

AGOSTO 2019

BANCONOTE



Rivista a cura del Coordinamento Donne Fisac Cgil Brescia

Eccoci giunti al numero tre, “Banconote” di Agosto, LAST BUT NOT LEAST.

Questo lo consideriamo un po’ il numero chiave, la svolta per passare dalla tanta teoria ad un po’ di vera pratica.

Speriamo di essere riuscite ad intrattenervi ma anche a spingervi un passetto più in là nella direzione che abbiamo scelto con questa mini trilogia.

Continuate a scriverci, anche nei prossimi mesi, proponeteci dei temi che vorreste vedere affrontati su questo nostro piccolo periodico.



coordinamentodonne.fisacbs@cgil.brescia.it





**QUINDI...ALLA LUCE DEI FATTI COSA POSSIAMO FARE PER FAVORIRE LO SVILUPPO DI UN PENSIERO RAZIONALE?
CHIARAMENTE NON È FACILE ED È ANCHE FATICOSO IMPARARE AUTONOMAMENTE AD USARE IL PENSIERO CRITICO.
BISOGNA PUR PARTIRE DA QUALCHE PARTE PERÒ.
VI CONSIGLIAMO DI PARTIRE DALLE “STRATEGIE FONDAMENTALI PER UN PENSIERO CRITICO”:**



RIFLETTERE: FERMATEVI A PENSARE INVECE DI ESPRIMERE GIUDIZI IMPULSIVI. RIFLETTETE INVECE DI ACCETTARE LA PRIMA IDEA CHE SALTA ALLA MENTE E TUTTO CIÒ CHE I SOCIAL E I MASS MEDIA VI PROPONGONO!



MOTIVARE: FATE E FATEVI DOMANDE! COME LO HAI SAPUTO? QUALI SONO I MOTIVI? LA FONTE È CREDIBILE?



CERCATE ALTERNATIVE: SPINGETEVI ALLA RICERCA DI IPOTESI E PUNTI DI VISTA DIVERSO DAL VOSTRO

Durante questa pausa estiva abbiamo chiesto a tutte/i voi di provare a rispondere a qualcuna delle nostre domande, purtroppo l'affluenza di e-mail è stata inferiore alle aspettative. Possiamo però garantire sulla qualità del contributo di un collega del comparto assicurativo.

Ecco la sua risposta ad uno dei quesiti del numero di luglio.

MA PERCHE' SIAMO TUTTI PIÙ O MENO PREDISPOSTI A CREDERE IN QUALCHE "BUFALA"?

La risposta è in un insieme di meccanismi psicologici e considerazioni sociologiche, su cui insistono prepotentemente alcune caratteristiche dei nuovi media.

Alla base anzitutto la complessità della società in cui viviamo, di fronte ai cui continui input il cervello tende a semplificare, evitando troppi sforzi di elaborazione.

C'è poi una regola ben nota agli esperti di marketing: se qualcosa, in questo caso una notizia, "ci piace", sarà più semplice considerarla valida. Perché siamo esseri umani fatti di razionalità ed emotività, ma è l'area del cervello deputata a quest'ultima la prima ad attivarsi di fronte a un impulso, e con essa quei bias di conferma verso quelle fonti che ci assecondano, alla ricerca di una coerenza narrativa molto difficile da scalfire una volta formatasi.

Ovviamente, le convinzioni personali sono influenzate dai nostri punti di riferimento e il credito che diamo ad una notizia aumenta in base all'affinità con il contesto da cui questa proviene. L'influenza della propria cerchia sociale è antica quanto l'uomo, ma sui social il fenomeno viene enormemente enfatizzato dalla cosiddetta filter bubble: è un algoritmo a suggerirci cosa leggere in base alle informazioni recepite su di noi e a restituirci proposte che non si allontaneranno da ciò che già pensiamo.

E' un ecosistema a compartimenti stagni, che non favorisce il dialogo tra posizioni opposte, al contrario alimenta quella polarizzazione delle opinioni che sembra caratterizzare il nostro tempo. Il peso di questa sorta di camera dell'eco è dibattuto, di certo sembra innestarsi su meccanismi psicologici facilmente riconoscibili, quali il narcisismo e il bisogno di mostrare un'opinione su ogni argomento, di ostentare e spesso di seguire il flusso delle opinioni (è il cosiddetto effetto bandwagon, per cui tendiamo a replicare quello che la maggioranza della gente fa, e che ci consegna sequele di commenti ridondanti sulle bacheche dei quotidiani).

