

È lecito che lo Stato stimoli i cittadini a comportamenti economici virtuosi?

L'economia comportamentale e l'antico tema del paternalismo

di Marco Novarese



Si può discutere, e fare scienza, sui gusti? Anni fa, in Italia, la disposizione dei partiti sulle schede elettorali dipendeva dall'ordine di presentazione delle liste. I primi a iscriversi ottenevano l'ambita posizione in alto a sinistra, la più in evidenza. Come mai era tanto importante essere primi? Era un modo per aiutare gli elettori miopi a riconoscere più facilmente il proprio partito? Forse c'erano anche altre motivazioni.

La scienza economica ipotizza, in genere, che le preferenze di una persona siano definite e stabili: gli individui sanno quello che desiderano e quindi nessuno ha il diritto di imporre loro alcuna scelta. Cosa succede, però, se si cambia questa ipotesi e si mostra che le preferenze non sono sempre fisse? L'economia comportamentale è impegnata proprio in una riflessione sui gusti degli esseri umani. Grazie a diversi dati empirici, gli studiosi di questo filone stanno mostrando che le preferenze non sono sempre stabili; dipendono piuttosto dal modo in cui il problema è rappresentato (l'architettura della scelta), ovvero dalla storia di una persona, dalla sua esperienza, dalle sue abitudini, dall'ordine in cui le alternative sono proposte. Quando i candidati a un'elezione sono elencati in ordine alfabetico – e quindi la rispettiva posizione non ne indica l'importanza – i primi sono comunque maggiormente votati, perché alcuni elettori non hanno preferenze e fanno quindi la scelta più semplice.

In parallelo alla riflessione sui gusti, a rappresentarne un fondamento, c'è una questione più ampia: se le discipline umane sono scienze vere, dovrebbero fornire leggi di comportamento capaci di spiegare la realtà. Se l'economia è in grado di prevedere e spiegare i gusti delle persone, dovrebbe essere normale utilizzarne le conoscenze nell'attività di governo di una comunità. Dalle sue origini, questa disciplina ha cercato di svilupparsi quale scienza forte, fondata su numeri e modelli matematici precisi e quindi capaci di previsioni, ristrette, però, solo a determinati livelli della realtà. Le preferenze individuali sono state sempre escluse dall'analisi, proprio perché si pensava rappresentassero un dato di partenza, esterno e non verificabile. Chiedere alle persone cosa desiderano, poi, è inutile; le risposte a domande ipotetiche non sono significative; contano solo le azioni effettive. Le preferenze e le scelte diventano logicamente la stessa cosa; quindi, ogni decisione è razionale. Il maggior benessere sociale si raggiunge allora lasciando libertà di iniziativa: ciascuno sia libero di soddisfare i propri gusti.

L'economia comportamentale, invece, mostra come si possa fare scienza anche (forse soprattutto) occupandosi di preferenze. È forse più difficile prevedere gli esiti delle interazioni sociali, complesse anche quando partono da scelte prevedibili (diventano così necessari nuovi strumenti analitici, quali le simulazioni, capaci di tenere conto dell'interazione e dei relativi effetti, come spiega Flaminio Squazzoni in *Simulazione sociale. Modelli ad agenti nell'analisi sociologica*, Carocci, 2008). Così, l'attenzione si focalizza anche sulla prevedibilità dell'irrazionalità (emblematico il libro di Dan Ariely, *Prevedibilmente irrazionale*, Rizzoli, 2008). L'ipotesi di piena razionalità degli agenti è sempre stata ritenuta necessaria per fondare modelli scientifici. La parola irrazionalità è infatti sovente considerata quasi un sinonimo di imprevedibilità. Al contrario, molti studi mettono in chiaro che, almeno in parte, è sistematica e prevedibile.

