali che siano gli accadimenti fausti o infausti – chiama, esige, si fa presente.

Insomma continuiamo a chiamarle "comunità virtuali" ma non

confondiamo il virtuale con il reale.

Note sull'Autore_



*[Mario Barbieri](#), classe 1959, sposato, tre figli ormai adulti.
Appassionato di Design e Fotografia.*

Inizia la sua carriera lavorativa come illustratore, passando per la progettazione di attrazioni per Parchi Divertimento, negli ultimi anni si occupa di arredamento, lavorando in particolare con una delle principali Aziende Italiane nel settore Cucina, Living e Bagno.

Blog:

<https://ceuntempoperognicosa.wordpress.com/>

<https://immaginieparoleblog.wordpress.com/>