
CAPITOLO II

La prima impressione

Potrà farci più o meno piacere, ma la prima impressione conta. Anzi, conta tantissimo. Soprattutto quando in pochi minuti dobbiamo mettere in gioco noi stessi. Ad esempio, attraverso un colloquio di lavoro.

E' importante avere coscienza che non siamo soltanto apparenza. Ed è fondamentale considerare l'essenza di una persona. Eppure, mai come negli ultimi decenni il nostro sistema sociale è arrivato a mostrare un forte e morboso attaccamento nei confronti dell'apparenza: basti pensare alla pubblicità, ai programmi televisivi, alle riviste. Tutto punta sull'immagine: deve essere un mezzo per catturare subito l'attenzione dell'acquirente, utente o spettatore che sia. Si potrebbe riassumere il concetto in una frase: "Il libro non si giudica dalla copertina, ma sicuramente si compra per quanto la copertina è bella!"

La prima impressione è importante, è la base sulla quale si costruirà la relazione con la persona con cui veniamo in contatto. L'altro inizierà a fare delle supposizioni sulla base di come siamo vestiti. Oppure, ancora prima, in base al fatto se siamo arrivati in ritardo o meno e di come abbiamo stretto la mano. Si creerà un'opinione amalgamando tutte le informazioni che ha raccolto durante i primi minuti in cui ci osserva: la nostra comunicazione non verbale (i nostri gesti, la postura, il tono della voce, ecc.) e verbale (il modo di conversare).

Quindi, ad un colloquio di lavoro non dobbiamo arrivare in ritardo, ma nemmeno con troppo anticipo. Dobbiamo vestirci con abiti nei quali ci sentiamo a nostro

agio, ma che devono rispecchiare le aspettative del datore di lavoro (se una persona si presenta in giacca e cravatta per un posto di lavoro da imbianchino, può non sembrare adatto al ruolo), con un aspetto curato (capelli puliti, barba fatta o preparata, eccetera), e con le mani lavate (si deve evitare di porgere la mano sudata, sporca d'inchiostro, eccetera).

Quando si affronta un colloquio di lavoro, è fondamentale cercare di mostrarsi subito tranquilli, e anche di far emergere tutta la nostra motivazione: se alla prima domanda qualcuno pensa che potrebbe rispondere "Mah... sto cercando un lavoro qualunque!", è meglio che risparmi tempo e se ne rimanga a casa.

Per tutti questi motivi, fra i mille aspetti che possono influenzare le dinamiche della comunicazione (presentate nella prima parte di questo documento) ho scelto come passo successivo di dedicare qualche notazione proprio agli elementi che arrivano a formare la prima impressione: le aspettative, l'abito, gli stereotipi, i ruoli, le interpretazioni.

Le aspettative

Quante volte gli amici ci raccontano di un film che secondo loro è stato “fantastico”, “bellissimo”, “un capolavoro”, mentre poi ne rimaniamo delusi? Le aspettative incidono pesantemente sul nostro giudizio e sul nostro comportamento.



“E l'albero di Natale che avevi promesso di portarmi?”. Mafalda si aspettava un albero di Natale, perché il padre glielo aveva promesso. Ma evidentemente quello che lei si era immaginato era di una taglia diversa, quindi rifiuta quello che il padre gli ha portato, rifiuta l'idea che quello sia effettivamente l'albero promesso, rifiuta l'idea di essersi sbagliata, e quindi la possibilità di rimanere delusa.

Probabilmente, se il padre non avesse detto nulla e fosse stata una completa sorpresa, Mafalda avrebbe fatto i salti per la gioia.

Le aspettative sono filtri molto potenti. Alte aspettative da parte del nostro interlocutore, fanno sì che queste aspettative siano più difficili da soddisfare. Aspettarsi un 10 a scuola fa sì che con buone probabilità si possa rimanere delusi. Aspettarsi esattamente quello che vogliamo fa sì che difficilmente saremo soddisfatti.

Se ci rechiamo ad un colloquio per un lavoro da operaio, presentarsi in giacca e cravatta significa scontrarsi con le aspettative del datore di lavoro; lo stesso vale se ci presentiamo con la barba incolta e in jeans se vogliamo proporci come responsabile delle risorse umane in azienda.

Il datore di lavoro, insomma, nei confronti dei candidati ha delle aspettative che si sono costruite attraverso molti fattori, come i ruoli da ricoprire, gli stereotipi e quant'altro potremmo anche non condividere. Ma sono proprio queste aspettative che dobbiamo saper rispettare, se vogliamo avere successo nel colloquio.

L'abito fa il monaco

Ho già spiegato come una prima impressione possa giocare buona parte dell'esito del colloquio, e avevo sottolineato che anche il vestito incide sulla prima impressione.

