



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Psicologia Generale

Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

Corso di laurea in Scienze psicologiche Cognitive e Psicobiologiche

Elaborato finale

**NUDGING: TRA STATO DELL'ARTE,
APPLICAZIONI E CRITICHE**

Nudging: state of the art, applications and criticisms

Relatrice

Prof.ssa Lotto Lorella

Laureanda: Caruso Alice

Matricola: 1232939

Anno Accademico 2022/2023

INDICE

| | |
|---|----|
| Introduzione..... | 2 |
| Capitolo 1. La teoria dei nudge..... | 3 |
| 1.1 Definizione..... | 3 |
| 1.2 Processi decisionali..... | 5 |
| 1.2.1 Sistema impulsivo e sistema riflessivo..... | 5 |
| 1.2.2 Euristiche e bias..... | 6 |
| 1.3 Architettura delle scelte..... | 8 |
| Capitolo 2. Applicazioni..... | 11 |
| 2.1 Nudge Unit..... | 11 |
| 2.2 Donazione di organi..... | 14 |
| 2.3 Pungoli contro la crisi climatica..... | 15 |
| Capitolo 3. Critiche..... | 19 |
| 3.1 I pungoli sono inevitabili?..... | 20 |
| 3.2 Siamo liberi di scegliere?..... | 21 |
| 3.3 Trasparenza..... | 22 |
| 3.4 Quanto sono efficaci i pungoli?..... | 23 |
| Conclusione..... | 25 |
| Bibliografia..... | 26 |

INTRODUZIONE

Gli ultimi anni si sono caratterizzati per un crescente interesse nei confronti della teoria del *nudging*, un approccio che si propone, attraverso una “spinta gentile”, di orientare il comportamento degli individui verso esiti coerenti con i loro interessi e il loro benessere. Tale teoria è stata elaborata da Richard Thaler e Cass Sunstein nel 2008 e si è successivamente diffusa sia nel settore pubblico che in quello privato. Questo elaborato propone una panoramica sul fenomeno del *nudging*: nel primo capitolo verrà presentata un’analisi del fenomeno a partire dalla comprensione dei processi decisionali che caratterizzano il pensiero umano e le sue limitazioni cognitive che vengono sfruttate dagli “architetti delle scelte” per spingere “gentilmente” gli individui verso scelte migliori. Nel secondo capitolo vedremo alcuni possibili ambiti applicativi di questa teoria e - analizzando i lavori della prima *Nudge Unit* fondata nel Regno Unito nel 2010 - alcuni dei risultati di una buona “architettura delle scelte”. Nel terzo capitolo verranno infine discusse alcune delle preoccupazioni etiche che sono emerse fin dalla nascita del *nudging*, criticato per essere uno strumento utilizzato per manipolare il comportamento degli individui.

CAPITOLO 1: LA TEORIA DEI NUDGE

1.1 Definizione

Nel 2008 è stato pubblicato il libro “Nudge. La spinta gentile” da Richard H. Thaler, premio Nobel per l’Economia nel 2017 e professore alla *Graduate School of Business* all’università di Chicago, e Cass R. Sunstein, professore di Diritto alla *Harvard Law School* e responsabile del *White House Office of Information and Regulatory Affairs* durante la prima presidenza di Obama. Nel 2022 è stata pubblicata un’ ”edizione definitiva” nel quale hanno revisionato i contenuti della vecchia edizione da una nuova prospettiva, introducendo anche nuove tematiche come quella della pandemia di Covid-19 e del cambiamento climatico.

Un nudge, tradotto in italiano con pungolo, “è una spinta gentile, cioè qualsiasi aspetto dell’architettura delle scelte¹ che altera il comportamento degli individui in maniera prevedibile, senza proibire alcuna opzione o modificare in misura significativa gli incentivi economici” (Thaler e Sunstein, 2022, p. 19). L’obiettivo di Thaler e Sunstein è quello di migliorare la vita delle persone permettendo loro di prendere buone decisioni, partendo dal presupposto che quando le persone devono compiere una scelta sono fortemente influenzate da *bias* cognitivi. Questo modello di uomo lo vediamo anche nel modello di “razionalità limitata” di Herbert Simon (1953). Secondo gli economisti classici l’uomo è capace di scegliere l’opzione migliore tra tutte quelle possibili grazie al pensiero razionale, secondo Simon invece la razionalità dell’uomo è limitata dalle informazioni in suo possesso, dal tempo che ha a disposizione e da scorciatoie di pensiero che adotta (Simon, 1953). Questa distinzione è stata inserita anche nella teoria del

¹ Gli architetti delle scelte sono coloro che progettano gli ambienti decisionali, sta a loro decidere se progettarli affinché siano intuitivi.

nudging, distinguendo tra gli Econi (Thaler, 2022), “soggetti ideali” che prendono decisioni non gravate da distorsioni, e gli Umani.

Nell’ottica di aiutare le persone a prendere le decisioni migliori per sé stessi e per la comunità gli autori della “Spinta gentile” vogliono sottolineare quanto un *nudge*, per essere considerato tale, deve spingere le persone verso una certa direzione senza minare la loro libertà di scelta. Thaler e Sunstein si considerano infatti dei “paternalisti libertari” (Thaler e Sunstein, 2022, p.17). Con paternalismo gli autori intendono che a loro giudizio è lecito progettare degli interventi con il fine di influenzare i processi decisionali delle persone in modo da rendere loro la vita migliore. Il presupposto di fondo è che se tutte le persone avessero accesso a tutte le informazioni e illimitate capacità cognitive prenderebbero quella stessa decisione, così come farebbe un Econe. Tutto ciò preservando la libertà di scelta delle persone, dato che un presupposto fondamentale di tale approccio consiste nel non vietare le opzioni che gli architetti delle scelte non desiderano incentivare.

