

## Troppe mail? Attenti al “bias di sincronicità”



di **Andrea Granelli**

La fallacia è generalmente un consapevole errore argomentativo nascosto, costruito ad arte. Usarla è come barare al gioco. L'ambito di applicazione è la retorica. Il bias cognitivo, invece, è un'inconscio scorciatoia del ragionamento che non va buon fine. Il suo ambito è la neuroscienza. Se le euristiche (il termine tecnico delle scorciatoie) sono generalmente un meccanismo efficiente del cervello, una sorta di pilota automatico che ci fa prendere in emergenza decisioni rapide senza soppesare troppo il contesto, talvolta il meccanismo si inceppa e nascono i bias cognitivi, che risultano inefficaci sia perché acquisiscono dati errati, sia perché li valutano erroneamente. Olivier Rebolus ci aiuta a separare in modo illuminante gli ambiti della retorica da quelli della neuroscienza e lo fa rinunciando a una distinzione tra convincere e persuadere:

- Pietro mi ha persuaso CHE la sua causa era giusta (è arrivato, cioè, a farmi credere). È un call to reasoning
- Pietro mi ha persuaso A difendere la sua causa (è arrivato, cioè, a farmi fare qualche cosa, senza che necessariamente io ci creda razionalmente o ne sia consapevole). È una call to action.

Questa distinzione è capitale per comprendere i meccanismi di “convincimento” della retorica e il funzionamento degli automatismi del cervello studiati dalla neuroscienza. Il secondo meccanismo – «persuasione A» – non appartiene, secondo Rebolus, in senso proprio alla retorica ma è l'ambito della neuroscienza e dei meccanismi istintivi che funzionano sotto la soglia di attenzione. Questa premessa per introdurre un automatismo implicito molto pericoloso che sta emergendo nel lavoro grazie alla diffusione del digitale: l'esplosione del numero di mail inviate e ricevute. L'invio di mail a più persone ipotizza un collegamento implicito (ma non necessariamente veritiero) relativo all'interesse per l'argomento e all'urgenza di lettura tra chi invia la mail e chi la riceve. Ciò può generare quello che potremmo chiamare un bias di “sincronicità”: nel momento in cui invio una mail a diverse persone, sono convinto che le persone non solo siano interessate all'argomento ma lo vogliono leggere subito. La realtà, però, è molto diversa: le persone sono probabilmente interessate all'argomento ma, se lo sono, non necessariamente vogliono

leggere la mail adesso. Il loro rapporto con l'informazione ricevuta è dunque di tipo asincrono. La leggeranno solo quando avranno il bisogno di farlo (ad esempio per affrontare un tema specifico); e nel momento in cui decidono di leggere questa informazione, devono anche confrontarla e integrarla con altri elementi di conoscenza legati all'argomento, al fine di avere un punto di vista aggiornato ed esaustivo. Devono quindi poter ricostruire in modo completo tutto ciò che devono sapere... e in questo processo quella mail è solo una delle fonti (e spesso non facilmente recuperabile). Questo bias nasce da una comprensione parziale del tempo, che nel mondo del lavoro è assimilato alla sua dimensione quantitativa, misurabile: il contenuto dei cronoprogrammi, il tempo delle milestone, dei tempi di consegna, il tempo-uomo che caratterizza il costo delle attività. Nella cultura greca, invece, esistevano due divinità legate al tempo. Il primo era il tempo che si può (e si deve) misurare di cui parlavamo poco sopra. Questo tempo – di fatto il tempo ufficiale e pubblico – era rappresentato da Chronos, Saturno per i latini, il dio che mangia i figli per sottometterli e non essere da loro spodestato. Celebre è il quadro di Goya che lo rappresenta, esposto al Museo del Prado di Madrid. Questa rappresentazione inquietante dipende dal fatto che il tempo ufficiale ci impone azioni, entra nella nostra vita e, in un mondo sempre più frenetico, arriva a dominarci e a toglierci il respiro vitale. Una seconda divinità (e quindi forma) del tempo è il cosiddetto tempo opportuno, kairos per i greci od occasio per i latini, il cui compito era, invece, di tutelare gli uomini, suggerendogli il momento opportuno in cui agire.

La sua importanza nasce dal fatto che non basta avere le competenze per fare le cose bene: un cacciatore può essere abilissimo nello scoccare le frecce con l'arco, ma se non scocca la freccia nel momento giusto non colpisce la preda. Lo stesso vale, per esempio, per le decisioni: quante volte decisioni corrette sono state prese nel momento sbagliato. Interessante la sua rappresentazione: un daimon (una sorta di spirito buono, di angelo custode) con le alucce ai piedi, con una folta capigliatura davanti e completamente calvo nella parte posteriore della testa. Come mai questa strana raffigurazione? Per ricordarci che, se non siamo pronti a cogliere il momento opportuno, ci vola via e non possiamo neanche – last minute – prenderlo per i capelli. E forse una maggiore sensibilità al kairos ci proteggerà anche dal bias di sincronicità.

