

**PROSPETTICHE DISTORSIONI** **DOSSIER EURISTICHE E BIAS** **COMPORIAMMENTALI**

POSTE ITALIANE SPA, SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - 70% LO/MI



# MENTE & FINANZA

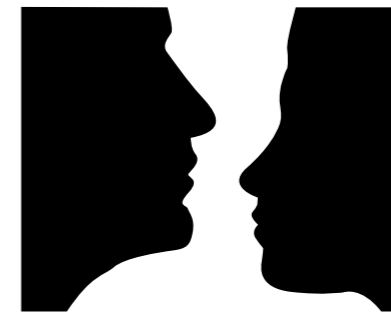
**INVESTIRE NELLA CONOSCENZA**



# EURISTICA DELLA

**D**opo un recente disastro aereo di cui i media stanno parlando da giorni saliamo su un volo molto più preoccupati del rischio di non arrivare a destinazione. Usciamo dalla stazione centrale timorosi e pavidati se da tempo i politici in carica non parlano d'altro che di aggressioni, senza dimora pericolosi e degrado urbano. Siamo convinti che il rischio di cadere vittima di un attentato terroristico sia molto più alto di quello di morire in un incidente pedonale o per le conseguenze di comportamenti alimentari scorretti perché il primo evento attira molto di più la nostra attenzione e riempie maggiori spazi nei notiziari.

Un avvenimento drammatico aumenta notevolmente la sensazione che quell'evento accada con un'alta frequenza. E se, di più, tale evento accade proprio a noi, allora siamo ancor più portati a pensare che esperienze, immagini ed emozioni simili avvengano con una frequenza di molto superiore a quella reale. Cosa che succede quando si chiede a uno dei due coniugi quale sia il contributo personale fornito al mantenimento della casa ordinata e pulita: ciascun coniuge afferma infatti, e ne è profondamente convinto, di essere lui (o lei) a contribuire maggiormente al lavoro domestico, proprio perché entrambi ricordano più vivamente i propri sforzi e le proprie fatiche individuali degli sforzi e della fatica dell'altro (o dell'altra). Tale differenza di disponibilità di esempi recuperabili mentalmente porta a inferire una maggior



frequenza percepita. Anche se, a rigor di una buona riuscita del matrimonio, è utile ricordare che questa dinamica si presenta anche quando si sopravvaluta, ad esempio, il proprio contributo a dare il via ai litigi di coppia<sup>1</sup>.

**Cosa avviene, quindi, nella nostra mente quando dobbiamo stimare la frequenza di un evento, la grandezza di un attributo o l'intensità di un'emozione?** Cosa facciamo "realmente" per prendere una decisione "sensata" di fronte a simili questioni?

Mettiamo mano alla nostra memoria, recuperiamo in essa quegli esempi più agevolmente e immediatamente disponibili – ovvero in modo *non mediato* da un processo razionale ottimale e spesso poco e per nulla consapevole – e giudichiamo tali categorie "rilevanti": più frequenti, più grandi, più intense. Quello che facciamo realmente è sostituire un problema con un altro: invece che stimare nel modo il più oggettivo possibile la frequenza o la dimensione di un evento o un oggetto, noi attribuiamo una rilevanza agli stessi tanto maggiore quanto più facilmente questi ci vengono in mente, quanto più sono rapidamente recuperabili in memoria<sup>2</sup>.

**Così accade quando lavoriamo in gruppo:** ciascuno di noi pensa di aver contribuito in modo "evidentemente" maggiore, lavorando

più degli altri e, soprattutto, di non aver ricevuto dagli altri il giusto riconoscimento per quanto fatto. E così accade anche quando organizziamo le nostre finanze, secondo criteri comportamentali, se non irrazionali, quantomeno discutibilmente ragionevoli. La percezione che abbiamo riguardo, ad esempio, alla frequenza del comportamento di spesa superflua può dipendere da quanti esempi siamo capaci di riportare alla mente di episodi in cui abbiamo speso inutilmente del denaro. O meglio, la percezione è influenzata dalla capacità di elencare un numero specifico di casi<sup>3</sup>. Così, alla domanda «Elenca sei casi in cui hai speso in modo inappropriato del denaro. Ora valuta: quanto sei spendaccione?» molto probabilmente seguirà un'autovalutazione differente rispetto a quanto segue la domanda posta in questo modo: «Elenca dodici casi in cui hai speso in modo inappropriato del denaro. Ora valuta: quanto sei spendaccione?». Qui fa capolino la conseguente difficoltà a recuperare tutti e dodici i casi vissuti man mano che ci si avvicina al completamento della lista. Il sentimento di conferma della propria tendenza a sperperare denaro sarà, infatti, rafforzato sia dal numero di esempi ricordati sia dalla facilità con cui questi vengono mentalmente recuperati. Ecco che, se non riusciamo a recuperare facilmente degli esempi di un determinato comportamento o di una specifica caratteristica, è molto probabile che riterremo di non avere quella caratteristica ossia di non agire quel comportamento. »