Inoltre, Thaler e Sunstein insistono sul fatto che è impossibile evitare di influenzare le scelte individuali (Thaler e Sunstein, 2022), saranno sempre presenti dei pungoli a spingerci verso una certa direzione, non si tratta quindi di dover scegliere tra essere influenzati o no, ma tra una buona e una cattiva architettura delle scelte.

Un esempio di architettura delle scelte di cui spesso non ci rendiamo conto ha a che fare con le decisioni che vengono impostate come opzioni “di default”. (Per esempio, se non agiamo attivamente modificando la suoneria quando compriamo un nuovo cellulare, ci accontenteremo dell’opzione che è stata scelta come default). Molto spesso, quando le persone devono scegliere un’opzione tra più alternative, sono soggetti ad una “distorsione

verso lo status quo” (Samuelson e Zeckhauser, 1988), un bias per cui le persone hanno la tendenza a mantenere invariata la propria situazione attuale, rendendo più probabile che la scelta ricada sull’opzione di default, cioè l’opzione che prevale se si sceglie di non fare nulla.

1.2 Processi decisionali

1.2.1 Sistema impulsivo e sistema riflessivo

Secondo il pensiero economico neoclassico l’uomo economico possiede una razionalità che gli permette di prendere la decisione migliore tra le alternative proposte, secondo la logica di ottenere i migliori risultati e massimizzare i benefici. Nell’economia comportamentale un tema centrale è quello della “razionalità limitata” (Simon, 1953), un modello che si contrappone a quello neoclassico e che vede l’uomo come un individuo con limitate capacità di elaborazione, dipendente dalla sua conoscenza ed esperienza, i cui processi decisionali sono influenzati da euristiche e bias.

Tra gli studi sul processo decisionale, i lavori di Daniel Kahneman sono stati particolarmente significativi nel mettere in discussione la convinzione dell’uomo riguardo alla sua razionalità nell’effettuare scelte ottimali. Nel suo libro “Pensieri lenti e veloci” Kahneman ha proposto l’idea per cui nella mente agiscono due modalità di pensiero che avvengono attraverso due differenti sistemi, il sistema 1 e il sistema 2. Gli autori della Spinta gentile hanno voluto rinominare questi sistemi come sistema impulsivo e sistema riflessivo (Thaler e Sunstein, 2022, p. 49). Questi sistemi guidano il nostro pensiero e il nostro comportamento attraverso due modalità di elaborazione mentale:

1. Sistema impulsivo: modalità di pensiero veloce, intuitiva ed automatica, si basa su processi cognitivi inconsci e istintivi che non producono sforzo eccessivo. Si attiva automaticamente in compiti routinari o in situazioni a cui siamo abituati, non possiamo evitare di sapere che $2+2$ fa 4 così come non possiamo impedirci di riconoscere un'espressione di rabbia quando la vediamo sul volto di una persona (Kahneman, 2012). La fallacia di questo sistema sta negli errori che rischiamo di correre prendendo decisioni impulsive senza fare un'attenta analisi.
2. Sistema riflessivo: modalità di pensiero lenta e controllata, sposta l'attenzione su attività mentali che richiedono uno sforzo cognitivo. Affinché questo sistema agisca bisogna focalizzare l'attenzione sul compito, che sia svolgere una moltiplicazione complessa o guidare di notte in una strada poco illuminata che non abbiamo mai percorso. Avendo bisogno di maggiori risorse cognitive tendiamo a usare questo sistema solo quando necessario.

Questi due sistemi lavorano insieme per guidare il comportamento umano. In situazioni familiari è il sistema impulsivo che entra in azione senza provocarci particolari sforzi, quando invece ci troviamo ad affrontare compiti complessi il sistema riflessivo prende il comando e analizza attentamente le opzioni per permetterci di prendere le decisioni più vantaggiose.

1.2.2 Euristiche e bias

Quando utilizziamo il sistema impulsivo spesso usiamo anche delle scorciatoie di pensiero, dette euristiche, per velocizzare il processo decisionale. Questo rende il nostro pensiero soggetto a bias, errori sistematici che tendiamo a commettere in circostanze

specifiche (Kahneman, 2012, p. 35). In tal senso Kahneman e Tversky hanno proposto tre principali euristiche: ancoraggio, disponibilità e rappresentatività:

1. **Ancoraggio:** Durante il processo decisionale i giudizi emessi sono influenzati da un valore presentato inizialmente. In uno studio di Tversky e Kahneman (1974) è stato richiesto ai partecipanti di stimare il numero di nazioni africane nell'ONU dopo aver girato una roulette che, all'oscuro dei partecipanti, faceva uscire o il numero 10 o il numero 65. Le stime si mantenevano vicine al numero che usciva nella roulette da cui i soggetti partivano. In altre parole, nei processi decisionali si insinuano delle ancore irrilevanti che ci spingono a commettere degli errori. Nella concezione di Thaler e Sunstein le ancore possono però fungere da pungoli e si può sfruttare questa euristica per spingere gli individui in una determinata direzione.
2. **Disponibilità:** l'euristica della disponibilità viene generalmente applicata per stimare gli eventi rischiosi, ma può portare ad errori quando gli eventi più disponibili in memoria non sono quelli più frequenti; l'euristica, infatti, giudica la frequenza in base alla facilità con cui gli esempi ci vengono alla mente (Tversky e Kahneman, 1973, p. 207). Per esempio, se ci venisse chiesto di stimare se negli USA ci sono più omicidi o suicidi causati da armi da fuoco tenderemo a dire omicidi, soprattutto per tutte le notizie che sentiamo al telegiornale. In realtà i suicidi per arma da fuoco sono il doppio degli omicidi, ma tendono a fare meno notizia.
3. **Rappresentatività:** l'euristica della rappresentatività descrive il modo in cui le persone giudicano la probabilità che un certo evento accada sulla base della

somiglianza con un modello prototipico. Per esempio, se incontrassimo una donna ben vestita, con borsa di marca e ultimo modello di iPhone, potremmo pensare che sia una dirigente di un'azienda o che ricopra una qualche posizione importante, ma questo giudizio è basato sulla somiglianza del suo aspetto con un prototipo mentale che abbiamo di una persona di successo.

