

Andrea Pellegrino*

INDAGARE L'OCCULTO

Tecniche e trucchi psicologici utilizzati dai falsi medium

Come un medium ci può illudere di sapere tutto su di noi

Non tutti sono a conoscenza di alcune tecniche psicologiche che vengono utilizzate da falsi maghi, indovini e medium finalizzate a dare l'illusione di possedere un sesto senso. Si tratta di un complessa miscela di accorgimenti, osservazioni, modalità di esprimersi e di utilizzare informazioni. Stiamo parlando della lettura a freddo (**cold reading**), la tecnica di "leggere" le persone. Il risultato può essere davvero sbalorditivo e può seriamente indurre i clienti, specialmente quelli più suggestionabili, a credere di trovarsi dinanzi a un sensitivo che, attraverso la sua medianità, è in grado di percepire fatti, aneddoti, nomi e persino date che li riguardano e che il sensitivo non poteva sapere.

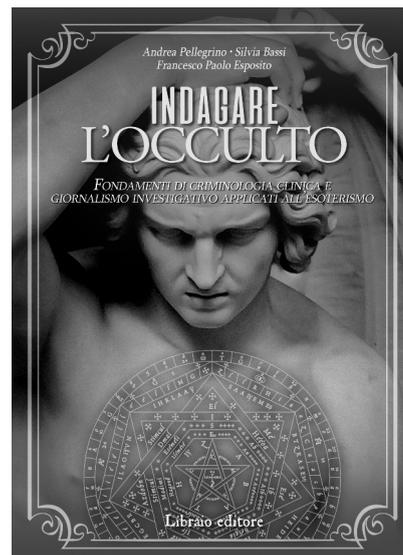
Per arrivare a questo risultato ci sono diverse fasi e, prima della lettura a freddo, c'è la lettura a caldo (**hot reading**) che generalmente si effettua prima di incontrare la persona che sarà oggetto di consulto (può essere una divinazione con gli strumenti classici o una seduta medianica) e che consiste nel raccogliere informazioni sul suo conto (come raccontava il medium Lamar Keene) attraverso modalità che possono spaziare da internet, i social network, conoscenze, vicini di casa e, come è capitato in alcuni casi, persino il pedinamento da parte di complici.

Una volta ottenute le informazioni la strategia del presunto medium è quella di rivelarle al momento giusto. Supponiamo che il soggetto in questione abbia appena acquistato una casa. Durante la lettura dirà una frase del tipo: "Il mio spirito guida mi sta mostrando un simbolo, un disegno che raffigura un quadrato e un triangolo. Sembra il simbolo di una casa. Ha per caso appena traslocato o comprato casa?". A questo punto nella mente del cliente, particolarmente colpito dalla precisione della "rivelazione", inizierà a verificarsi il meccanismo di seguire la prima impressione e attuare un processo che porterà a ricordare solo le cose "azzeccate" e dimenticare, o non tenere conto, di tutte le altre sbagliate.

Tuttavia questa tecnica ha dei chiari limiti. Se il medium ha la possibilità di richiedere informazioni, essendo queste già verificate, sarà facile fare breccia nel cliente tirandole fuori con le giuste modalità e nei tempi opportuni. La cosa diventa infattibile qualora il postulante sia un perfetto sconosciuto, visto dal medium per la prima volta al momento della consultazione. Qui



* **Andrea Pellegrino** è giornalista (ODG Lombardia) e scrittore. Laureato in Scienze dei Beni Culturali (Università degli studi di Milano) si è perfezionati in criminologia clinica e psicopatologia forense (Università degli Studi di Milano, Istituto di medicina legale). È specializzato in storia e letteratura dell'esoterismo occidentale, simbolismo e nuovi movimenti religiosi, redattore e ufficio stampa della Libreria Esoterica Milano, vicedirettore della casa editrice "Libraio Editore". Tiene conferenze, corsi e seminari sulle tematiche relative all'esoterismo, affrontato dal punto di vista letterario, storico e antropologico. Tramite Gruppo Anima conduce convegni, documentari e interviste ad esponenti del mondo dell'editoria, cultura e spettacolo.



La copertina del libro *Indagare l'Occulto. Fondamenti di criminologia clinica e giornalismo investigativo applicati all'esoterismo*, di Andrea Pellegrino, Silvia Bassi, Francesco Paolo Esposito, Libraio Editore 2019, da cui è tratto l'articolo

entra in gioco la lettura a freddo (cold reading), che si basa sull'osservazione di dettagli e indizi che, pur essendo vaghi, sono in grado di dire molto su una persona.

