

Indice

Introduzione dell'Editore	13
Premessa	17

PRIMA PARTE	21
-------------------	----

Capitolo 1: La truffa	23
1. Definizione giuridica	25
2. Etimologia e mappa concettuale	26
3. Definizione operativa	30
4. La truffa nell'arte e nella letteratura	32
5. Esempi di truffe. Casi storici	32

Capitolo 2: Psicologia dell'influenzamento	43
---	-----------

1. La truffa come paradigma dell'induzione di cambiamento nei sistemi resistenti	45
2. Nozioni di psicologia del senso comune	46
2.1. <i>I sette vizi capitali</i>	47
2.2. <i>Altre classificazioni tipologiche</i>	50
2.3. <i>Altre nozioni di psicologia spicciola a uso dei truffatori</i>	53
3. Come crediamo ciò che crediamo	56
4. I meccanismi della persuasione	60
4.1. <i>Principi generali di strategia della persuasione</i>	60
4.2. <i>Classificazione dei meccanismi della persuasione</i>	62
4.3. <i>Livello percettivo</i>	62
4.4. <i>Livello attentivo</i>	64
<i>Enfatizzare/sminuire - Evitare di rispondere 66 Risposte selettive 67</i>	
<i>Ripetizione 68 Depistaggio 69</i>	
4.5. <i>Livello emozionale - istintuale</i>	70
<i>Emozioni 70 Riflessi arcaici e istinti 75 Altri istinti e programmi neurobiologici 81</i>	
4.6. <i>Livello cognitivo</i>	95
<i>Agire sulla quantità di input - Agire sul registro comunicativo 97</i>	
<i>Connessioni logiche 98 Ridefinizione - Ristrutturazione 99</i>	

<i>Ampliamento/riduzione del diaframma - Contrasto</i>	100
<i>Messa in discussione delle priorità - Presupposti</i>	101
<i>Dettagli - Illusione di alternative - Boomerang</i>	103
<i>Tecniche basate sui numeri - Campo affermativo</i>	104
<i>Storie/script</i>	105
<i>Tecniche basate sul timing</i>	106
4.7. L'inganno	107
4.8. Altri "consigli" pratici.....	110
5. I canali della persuasione	112
5.1. Canale non verbale.....	112
5.1.1. Ipnosi.....	113
5.1.2. Sovraccarico sensoriale	115
5.1.3. Confusione	115
5.1.4. Sostanze psicotrope.....	115
5.1.5. Logistica	116
5.1.6. Mezzi di trasporto	117
5.1.7. Concorrenza e competizione	117
5.1.8. Timing.....	118
5.2. Canale verbale.....	119
5.2.1. Uso degli articoli	119
5.2.2. Uso dei sostantivi	120
5.2.3. Uso delle congiunzioni	121
5.2.4. Uso dei verbi.....	121
5.2.5. Uso degli aggettivi	121
5.2.6. Aggettivi e pronomi personali e possessivi	122
5.3. Una procedura linguistica basata su meccanismi multipli: la domanda	122
5.3.1. Nozioni preliminari	123
5.3.2. Componente non verbale della domanda.....	124
5.3.3. Preparazione del terreno	125
5.4. Tipi di domande.....	127
5.4.1. Domande aperte e chiuse.....	127
5.4.2. Domande ad alta e bassa specificità.....	131
5.4.3. Domande a formulazione positiva e a formulazione negativa	132
5.4.4. Domande che indirizzano e domande che suggeriscono (o suggestive)....	133
5.4.5. Domande manipolative.....	134
5.4.6. Domande da interrogatorio	137
5.4.7. Altre domande	139
5.4.8. Gestione delle domande in situazione sistemica.....	140
5.4.9. Rispondere alle domande	141

Capitolo 3: Aspetti di psicologia della truffa143

1. Psicologia del truffato e del truffatore.....145

1.1. *Personalità della vittima*.....145

1.2. *Personalità del truffatore*.....147

1.3. *L'interazione*.....152

2. Struttura della truffa.....153

2.1. *Livelli comuni a tutte le truffe*.....153

2.2. *Trucco o inganno*.....157

Giocchi di mano 158 Cedere beni basandosi solo sulla parola 161 Cedere denaro in cambio d'illusioni 163 Prezzo sproporzionato 166 Trattenere più denaro del dovuto 168 Cedere denaro in cambio di pagamenti falsi, durante una transazione ordinaria 169 Falsi 170 Sostituzione 171 Timing 172 Inversione dei nessi di causa 173 Sequenze 174 Inversione dei ruoli 178 Schemi particolarmente inventivi 179

2.3. *Invisibilità o metainganno*.....180

Procedura di copertura - Camouflage 180 Esibizione di mancanza d'interesse per gli elementi "pericolosi" - Predisposizione anticipata - Condivisione di un segreto 181 Inversione della dinamica attivo/passivo - Inversione della dinamica paura → difesa, e della dinamica truffatore/ vittima 182 Effetto alone - Meccanismi sistemici 183 Timing - Effetto gregge 184

