

“Saper(e)Consumare”: educarsi a un consumo sostenibile



La vita di ogni giorno è continuamente condizionata dal “consumo” di oggetti, beni e servizi, dei quali non sappiamo più fare a meno. Siamo stati tutti trasformati, dalla cultura in cui siamo immersi, in «consumatori seriali», come affermava già diversi decenni fa lo scrittore e ambientalista inglese John Seymour. Ma siamo davvero convinti di essere consumatori consapevoli? È questa la finalità del progetto “Saper(e)Consumare”, un progetto di educazione all’uso del digitale per un consumo consapevole e responsabile promosso e finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, in collaborazione con il Ministero dell’Istruzione. Il nostro Istituto Alpi-Montale ha colto questa sfida articolando un proprio percorso formativo, al quale stanno prendendo parte attiva 68 studenti della nostra scuola, articolati in cinque gruppi, provenienti dalle classi 1F – 2F (indirizzo Amministrazione Finanza e Marketing), 4I (Sistemi Informativi Aziendali), 1D – 2D – 3D (Liceo scientifico – opz. Scienze applicate), 4C – 3E – 4E – 5E (Liceo Scientifico), 4B – 5B (Liceo linguistico), 3A – 4A (Liceo delle Scienze Umane), 5G (Grafica e comunicazione). Seguiti e stimolati da docenti ed esperti esterni, i nostri ragazzi stanno approfondendo tematiche di etica economica, globalizzazione, legalità e tutela dei diritti, percezione e contrasto della contraffazione, consumo digitale, tutti coinvolti in una vera campagna di sensibilizzazione e divulgazione che, a partire da questo numero, si concretizza anche in una sorta di “rubrica finanziaria” all’interno del nostro Magazine di Istituto. **(C.G.)**

“L’inquinamento atmosferico è responsabile ogni anno in Italia di circa 30mila decessi, pari al 7% di tutte le morti (esclusi gli incidenti)” (salute.gov.it); “In termini di mesi di vita persi, l’inquinamento accorcia mediamente la vita di ciascun italiano di 10 mesi; 14 per chi vive al Nord, 6 per gli abitanti del centro e 5 al Sud e isole” (salute.gov.it); “Il 99% della popolazione mondiale respira aria inquinata” (Dati dell’OMS); “Dopo essere sopravvissuti a una pandemia, è inaccettabile avere ancora 7 milioni di decessi e innumerevoli anni di buona salute perduti a causa dell’inquinamento” (Maria Neira, direttore del Dipartimento Ambiente dell’OMS).

Questi sono dati reali riguardo la problematica globale dell’inquinamento ambientale, causata dalla mancata responsabilità dell’uomo riguardo le scelte che ha dovuto compiere nel corso della sua esistenza. Purtroppo, la società è concentrata nel soddisfare al meglio le proprie esigenze, spesso senza considerarne le conseguenze. Noi giovani dovremmo imparare a fare scelte consapevoli e riflettere riguardo la realtà in cui viviamo: è proprio questo l’obiettivo del corso “Saper(e)Consumare” partito l’8 febbraio 2023 e tenuto dal dott. Raffaele de Leonardis. Siamo partiti dal semplice concetto di apprendimento e sostenibilità, fino a scoprire ed analizzare delle semplici abitudini quotidiane, che se applicate da tutti, possono portare a grandi miglioramenti di cui il nostro pianeta necessita in questo momento. Durante gli incontri discutiamo su alcune aziende e brand, molto conosciuti attualmente, che oltre ad incrementare il fenomeno dello sfruttamento lavorativo, sono anche tra i principali responsabili dell’inquinamento. Uno degli esempi lampanti è il famosissimo brand “SHEIN” diventato ormai il simbolo principale del fast fashion. Uno degli scopi di questa azienda è quello di produrre numerosi articoli (aumentando naturalmente il fatturato), venduti a prezzi notevolmente contenuti, che in media vanno al di sotto degli 8 EURO, ma con qualità davvero bassa. Difatti il 60% dei prodotti acquistati viene buttato nello stesso anno in cui viene acquistato, garantendo il ciclo continuo di acquisti da parte dei clienti rendendo concreta la strategia del brand. SHEIN va contro quelle che sono le linee guida per una produzione sostenibile, non contribuendo alla riduzione degli sprechi. Se pensiamo che la sola industria del fast fashion è responsabile di più del 10% delle emissioni annue di CO2, è logico pensare che SHEIN in questa percentuale incide tantissimo. Un’altra importante causa dell’inquinamento è la famosissima plastica, che troviamo letteralmente ovunque. In alcuni cibi che mangiamo, numerosi dati, ci dimostrano la presenza di una media di 98 pezzetti di microplastiche all’interno di ogni chilo di animale marino, che può essere pesce, crostacei, cozze e vongole e queste sono solo alcune delle principali cause che costituiscono in parte l’inquinamento globale. Noi alunni, frequentatori del corso, stiamo imparando che fare scelte consapevoli aiuta la crescita di noi stessi e del nostro ruolo di cittadini nel mondo. Siamo noi giovani i costruttori del nostro futuro e non dobbiamo sottovalutare i reali problemi che ci circondano. Non dobbiamo fare finta che non esistano, ma dobbiamo avere il coraggio di affrontare questi ostacoli e produrre cambiamento. Siamo una generazione nata e cresciuta nell’innovazione e siamo capaci di poter cambiare le condizioni del pianeta! Quello che facciamo oggi migliora il nostro domani, quello delle future famiglie e di chi ci sarà dopo di noi; basta veramente poco! Un educatore storico, fondatore di un’importante associazione, un po’ di tempo fa disse: “Leave this world a little better than you found it”, “Lascia questo mondo un po’ meglio di come l’hai trovato” Robert Baden-Powell. **(A.G.)**