Vediamo cosa ci spiega un'esperienza di Mafalda in proposito:



Susanita dice: "Ti portano in galera se esci per strada senza cultura?" Giustamente Mafalda risponde di no. E Susanita sostiene la sua idea osservando: "Prova a uscire senza vestito!..." Noi non possiamo che sorridere. Amaramente, certo. Anche Mafalda si rende conto di quanto, in questo caso, Susanita abbia osservato una cosa giusta, qui estremizzata, ma resa molto, molto chiara.

Proviamo ad uscire senza vestito: saremo considerati dei pazzi, delle persone che non sanno inserirsi nella società, saremo giudicati per quell'atto. Per il solo fatto d'essere usciti senza vestiti saremo categorizzati, etichettati come dei maniaci sessuali, pazzi, rivoluzionari, animalisti estremisti, eccetera. Mai saremo visti come immagine di noi stessi, ricoperti di sola cultura.

Insomma, sulla base di un nostro comportamento, di come appariamo agli occhi degli altri, filtrati dalle loro esperienze, veniamo giudicati e considerati come appartenenti ad una categoria precisa (categorizzati).

Se poi consideriamo che possiamo scegliere di indossare vestiti diversi (e non solo quelli fisici: possiamo considerare “vestiti” anche i diversi personaggi che interpretiamo ogni giorno), le combinazioni sono quasi infinite: ogni vestito offre una sfumatura diversa all’immagine che diamo di noi stessi, nelle diverse situazioni e a persone diverse.

Dunque, indubbiamente, l’abito fa il monaco. Siamo convinti che le persone dovrebbero sforzarsi di vedere oltre la semplice immagine di noi stessi e che la società dovrebbe maturare. Ma oggettivamente finora si è mosso ben poco in questo senso.

Ognuno di noi si costruisce una prima impressione di ogni cosa che vede: diamo un giudizio a qualsiasi oggetto o persona che si presenta ai nostri sensi. Questo primo giudizio “a pelle” non è razionale (i principali processi coinvolti in questa prima fase sono chiamati “euristici”). Prima di arrivare a rivedere i nostri giudizi attraverso un percorso razionale, la prima impressione si è già... impressa. E sulla base di quella primissima immagine procediamo nel costruire il resto del puzzle, che andrà a completare la nostra idea su quella persona o quell’oggetto.

Joaquin Lavado, in arte Quino, l’autore di Mafalda, è riuscito a creare anche una situazione in cui gli abiti non ci sono e la prima impressione si costruisce sulla base di altre informazioni:



Solo a guardarli, si capisce come i protagonisti di questa striscia siano diversi, anche se entrambi in costume. Gli elementi che distinguono il primo personaggio sono la stazza, un sigaro e un paio di occhiali, fattori facilmente riconducibili all'appartenenza a una classe sociale agiata. Sono sicuramente meno evidenti di un camice bianco, di un completo firmato e di una cravatta con un fermacravatte d'argento, tutti indizi che costruiscono lo stereotipo (vedi paragrafo successivo) di un uomo di classe medio-alta. Ma riescono comunque a creare un forte impatto emotivo nell'altro personaggio, il papà di Mafalda.

“Ah no! Allora è evidente che l'ho confusa con qualcuno più legato alla mia professione; è che così in costume siamo tutti uguali, no?...”

Una volta svelata la professione, il padre di Mafalda non può che sentirsi così inferiore da porre il suo interlocutore in cima ad un piedistallo.

Gli stereotipi

Lo stereotipo è “un modello, una visione schematica e condivisa dagli altri appartenenti alla società su un gruppo di persone accomunate da certe caratteristiche o qualità”. Come abbiamo visto prima, per esempio, ci immaginiamo il medico con il camice bianco, di sesso maschile, di mezza età, eccetera.



Nella striscia qui sopra, vediamo come lo stereotipo sia usato per rappresentare in maniera oggettiva la figura del medico e quella del delinquente.

Queste modalità sono usate anche nelle pubblicità: le donne che testimoniano il buon funzionamento di un prodotto per la casa, un uomo che ripara la lavatrice, persone atletiche che usano un prodotto dietetico, eccetera. L'uso dello stereotipo nel messaggio promozionale garantisce un perfetto aggancio per la mente delle persone, riflette le aspettative che la società ha nei confronti di alcune persone in base al ruolo che assumono.

Per esempio, una brava donna di casa deve saper distinguere un buon prodotto di pulizia dagli altri. E' più difficile per la nostra società immaginare l'uomo con il grembiulino addosso e lo straccetto in mano: non è un soggetto efficace per pubblicizzare il prodotto, perché il suo giudizio sarebbe poco credibile.