Linguaggio vago, principio di autorità, osservazione, deduzione

La prima regola per una buona lettura a freddo è quella di non scendere mai nel dettaglio, almeno per la parte iniziale. Si tratta di adoperare un linguaggio vago, con espressioni che non si possono contraddire e che sono adattabili a qualsiasi tipo di persona. La fase successiva consiste nel cominciare a fornire sempre più dettagli, in maniera insistente, in modo che, tra tutte le affermazioni esternate, almeno un paio siano giuste. Questo può sembrare assurdo, eppure non è così. Ciò che porta il cliente a fidarsi delle parole del medium e a non rendersi conto di questi meccanismi è il principio di autorità, ovvero la convinzione che, se ci siamo rivolti a un medium (ma può essere anche un cartomante o un mago) è



M. Lamar Keene, il medium di Tampa (1936-1996) ammisse nel libro The Psychic Mafia scritto da Allen Spraggett (St. Martin's Press, NY 1976) che tutte le sue attività psichiche erano state condotte in modo fraudolento, facendo leva su aspetti psicologici in soggetti con "sindrome del vero credente", termine da lui stesso coniato

perché si sottintende che quest'ultimo abbia fatto un percorso particolare, possieda delle doti o delle conoscenze. Si considera, per l'appunto, un'autorità nel suo settore e non una persona come tutte le altre.

Questo aumenta parecchio l'aspettativa del consultante. È come fidarsi di un esperto in un settore e, in questo caso, nel predire il futuro o comunicare con l'aldilà. La prima fase di osservazione porta a carpire tutto ciò che è possibile dall'aspetto del cliente: anni apparenti, sesso, rango sociale, aspetto generale, vestiti, stile, gioielli indossati, fede al dito, orologi d'oro ecc. Già da come una persona è vestita si può intuire il suo carattere o la fase che sta attraversando. Si possono dedurre aspetti della sua personalità a seconda che indossi un vestito classico, elegante, oppure sgualcito e appariscente. Se ha i capelli tinti, le mani curate oppure no, se è particolarmente truccata ecc. Questa prima osservazione è fondamentale per capire quali

possono essere i desideri, le ambizioni e i problemi per i quali il cliente si rivolge al medium. Se il soggetto fosse un ragazzo di venticinque anni sarebbe alquanto improbabile che il suo desiderio sia, ad esempio, quello

di avere dei figli. È molto più probabile che voglia interrogare gli spiriti sul suo futuro lavorativo o su una situazione sentimentale. Una volta individuata la tematica da affrontare, una frase del tipo: "Hai già vissuto alcune esperienze che per te sono state importanti. Tuttavia la strada è ancora lunga, vedo un cambiamento entro l'anno e una nuova situazione lavorativa che ti farà crescere e maturare, dandoti la possibilità di sperimentare ciò che ancora non sei riuscito a fare" potrà essere l'input per farsi dare nuovi dettagli e approfondire la lettura. Se il medium si dovesse trovare di fronte a una donna spettinata, senza stile, con le mani rovinare o magari il viso segnato dalla stanchezza, una frase del tipo: "Hai dedicato molto tempo agli altri, ti sei messa sempre in secondo piano sacrificandoti. Ora è tempo di dedicare più attenzione a te stessa e volerti più bene" potrebbe fare pieno centro.

Come la lettura a freddo condiziona il nostro cervello: la piramide di Maslow

Tra il 1943 e il 1954 lo psicologo statunitense Abraham Maslow concepì il concetto di *Hierarchy of Needs* (gerarchia dei bisogni o necessità) che da allora non fu mai smentita. Secondo questa tesi, oltre ai bisogni fisiologici del corpo (respirare, mangiare, dormire ecc) che, se non contemplati possono portare alla morte, esistono anche dei bisogni primari della mente che, qualora non soddisfatti, possono portare ad altrettanti disturbi seri e, in alcuni casi, persino alla morte diretta (suicidio) o indiretta (ad esempio dipendenza da droghe o alcol). Per soddisfare questi biso-

gni, secondo Maslow, siamo disposti a tutto. La gerarchia dei bisogni primari è stata spesso riadattata a seconda del contesto e dell'argomento preso in considerazione ma, generalmente, si può riassumere in quanto segue:

● **Sicurezza**, ovvero il bisogno di sapere che esiste qualcosa o qualcuno in cui credere o sul quale fare affidamento. In una lettura a freddo questo bisogno può essere soddisfatto da frasi come: "Supererai questo momento difficile, tutto si risolverà".

