

**Studio Carlo Luigi Ciapetti**  
**21° CONVEGNO SUL RISCHIO BENE NEL LEASING**  
*Verso la ripresa, in un mondo diverso*  
Hotel Albani - Firenze - 14 Ottobre 2010

**Come pensano il fornitore e il conduttore**

*di Alessandro Bertirotti*

*Docente di Antropologia della Mente e Psicologia Generale, Università di Firenze e Genova*

Quando si cerca di capire in quale modo la mente produce il pensiero, ci si accorge che, anche dopo millenni di studio, il mistero non è ancora del tutto svelato.

D'altronde, non potrebbe essere diversamente, visto che conosciamo i processi neurocognitivi che ci conducono al pensare, ma non abbiamo ancora scoperto da quali precise reazioni biochimiche ed elettriche nascano le idee e le opinioni.

È utile dunque precisare, fin da subito, che il termine *pensiero* è qualcosa che si riferisce ad una serie infinita di capacità e di abilità mentali, tutte rivolte all'acquisizione ed all'esercizio di altrettante competenze.

Potremmo dunque affermare che *il pensiero è la codificazione di atteggiamenti mentali, grazie alla quale ogni essere umano riesce a controllare i dati della realtà e la sua posizione all'interno dei dati stessi*. In altri termini, grazie al pensiero - che esiste solo sotto forma di *pensato*, proprio perché codificato all'interno di un sistema di segni che lo esprime concretamente - ogni essere umano sviluppa e mette a punto precise strategie adattative.

Con il pensiero si risponde positivamente alle sfide che la realtà impone e, sempre con il pensiero, si interroga il mondo, cercando di dare una spiegazione a quello che ci appare ancora troppo oscuro. In sostanza, il Primo Teorema di Incompletezza di Godel è particolarmente veritiero per quello che concerne la conoscenza della mente perché recita: *Qualsiasi sistema di assiomi abbastanza complesso non è completo, cioè esistono enunciati di cui non si può dimostrare né la verità né la falsità all'interno del sistema*.

Partendo da questi presupposti, con i quali abbiamo definito i limiti delle nostre operazioni mentali, e prima di considerare *il pensare* in particolare, riferito in specifico al fornitore e al conduttore, vediamo in che cosa consiste effettivamente il pensare umano in generale.

Ogni processo mentale è un ragionamento, consapevole o meno, fatto per giungere alle possibili soluzioni di un problema. L'evidenza di problemi, col ripetersi dell'abitudine a risolverli, non viene percepita dalla mente. Si prenda ad esempio il problema di trovarci di fronte ad una curva improvvisa quando stiamo percorrendo un rettilineo: oltre alla sorpresa - che deve comunque essere controllata e gestita, per essere poi in grado di rispondere al problema rappresentato dalla curva - dobbiamo certamente reagire per risolvere *il problema curva improvvisa* e lo facciamo attuando quelle manovre necessarie per svoltare, per diminuire la velocità, per scalare la marcia dell'auto, e così via. Come vedete, *il problema curva improvvisa* richiede un soluzione repentina, quasi automatica, nell'esecuzione delle manovre di reazione necessarie. La mente procede assai velocemente nella soluzione dei problemi quando questi siano in qualche modo parte di soluzioni precedenti, mentre impiegherà invece un tempo maggiore nella soluzione di problemi che si presentino come novità.

I problemi dei singoli individui acquistano un valore particolarmente alto quando sono comunicabili e comunicati, perché la loro soluzione richiede l'intervento di un gruppo di persone, in grado di aver compreso la portata del problema e la necessità di una sua soluzione condivisa. Ecco perché diventa importante la comunicazione dei problemi all'interno di un gruppo di persone fidate, mentre diventa decisamente pericolosa quando ci si trovi in situazioni di eccessiva competizione fra i singoli membri del gruppo.

È necessario a questo punto precisare e differenziare l'azione del *pensare* con quella del *ragionare*. Si *pensa* quando si raccolgono informazioni circa una situazione, una circostanza oppure su alcune persone, mentre si *ragiona* quando, come abbiamo detto prima, si cercano soluzioni. E queste si basano ovviamente sui dati raccolti dall'azione del pensiero, che è senza dubbio la parte iniziale di ogni ragionamento. Questo, inteso come parte successiva al pensare, può essere di tipo deduttivo oppure induttivo, ossia rispettivamente procedendo dal generale al particolare oppure dal particolare al generale.

