

Zeitschrift:	Iride : rivista di economia, sanità e sociale
Herausgeber:	Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale della SUPSI
Band:	- (2023)
Heft:	14
Artikel:	Economia comportamentale : ecco come la psicologia sta cambiando le scienze economiche
Autor:	Crivelli, Luca / Rotondi, Valentina
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-1044619

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Luca Crivelli è Professore di Economia politica e Direttore del Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale della SUPSI,

Vicedirettore della Swiss School of Public Health e Professore titolare presso l'Università della Svizzera italiana.

Valentina Rotondi è docente-ricercatrice presso il Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale della SUPSI

e ricercatrice associata presso il Nuffield College e il Dipartimento di Sociologia dell'Università di Oxford.

Economia comportamentale: ecco come la psicologia sta cambiando le scienze economiche

Negli ultimi decenni l'economia sta vivendo una profonda trasformazione grazie all'*economia comportamentale*, una nuova e promettente disciplina che ha ottenuto prestigiosi riconoscimenti scientifici. Tra questi spicca l'assegnazione del Nobel per l'Economia a sette suoi "interpreti": gli economisti Akerlof (2001), Smith (2002), Shiller (2013) e Thaler (2017), gli scienziati politici Simon (1978) e Ostrom (2009) e lo psicologo Kahneman (2002).

[1] Von Neumann, J., Morgenstern, O. (1944). *Theory of Games and Economic Behavior*. Princeton University Press.

[2] Smith, V. L. (1982). Microeconomic Systems as an Experimental Science. *The American Economic Review*, 72(5), 923–955. Nota: a Vernon Smith è stato attribuito nel 2002 il Nobel dell'Economia "per aver introdotto gli esperimenti di laboratorio quale strumento dell'analisi empirica in economia".

[3] Hirshleifer, J. (1985). The Expanding Domain of Economics. *The American Economic Review*, 75(6), 53–68.

[4] Il principale co-autore di Kahneman, scomparso prematuramente nel 1996 (prima dell'assegnazione del Nobel a Kahneman, al quale fu attribuito questo premio per i lavori svolti insieme a Tversky).

[5] Kahneman, D. (2012). *Pensieri lenti e veloci*. Mondadori, p. 297.

invaso i campi di studio di altre scienze sociali, offrendo una comprensione dei fenomeni inedita rispetto alle discipline di origine. Eppure, negli ultimi anni sta avvenendo il fenomeno inverso, con discipline quali la psicologia e le neuroscienze sociali che dischiudono alla teoria economica inedite piste di ricerca e di studio.

Lo psicologo e premio Nobel per l'Economia Daniel Kahneman, nella sua opera del 2011 *Pensieri lenti e veloci*, illustra in modo assai efficace le diverse prospettive di economisti e psicologi. Scrive: "Un giorno Amos [Tversky]^[4] mi diede la copia di un articolo dell'economista svizzero Bruno Frey [...] [di cui] sono ancora in grado di recitare a memoria la prima frase: 'L'agente della teoria economica è razionale ed egoista, e i suoi gusti non cambiano'. I miei colleghi economisti lavoravano nell'edificio accanto, ma non avevo compreso fino ad allora la profonda differenza tra i nostri mondi intellettuali. Per uno psicologo è lapalissiano che le persone non sono né perfettamente razionali, né del tutto egoiste e che i loro gusti sono tutto fuorché stabili."^[5]

Ecco come psicologia e neuroscienze sociali stanno rendendo più complessa l'antropologia su cui poggiano le scienze economiche.

In primo luogo, si inizia a riconoscere che i comportamenti umani non sono sempre razionali. Le nostre scelte avvengono attivando due sistemi di pensiero, che Kahneman ha denominato sistema 1 e 2. Mentre il sistema 1, localizzato nella corteccia prefrontale del cervello, è automatico, non richiede sforzo ed è veloce, il sistema 2, localizzato nel sistema limbico, è lento e svolge attività mentali impegnative e consapevoli come il calcolo. Nel valutare come ci si debba comportare al cospetto di eventi incerti, gli esseri umani tendono ad usare il sistema 1, applicando regole euristiche che da un lato

semplificano e velocizzano la presa di decisioni, ma dall'altro portano a commettere errori sistematici e pertanto prevedibili. L'economia comportamentale ha censito una lunga rassegna di comportamenti anomali^[6]. Trascende gli obiettivi di questo breve articolo elencare per nome e discutere tutte queste anomalie^[7].