● **Varietà**, in quanto la noia è un nemico letale del cervello umano. Evitare il senso di alienazione è una delle cose per noi più importanti. Basti pensare al business del divertimento, dello svago e delle distrazioni. In una lettura a freddo questo bisogno può essere soddisfatto da affermazioni come: "Presto farai un viaggio entusiasmante", oppure: "Avrai un incontro che sconvolgerà la tua vita".

● **Riprova sociale**, ovvero il ricevere considerazione dagli altri, essere ben visti e approvati. Facciamo di tutto per averla, dal titolo di studio a vincere gare o concorsi. In senso negativo questo senso di riprova può trasformarsi in mancanza di scrupoli per il raggiungimento dei propri obiettivi, imposizione sul prossimo e prevaricazione. Per soddisfare questo bisogno in una lettura a freddo, solitamente il medium cerca di far sentire speciale il soggetto della sua lettura con frasi del tipo: "Sei una persona meravigliosa e presto chi ti sta a cuore se ne accorgerà".

● **Amore**, nel senso di amare e di essere amati. Pur di avere l'amore altrui, a volte, si arriva persino ad annullarsi e vivere per l'altro. La maggior parte delle persone che si rivolgono a maghi, cartomanti o medium lo fanno per problemi di natura sentimentale. Solitamente la risposta non tarda ad arrivare e fornisce l'appagamento di questo bisogno primario: "Adesso va male, ma presto troverai la persona della tua vita".

Le quattro fasi della lettura a freddo

Fishing: ottenere informazioni. Il requisito fondamentale per la riuscita di una lettura a freddo è quello di carpire più informazioni possibili. Questo,

come abbiamo visto in precedenza, è possibile farlo sia con l'attenta osservazione dell'aspetto fisico del soggetto, il sesso e l'età, sia con domande più o meno velate. Questo secondo metodo prende il nome di *fishing*, ovvero "prendere il pesce all'amo", "gettare l'esca". Le domande non sono mai dirette ma mascherate da affermazioni, in modo da poter poi verificare la reazione o un cenno di risposta. Se ci si trova davanti a una persona ben vestita, ad esempio, si potrebbe affermare: "Lei deve essere una persona molto ordinata, è così?". Un altro tipo di domanda accidentale è

quella che avviene dopo un dettaglio o un'affermazione: "Vedo un uomo con i capelli neri nella tua vita, a chi pensi possa riferirsi?". C'è poi la domanda deviata, ovvero si butta la domanda in mezzo al discorso, come se fosse una cosa normale, in modo da non far capire che gli si sta chiedendo qualcosa. Ad esempio: "E dove mi hai detto che lavori?". Lo scopo di questa fase è insomma quella di "estorcere" più informazioni possibili senza dare l'impressione al consultante di essere sotto interrogatorio.

Effetto Barnum: definire la persona. I dati raccolti nella fase iniziale devono ora mescolarsi bene con la persona ed essere utilizzati per stilare il suo profilo e le caratteristiche salienti della sua personalità. Tutto questo può essere attuato attraverso l'illusione dell'individualità. Tutti credono di essere unici, speciali e avere la propria individualità. Questo ovviamente è per certi versi vero, ma gli elementi che accomunano o differenziano le persone sono molti. Ad esempio il sesso e l'età apparente sono i primi elementi da prendere in considerazione. Questo perché, naturalmente, la vita è fatta di cicli e tappe ben definite. Una donna di trent'anni, nella maggioranza dei casi, ha una famiglia oppure la desidera. Un uomo invece è più concentrato sulla carriera.

Mettiamo il caso che il medium si trovi davanti a una donna e a un uomo di circa trent'anni. Che percezione avranno di loro stessi? Cosa desiderano? Quali obiettivi vogliono raggiungere nella vita? Una lettura rapida per una donna potrebbe essere: "Il mio spirito guida mi sta dicendo che sei una persona molto generosa, con uno spiccato senso materno che si



rispecchia in atteggiamenti protettivi. Ti impegni per gli altri senza chiedere nulla in cambio. Ti impegni per la tua famiglia con la stessa dedizione che hai per il lavoro e la responsabilità”.