# DISPONIBILITÀ



» In campo economico molti studi hanno dimostrato che oggi, grazie anche alla diffusione dei sistemi di trading online e alla maggior disponibilità di informazioni reperibili in internet, l'attivismo degli investitori è aumentato<sup>4</sup>. Un investitore razionale che movimentava attivamente il portafoglio, perché pensa di saper cogliere in anticipo le tendenze generali di mercato o di saper identificare le valutazioni di titoli, dovrebbe – per lo stesso motivo razionale – continuare tale pratica se e solo se i risultati gli dessero ragione, ovvero se il rendimento del portafoglio (al netto dei costi di transazione e dei rischi assunti) fosse maggiore di quello di un portafoglio poco movimentato. Tuttavia, alcune evidenze empiriche smentiscono tali risultati: la maggior parte degli investitori privati che movimentano di più il portafoglio ottiene performance peggiori di quelli meno attivi. Perché? Si affida in modo *liberamente obbligato*<sup>5</sup> più a informazioni recenti e disponibili che a un metodo di verifica sistematica delle stesse. Come fa la mag-

gior parte di noi quando deve prendere una decisione.

Come difenderci dunque da noi stessi e dal nostro modo di scegliere? Resistere ai rischi del *bias della disponibilità* costa fatica ma è possibile. Per evitare di soccombere inconsapevolmente ai nostri inganni mentali è utile allenarsi a verificare la prospettiva dalla quale si raccolgono le informazioni prima di fare una scelta ed esercitarsi a riconsiderare le proprie intuizioni per recuperare le “giuste” domande. L'analisi di queste deve considerare quindi tutti gli elementi in gioco, contenendo così gli effetti della percezione amplificata del proprio ruolo, dei propri meriti o delle proprie criticità e facilitando una maggiore presa di consapevolezza dei propri bias. Per cambiare prospettiva si può partire con il chiedersi il «perché?» degli eventi osservati e il «se fosse il contrario?» delle conclusioni cui si giunge. Dubbio e verifica: una strategia per una decisione migliore. E in due rinnovate parole facilmente memorizzabili e disponibili.



#### MASSIMO BUSTREO, PHD

Umanista, consulente e docente in psicologia del lavoro e dei consumi, coach professionista ed esperto di psicologia del denaro. Autore di oltre 110 pubblicazioni, tra cui *Denaro e Psiche* (Angeli, 2007) e *La terza faccia della moneta* (Angeli, 2018).  
www.massimobustreo.it

1. M. Ross e F. Sicoly (1979). Egocentric biases in availability and attribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(3), 322-336.  
2. A. Tversky e D. Kahneman (1973). Availability: A Heuristic for Judging Frequency and Probability. *Cognitive Psychology*, 5, 207-232.  
3. N. Schwarz, H. Bless, F. Strack, G. Klumpp, H. Rittenauer-Schatka & A. Simons (1991). Ease of Retrieval as Information: Another Look at the Availability Heuristic. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 195-202.  
4. Si veda quelli raccolti e argomentati, ad esempio, nel lavoro di Daniel Kahneman (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus & Giroux, New York.  
5. M. Bustreo (2018). *La terza faccia della moneta*. Le dinamiche che guidano la nostra relazione con il denaro. FrancoAngeli, Milano.

## Fai Trading Con Swissquote



- Regolato FCA e registrato CONSOB
- FX da EUR 3.25 per 100k transato, CFD da 0.5 pips
- Piattaforme MT4, MT5, Multiterminal, MAM
- Servizio h24, 5 giorni su 7

www.swissquote.it

 Swissquote