Quando si ricorre a queste scorciatoie di pensiero è probabile che insorgano dei bias cognitivi, pur avendo una mente allenata e anche con l'esplicita richiesta di essere attenti e precisi. Tra questi bias possiamo osservare la tendenza ad avere un eccesso di ottimismo che porta le persone a esporsi maggiormente ai rischi mettendo a repentaglio la propria salute (Thaler e Sunstein, 2022). Un'altra tendenza è quella dell'avversione alle perdite, le persone provano un grosso attaccamento per ciò che è già in loro possesso e tendono anche a valutarlo di più; una conseguenza di questa avversione è la “distorsione verso lo status quo”, per cui le persone giudicano come peggiore la perdita dello status quo piuttosto che il potenziale guadagno di un'alternativa (Samuelson e Zeckhauser, 1988). Infine, un ulteriore bias che possiamo identificare è quello della formulazione: un contenuto viene interpretato e seconda di come viene formulato. Ad esempio, se ci venisse proposto di prendere un farmaco che presenta il 70% di successo lo accetteremmo molto più favorevolmente rispetto allo stesso farmaco presentato con il 30% di insuccesso, nonostante le percentuali siano ovviamente complementari.

1.3 Architettura delle scelte

Un architetto delle scelte è colui che organizza il contesto nel quale le persone devono prendere una decisione. Un architetto delle scelte ha la facoltà di pungolare, aumentando

le possibilità che una data scelta venga o non venga presa, che sia per i propri interessi o per quelli di coloro che devono decidere. Nel progettare il design di una scelta bisogna dunque considerare che ogni elemento conta, e che per orientare verso una determinata decisione l'importante è renderla facile. Secondo Thaler e Sunstein ci sono una serie di fattori che possono essere tenuti in mente dagli architetti delle scelte per pungolare gli individui con il fine di ottimizzare il loro processo decisionale:

- Opzioni di default: come abbiamo visto nei precedenti paragrafi le persone tendono a fare il minimo sforzo quando devono prendere una decisione e ciò porta spesso a confermare l'opzione di default. È più probabile che tale scelta venga modificata se gli esiti si rivelano svantaggiosi e il costo per cambiare opzione è basso (Thaler e Sunstein, 2022, p. 109). In generale le regole di default sono inevitabili, ma gli architetti delle scelte possono fare in modo che gli individui siano obbligati a scegliere, a fare una "scelta attiva" (Carroll et al. 2009). Un'altra alternativa è quella di sollecitarli a scegliere (Thaler e Sunstein, 2022), per cui deve però essere comunque prevista un'opzione di default. Gli autori della "Spinta gentile" mettono in luce come l'obbligo di scelta sia più indicato per decisioni facili, dicotomiche, mentre per decisioni più complesse potrebbe addirittura risultare infattibile.
- Prevenire gli errori: Per aiutare le persone a prendere decisioni ottimali è importante conoscere i meccanismi sottostanti i processi decisionali e costruire un design delle scelte che prevenga gli errori di tali processi. Un esempio può essere una funzione introdotta da Google per cui se nel testo di una mail viene citato "allegato" e al momento dell'invio esso non è presente arriva una notifica che avvisa riguardo alla mancanza del file.

- Dare un feedback: Un modo per rendere consapevoli gli individui degli errori commessi e che stanno per essere compiuti è fornire un feedback appropriato. Bisogna però evitare di fornire troppi feedback per evitare che vengano ignorati.
- Mappatura: un buon architetto delle scelte dovrebbe rendere tutte le informazioni utili al processo decisionale di facile accesso e comprensione, soprattutto quando le opzioni sono numerose e complesse.
- Incentivi: Spesso chi si ritrova a dover prendere una decisione non si rende conto degli incentivi con cui sta avendo a che fare. È fondamentale che nell'architettura delle scelte tali incentivi siano tenuti in considerazione e focalizzare l'attenzione degli individui su di essi e sulla loro rilevanza.

In questo primo capitolo è stato presentato il *nudging* da un punto di vista teorico, analizzando i meccanismi dei processi decisionali da sfruttare quando si vuole pungolare qualcuno e i prerequisiti affinché un pungolo sia considerato tale. I pungoli vengono utilizzati in diversi campi di applicazione, sia pubblici che privati, e suscitano crescente interesse dal momento che possono essere molto efficaci pur avendo un costo ridotto e preservando la libertà di scelta degli individui. Nel prossimo capitolo verranno affrontati in modo più dettagliato alcuni campi di applicazione dei nudge.

CAPITOLO 2: APPLICAZIONI

Thaler e Sunstein hanno elaborato la teoria del *nudging* nel 2008 e fin da subito è diventata via via più diffusa e discussa in diversi ambienti, entrando a pieno titolo nel dibattito accademico. Da tenere in considerazione sono le sue adozioni in svariati ambiti applicativi come il cambiamento climatico (Kallbekken e Sælen, 2013; Hagmann et al., 2019), l'alimentazione (Dayan e Bar-Hillel, 2011; Arno e Thomas, 2016) l'educazione (Damgaard e Nielsen, 2018) e le scelte finanziarie (Pilaj, 2017; Camilleri et al., 2019).

L'obiettivo di questo capitolo è, attraverso la presentazione di una serie di ambiti di applicazione, presentare una panoramica più concreta sulle modalità attraverso le quali il *nudging* può prendere parte ai processi decisionali e, in ottica più ampia, al cambiamento sociale.