La nostra suddivisione teorica tra pensiero e ragionamento è solo un espediente utile alla narrazione di quanto stiamo trattando, perché nel funzionamento cognitivo della mente non esiste ovviamente tale distinzione. Nel nostro caso, ossia in riferimento al ragionamento del fornitore e del conduttore, tale suddivisione è cruciale perché evidenzia quanto sia importante, all'interno di qualsiasi azione di pensiero, raccogliere i dati che provengono dalla realtà esterna a se stessi e come questi diventino la "materia prima" con la quale operare il ragionamento: con il ragionamento organizzo i dati all'interno di un insieme che mi permette di comprenderne i legami, le relazioni e le reciproche influenze, e grazie a questo processo alimento in me sia l'autostima che la *motivazione* che mi induce alla risoluzione dei problemi.

Il procedimento appena espresso è tipico di qualsiasi essere umano, a qualsiasi cultura appartenga, anche se differiscono ovviamente i codici con i quali viene rappresentato e gli oggetti di riferimento reali per cui si attua. In sostanza, tutte le popolazioni umane pensano, ossia raccolgono i dati disponendoli all'interno di sistemi di significato, ma utilizzano criteri diversi per problematizzare, ossia ragionare sui dati così assemblati per trovarne possibili soluzioni interpretative.

Il riferimento che prima abbiamo fatto al concetto di *motivazione* diventa ora importante per comprendere il funzionamento del ragionamento operato dal *fornitore* oppure dal *conduttore*: è proprio la *motivazione* che guida il nostro *pensare* e il nostro *ragionare*, che guiderà anche il pensare e il ragionare del fornitore e del conduttore.

Si hanno in genere due tipi di motivazione:

- Ø la *motivazione intrinseca* che si esplicita senza la presenza di incentivi, rinforzi oppure premi; essa soddisfa bisogni personali interni ed è in genere poco condivisibile;
- Ø la *motivazione estrinseca* che si esplicita culturalmente come meta condivisa e conforme a paradigmi di conformità all'ambiente, con tratti di *ritualismo*.

Nelle frasi che riportiamo più sotto, raccolte dallo Studio Ciapetti nella pratica quotidiana, si evidenziano chiaramente i due tipi di motivazione, che vengono utilizzati a seconda del caso.

Le risposte con la motivazione intrinseca sono legate ad una risposta nella quale il fornitore si mette in gioco in prima persona, attribuendo a se stesso la responsabilità di quello che afferma.

Le risposte con la motivazione estrinseca sono invece quelle nelle quali il fornitore cerca di attribuire all'esterno della propria volontà la causa di un suo comportamento, come se volesse indicare che non poteva ragionare diversamente e che le sue parole sono il frutto delle circostanze e non di una sua decisione.

Ecco la serie di risposte date agli impiegati dello Studio Ciapetti a richieste di chiarimenti su una pratica di leasing, cominciamo dal fornitore:

- Ø Appena avrò tempo vi risponderò.
- Ø Ho fatto tanti leasing e nessuno ha mai chiesto questo !
- Ø Quello che chiedete è tutto nell'offerta ! (*quasi mai vero*)
- Ø Non ho questi dati, io la macchina ancora non ce l'ho !
- Ø Quel documento non ce l'ho perché la macchina è ancora in costruzione.
- Ø Se non mi arriva l'ordine non vi do informazioni di sorta.