Se i gusti possono essere studiati e compresi, non devono essere più considerati esterni all'economia

e, come sosteneva già Herbert Simon (*La ragione nelle vicende umane*, il Mulino, 1984), *de gustibus est disputandum*. Le scelte non sono più l'espressione naturale di preferenze fisse, ma il risultato di procedure che dipendono dalla rappresentazione del problema, e quindi possono essere influenzate da parte di chi può e riesce a condizionare il modo in cui una situazione è percepita. Queste influenze esterne possono essere casuali, ma spesso sono pianificate: le imprese spingono i consumatori ad acquistare i propri prodotti – a loro interesse vendere, non soddisfare bisogni – anche se, ad esempio, magari non sono salutari. Proprio a partire da questa osservazione, Peter A. Ubel, medico esperto di economia comportamentale, nel libro *La follia del libero mercato. Perché la natura umana fa a pugni con l'economia (e con il benessere, il risparmio, la salute...)* (ed. orig. 2009, trad. dall'inglese di Roberto Merlini, pp. XIV-254, € 22, Etas-Harvard Busi-

scindere dalle caratteristiche della conoscenza e della decisione umana, come spiega *I fondamenti cognitivi del diritto*, curato da Raffaele Caterina (Bruno Mondadori, 2008). Ogni situazione ha, inevitabilmente, una sua architettura della scelta, casuale o cercata. Thaler e Sunstein suggeriscono la necessità di disegnare le scelte importanti in modo da aiutare le persone a perseguire meglio i propri interessi, trovando i pungoli giusti per stimolarle nella direzione preferita. Questi stimoli hanno, in realtà, natura e implicazioni differenti a seconda dei casi.

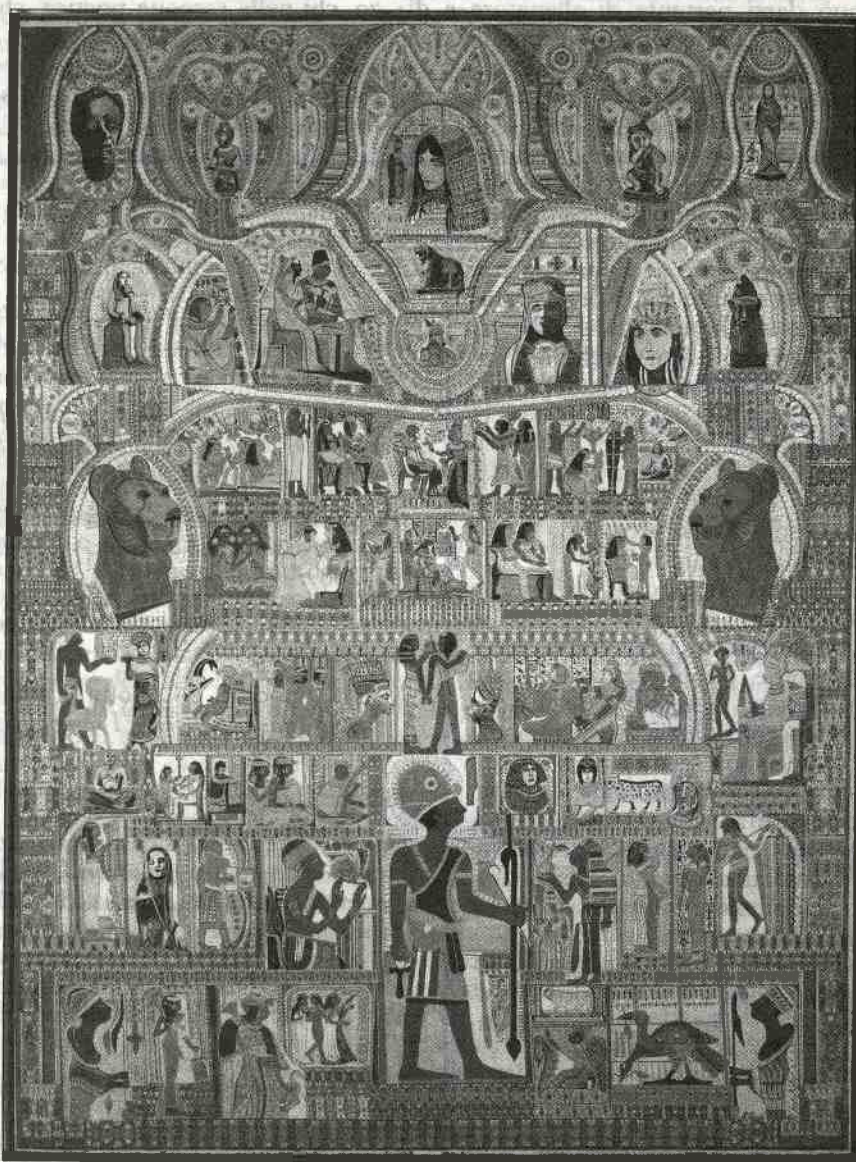
È giusto che nell'età della pensione le persone possano mantenere il livello di consumi raggiunto durante la vita lavorativa? Probabilmente non c'è una risposta oggettiva. Se pensiamo che tutte le scelte siano razionali, dobbiamo accettare le decisioni dei singoli e lo stato non deve intervenire. L'economia comportamentale dice però due cose

