

DISPENSA 5

Le paure e altri impulsi che ci governano

ConVinti

**Dispense di autodifesa
dai manipolatori occulti**

Tratte dal libro:



***“Convinti:
Come difendersi dai manipolatori
di idee e desideri”***

***Tiziano Motti
Maria Grazia Cammisano
a cura di
Andrea Magnani***

Edito da:

Sì - Studi interiori

Collana: *Evoluzione* - www.rivoluzionenaturale.it
Prima edizione giugno 2008
Rivoluzione Naturale Via Orselli 36/A Forlì
www.rivoluzionenaturale.it - rivoluzionenaturale@tele2.it
ISBN 978-88-95577-35-7

Le paure e altri impulsi che ci governano

5.1 - La paura

Una delle leve più potenti che ci spingono ad agire è la paura. Basta pensare a quante campagne politiche sono concentrate sulla paura di qualcosa: “Vi riempiranno di tasse! Metteranno a repentaglio la sicurezza del vostro lavoro, ecc...”. Una delle nostre paure più forti, infatti, è quella di perdere qualcosa di acquisito. È ciò che abbiamo già visto nell'effetto dotazione. Ci sarà certamente capitato di interrompere una conversazione per rispondere ad una telefonata, magari proveniente da un numero sconosciuto. Anche in questo caso gioca la paura di perdere un'occasione. Abbiamo anche parlato del potere che ha il comportamento della massa sulle nostre azioni. Ebbene, ciò che spesso ci spinge ad agire in un modo anziché in un altro è la paura del giudizio, la paura cioè di essere additati come diversi e quindi di essere isolati. Restare nel gruppo facendo ciò che fa il gruppo, soddisfa il nostro bisogno di appartenenza e ci solleva dalla paura di sentirci abbandonati. Vediamo ora altri tipi di paure che ci inducono ad accettare una proposta.

5.1.1 - La paura di rimanere a secco

Fino a poco tempo fa avevamo la convinzione che, in campo numismatico, le monete romane fossero preziose in quanto più antiche. I collezionisti invece sanno bene che così non è. In realtà, a quanto pare, ci sono in giro così tante monete romane e di così facile reperibilità, che non sono poi così ambite dai veri esperti, nonostante abbiano più di duemila anni di storia. Nella maggior parte dei casi il valore di un oggetto è tanto più alto quanto più è raro l'oggetto in questione. Di contro, e sempre rispettando la regola della rarità, avviene che monete di emissione attuale, ma con un numero molto limitato di emissioni in circolazione, abbiano una richiesta altissima da parte dei collezionisti e valori di conseguenza molto elevati. Una cosa che non è di facile reperibilità o che non è di facile accesso diventa immediatamente, ai nostri occhi, molto più desiderabile rispetto a come sarebbe se fosse a nostra disposizione senza limitazioni. Quello che davvero ci risulta difficile da tollerare, è la perdita di libertà che percepiamo man mano che le opportunità si restringono. E, da qui, nasce un'altra manovra commerciale vincente! Nelle televendite il solo fatto di annunciare che un'offerta ci sarà fino ad esaurimento scorte oppure solo per un altro giorno, è sufficiente a farci comportare in maniera tale da non perdere l'occasione anche quando di quel prodotto potremmo benissimo fare a meno.

5.1.2 - Il gusto del proibito

Con l'esperimento del ‘non pensare a Paperino’ abbiamo visto che la negazione di un comportamento ha l'effetto di richiamare una risposta contraria. Questo fatto ha in alcuni contesti anche un'altra spiegazione. Consideriamo una persona che generalmente non guarda la tv. Supponiamo di dirle: –Questa sera, a mezzanotte, mi raccomando non guardare la tv su Canale 5!–; è probabile che nasca un interesse inatteso perché: –se si prende la briga di impormi di non guardare quel canale, probabilmente è segno che c'è qualcosa di interessante–. Vediamo un altro esempio. Pensiamo ad un venditore che ci sta offrendo un nuovo macchinario, ad esempio un nuovo robot da cucina. Dopo averci mostrato il prodotto, potrebbe dirci: –e poi ci sarebbe un attrezzo supplementare, ma se lei mi dice che ha già un pelapatate, eviterei di mostrarglielo–. A questo punto è inevitabile che la nostra curiosità si accenda e che magari siamo noi stessi a chiedere di vedere

questo nuovo marchingegno. Cioè quando ci viene sottratto o addirittura proibito qualcosa, siamo portati ad interessarci oltre la misura di un “reale” bisogno.