Uno dei primi interventi che retrospettivamente può essere letto come *nudging* fu progettato negli anni 90' nei bagni dell'aeroporto di Amsterdam. Il direttore delle pulizie dell'aeroporto voleva trovare un modo per limitare le spese di pulizia dei bagni evitando la fuoriuscita di urina dagli orinatori a muro. La soluzione fu attaccare un adesivo a forma di mosca vicino allo scarico, che ha dato agli uomini qualcosa da puntare mentre orinavano. È stata stimata una riduzione dell'80% di fuoriuscita di urina e dell'8% di spese di pulizia dei bagni dell'aeroporto.

2.1 Nudge Unit

Nel 2010, dopo due anni dalla nascita del concetto di *Nudge*, è stata fondata nel Regno Unito il *Behavioural Insights Team* (BIT), o *Nudge Unit*, la prima organizzazione governativa a cui fu dato il compito di utilizzare le teorie psicologiche e comportamentali

per attuare interventi nelle politiche pubbliche al fine di migliorarle (Halpern, 2015). Dal 2012 il BIT ha iniziato a collaborare anche con il governo australiano e con il governo di Singapore con lo scopo di innovare le politiche sociali e migliorarne i risultati, concentrandosi su benessere finanziario, salute pubblica, pensioni ecc.² Uno dei primi programmi condotti dal BIT ha riguardato l'applicazione delle informazioni provenienti dalle scienze comportamentali per aiutare a ridurre la frode, gli errori e i debiti in UK. Inizialmente sono stati estrapolati dalla letteratura sette principi chiave, ossia: se si vuole incoraggiare un comportamento bisogna renderlo facile, evidenziare le informazioni importanti, usare un linguaggio personale, incoraggiare l'onestà in momenti chiave, sfruttare l'effetto sociale, ricompensare i comportamenti desiderati ed infine evidenziare i rischi e l'impatto dei comportamenti disonesti.

Questi sette principi sono poi successivamente stati testati attraverso studi controllati randomizzati (RCT) in diversi contesti utilizzando l'approccio "Sperimentare, imparare, adattare" (*Test, Learn, Adapt*). Gli RCT hanno permesso di testare interventi comportamentali evidence-based, apprendere la loro efficacia e adattare gli interventi e le politiche pubbliche per migliorare i risultati (Team, B. I., 2012).

In una delle prime sperimentazioni il BIT ha collaborato con il dipartimento governativo per la riscossione delle imposte (HMRC) per testare quanto le norme sociali potessero incoraggiare gli individui a pagare i propri debiti fiscali: nelle lettere dirette a 140.000 contribuenti sono state inserite diverse comunicazioni, veniva inviata o una lettera di controllo (senza norme sociali) o una lettera contenente la frase "In Inghilterra 9 cittadini su 10 pagano le loro tasse in tempo". I risultati hanno dimostrato che l'uso di queste lettere

² <https://www.bi.team/>

ha aumentato del 15% la percentuale di pagamento delle tasse da parte dei destinatari (Team, B. I. 2012).

Le sperimentazioni condotte dal *Behavioural Insight Team* hanno evidenziato come anche solo piccoli cambiamenti di forma o di linguaggio possano rivelarsi efficaci nello spingere gli individui a commettere meno errori o a seguire comportamenti più onesti, ma l'efficacia di tali interventi dipende molto anche dal contesto nei quali vengono applicati. Il BIT suggerisce come i responsabili delle politiche pubbliche dovrebbero innovare i loro metodi nei limiti della conoscenza attuale e con rispetto per ciò che è accettabile e utile per la società.

Nel 2014 il BIT viene “scorporato” dal governo diventando una società cooperativa che nel 2021 diventa proprietà di NESTA, l'agenzia britannica per l'innovazione, con lo scopo di affrontare alcune delle sfide sociali più urgenti del Regno Unito, annunciando un programma decennale per dimezzare i tassi di obesità, ridurre il divario scolastico e ridurre le emissioni di CO2 delle famiglie del 28% per raggiungere lo zero netto³. Il BIT ha fino ad ora condotto più di 1.000 progetti inclusi oltre 700 RCT in moltissimi paesi, con decine di pubblicazioni accademiche.

Anche in Italia, nel 2020, è nato un nuovo gruppo di ricerca e supporto per le pubbliche amministrazioni, il Team di Analisi Comportamentale (TAC), che tramite le conoscenze provenienti dalle scienze cognitive e comportamentali si pone l'obiettivo di utilizzare il *nudge* per migliorare le performance e il benessere emozionale e cognitivo dei dipendenti delle pubbliche amministrazioni.

³ <https://www.bi.team/press-releases/nesta-acquires-behavioural-insights-team-to-help-tackle-societys-biggest-social-challenges/>

2.2 Donazione di organi

Uno degli ambiti su cui si soffermano Thaler e Sunstein nel loro libro è quello relativo alla donazione di organi, con l'obiettivo di pungolare gli individui affinché aumentino i donatori, sempre rispettando la loro libertà di scelta.

In uno studio del 2013 è stato dimostrato come nei paesi in cui è presente il “consenso presunto”, ovvero che le persone sono di default disposte a donare, molte poche decidevano di revocare il consenso. In altri paesi in cui invece è presente la politica del “consenso esplicito”, dove le persone devono esplicitamente dare il consenso a donare, molti non compiono questa scelta (Johnson e Goldstein, 2013), confermando che le regole di default hanno un grosso impatto sulla sollecitazione delle preferenze. Thaler e Sunstein pensano però che quando si pianifica la politica da adottare per la donazione di organi spesso si sottovaluti il ruolo della famiglia del donatore. In molti paesi con consenso presunto è previsto per legge che le famiglie vengano consultate e che spetti a loro decidere se donare gli organi del familiare deceduto, di fatto può essere considerato un sistema con “consenso presunto morbido”. Al contrario applicare il consenso presunto in modo “duro” significa inferire le preferenze degli individui basandosi solo sul fatto che non hanno intrapreso l'azione di revocare la propria disponibilità a donare, e abbiamo già sottolineato la forza del bias dell'opzione di default.