“ Per decenni gli economisti hanno ritenuto di aver scoperto una sorta di grammatica dei comportamenti razionali e con il loro metodo di indagine hanno invaso i campi di studio di altre scienze sociali. Eppure, negli ultimi anni sta avvenendo il fenomeno inverso, con discipline quali la psicologia e le neuroscienze sociali che dischiudono alla teoria economica inedite piste di ricerca e di studio.”

Ci limitiamo a menzionarne una: l'effetto *framing*. La stessa informazione, presentata in modo diverso, porta anche persone esperte ad esprimere giudizi e valutazioni discordanti. Nel caso di pazienti malati di cancro la prognosi a cinque anni è migliore quando alla radioterapia viene abbinato un intervento chirurgico di asportazione del tumore. Tuttavia, chi si sottopone alla chirurgia si assume un rischio, dal momento che nei primi trenta giorni dopo l'intervento si assiste in media al decesso di un paziente ogni dieci. Questo *trade-off* è del tutto normale in medicina e a seconda del tasso di sconto del paziente è legittimo preferire una terapia piuttosto che l'altra. Più sorprendente è invece constatare quanto la decisione di pazienti, studenti di medicina ed esperti clinici sia condizionata dall'inquadramento (dal *framing*) dell'informazione. Un esperimento condotto presso l'Università di Harvard ha dimostrato che la metà di queste tre categorie di persone opta per la chirurgia abbinata alla radioterapia quando l'informazione riportata viene espressa in termini negativi ("la chirurgia ha un tasso di mortalità pari al 10%"), mentre il consenso per la chirurgia sale ad oltre l'80% quando la stessa è espressa in termini positivi ("ha un tasso di sopravvivenza del 90%")^[8].

In secondo luogo, un'ampia letteratura^[9] transdisciplinare, a cavallo tra economia, antropologia, etnologia e sociobiologia, ha dimostrato attraverso esperimenti che gli esseri umani non si comportano sempre in modo egoistico e non sono reciprocamente disinteressati. Le persone, come sostenuto già da Adam Smith nella *Teoria dei sentimenti morali*, sono in grado di provare empatia nei confronti dei propri simili. Si paragonano con i pari (e alle volte provano invidia),

manifestano una certa avversione nei confronti delle ineguaglianze, hanno il coraggio di investire risorse in un bene pubblico, si sentono spinti a ripagare la fiducia ricevuta e dimostrano una disponibilità a investire risorse per premiare comportamenti gentili nei loro confronti e per punire atteggiamenti ostili, anche quando non conoscono l'identità dei soggetti con i quali sono chiamati ad interagire e anche quando sanno che con quei soggetti probabilmente non interagiranno mai più (l'orizzonte temporale del gioco è *one-shot*). Un dato rincorrente è il ruolo giocato in queste scelte dalle norme sociali. Per l'approccio dell'individualismo metodologico, i comportamenti umani sono interamente determinati dai prezzi relativi delle varie opzioni. Come evidenziato dagli psicologi Ross e Ward^[10] la realtà a volte ci sorprende. Due gruppi di studenti sono stati esposti ai medesimi incentivi (quelli del dilemma del prigioniero). L'unica differenza tra i due trattamenti riguardava il titolo dell'esperimento: "gioco di Wall-Street" per il gruppo 1, "gioco della comunità" per il gruppo 2. Nel gruppo 2, a parità di ricompense, la prevalenza di comportamenti collaborativi è risultata doppia rispetto al gruppo 1, lasciando intravvedere il ruolo svolto dalle norme di comportamento (in una comunità per definizione si collabora, a Wall Street si compete).