5.2 - Condizionati dai nostri bisogni

Il condizionamento, ossia l'associazione di due stimoli, può essere un potente strumento per sfruttare le nostre sensazioni e i nostri bisogni emozionali. Come mai proprio mentre siamo lì, davanti alla tv accesa che gustiamo la nostra cena, ci appare lo spot di una simpatica nonnina deliziata da un piatto di pasta precotta? Alle immagini del prodotto reclamizzato, inconsciamente associamo il gusto e il piacere della cena. Gli esperti di persuasione sanno che proporci un prodotto associandolo a qualcosa di piacevole, è un ottimo modo per indurci ad acquistarlo. Ecco perché in maniera anche poco subliminale, vediamo associare immagini sensuali e provocanti ai prodotti più disparati: dal liquore, all'auto, dalla moto al pneumatico, dal viaggio al telefonino. Ma quello sessuale non è l'unico bisogno stimolato dalle immagini e dai suoni delle pubblicità: distraendoci con belle immagini o situazioni divertenti, essi toccano il senso di libertà, di trasgressione, di affetto, di famiglia, di amicizia... Dal momento in cui quelle immagini ci hanno toccato l'animo, associamo quel prodotto a quelle sensazioni: ecco creata una forte motivazione d'acquisto radicata nell'inconsapevolezza delle nostre sensazioni. E' chiaro che non lo diremo mai razionalmente: “Ho comprato quell'attaccatutto, perché così posso possedere una donna nuda nella doccia” oppure “Mi sono fatta comprare quel diamante perché così posso conquistare Brad Pitt”. Eppure la nostra parte più bambina gioca tranquillamente con questi significati, mentre la nostra mente adulta cerca di trovare una spiegazione convincente di tutto ciò.

5.3 - Il bisogno di essere coerenti

–Scusi, posso farle una domanda? Lei ha pregiudizi?–. Quante volte ci sarà capitato di sentirci rivolgere frasi simili e, di sentire nello stomaco una strana sensazione di disagio? Quante volte ci siamo sentiti in dovere di rispondere che non avevamo alcun tipo di pregiudizio? E quante volte proprio in virtù di quella risposta abbiamo fatto fatica a rifiutare un'offerta? Questo accade perché la prima risposta che sono riusciti a farci dare, stabilisce una sorta di impegno inconscio nel dover dimostrare che davvero non c'è nessun pregiudizio in noi. Se ci avessero chiesto direttamente: –Lascia un'offerta per...?–, sarebbe stato molto più semplice rifiutare. In quante situazioni ci siamo sentiti incastrati da domande che ci sono state rivolte o da parole che abbiamo detto, una promessa fatta, un impegno preso? Questo accade perché ognuno di noi ha bisogno di rimanere coerente con se stesso. A tutti è capitato almeno una volta di accorgersi, dopo aver sostenuto per tanto tempo un'idea, che quell'idea fosse sbagliata. In quel caso è molto difficile ammettere di colpo l'errore. Molte persone in quella situazione continuano infatti a sostenere le loro vecchie ragioni cercando di trovare nuove spiegazioni. Mettiamo il caso che ci venga offerta un'auto nuova ad un prezzo effettivamente vantaggioso. Dopo aver deciso di acquistarla, andremo da amici e conoscenti a sventagliare l'enorme convenienza. Se accadesse che il venditore, il giorno seguente, ci avvisasse che c'è stato un errore nel calcolo del prezzo e che la cifra finale non sarà più quella concordata, ma sarà leggermente più alta, la convenienza economica che pensavamo di aver trovato si annullerebbe. In questo caso, molto probabilmente, anziché revocare il contratto d'acquisto, cercheremmo ulteriori motivazioni per giustificarlo. “E' un'auto comoda, il finanziamento ha condizioni migliori di quello dell'altro concessionario, col risparmio di consumi che avremo rispetto alla nostra vecchia auto riusciremo comunque ad ammortizzare in breve tempo il costo della nuova.”. In realtà facciamo tutto questo perché, avendone parlato tanto, ci eravamo impegnati a sostenere quell'impegno preso.