Thaler e Sunstein propongono quindi l'approccio della “sollecitazione di scelta”, per cui si cerca di potenziare il consenso esplicito pungolando i potenziali donatori ad iscriversi come donatori registrati. Affinché questo sistema funzioni, deve essere reso facile (Thaler e Sunstein, 2022). Per esempio, in Italia è possibile iscriversi come donatori al momento del rilascio o del rinnovo della carta d'identità, presso la propria ASL o anche online

tramite SPID⁴. Le persone potrebbero essere pungolate a iscriversi come donatori di organi grazie a spot pubblicitari, programmi televisivi, o per esempio quando comprano un iPhone e impostano l'app Salute⁵. Si potrebbe pensare che il modo migliore sarebbe obbligare le persone a prendere una decisione, ma può risultare controproducente dal momento che potrebbe spingere le persone a decidere di non registrarsi (Kessler e Roth, 2014). La sollecitazione è quindi da preferire all'obbligo (Thaler e Sunstein, 2022). Per concludere possiamo dire che il sistema del consenso presunto è un sistema abbastanza debole che dimostra più che altro la potenza dell'opzione di default. Possiamo usare la Spagna come modello ideale, essendo il paese con più alto tasso di donatori post mortem al mondo. Il creatore della *Organización Nacional de Trasplantes* ha dichiarato che il loro successo non è attribuibile al loro sistema di consenso presunto quanto più alla loro architettura organizzativa delle scelte, alle strategie comunicative, alle infrastrutture e all'innovazione continua (Matesanz e Domínguez-Gil, 2019).

2.3 Pungoli contro la crisi climatica

Uno dei maggiori problemi che le società contemporanee si pongono negli ultimi anni è quello del cambiamento climatico; il nostro pianeta sta affrontando una crisi climatica causata principalmente dai gas serra prodotti da attività umane tramite la combustione di carbone, petrolio e gas, con l'allevamento, l'agricoltura, la deforestazione ecc.⁶ Rispetto

⁴

<https://www.trapianti.salute.gov.it/trapianti/menuContenutoCnt.jsp?lingua=italiano&area=cnt&menu=cittadini&sottomenu=diventare>

⁵ <https://support.apple.com/it-it/HT207021#:~:text=Come%20registrarsi%20come%20donatore%20di%20organi&text=donatore%20di%20organi.-,Apri%20l'app%20Salute%20e%20tocca%20il%20pannello%20Riepilogo.,Tocca%20Registrati%20su%20Donate%20Life.>

⁶ https://climate.ec.europa.eu/climate-change/causes-climate-change_it

a tale crisi globale, il *nudging* si pone come una delle possibili strategie, pungolando gli individui a adottare comportamenti ecosostenibili e volti a ridurre le emissioni di gas serra.

Uno studio del 2013 ha proposto due pungoli molto semplici ed economici che possono per esempio aiutare a ridurre lo spreco di cibo e acqua. La produzione di cibo è responsabile del 34% delle emissioni globali dei gas a effetto serra (Crippa et al., 2021) e il 92% dell'impronta idrica globale è correlato all'agricoltura (UNEP, 2012). A questo si aggiunge il fatto che circa il 14% del cibo viene perso prima che arrivi in negozio (FAO, 2019) e circa il 17% del cibo viene buttato, in particolare negli ambienti domestici (UNEP, 2021). Questo studio ha testato due interventi in collaborazione con hotel e ristoranti, ed è stato dimostrato che ridurre la grandezza dei piatti ha abbassato lo spreco di cibo del 19,5% e che introducendo un cartello con su scritto che gli ospiti possono servirsi più di una volta ha ridotto lo spreco di cibo del 20,5% (Kallbekken e Sælen, 2013). Questi interventi non hanno portato a nessun cambiamento significativo nel gradimento generale degli ospiti. Questo studio offre una forte indicazione su come dei semplici pungoli per ridurre lo spreco di cibo possano rivelarsi un approccio proficuo per raggiungere delle significative riduzioni di emissioni di gas serra.

Ovviamente dei pungoli di questo tipo presi singolarmente non si rivelano sufficienti ad abbassare le emissioni di gas serra; Thaler e Sunstein credono che stimolare un'innovazione tecnologica possa aiutare a compiere progressi significativi, e questo può essere attuato grazie all'aiuto di tasse sul carbonio, sussidi, obiettivi temporali e competizioni (Thaler e Sunstein, 2022), i quali in molti paesi hanno contribuito a portare l'innovazione rispetto a energie rinnovabili e la diffusione di veicoli elettrici.

In conclusione, le applicazioni della teoria dei *nudge* viste in questo capitolo possono fornire un'idea dell'efficacia dei puncoli e incentivare la ricerca riguardo ai possibili interventi volti ad aumentare il benessere delle persone e risolvere problemi di portata mondiale. Nonostante tutto, sono state sollevate alcune critiche riguardo alla teoria di Thaler e Sunstein; nel prossimo capitolo verranno presentate alcune critiche che sono state mosse al concetto di paternalismo libertario e all'uso dei puncoli come strumenti di influenza sociale.

CAPITOLO 3: CRITICHE

La teoria dei *nudge* suggerisce che gli architetti delle scelte, coloro che progettano gli ambienti decisionali, dovrebbero progettare il contesto in modo tale da promuovere negli individui comportamenti migliori per sé stessi e per la società. Questa teoria ha tuttavia dovuto affrontare molte critiche dovute alle implicazioni etiche di tale approccio, alla base della quale vi è l'idea che i pungoli manipolino le scelte degli individui e pertanto limitano la loro libertà di scelta.