2.4. *Arte scenica*.....185

2.4.1. *Metodi per rendere più suggestionabile la vittima*.....185

Usare un linguaggio suggestivo - Usare elementi suggestivi non linguistici - Prendere la vittima quando ha la guardia abbassata 185 Rassicurare 186 Toccare le corde dell'emotività, dei sentimenti e delle "passioni" 187

2.4.2. *Metodi per rendere più verosimile la situazione*.....187

Non dire troppo - Fingere di esitare - Farsi ricercare 187 Sfruttare la sospettosità della vittima - Rendere difficile la transazione 188 Perfezione nella finzione - Naturalizza - Stabilire una norma - Audacia - Far ispezionare all'antagonista l'oggetto truccato 189 Dettagli - Coerenza - Veridicità 190 Separazione - Disposizione spaziale - Usare oggetti identificabili dalla vittima 191

Capitolo 4: Analisi.....	193
1. Schemi tipici.....	195
<i>L'animale maltrattato</i> 195 <i>La caldaia difettosa</i> 196 <i>DVD</i> 197 <i>I provini -</i>	
<i>Il seduttore e la promessa del gioiello - Il paio di gioielli</i> 198 <i>L'oggetto perduto</i>	
<i>nella stazione di rifornimento</i> 199 <i>Il pezzo raro - L'opportunità di marketing</i> 200	
<i>Le monete e il terzo uomo</i> 201 <i>Truffa all'americana (Pigeon drop)</i> 203 <i>Il gioco</i>	
<i>delle tre carte</i> 210 <i>Truffa cinese o Tin Sin Kuk</i> 212 <i>Truffe e gioco d'azzardo -</i>	
<i>La corsa di cavalli - I biglietti della corsa di cavalli</i> 213	
2. Autopsia psicologica di una truffa da strada.....	214
Capitolo 5: Le truffe del paranormale.....	227
1. Generalità.....	231
2. Psicologia della vittima del paranormale.....	233
3. Psicopatologia del paranormale e predisposizione a essere truffati.....	234
4. Il cosiddetto paranormale come modello del "leggere il pensiero"	
e del rendersi credibili.....	243
4.1. <i>Un modello per le procedure di estrazione d'informazioni</i>	243
4.2. <i>Trucchi e artifici per essere credibili</i>	254
5. Le truffe e i culti distruttivi.....	262
Bibliografia	269

SECONDA PARTE	279
Premessa	283
Capitolo 1: Le truffe all'epoca di Internet	287
Capitolo 2: Cenni di teoria	295
1. La sicurezza delle informazioni	298
2. La classificazione delle informazioni	304
3. Policy e procedure	307
4. Il fattore umano	314
5. Conclusione	325
Capitolo 3: L'evoluzione della truffa da ieri a oggi	327
1. Un prigioniero spagnolo in Nigeria	329
2. Le catene di S. Antonio	332
3. Lo schema di Ponzi	335
4. Da Ponzi alle piramidi e al MLM	338
5. Analisi delle tecniche d'ingaggio: il caso Tucker	340
Capitolo 4: Le truffe moderne	349
1. Carte e ATM	352
1.1. <i>La tasca libanese o lingua di coccodrillo</i>	354
1.2. <i>Lo skimming</i>	356
1.3. <i>La sostituzione del POS</i>	358
1.4. <i>Furto della carta</i>	360
2. Internet e telefonia	360
2.1. <i>Phishing</i>	360
2.2. <i>Vishing</i>	365
2.3. <i>SMS-truffa</i>	367
2.4. <i>Pharming</i>	369
2.5. <i>Le offerte di lavoro</i>	369
2.6. <i>eBay e le aste truccate</i>	372
2.7. <i>Videopoker</i>	378
3. Sistemi sociali	380
3.1. <i>False generalità</i>	380
3.2. <i>Mail-Not-Received</i>	383
3.3. <i>Dumpster diving</i>	384

3.4. <i>Boxing</i>	385
3.5. <i>Parcelling</i>	386
3.6. <i>Dating scam</i>	388
Capitolo 5: La piaga del futuro: il furto d'identità	391
Dove si sta andando?.....	401
Conclusioni	402
Bibliografia	405
Appendice 1: Le truffe nella letteratura e al cinema	409
1. Le truffe nella letteratura	411
a. <i>Letteratura antica</i>	411
b. <i>Letteratura medievale: Boccaccio</i>	412
c. <i>Commedia dell'arte</i>	414
d. <i>Letteratura vittoriana: Shakespeare, Ben Jonson</i>	416
2. Le truffe al cinema	419
Appendice 2: Organismi, Enti, Associazioni	425