



## Tecniche di persuasione



La mente umana è così complessa da ignorarne  
finanche i confini.

Nessuno sa quali potenzialità abbia realmente il  
nostro cervello.

Non riusciamo a capire neanche perché qualcuno  
abbia un'intelligenza che va oltre l'ordinario e, di converso,  
perché altri non riescano a fare o capire cose che per  
moltitudini di umani sono ovvie.

C'è chi è capace di sviluppare difficilissimi calcoli matematici in  
pochi secondi e chi impara facilmente e velocemente più lingue.

C'è chi riesce a dominare energie vitali e stabilire misteriose  
comunicazioni con propri simili (da manuale il rapporto tra  
gemelli).

C'è chi ha predisposizioni per alcune cose ed è negato per altre.

Per secoli e secoli filosofi, medici, scienziati vari si sono  
cimentati nelle indagini più disparate, addirittura alcuni  
creando cosiddette intelligenze artificiali nell'intento di scoprire  
quelle naturali.

Ma, come è noto, senza soddisfacente esito.

Psichiatri e psicologi hanno capito, però, che nonostante i  
misteriosi e sofisticati meccanismi dell'intelligenza umana, in  
sintesi di quella capacità che noi abbiamo di legare tra loro i  
concetti e le informazioni più disparate, la mente umana ben  
può essere manipolata e asservita a volontà altrui senza  
particolari sforzi.

Gli esperti di comunicazione commerciale sanno bene che una  
martellante campagna pubblicitaria può indurre comportamenti  
di massa nella scelta di un dato prodotto.

Un giornalista sa che il titolo e l'occhiello di un articolo possono  
indurre il lettore a soffermarsi su quello anziché su altri.

Vi sono tecniche psicologiche per persuadere le persone a dati  
comportamenti ai quali difficilmente si può sfuggire.

Un venditore di automobili sa molto bene che non deve mai  
dichiarare il prezzo di un accessorio durante la trattativa per la  
vendita della vettura, perché si reputerebbe sicuramente alto e  
non conveniente per la scarsa utilità che potrebbe averne, ma

dovrà farlo solo a vendita conclusa, perché a quel punto il prezzo dell'accessorio rispetto a quello dell'auto sembrerà ridicolo e dell'accessorio parrà non poterne fare a meno.

Si pensi, ancora, all'ipotesi di uso di tecniche smaccatamente grossolane, come quando qualcuno si presenta alla persona dalla quale vuole ottenere un favore con un bel regalo: il destinatario sa bene che il questuante si sta comportando così per captare la sua benevolenza, eppure egli si predispone lo stesso in un atteggiamento di "restituzione del regalo".

Si pensi, ulteriormente, ad ipotesi di tecniche di pubblicità indirette ed occulte, come la casuale apparizione di un prodotto (in genere liquori, sigarette, acqua imbottigliata, automobili) durante un film o una trasmissione tv: tutti sappiamo che il produttore ha pagato fior di quattrini per l'inquadratura ma, al momento dell'acquisto di un bene di quel tipo, vogliamo quello che "di sfuggita" avevamo visto nel film.

A sottacere tecniche più odiose di pubblicità subliminale, quelle, cioè, dove il prodotto viene inserito in un fotogramma di un film ma non viene percepito dall'occhio (solo dalla mente) oppure di vero e proprio "lavaggio del cervello".

E' sempre molto difficile sfuggire a chi questi mezzi persuasivi li conosce.

In politica, poi, il consenso è ricercato più che sui fatti o su progetti realistici, sulla confezione che si fa del candidato o di un intero partito.

L'esempio classico è dato dal partito politico "Forza Italia" che, dalla scelta del nome al vestiario dei dirigenti, passando da parole d'ordine semplici ed immediate, musicchette e canzoncine comprese, è stato costruito a tavolino da esperti di comunicazione di massa e, in brevissimo tempo, ha conquistato il potere facendo la fortuna del suo capo e miracolando un numero spropositato di inetti.

Oggi assistiamo ad uno spettacolare meccanismo di persuasione di grandi masse del miliardario statunitense Donald Trump.

Il personaggio, che per capigliatura, denaro, modi apparentemente bonari e spiccioli ricorda molto il nostrano "zu Silviu", sta sbaragliando tutti gli avversari presentandosi con un "non-progetto" politico fatto di slogan improbabili, raffazzonati alla bell'e meglio, che suscitano l'ilarità generale.

L'uomo, all'evidenza, è stato sottovalutato dai politici consumati e da stampa e televisione che lo ritenevano come il clown nelle rappresentazioni circensi, che appare tra un numero e l'altro

per divertire il pubblico.

Grave errore non considerare che una persona che è riuscita ad accumulare enormi ricchezze non abbia capacità, intuito e scaltrezza da vendere.

Gli americani si stanno ora accorgendo che la macchina di persuasione che ha messo in movimento è micidiale.

Se i big del partito repubblicano degli USA sono stati messi alla corda, e qualcuno alla berlina, da un personaggio che sfiderà il candidato democratico mettendo in fila una serie di corbellerie che neanche un comico da sagra di paese avrebbe il coraggio di sciorinare, ci sarà sicuramente un perché.

Vedere tanta gente che nella vita si è fatta strada con intelligenza e serietà spellarsi le mani per applaudire Donald quando, trattenendosi dal ridere, dice che una volta al potere vieterà ai musulmani l'ingresso negli Stati Uniti o che romperà le relazioni con il Regno Unito per l'antipatia che nutre nei confronti del capo dell'esecutivo, impone serie riflessioni.

Tutti sanno che ciò che dice Donald è semplicemente surreale, eppure a milioni lo votano e lo voteranno perché non riescono a sottrarsi al fascino delle sue parole che obnubilano il raziocinio.

Lui parla "alla pancia" della gente ben sapendo che governare gli istinti assicura facili vittorie.

Il tempo, poi, provvederà a sopire gli inevitabili ripensamenti.

Donald sa bene che al momento opportuno si lasceranno le chiacchiere per le cose serie e si cironderà di tecnici e dirigenti capaci e non di "nani e ballerine", come fece a suo tempo "zu Silviu".

Intanto, manipola le menti di milioni di americani lasciati senza un antidoto.

Prima di qualche catastrofe, bisognerebbe, per legge, fornire al mondo gli anticorpi.