5.3 - Il senso del contraccambio

Per capire come può essere sfruttata la regola della reciprocità consideriamo l'esperimento che il prof. Tennis Regan fece alla Cornell University. Furono invitate alcune persone con una scusa, in un luogo dove incontravano Gino, l'assistente di laboratorio in incognito. In alcuni casi Gino usciva dalla sala e rientrava poco dopo con due bibite. In altri casi, Gino usciva e rientrava poco dopo a mani vuote comportandosi, per il resto, in maniera identica. Dopo alcuni minuti Gino chiedeva all'ospite di fargli un favore, cioè di acquistargli i biglietti di un concerto al quale non poteva più partecipare. La vendita riuscì con maggior successo con i soggetti ai quali Gino aveva portato la bibita. Ricevere un dono ci fa sentire in debito e quindi ci stimola a ricambiare in qualche modo. Il contraccambio è tanto potente da ampliare notevolmente la possibilità di un nostro "sì" anche quando a far richieste sono persone non particolarmente simpatiche o affabili. La stessa cosa succede quando un hare krishna ci si avvicina e ci porge un fiore dicendo che è un dono per noi. Non accetta che glielo restituiate, ma magari vi chiede la questua prima che andiate via. Un altro esempio ci viene da quello che viene chiamato "bug" dagli esperti. Si tratta di quei casi in cui vengono lasciate, nelle case di potenziali acquirenti, delle buste con prodotti da utilizzare a proprio piacimento. Difficilmente, dopo aver usufruito del cortese omaggio, ci sentiremo di mandar via il venditore senza aver fatto anche solo un acquisto minimo. In situazioni di questo genere, scatta un effetto che Cialdini definisce di 'contraccambio'. Si tratta di una delle regole di persuasione più potenti che si conoscano. "C'è un obbligo di dare, un obbligo di ricevere e un obbligo di sdebitarsi". Qualcuno potrebbe pensare che si tratti di un semplice meccanismo razionale, eppure se così fosse il contraccambio sarebbe della stessa entità del dono ricevuto, mentre ad un piccolo dono iniziale, si reagisce contraccambiando con qualcosa che, in rapporto, ha un più alto valore. Si pensi a quando ci hanno offerto la colazione: proseguendo la giornata assieme ci siamo forse sentiti in dovere di offrire il pranzo! Conviene allora essere i primi ad offrire la colazione. Ecco perché una signora che non ne vuole sapere di approfondire la conoscenza di un corteggiatore, eviterà di accettare mazzi di fiori, inviti a cena o altri regali... a meno che non abbia deciso consapevolmente di sfruttarlo.

5.3.1 - Concedere per avere

C'è poi un modello più sofisticato di contraccambio che viene definito "ripiegamento-dopo-il-rifiuto". Se un commerciante ci propone un articolo ad un prezzo troppo alto, non sarà completamente dispiaciuto se ci sentirà dire di no alla sua proposta. Questo perché, nel momento in cui mostra di accettare il nostro rifiuto, sa che molto probabilmente ci sentiremo in dovere di ringraziarlo magari acquistando qualcosa di meno costoso. Edoardo ha scoperto che se ha bisogno di avere in prestito 5 euro, è meglio partire chiedendone 10. Non solo per creare un effetto contrasto, ma anche perché in questo modo, in caso di rifiuto può rispondere: "Ok, se sono troppi, allora me ne puoi prestare almeno 5?" In questo modo, l'amico, sentendosi *accettare* il proprio rifiuto, si sente in dovere di *ricambiare*.

5.3.2 - Dare fiducia per avere onestà

Massimo è il titolare di un negozio di computer dal quale ci serviamo. Il suo atteggiamento ha sempre fatto sì che neanche ci sognassimo di rivolgerci a qualcun altro. Una volta un cliente si è recato a ritirare un monitor in tutta fretta, dimenticando il portafoglio a casa. Massimo, con tutta semplicità, gli disse: "intanto prendilo su, non ci pensare nemmeno a fare tutto quell'avanti e indietro con tutto quello che hai da fare. Me lo pagherai la

prossima volta che passi di qui, non crederai mica che abbia paura che scappi per un monitor?”. La sensazione del nostro amico fu che se avesse obiettato l'avrebbe addirittura offeso. Quando gli chiesero se gli fosse mai capitato che qualcuno non lo pagasse, e lui, sorpreso dalla domanda, rispose con un candido –“no”- e aggiunse: “E' capitato che qualcuno mi pagasse un po' più tardi ma non importa, nel frattempo abbiamo fatto un buon contratto di assistenza e ha continuato a comprare altre cose”. Con una tale dimostrazione di fiducia Massimo ci fa capire che ci ritiene una persona onesta, che mai ci sogneremmo di non pagarlo; è quindi naturale tornare da lui, non solo per saldare il debito quanto prima, ma anche per i futuri acquisti. E soprattutto torniamo da lui per ricambiare alla fiducia ricevuta. Anche questa è una formula di contraccambio e, se vogliamo, c'è anche il bisogno di rimanere coerenti ad una bella immagine, che grazie a lui, ci siamo fatti di noi stessi.

ConVinti

Dispense di autodifesa dai manipolatori occulti

Tratte dal libro:

“Convinti: Come difendersi dai manipolatori di idee e desideri”

Tiziano Motti - Maria Grazia Cammisano

a cura di Andrea Magnani

Edito da:

Sì - Studi interiori

Collana: *Evoluzione* - www.rivoluzionenaturale.it

Prima edizione giugno 2008

Rivoluzione Naturale Via Orselli 36/A Forlì

www.rivoluzionenaturale.it - rivoluzionenaturale@tele2.it

ISBN 978-88-95577-35-7