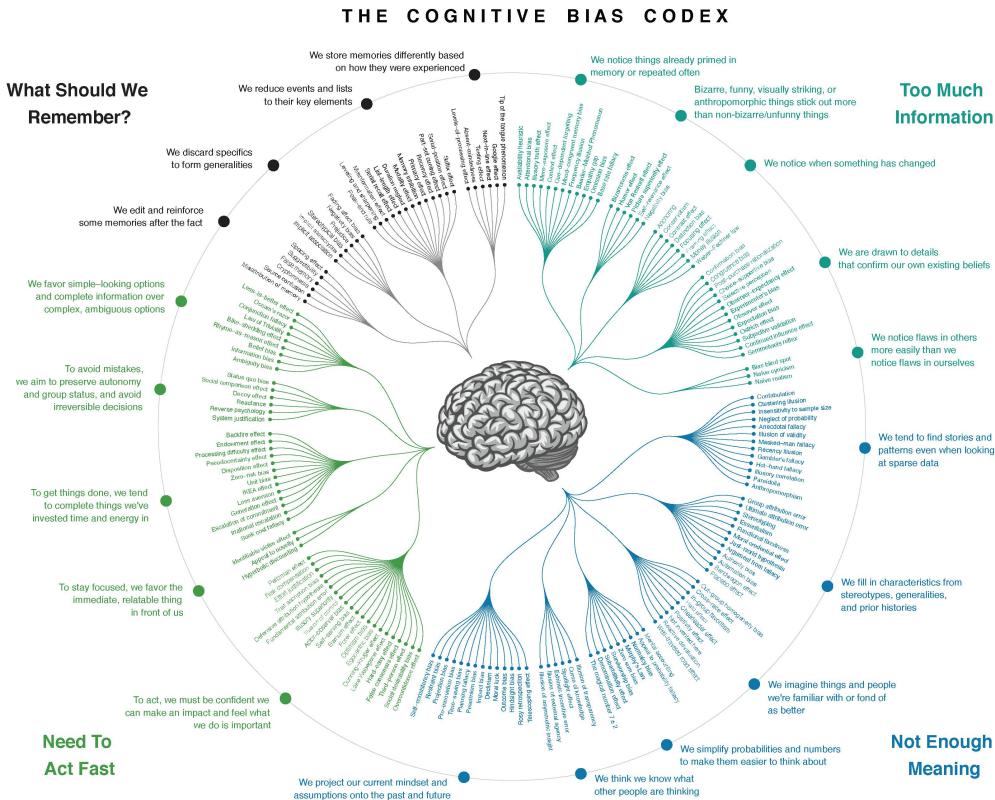
Infine, anche agli economisti è oggi evidente che le preferenze degli esseri umani siano tutt'altro che stabili. Se così non fosse, gli ingenti costi sostenuti dalle aziende nel campo del marketing sarebbero un inutile spreco di risorse. La teoria mainstream, lo testimonia il Nobel del 2016 attribuito a Hart e Holmström, è ancora convinta che il compito principale degli economisti sia quello di disegnare accuratamente gli incentivi, poco importa se ciò avvenga nei mercati, in un gremio democraticamente eletto, in una ONG o in famiglia. Vige la convinzione che pagando un essere umano in modo adeguato (ancorché sofisticato) sia possibile ottenerne da lui o lei, e da (quasi) chiunque altro/a, qualsiasi comportamento. Utile rammentare a questo riguardo l'etimologia della parola "incentivo". Con *incentivus* i latini indicavano uno strumento musicale molto simile al flauto. L'economista si comporterebbe pertanto come il pifferaio di Hamelin, descritto nella fiaba dei fratelli Grimm. Perché le cose non sempre filano lisce? Gli psicologi Deci e Ryan hanno sviluppato il concetto di "costo latente del compenso"^[11]. L'essere umano non è mosso solo dai propri interessi, ma anche dalla capacità di dare senso alla realtà che lo circonda; siamo mossi da valori e da norme legate

[6] Tversky, A., Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, 185(4157), 1124-1131.