Opinioni spesso ciniche e disilluse, perché in buona sostanza la diffusione delle fake news è figlia della sfiducia verso le figure di riferimento tradizionali, siano esse istituzioni, media o studiosi: è il principale effetto collaterale di quella "democraticizzazione" del sapere che internet, facilitando come mai prima l'accesso all'informazione, ha rappresentato.

Oggi la disintermediazione dei nuovi media mostra il suo volto negativo e si prova a correre ai ripari.

Serviranno nuove regole, da parte del legislatore e di chi controlla i social, e una presa di coscienza da parte di chi fa informazione per mestiere, per non arrendersi al giornalismo da clickbait. Serviranno studi che uniscano competenze diverse, dalla statistica alla psicologia. E servirà soprattutto un'educazione più attenta alla formazione di un pensiero critico, che offra alle generazioni future gli strumenti per orientarsi e la curiosità per uscire dal proprio giardino.

Ivan B.



Conoscete il DEBUNKING?

1

Appunti dal fronte lavoro

Il debunking (o demistificazione) è la pratica di mettere in dubbio o smentire – basandosi su metodologie scientifiche- affermazioni false, esagerate, antiscientifiche, dubbie o pretenziose. E' il regno degli "SBUFALATORI", persone che analizzano le notizie, i contenuti, il contesto, le fonti per individuare le motivazioni all'origine della notizia ed eventualmente smascherarle.

Se avete dubbi in merito ad articoli, news o notizie cercate e non fermatevi.

Ci sono ottimi siti a cui potete fare ricorso:

www.bufale.net

www.butac.it

www.debunking.it

<http://bufalopedia.blogspot.it/>

DEBUNKING

E' recente la "fuga di notizie" che ha portato nuovamente alla ribalta delle cronache Unicredit, lungi da noi voler favorire ulteriori speculazioni

ci siamo poste però il problema di considerare più dettagliatamente la situazione del nostro comparto "bancario-assicurativo".

Negli ultimi dieci anni si è registrata una diminuzione di oltre il 20% dei posti di lavoro (a causa dei cambiamenti prodotti dalla digitalizzazione che hanno ridotto la dimensione fisica del settore con chiusura di sportelli e accorpamenti societari) e che hanno portato gli addetti del comparto a meno di 300.000 unità.

Purtroppo le richieste di servizi dai parte dei clienti non hanno coinciso con il taglio del costo del personale, imponendo ai lavoratori ancora in forze un'ovvia redistribuzione dei carichi di lavoro diventati eccessivi sia per ritmi che per orari.

Il "Fondo di solidarietà per il sostegno del reddito, dell'occupazione e della riconversione e riqualificazione professionale del personale del credito" ha compensato solo in minima parte le uscite del personale delle aziende che vi hanno fatto ricorso con l'assunzione di giovani, circa 20.000 unità,

tutte avvenute con il contributo del FOC, il fondo bilaterale per

l'occupazione alimentato di fatto coi contributi di tutti i lavoratori del comparto.

Nonostante questo l'età media dei bancari rimane molto elevata (47 anni) e con una percentuale molto elevata di over 55.

L'esperienza e le competenze vanno di pari passo con l'età ma bisogna fare i conti anche con le ovvie carenze fisiche e sensoriali. E' necessario favorire un ambiente ed un contesto lavorativo che valorizzi il patrimonio professionale ed umano dei lavoratori.

L'invecchiamento attivo deve diventare per le banche un investimento prioritario come da decreto 81/08.

L'aumento dei fenomeni di stress da lavoro correlato (dati che emergono da vari studi) sono stati provocati da numerosi fattori (pressioni commerciali, mobilità dovuta alla chiusura di filiali, digitalizzazione, carichi di lavoro) che hanno esposto ed espongono i lavoratori a specifici rischi psicosociali.

L'OMS ha recentemente incluso tra le sindromi da disagio lavorativo il burnout i cui principali sintomi sono:

- esaurimento fisico e mentale,
- disamoramento crescente per il proprio lavoro,
- ridotta efficienza.

Gli operatori più esposti sono quelli in età avanzata e le donne (poiché in loro il rischio di soffrirne è maggiore che negli uomini).

Le aziende bancarie devono intervenire sull'organizzazione al fine di creare un ambiente lavorativo positivo nel quale le competenze di chi ha più esperienza creino le giuste sinergie con l'efficienza dei lavoratori più giovani, incrementando realmente il miglioramento interno alle aziende e con l'obiettivo di ridurre l'incidenza di patologie che gravano sempre e comunque sulla collettività.

2

3

"SE NON STATE ATTENTI, I MEDIA VI FARANNO ODIARE LE PERSONE
CHE VENGONO OPPRESSE E AMARE QUELLE CHE OPPRIMONO."
MALCOM X