Lo stesso succede in un colloquio di lavoro, o anche prima, al momento della consegna del curriculum vitae. Per questo motivo, se rispondiamo ad un annuncio per operaio, presentarsi in giacca e cravatta potrebbe non rispettare le aspettative del datore di lavoro: perché non rispetterebbe lo stereotipo che appartiene a quel genere di lavoratore.

Il rispetto dei ruoli

Un meccanismo molto simile a quello degli stereotipi si concretizza quando sono i ruoli ad essere ben definiti. Esattamente come succede quando gli stereotipi non vengono rispettati, anche il mancato rispetto dei ruoli crea disagio nei nostri interlocutori.

A questo proposito, posso raccontare un aneddoto che ho voluto sperimentare di persona. Un giorno, appena entrata in classe per svolgere le mie ore di lezione, mi sono seduta a un banco dell'ultima fila della classe. Gli alunni sono rimasti un po' stupiti, alcuni di più, altri di meno: qualcuno ha chiesto "Ma perché si è seduta lì, prof?". Io ho fatto segno di non preoccuparsi, mentre la maggior parte della classe ha continuato a giocare seduta sui banchi e a scherzare scrivendo alla lavagna. Altre domande sono emerse dal gruppo dopo qualche secondo: "Ma dov'è la prof?" "Cosa dobbiamo fare?".

Dopo pochi minuti, senza che io dicessi niente, tutti si sono seduti ai propri posti e hanno cominciato a girare la testa per vedere quale sarebbe stata la mia prossima mossa.

Le domande e le reazioni emerse sono state esattamente quelle che mi aspettavo: quando sono definiti dei ruoli, come quello del professore e degli alunni, si hanno anche delle precise aspettative sui comportamenti, si chiamano "comportamenti attesi". Il ruolo del professore implica che esso stia alla cattedra, in piedi o seduto, che spieghi, mentre all'alunno viene chiesto di star seduto e ascoltare. Nel momento in cui qualcosa cambia, non vengono rispettate le aspettative implicate dai ruoli che si ricoprono, ci sentiamo spaesati: "Cosa fa lì, prof?".

L'interpretazione

Come ultimo elemento del processo di formazione della “prima impressione”, ritengo sia importante sottolineare che la mente umana non riesce facilmente a individuare e trasmettere una realtà oggettiva. Al contrario, ognuno di noi interpreta e comunica la realtà in maniera personale e soggettiva.

Per questo motivo, quando realizziamo il nostro curriculum vitae, dobbiamo pensare a come potrà essere interpretato. Infatti, nonostante sul cv siano scritti essenzialmente dei dati, questi dati sono comunque soggetti ad interpretazione.

Vediamo come anche Mafalda cerca in tutti i modi di riportare la realtà verso il suo personale modo di interpretarla:



La nostra visione delle cose viene costruita dall'insieme delle nostre conoscenze, esperienze e vissuti. Nel suo vissuto, Mafalda odia la minestra. Questa è la sua esperienza: sua madre le propone continuamente qualcosa che lei invece odia e non sopporta. Per questo motivo, secondo Mafalda la minestra deve per forza essere qualcosa che non è buono.

Eppure il dizionario non esprime esattamente quello che lei ritiene sia “la minestra”: lo stesso oggetto è considerato in modo differente, nonostante il

significato e l'oggetto rimangano sempre gli stessi. Ma Mafalda non accetta questo nuovo significato, nemmeno se proviene dal dizionario.

Questo procedimento di interpretazione soggettiva delle cose, ovviamente avviene anche per quanto riguarda le azioni:



L'azione del padre è lodevole agli occhi di Mafalda, dato che lei la interpreta come un atto di altruismo. Lei sta osservando soltanto quello che vuole vedere: i suoi occhi non si posano sull'articolo sportivo, ma su quello che lei è solita leggere, cioè le notizie del mondo, perché a lei lo sport non interessa. Ed arriva a lodare la nobile reazione emotiva del padre, che invece era nata per tutt'altro motivo.

Dobbiamo dunque tenere presente che anche il nostro selezionatore cerca nel nostro curriculum e nel nostro colloquio soprattutto quello che vuole vedere.

Quando legge un cv, lo sguardo del selezionatore si posa su una o un'altra informazione a seconda di quello che gli interessa trovare, al fine di scoprire competenze necessarie per svolgere il lavoro per cui ci si propone.

Per questo motivo il curriculum deve saper evidenziare le esperienze che potrebbero maggiormente interessare al selezionatore. Ma deve anche essere scritto in modo omogeneo e regolare. Il selezionatore si aspetta che le parole in grassetto o sottolineate siano considerate importanti. Se noi scriviamo in

grassetto una sola esperienza senza che il motivo sia chiaro, sarà facile che questo gesto venga interpretato come se non fossimo in grado di selezionare le cose importanti da quelle che non lo sono, oppure che questa sia stata l'unica esperienza lavorativa interessante.