- Ø Senza autorizzazione del conduttore non vi rispondo.
- Ø La società di leasing ha già dato l'OK e non vi dico nulla !
- Ø Ma che cosa volete da me ? Dovete contattare il conduttore, è lui che ha chiesto il leasing !
- Ø Ma questo è compito del costruttore, non mio !
- Ø Stiamo parlando di una marca leader mondiale, figuriamoci se danno quello che volete !
- Ø Quello che mi state chiedendo è assurdo.
- Ø Mi passi il responsabile ! Con lei non parlo !
- Ø Abbiamo già venduto ad altre società di leasing, siete gli unici a far queste richieste !
- Ø Non capisco cosa mi chiedete.
- Ø Non sono io che costruisco. Io non c'entro niente, mi limito a passare le carte !
- Ø Per tutte le informazioni dovete rivolgervi al cliente: è con lui che ho preso gli accordi.
- Ø Mi rivolgo a un altro leasing che non fa domande !
- Ø Se è il leasing, passagli l'amministrazione !
- Ø Siete tutti matti !
- Ø Vi do tutte le informazioni, ma... quando mi pagate ?
- Ø Voi chi siete e cosa volete da me ? Sa tutto il broker !
- Ø Voi fate apposta per non pagarmi.
- Ø E' solo un modo per non fare il contratto !

Ma sono ancora più interessanti le risposte del conduttore:

- Ø Mille leasing senza problemi: ma ora che vogliono ?
- Ø Chiedono cose inutili, ci fanno solo perdere tempo.
- Ø Dati tecnici ? Non sanno nemmeno di cosa parlano ...
- Ø Ma cosa gliene frega a questi di sapere queste cose ?
- Ø Il leasing l'ha chiesto il cliente: glieli dia lui questi dati !
- Ø Se mi date quello che voglio bene, altrimenti mi rivolgo ad un altro !
- Ø Per non pagare, le trovano tutte ! Senti cosa chiedono !
- Ø Chissà quando ho tempo per farlo ! Ma che vogliono ?
- Ø Questi ci capiscono davvero, devo stare attento !
- Ø Ok, almeno dalla prossima volta avrò meno da faticare.
- Ø Cerchiamo di accontentarli, così pagano alla svelta.
- Ø Cerco di fare "tutto" quello che mi chiedono, anche se è sbagliato, almeno pagano subito.
- Ø Forse ascoltando quello che chiedono la prossima volta mi presento meglio.
- Ø Che le chiedono a fare queste informazioni, tanto non ci capiscono nulla !
- Ø Io non ci capisco niente di legislazione e loro stanno a chiedermi tutte queste cose inutili.
- Ø Meno dico, meno mi espongono.
- Ø Mi conviene fare il duro, in modo che le magagne non emergano.
- Ø Dirò al cliente che ci hanno scoperto: cambiamo società di leasing che qui non si va avanti!
- Ø Questo non va chiesto a me, ma al broker.
- Ø Ho già dato tutto al broker, ma questi per pagare vogliono il sangue !
- Ø Ho necessità di un contratto più lungo, per poter pagare tutte le rate.
- Ø Perché devo essere tenuto a dare tutte queste informazioni ?
- Ø Se continuano a chiedermi tutte queste cose, la prossima volta cambio società di leasing.
- Ø Perché mi devono mettere i bastoni fra le ruote ?
- Ø Che cosa ve ne importa di queste cose, sono io che devo usare il bene e a me va bene così !
- Ø Ecco quelli delle scartoffie... Ma l'importante è concludere !

Come potete osservare, la questione di fondo si impernia sulle motivazioni, sia quelle dei fornitori che quelle dei conduttori, ma anche quelle dello Studio Ciapetti.

In effetti, ciò che non viene compreso dal fornitore è la motivazione che sta alla base del lavoro dello Studio Ciapetti, ossia il perché ci sia una agenzia che ha il compito preciso di garantire la correttezza legale e procedurale nella trattativa tra la società di leasing, il fornitore e il conduttore.

Si tratta di una motivazione che si pone decisamente oltre lo schema tradizionale del mercato capitalistico, interessato adesso da un cambiamento epocale nel suo dirigersi verso una globalizzazione troppo complessa e veloce per poter essere non solo compresa nelle sue nuove procedure ma anche e soprattutto prevista nei suoi possibili sviluppi

In questa situazione i controlli sulle motivazioni diventano sempre più importanti, pena il blocco degli investimenti di capitale ove questi non vengano a ritrovare la loro ragione di essere nella dimensione etica del passato e non nel soddisfacimento – più o meno fraudolento – dei bisogni contingenti di una o più parti a danno di altre.