Prof. Cesare Grasso



Angela Gallo

Il diritto dei consumatori

Nel nostro Istituto, nell’ambito del progetto “Saper (e) Consumare”, è stato avviato un percorso formativo, rivolto agli studenti del primo biennio AFM, avente ad oggetto la tematica del Diritto dei consumatori e il contrasto alla contraffazione dei prodotti. Ma perché oggi è utile un corso formativo sul Diritto dei consumatori? Partiamo da una premessa di carattere generale: ognuno di noi, a prescindere dalla sua posizione lavorativa, nella vita di tutti i giorni compie atti di consumo, e nell’acquisto di beni e servizi, spesso è necessario apprestare una vera e propria forma tutela del consumatore, identificato dall’impianto normativo attualmente in vigore come “contraente debole”. In effetti, il consumatore è un soggetto profano, che non ha contezza e consapevolezza di tutta una serie di informazioni che, invece, sono in possesso da parte del professionista, parte decisamente più forte e dotata di potere normativo maggiore rispetto all’utente fruitore del bene o del servizio. Oggi, nella moderna e contemporanea economia, gli atti di consumo sono frequenti e numerosi e spesso si inseriscono in un contesto riconducibile ad un mondo globalizzato, dove gli stessi acquisti o transazioni commerciali si svolgono su piattaforme online e digitalizzate. Il contesto odierno impone, quindi, la necessità di stabilire delle regole ancora più stringenti per apprestare idonee garanzie nei confronti del consumatore. Il mercato oggi è molto ampio, esteso ed articolato ed esige che tutta l’attività economica di impresa venga controllata affinché lo stesso produttore agisca con lealtà e trasparenza contrattuale. L’obiettivo del corso è quello di rendere noto agli studenti l’impianto normativo di tutela dei consumatori sotto il profilo dei loro diritti essenziali, consentendo loro di comprendere l’importanza e l’autonomia del processo economico, di cui essi stessi sono protagonisti ogni giorno, attraverso semplici ed elementari atti di consumo. La tutela del consumatore mira a riequilibrare una debolezza contrattuale che è insita nella posizione dell’utente rispetto al professionista, cercando anche di abbattere o quantomeno di alleviare gli effetti distorsivi di quella che viene definita “asimmetria informativa”. In qualsiasi mercato, il professionista sa cosa vendere e a chi vendere. Il cliente è spesso un soggetto ignaro di qualsiasi informazione sul prodotto, ed è mosso esclusivamente dalla necessità di soddisfare un bisogno e ricercare quel bene o quel servizio capace di colmare un vuoto o una situazione di disagio. Il corso si propone di illustrare ai ragazzi l’importanza e la ricorrenza della contrattazione standardizzata, con tutti i risvolti positivi legati alla garanzia del diritto di recesso o meglio noto come diritto al ripensamento dell’acquisto, fino ad arrivare alla garanzia prevista in favore del consumatore relativa alla responsabilità del produttore per prodotti difettosi. Un ulteriore aspetto riguarderà tutto il fenomeno della persuasione occulta, della pubblicità ingannevole, delle pratiche commerciali scorrette, del marketing aggressivo e la conoscenza delle forme di tutela per difendersi da questo fenomeno recente, che sta ormai invadendo il consumatore attraverso sistemi di messaggistica pressante e inopportuna. Si giungerà, infine, alla conoscenza dell’intervento delle Authority, ossia Autorità Amministrative indipendenti, il cui ruolo è quello di favorire la trasparenza contrattuale e limitare il potere contrattuale del professionista a danno del consumatore finale. Durante lo svolgimento del corso formativo, gli studenti saranno coinvolti in progetti di carattere laboratoriale e realizzeranno alcuni prodotti finali aventi scopo e carattere informativo.