Una prima critica fu mossa al concetto di paternalismo libertario, definito da Gregory Mitchell un ossimoro, sottolineando come Thaler e Sunstein abbiano evitato di proporre alternative sulla gestione degli aspetti irrazionali nei processi decisionali umani che avessero una relazione maggiore con i principi libertari, evitando quindi gli aspetti più paternalistici e normativi. Mitchell accusa il paternalismo libertario di essere uno strumento capitalistico per sfruttare le tendenze irrazionali dei cittadini per i fini di certi pianificatori paternalistici (Mitchell, 2004). Gli autori del nudging rispondono che è inutile addentrarsi in questioni semantiche o discutere se il paternalismo sia libertario o paternalista. È libertario in quanto “preserva la libertà” e paternalista in quanto vuole proteggere le persone dal prendere le scelte sbagliate, è un paternalismo che agisce sui mezzi, non sui fini: i pungoli servono ad aiutare le persone a trovare i giusti mezzi per raggiungere i loro stessi fini (Thaler e Sunstein, 2022).

La linea difensiva di Thaler e Sunstein si basa su tre argomentazioni principali: (1) l'architettura delle scelte e i pungoli sono inevitabili, (2) dato che i pungoli non sono coercitivi e non prevedono incentivi preservano la libertà di scelta degli individui, (3) un architetto delle scelte dovrebbe sempre seguire i principi del paternalismo libertario e il

principio di pubblicità di John Rawls (per cui nessun architetto delle scelte dovrebbe adottare una politica che non difenderebbe in pubblico), e che anzi, l'utilizzo dei pungoli in politiche sia pubbliche che private dovrebbe essere trasparente (Thaler e Sunstein, 2022). Vedremo ora come queste linee di difesa sono state invalidate da Jespersen e Hansen (fondatore del *Danish Nudging Network* e direttore del *Applied Behavioural Science Centre*) nel loro paper “*Nudge and the manipulation of choice*”.

3.1 I pungoli sono inevitabili?

Thaler e Sunstein insistono molto sul fatto che essere contrari ai pungoli di per sé non ha senso, i pungoli e l'architettura delle scelte sono inevitabili e nessun prodotto dell'architettura delle scelte può essere ritenuto “neutrale” (Thaler e Sunstein, 2022, p.15, p. 291). Hansen e Jespersen considerano questa linea difensiva sicuramente attraente, in particolar modo in relazione all'accusa che i pungoli funzionano manipolando le scelte delle persone (Bovens, 2009; Vallgård, 2012). Accettando che quindi le persone vengono sempre pungolate, indipendentemente da loro o da altri, e che i pungoli sono una caratteristica inevitabile di ogni ambiente decisionale, sembrerebbe irragionevole cercare di evitare l'inevitabile. Ciononostante, bisogna fare un'importante distinzione tra un contesto nel quale il comportamento degli individui viene accidentalmente influenzato e un contesto nel quale invece una persona, un architetto delle scelte, influenza intenzionalmente il comportamento degli individui (Hansen e Jespersen, 2013, p. 9). Ciò che manca alla definizione dei pungoli di Thaler e Sunstein è proprio il concetto di intenzionalità: “Un pungolo è qualsiasi aspetto dell'architettura delle scelte che altera il comportamento degli individui in maniera prevedibile”, per questo Hansen e Jespersen

preferiscono utilizzare la definizione di Hausman e Welch che prende in considerazione l'intenzionalità: "I pinguoli sono un modo di influenzare le scelte[...]" (Hausman e Welch, 2010). Infatti, la prima definizione vede un pinguolo come una relazione oggettiva tra le caratteristiche di un dato contesto e il comportamento umano, mentre la seconda prende in considerazione l'intenzionalità vedendo un pinguolo come un intervento intenzionale attuato da un agente per influenzare le scelte di un altro agente. Hansen e Jespersen concludono quindi che la nozione di pinguolo dovrebbe essere usata solo in riferimento a qualcuno che intenzionalmente prova ad influenzare il comportamento senza l'uso di regolamenti o incentivi, e che di conseguenza le persone non sono sempre pinguolate (Hansen e Jespersen, 2013).

3.2 Siamo liberi di scegliere?

La seconda argomentazione a favore della teoria dei *nudge* sottolinea che l'utilizzo dei pinguoli permette agli individui di scegliere quello che preferiscono, senza dover necessariamente seguire la direzione verso cui i pinguoli vorrebbero spingerli. Anche qui Hansen e Jespersen sottolineano come risulti incoerente affermare che se i pinguoli permettono in linea teorica alle persone di scegliere liberamente, queste siano effettivamente capaci di farlo nella pratica (Hansen e Jespersen, 2013, p.12). Come abbiamo visto Thaler e Sunstein hanno adottato la teoria di Simon (Simon, 1953) per cui gli umani difficilmente riescono a prendere decisioni non gravate da distorsioni; dunque, non possiamo neanche aspettarci che si comportino da Econi nel momento in cui vengono pinguolati, riuscendo quindi a riconoscere l'influenza a cui sono sottoposti e decidere se scegliere diversamente o no.