Per l'uomo, invece, la lettura sarà molto più plausibile con queste caratteristiche: “Hai l'energia tipica di chi sa cosa fare nella vita, di chi ha un obiettivo e fa di tutto per conseguirlo, lavorando sodo. Ancora non hai raggiunto il vertice, ma ti stai applicando per riuscirci e presto i tuoi sforzi saranno ricompensati, ma non sarà facile”. Questo tipo di analisi prende anche il nome di “Effetto Barnum” per il quale ogni individuo, posto di fronte a un profilo psicologico che crede a lui riferito, tende a immedesimarsi in esso ritenendolo preciso e accurato, senza accorgersi che quel profilo è abbastanza vago e generico da adattarsi a un numero molto ampio di persone. Questo particolare processo psicologico fu approfondito alla fine degli anni '40 dallo psicologo americano Bertram Forer che invitò una quarantina di suoi studenti al primo anno dell'Università della California a compilare un questionario grazie al quale avrebbe stilato un profilo psicologico personalizzato e dettagliato per ciascuno di loro. In realtà il profilo che consegnò, a loro insaputa, era identico per tutti. La reazione degli studenti fu davvero interessante in quanto tutti si immedesimarono nella stessa descrizione. Ecco i tredici punti salienti sui quali era basata la descrizione del profilo psicologico:

- Hai molto bisogno che gli altri ti apprezzino e ti stimino.
- Hai una tendenza ad essere critico nei confronti di te stesso.
- Hai molte capacità inutilizzate che non hai volto a tuo vantaggio.
- Pur avendo alcune debolezze nel carattere, sei generalmente in grado di porvi rimedio.
- Il tuo equilibrio sessuale è stato in qualche modo problematico.
- Disciplinato e controllato all'esterno, tendi ad essere preoccupato ed insicuro dentro di te.
- A volte dubiti seriamente di aver preso la giusta decisione o di aver fatto la cosa giusta.
- Preferisci una certa dose di cambiamento e varietà e ti senti insoddisfatto se obbligato a restrizioni e limitazioni.
- Ti vanti di essere indipendente nelle tue idee e di non accettare le opinioni degli altri senza una prova che ti soddisfi.
- Hai scoperto che è imprudente essere troppo sinceri nel rivelarsi agli altri.
- A volte sei estroverso, affabile, socievole, mentre altre volte sei introverso, diffidente e riservato.
- Alcune delle tue aspirazioni tendono ad essere davvero irrealistiche.
- La sicurezza è uno degli obiettivi principali nella tua vita.

Tecnica a specchio: svelare segreti. In questa fase il medium, se è stato bravo a raccogliere sufficienti informazioni, può cominciare a dare l'impressione di rivelare segreti o informazioni personali delle quali non potrebbe essere a conoscenza, se non con l'utilizzo della sua medianità e dei suoi “poteri”. Si tratta di leggere la persona al contrario, mettendosi dalla sua parte. Se abita in città, e magari dalle informazioni precedenti il veggente ha capito che si tratta di un soggetto stanco del suo lavoro, una frase giusta potrebbe essere: “Il caos, il traffico, lo stress, non sei fatto per viverci in mezzo. Sei una persona migliore, che sa cosa conta davvero nella vita: mangiare bene, rilassarsi, gli amici, queste sono le cose per cui vale la pena vivere magari in campagna”.

Consideriamo che tutti abbiamo esperienze simili, tutti adoriamo collezionare oggetti, tutti abbiamo nell'armadio ricordi antichi. Le donne hanno passioni che le accomunano, collezionano vestiti che il più delle volte non mettono. Da giovani scrivono diari, conservano lettere e fotografie. Gli uomini, in genere, amano lo sport o l'attività fisica e sono più pragmatici. Durante la lettura a freddo si possono sfruttare questi fattori per rivelare dettagli “unici”. Sembra banale, ma se il medium ha fatto un bel lavoro faranno un effetto potentissimo.

Predire il futuro. Questo è lo scopo, più che dei medium, di astrologi e cartomanti. Ma spesso anche la finalità di coloro che si rivolgono ai medium è quella di dissipare la paura del domani. Le previsioni fatte possono essere di tre tipi. Precise, del tipo: “A Gennaio troverai il nuovo lavoro”, ma molto rischiose. Generiche, del tipo: “Presto farai un viaggio”. Questo tipo di previsione ha molta possibilità che si realizzi. Infine 50/50, del tipo: “Entro sei mesi cambierai lavoro”. In questo modo la previsione ha ben sei mesi di tempo per avere la fortuna di avverarsi. Se ciò non dovesse accadere, il consultante non ne avrebbe comunque percezione in quanto in una seduta difficilmente il medium (o in questo caso l'indovino) fornisce solo una previsione. Solitamente mescola previsioni vaghe, alcune 50/50 e al massimo un paio precise. Il soggetto, in genere, per un processo di selezione mentale, ricorda solo le previsioni avverate e tende a dimenticare tutte le altre che sono state vaghe o non particolarmente utili.