Prof. Vito Susca





Io sono il colonnello

Gli altri siamo noi: insieme per sconfiggere il Bullismo ed il Cyberbullismo" è la denominazione del progetto che quest'anno la nostra scuola "Alpi-Montale" ha deciso di organizzare, per discutere su argomentazioni relative al fenomeno del Bullismo e del Cyberbullismo, offrendo,

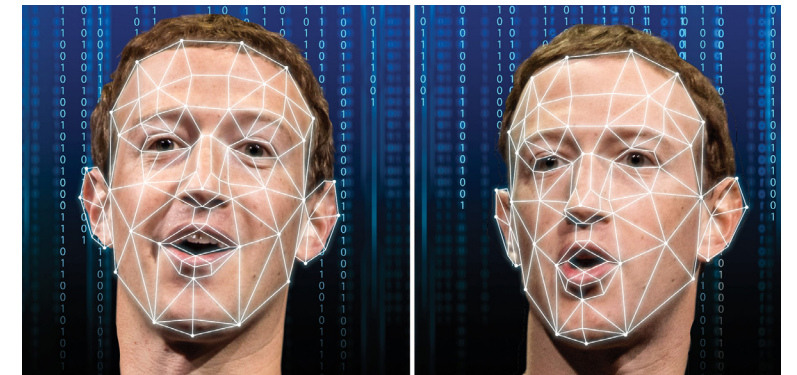
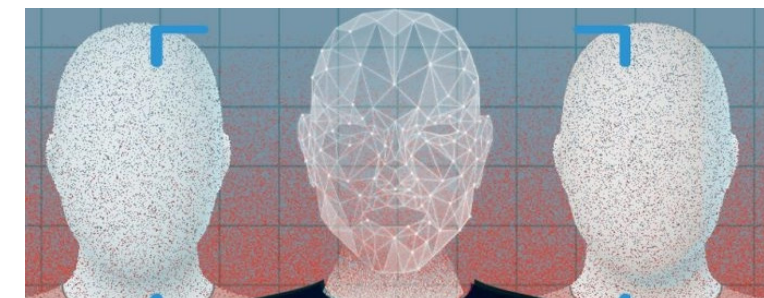
così, a noi ragazzi la possibilità di partecipare ad un ciclo di conferenze e di laboratori, al fine di discutere insieme ad esperti, per riuscire a conoscere queste tematiche, relative ad atti di violenza presenti nella nostra società, e soprattutto nelle scuole, per poterli riconoscere e magari prevenirli, facendo maturare in noi ragazzi la consapevolezza di non essere mai soli in caso di violenze subite. Il 23.3 abbiamo assistito ad un incontro didattico esperienziale dal titolo "STRUMENTI DI PREVENZIONE DELLA VIOLENZA ONLINE E OFFLINE", curato dall'Associazione Fermiconlemani, accompagnato dalla speciale testimonianza del Colonnello del Ruolo d'Onore Dott. Carlo Calcagni, che attraverso la sua intensa storia è riuscito a toccare il cuore di tutti. Il Colonnello Carlo Calcagni nasce il 30 ottobre 1968, a 20 anni si arruola nell'esercito, diventando ben presto Ufficiale di Prima Nomina presso la scuola di Paracadutismo di Pisa e completando il suo percorso formativo dapprima a Frosinone e poi a Viterbo. Dopo aver partecipato a numerose missioni internazionali, viene mandato in Bosnia nel 1996. Il Colonnello ha sempre