3.3 Trasparenza

In *“Nudging: a Very Short Guide”* Sunstein sottolinea come un pungolo ufficiale dovrebbe essere trasparente, non coercitivo, senza mai essere manipolativo o ingannevole; gli individui dovrebbero essere capaci di riconoscere ed analizzare i pungoli così come le politiche governative di qualsiasi tipo (Sunstein, 2014, p. 2). Inoltre, la nozione di trasparenza di Thaler e Sunstein deriva da ciò a cui il filosofo John Rawls si riferisce con “principio di pubblicità”, per cui “nessun architetto delle scelte nel settore pubblico e privato dovrebbe adottare una politica che non sarebbe capace di – o disposto a – difendere in pubblico” (Thaler e Sunstein, 2022, p. 302). Per quanto però questo principio di trasparenza possa essere forte potrebbe diventare troppo restrittivo e diventare persino un paradosso se applicato in toto alla teoria dei pungoli (Hansen e Jespersen, 2013). Sembra irrealistico riuscire ad applicare il principio di trasparenza e allo stesso tempo costruire una buona architettura delle scelte: come hanno detto Thaler e Sunstein, se un architetto delle scelte deve scegliere come organizzare il contesto di cui è responsabile e in cui gli individui devono prendere decisioni, e se non esiste un design “neutrale”, allora è impossibile evitare di influenzare le scelte e il comportamento delle persone. Se però un architetto delle scelte sa che anche solo piccole e sottili caratteristiche del contesto, difficili da monitorare, possono avere un grande impatto, sembrerebbe che le alternative siano o non fare niente o tenere in considerazione queste caratteristiche: se si decide di non fare niente viene ignorato il benessere di coloro che potrebbero venire influenzati, se invece si sfruttano tali caratteristiche si rompe il principio di trasparenza. Dunque, la nozione di trasparenza di Thaler e Sunstein sembra non bastare come linea guida per un uso accettabile della teoria nudge per il cambiamento comportamentale nelle politiche pubbliche.

3.4 Quanto sono efficaci i pungoli?

La teoria dei pungoli ha portato ad una rivoluzione nella ricerca sulle scienze comportamentali ed ha ricevuto grandi attenzioni sia in ambito accademico che da parte dei *policy maker*. L'obiettivo di Thaler e Sunstein è promuovere degli interventi nella progettazione di ambienti decisionali affinché gli individui prendano decisioni migliori per il loro benessere e quello collettivo. Quanto si sono però rivelati efficaci questi interventi?

Molte review che sono state condotte per determinarne l'efficacia si sono limitate al contesto sanitario (Bucher et al., 2016; Cadario e Chandon, 2018; Lycett et al., 2017), non permettendo di generalizzare i risultati a tutti gli interventi di *nudging*. Nel 2019 è stata condotta una review quantitativa su una letteratura di 100 studi che ha dimostrato come solo il 62% dei pungoli si sono rilevati statisticamente significativi (Hummel e Maedche, 2019); tra questi sembrano essere particolarmente efficaci gli interventi che riguardano le opzioni di default, i cui effetti potrebbero essere ricondotti alla distorsione verso lo status quo. Un'altra analisi condotta su più di 200 studi ha trovato che i pungoli promuovono un cambiamento comportamentale simile a quello di altri approcci tradizionali come campagne educative o incentivi, con un effect size $d=0.43$ (Mertens et al., 2022) e che interventi basati sulle opzioni di default risultano più efficaci con un effect size $d=0.62$ (Mertens et al., 2022) e $d=0.68$ (Jachimowicz et al., 2019). Inoltre, risulta da queste analisi che i pungoli hanno effetti diversi a seconda del contesto nei quali vengono utilizzati: gli effetti maggiori vengono ritrovati nel campo dell'alimentazione, mentre gli interventi che hanno sortito gli effetti minori sono quelli progettati in campo finanziario. Questo potrebbe suggerire che quando si prendono decisioni che sono percepite come più impattanti sulla propria vita le persone possono essere meno inclini all'influenza di bias

ed euristiche rispetto a quando si prendono decisioni di minor impatto (Mertens et al., 2022).

In relazione a ciò Thaler e Sunstein sottolineano l'importanza di testare l'efficacia di un intervento di nudging prima che questo venga applicato su larga scala; se dei punzoli si rivelano inefficaci o meno efficaci del previsto è possibile che siano state sbagliate le ipotesi su come l'architettura delle scelte potesse influenzare il comportamento o che l'intervento non fosse una buona idea per coloro verso cui era diretto (Sunstein, 2017): il fallimento di un punzolo può risultare istruttivo nel momento in cui gli individui che scelgono di ignorarlo o rifiutarlo potrebbero saperne di più, agendo secondo la loro (accurata) percezione di ciò che meglio promuoverà il loro benessere. Le possibilità che propone Sunstein per risolvere questi problemi sono o provare un diverso tipo di punzolo, testando nuovi interventi e imparando da tali test (Halpern, 2015), o adottare un diverso tipo di approccio, andando oltre il punzolamento, come per esempio incentivi economici, divieti e ordini, soprattutto quando l'architetto delle scelte sa che gli individui stanno prendendo delle decisioni contro il proprio benessere e quello collettivo (Conly, 2013).

Per concludere, in questo capitolo abbiamo analizzato diverse critiche che sono state mosse alla teoria del nudging basate principalmente sulle implicazioni etiche e morali dei punzoli e sulla loro efficacia: abbiamo visto che, per quanto da una parte sembra impossibile non essere influenzati dall'ambiente che ci circonda, dall'altra non possiamo ignorare l'intenzionalità degli architetti delle scelte di influenzare il comportamento degli individui. Infine, abbiamo visto come l'efficacia dei punzoli possa essere minore rispetto a quanto dichiarato e che questo potrebbe essere in parte legato alla categoria di *nudge* e al contesto nel quale viene progettato.

