

◎ Rivoluzioni gentili

Emozioni & mercato: tutti alla scuola di Charlie Brown

Ecco un libro che non insegna a fare le scelte finanziarie giuste ma che suggerisce un metodo per imparare a realizzarle. E ci riesce con un «nudge», la spinta gentile di un tono familiare e rassicurante che ci porta a considerare le nostre decisioni come frutto di variabili complesse, che comprendono i sentimenti, le emozioni, le idiosincrasie, le paure e le speranze di ognuno di noi. Elementi importanti di un processo decisionale che va ben oltre i criteri di razionalità e di efficienza su cui si basano, in apparenza, le scelte di natura finanziaria.

«La psicoeconomia di Charlie Brown», con l'ambizioso sottotitolo «strategie per una società più felice» scritto da Matteo Motterlini (Rizzoli, euro 17, 270 pagine), in uscita in questi giorni, ricorre ai personaggi dei Peanuts per farci comprendere in

che modo i tratti caratteriali e i percorsi cognitivi «automatici» cui siamo inconsapevolmente sottoposti influenzano su tutti gli aspetti essenziali delle decisioni economiche, sia private che pubbliche.

L'autore, ordinario di logica e filosofia della scienza all'Università San Raffaele di Milano, ha una competenza trasversale che spazia dalle neuroscienze all'economia. Una preparazione che gli permette di realizzare una felice contaminazione di saperi, utile tanto nel comprendere le scelte di tutti i giorni quanto le grandi strategie di politica economica. Perché il privato si mescola con il pubblico e i 5 cent richiesti da Lucy per le sue celebri consulenze «psychiatric help», forse non a caso corrispondono ai 5 centesimi con cui il mercato valuta un «like» di Facebook, l'emozione di un singolo, che concorre a formare l'immenso capitale di una società che capitalizza 104 miliardi.

Riappropriarsi del valore, non solo economico, dei propri «like», è uno dei messaggi centrali del libro.

M. SAB.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