al proposito: quando le persone si abituano a un certo livello di consumo, stanno male se devono ridurlo; d'altra parte, non sono sempre in grado di risparmiare cifre adeguate. Gli esseri umani sono cicale piuttosto che formiche o, con un'altra metafora, sono miopi: vedono meglio le cose vicine (probabilmente i politici di cui ho parlato a inizio articolo puntavano a sfruttare una forma di miopia simile: perché perdere tempo a ragionare su quale lista votare, quando alcune sono più facili da scegliere?). Non è, allora, lecito, pungolare gli individui in modo che risparmiino di più?

Proporre uno stimolo limita la libertà delle persone o le aiuta? Immaginate di voler dimagrire e di poter fare una scommessa di questo tipo: se non perdetes un certo numero di chili entro una data prestabilita, dovrete versare cento euro di contributo al partito che odiate! Sarebbe un ottimo incentivo, non invasivo ed efficace (ammesso – e forse il problema si sposta a questo livello – che accettiate la scommessa). Consideriamo, invece, due modi di gestire la donazione di organi: se una persona non si iscrive a un apposito registro, i suoi organi non possono essere espianati; in alternativa, chi non vuole donare gli organi deve iscriversi in una certa lista. In questo secondo caso ci sarebbero sicuramente più donatori, perché qualcuno non avrà tempo di iscriversi, o dimenticherà di farlo. La donazione sarebbe, poi, la normalità e quindi molte persone aderirebbero per non essere diverse. Il pungolo, ora, ha una natura diversa: impone preferenze (ritenute socialmente utili), più che stimolare comportamenti.

La discussione sui pungoli è aperta e tocca, in fondo, i valori che una società ritiene di dover difendere. Se alcuni interventi statali possono essere comunque inaccettabili, rimane la necessità di rendere le persone consapevoli dei rischi di condizionamento. Se le preferenze possono essere manipolate da altri, è possibile anche modificarle autonomamente. Gli esseri umani non sono necessariamente creature insaziabili, e possono decidere di amare una vita parca. In un libro che mescola i consigli pratici degli antichi almanacchi alle riflessioni di filosofi ed economisti, Cristina Gabetti (*Occhio allo spreco. Consumare meno e vivere meglio*, pp. 205, € 16, Rizzoli, Milano 2009) spiega come la capacità di risparmiare risorse parta, allora, prima di tutto da una diversa mentalità.

marco@novarese.org



ness Press, Milano 2009), si chiede perché accettiamo che i venditori condizionino i consumatori, ma non è lecito che sia lo stato a farlo.

È l'antico tema del paternalismo: è lecito che lo stato imponga ai cittadini decisioni per il loro bene, come fa un padre con i figli? La risposta degli economisti comportamentali è positiva, con la proposta di una versione temperata del paternalismo: strumento di supporto alle scelte che le persone preferiscono (e non di imposizione di cosa è giusto).

Questa idea è presentata da Richard H. Thaler (uno dei più noti economisti comportamentali) e Cass R. Sunstein (un giurista) nel libro *Nudge. La spinta gentile. La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità* (ed. orig. 2008, trad. dall'inglese di Adele Oliveri, pp. 284, € 16, Feltrinelli, Milano 2009). L'incontro tra un giurista e un economista non è casuale: la riflessione sul paternalismo è inevitabilmente interdisciplinare. La progettazione e l'applicazione delle leggi, infatti, non può pre-