[7] Per una panoramica di queste anomalie e a chi fosse interessato alla storia dell'economia comportamentale si consiglia la lettura di Thaler, R. (2018). *Misbehaving. La nascita dell'economia comportamentale*. Einaudi.

[8] McNeil, B., S.G. Pauker, H.C. Sox jr., A. Tversky (1982). On the Elicitation of Preferences for Alternative Therapies. *The New England Journal of Medicine*, 306(21), 1259-1262.

[9] Ad esempio Heinrich, J., Boyd, R., Bowles, S., Camerer, C., Fehr, E. & Gintis, H. (eds). (2004). *Foundations of Human Sociality. Economic Experiments and Ethnographic Evidence from Fifteen Small-Scale Societies*. Oxford University Press; Gintis, H., Bowles, S., Boyd, R., Fehr, E. (eds). (2006). *Moral Sentiment and Material Interests. The Foundation of Cooperation in Economic Life*. MIT Press.



[Fig.1] Design: John Manoogian III; categorie e descrizioni: Buster Benson; implementazione: TilmanR, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons.

alle diverse comunità a cui apparteniamo e, come direbbe Platone, ascoltiamo il *daimon* che ci parla dentro. In taluni contesti, quando a guidarci è il suono del flauto (l'incentivo appunto), finiamo con l'avvertire una limitazione alla nostra autodeterminazione, perdiamo autostima e avvertiamo una riduzione dello spazio per esprimerci liberamente. Da fervente interprete dell'individualismo metodologico, l'economista svizzero Bruno Frey alla fine degli anni Novanta ha pubblicato un saggio dedicato alle motivazioni disinteressate dell'agire economico^[12]. Punto centrale del suo lavoro è il cosiddetto effetto di *crowding-out*, ossia la possibilità che gli incentivi monetari determinino un costo psicologico che potrebbe tradursi in una parziale erosione delle motivazioni intrinseche. Se non facciamo attenzione, gli incentivi economici finiscono con il distruggere capitali tanto preziosi quanto immateriali come le norme condivise, la fiducia e il capitale sociale.

È difficile allo stadio attuale sapere se l'economia comportamentale stia arricchendo il modello antropologico delle scienze economiche (che Frey definisce HOM: *Homo oeconomicus maturus*), rimanendo nell'alveo del pensiero neoclassico, o se sia in atto una vera e propria rivoluzione scienti-

fica che potrebbe portare ad un cambiamento di paradigma^[13]. Di certo possiamo affermare che l'economia comportamentale sta gradualmente cambiando la finalità stessa dell'economia. Il cambiamento di prospettiva è stato descritto in modo molto efficace da Elinor Ostrom, prima donna ad aver vinto il Nobel per l'Economia, nella sua lezione magistrale avvenuta l'8 dicembre 2009: "Progettare istituzioni in grado di costringere individui del tutto auto-interessati a raggiungere risultati socialmente migliori è stato l'obiettivo principale [...] nell'ultimo mezzo secolo. Un'ampia ricerca empirica mi porta a sostenere che, invece, l'obiettivo dovrebbe essere quello di agevolare lo sviluppo di istituzioni capaci di tirare fuori il meglio dagli esseri umani [...] [in termini di] innovatività, apprendimento, adattamento, affidabilità, cooperazione e di raggiungimento di esiti più efficaci, equi e sostenibili".

[10] Ross, L., & Ward, A. (1996). Naive realism in everyday life. Implications for social conflict and misunderstanding. In Reed, E. Turiel, & T. Brown (Eds.), *Values and knowledge* pp. 103-135). Lawrence Erlbaum Associates.

[11] Deci, E.L. & Ryan, R.M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Plenum Press.

[12] Frey, B.S. (2005). *Non solo per denaro. Le motivazioni disinteressate dell'agire economico*. Bruno Mondadori.

[13] Orrell, D. (2021). *Behavioral Economics. Psychology, neuroscience, and the human side of economics*. Icon Books.