



e-mail

password

Login

Iscriviti

Cerca

Le Notizie di Informatutto

- [Home Page](#)
- [Torna Indietro](#)
- [News](#)
- [Eventi](#)
- [Il Cercatutto](#)
- [Amico Prezzo](#)
- [Salute e Benessere](#)
- [Credits](#)
- [Disclaimer](#)
- [Privacy Policy](#)
- [Contattaci](#)

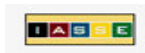


08-04-2010

Conferenza "Feng Shui e istinto profondo" a Roma

Entra nel mondo informatutto

[ISCRIVITI](#)



LA POTENZA DELL'INCONSCIO IN POLITICA

Perché la pubblicità in politica è patetica?

A questa risposta si può rispondere che gli esperti della comunicazione che lavorano per i nostri politici utilizzano tecniche obsolete della persuasione che non tengono in considerazione l'evoluzione delle abitudini e della cultura umana. Questo è il pensiero che Lino Missio, noto psicologo esperto in comunicazione ha del settore del marketing politico.

Così durante il periodo delle elezioni, afferma Missio, ci troviamo a sopportare slogan patetici o a vederci regalare gadget insignificanti che mirano solo a stimolare una delle regole di pseudo-persuasione più gettonata dalla politica: quella della reciprocità.

Per chi non lo sapesse, il principio della reciprocità, meglio conosciuto come la regola del contraccambio, si basa sul concetto: "Io do una cosa a te, così tu dai una cosa a me".

Per cui non è un caso che partiti politici ci mettono in mano piccoli oggetti inutili con lo scopo di ottenere il voto. Grazie a Dio, spiega Lino Missio, l'evoluzione ci ha resi più forti e immuni da queste tecniche, a tal punto che oggi ci appaiono banali e scontate.

Suona però strano pensare che la pubblicità politica non influenzi le nostre decisioni. Ma questo vale in tutti i campi?

In altri settori, sostiene lo psicologo Lino Missio, c'è più stile. In quello automobilistico ad esempio. "Le case costruttrici di autoveicoli, usano strategie potenti che ci fanno apparire vecchie e sorpassate automobili che sono in commercio solo da due anni".

Ma quale è la magia utilizzata?

"Le regole sono semplici, basta che siano pensate per il nostro inconscio".

Parlare, quindi, alla nostra parte razionale non serve: a pilotare le nostre decisioni e il nostro comportamento è l'inconscio.

Dunque funzioniamo come una televisione: così come per cambiare canale occorre puntare il telecomando sul sensore degli infrarossi, per cambiare le nostre scelte occorre indirizzare i messaggi al nostro inconscio.

Luigi Augusto
Informatutto.info



Andy Warhol - Shadow, 1981

[TORNA INDIETRO](#)



Cerca



Il Cercatutto



Farmacie di Turno Liguri

- ◆ Cura della persona
- ◆ Free Time
- ◆ Guide e Partner
- ◆ La Via degli Artisti
- ◆ Mangiare e bere
- ◆ Musica e Strumenti
- ◆ Pubblicità e servizi
- ◆ Shopping
- ◆ Spazio Libero
- ◆ Tutto per la casa
- ◆ Veicoli e Officine
- ◆ Viaggi e Vacanze



Studio Viale Von Der Goltz



Gruvallet



Danilo Gosti



Beriocafé



Editore Informatutto



Moretticomunicazione



Big Ramona



Lino Missio



Europarums



Celestino77