coltivato la passione per il ciclismo a livello agonistico, guadagnandosi 15 titoli di Campione Italiano di ciclismo e il titolo di Migliore Atleta dell'Esercito Italiano nel 2001. In tutta la sua vita ha sempre cercato di dare il meglio di sé fino alla tragica scoperta della grave patologia contratta, durante la Missione di Pace in Bosnia nel 1996. Da questo momento ha inizio il lungo calvario affrontato sempre con un'eccezionale forza d'animo, pur soffrendo tanto. A causa della sua malattia è considerato Vittima del Dovere. Negli ultimi anni, per curarsi, ha girato il mondo invano, perché la sua è una patologia causata dalla contaminazione da metalli pesanti. Con il trascorrere del tempo, la gravissima malattia multi-organo è infatti peggiorata con l'insorgenza di cardiopatia diastolica ventricolare, demielinizzazione delle fibre nervose di tipo autoimmune, poli-neuropatia, atassia muscolare, fibromialgia e sindrome di affaticamento cronico, fino alla diagnosi di Morbo di Parkinson. La presenza di concentrazione elevata di metalli pesanti (uranio impoverito, mercurio, piombo, arsenico, cadmio e tanti altri...) può provocare numerose patologie di tipo cronico degenerativo derivanti dalla loro elevata tossicità e dal tipo di contatto, in alcuni casi letale. Ogni giorno si sottopone a cure multiple e deve affrontare periodicamente terapie infusionali e trasfusioni ematiche. La sua definizione, "sono un soldato, sono un uomo e sono un sognatore" è una frase che rappresenta un esempio encomiabile per tutti i malati che non vogliono arrendersi. Se prima la sua missione era a scopo militare, ora è quella di divulgare un messaggio di speranza a tutte le persone in difficoltà, puntando sullo sport che può realmente migliorare la qualità della vita. L'onore, la dignità, la determinazione, l'altruismo, l'amore verso il prossimo, il coraggio, il sacrificio e la speranza sono le componenti fondamentali dell'indole di quest'uomo, il cui motto è quello di "mai arrendersi" e di affrontare sempre qualsiasi difficoltà con tanta voglia di vivere un istante in più!



“Saper(e)Consumare”: Cosa è un deepfake?

I deepfake sono contenuti creati da software di intelligenza artificiale che modificano in modo realistico le caratteristiche e i movimenti di un volto o corpo e imitano una specifica voce. La parola deepfake è nata dai termini “fake” (falso) e “deep learning” (tecnologia AI). Le tecniche usate dai deepfake sono simili a quelle delle app con cui ci si può modificare il volto in tutte le maniere possibili. La materia di partenza sono i veri volti, corpi e voci delle persone, trasformati in falsi digitali. Le tecnologie deepfake erano molto costose e poco diffuse. Negli ultimi anni sono stati creati app e software che creano deepfake utilizzando solo uno smartphone. Come proteggersi dai deepfake? Le grandi imprese del digitale, stanno già studiando delle metodologie per il contrasto al fenomeno, come algoritmi di intelligenza artificiale capaci di individuare i deepfake o sistemi per le segnalazioni da parte degli utenti, e stanno formando team specializzati. Tuttavia, il primo strumento di difesa è rappresentato sempre dalla responsabilità e attenzione degli utenti, per questo ci sono alcuni suggerimenti: Evitare di diffondere in modo incontrollato immagini personali o dei propri cari. In particolare, se si postano immagini sui social media, è bene ricordare che le stesse potrebbero rimanere online per sempre o che qualcuno potrebbe già essersene appropriato; Anche se non è semplice, si può imparare a riconoscere un deepfake, infatti ci sono elementi che aiutano: l'immagine può apparire pixelata o sfocata; la bocca può apparire deformata o troppo grande mentre la persona dice alcune cose; la luce e le ombre sul viso possono apparire anormali; Se si ha il dubbio che un video o un audio siano un deepfake realizzato all'insaputa dell'interessato, occorre assolutamente evitare di condividerlo e si può decidere di segnalarlo come possibile falso alla piattaforma che lo ospita; Se si ritiene che il deepfake sia stato utilizzato in modo da compiere un reato o una violazione della privacy, ci si può rivolgere alle autorità di polizia o al Garante per la protezione dei dati personali.



La pubblicità ingannevole

Nell'ambito del progetto Saper(e) Consumare, insieme ad alcuni amici della 1^ e 2^ F, stiamo partecipando alle attività di un modulo dedicato ai “Diritti dei consumatori e contraffazione”. In questo corso, il nostro “mitico” prof. Susca ci ha parlato dell'economia in generale e del commercio, e di come ciò influenza la nostra vita quotidiana. Un argomento che ci ha colpiti particolarmente è stato quello sui contenuti pubblicitari e di come, molto spesso, le pubblicità a cui assistiamo condizionano le nostre scelte poiché tendono intenzionalmente ad influenzarci tramite l'inganno pubblicitario. Abbiamo notato che esistono criteri guida per valutare se la pubblicità sia ingannevole o meno, come ad esempio se vengono descritte correttamente le caratteristiche dei beni pubblicizzati, se è riportata l'indicazione del prezzo e se ci sono indicazioni circa l'identità dell'operatore pubblicitario. Noi ragazzi molto spesso ci lasciamo guidare solo dalle immagini o dai prodotti di tendenza e siamo spesso vittime degli inganni pubblicitari. Questo progetto ci ha reso sicuramente consumatori più consapevoli.