CONCLUSIONE

In questo elaborato è stato analizzato il concetto di *nudging*, uno strumento non coercitivo che sfrutta le euristiche e i bias del pensiero umano, progettato dagli architetti delle scelte a beneficio degli individui. Abbiamo visto come fin dalla sua nascita il *nudging* è stato oggetto di crescente interesse permettendo di incorporare le scienze comportamentali nelle politiche pubbliche per migliorare la salute degli individui, e che, se adoperato assieme ad altri strumenti come incentivi, obblighi e divieti, può giocare un ruolo importante anche in contesti ampiamente rilevanti come il cambiamento climatico. Negli anni sono state fatte diverse critiche alla teoria del *nudging* a cui Thaler e Sunstein hanno sempre risposto con una linea difensiva precisa, la quale lascia comunque dei dubbi: affermano che l'architettura delle scelte è inevitabile ma non prendono in considerazione il concetto di intenzionalità. Affermano che i pungoli preservino la libertà di scelta, ma prendendo in considerazione il modello comportamentale da loro adottato non possiamo aspettarci che gli umani siano in grado di poter evitare i pungoli così facilmente. Infine, non risulta sempre così semplice testare l'efficacia degli interventi di nudging e sono necessarie maggiori sperimentazioni in modo da poter raggiungere conclusioni più accurate. Nonostante ciò, si può affermare che gli interventi che prevedono l'utilizzo dei pungoli rappresentano una grossa risorsa da poter applicare in diversi ambiti per migliorare concretamente il benessere della comunità; ulteriori studi sono necessari per poter massimizzare l'efficacia di questi pungoli, anche con strumenti a sostegno di politiche già presenti, come leggi e tasse.

BIBLIOGRAFIA

Arno, A., & Thomas, S. (2016). The efficacy of nudge theory strategies in influencing adult dietary behaviour: a systematic review and meta-analysis. *BMC Public Health, 16*(1), 1-11.

Blom, S. S., Gillebaart, M., De Boer, F., van der Laan, N., & De Ridder, D. T. (2021). Under pressure: Nudging increases healthy food choice in a virtual reality supermarket, irrespective of system 1 reasoning. *Appetite, 160*, 105116.

Bovens, L. (2009). The ethics of nudge. In *Preference change: Approaches from philosophy, economics and psychology* (pp. 207-219). Dordrecht: Springer Netherlands.

Bucher, T., Collins, C., Rollo, M. E., McCaffrey, T. A., De Vlieger, N., Van der Bend, D., ... & Perez-Cueto, F. J. (2016). Nudging consumers towards healthier choices: a systematic review of positional influences on food choice. *British Journal of Nutrition, 115*(12), 2252-2263.

Cadario, R., & Chandon, P. (2020). Which healthy eating nudges work best? A meta-analysis of field experiments. *Marketing Science, 39*(3), 465-486.

Camilleri, A. R., Cam, M. A., & Hoffmann, R. (2019). Nudges and signposts: The effect of smart defaults and pictographic risk information on retirement saving investment choices. *Journal of Behavioral Decision Making, 32*(4), 431-449.

Carroll, G. D., Choi, J. J., Laibson, D., Madrian, B. C., & Metrick, A. (2009). Optimal defaults and active decisions. *The Quarterly Journal of Economics, 124*(4), 1639-1674.

Conly, S. (2013). Coercive paternalism in health care: against freedom of choice. *Public Health Ethics, 6*(3), 241-245.

Crippa, M., Solazzo, E., Guizzardi, D., Monforti-Ferrario, F., Tubiello, F. N., & Leip, A. J. N. F. (2021). Food systems are responsible for a third of global anthropogenic GHG emissions. *Nature Food*, 2(3), 198-209.

D. Kahneman e A. Tversky, *Subjective Probability*, cit.; A. Tversky e D. Kahneman, *Availability*

Damgaard, M. T., & Nielsen, H. S. (2018). Nudging in education. *Economics of Education Review*, 64, 313-342.

Damgaard, M. T., & Nielsen, H. S. (2018). Nudging in education. *Economics of Education Review*, 64, 313-342.

Dayan, E., & Bar-Hillel, M. (2011). Nudge to nobesity II: Menu positions influence food orders. *Judgment and Decision Making*, 6(4), 333-342.

Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., Metcalfe, R., & Vlaev, I. (2012). Influencing behaviour: The mindspace way. *Journal of Economic Psychology*, 33(1), 264-277.

Galletti, M., & VIDA, S. (2018). *Libertà vigilata. Una critica del paternalismo libertario* (Vol. 2018, No. 3). If Press.

Ghesla, C., Grieder, M., & Schmitz, J. (2019). Nudge for good? Choice defaults and spillover effects. *Frontiers in Psychology*, 10, 178.

Gilovich, T., Griffin, D., & Kahneman, D. (Eds.). (2002). *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment*. Cambridge University press.

Hagmann, D., Ho, E. H., & Loewenstein, G. (2019). Nudging out support for a carbon tax. *Nature Climate Change*, 9(6), 484-489.

Halpern, D. (2015). *Inside the nudge unit: How small changes can make a big difference*. Random House.

Hansen, P. G., & Jespersen, A. M. (2013). Nudge and the manipulation of choice: A framework for the responsible use of the nudge approach to behaviour change in public policy. *European Journal of Risk Regulation*, 4(1), 3-28.

Hausman, D. M., & Welch, B. (2010). Debate: To nudge or not to nudge. *Journal of Political Philosophy*, 18(1), 123-136.

Hummel, D., & Maedche, A. (2019). How effective is nudging? A quantitative review on the effect sizes and limits of empirical nudging studies. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 80, 47-58.

Jachimowicz, J. M., Duncan, S., Weber, E. U., & Johnson, E. J. (2019). When and why defaults influence decisions: A meta-analysis of default effects. *Behavioural Public Policy*, 3(2), 159-186.

Jia, C., & Mustafa, H. (2022). A Bibliometric analysis and review of nudge research using VOS viewer. *Behavioral Sciences*, 13(1), 19.

Johnson, E. J., & Goldstein, D. G. (2004). Defaults and donation decisions. *Transplantation*, 78(12), 1713-1716.

Johnson, E. J., & Goldstein, D. G. (2013). Decisions by default.

Kahneman, D. (2012). *Pensieri lenti e veloci*. Edizioni Mondadori.

Kallbekken, S., & Sælen, H. (2013). 'Nudging' hotel guests to reduce food waste as a win-win environmental measure. *Economics Letters*, 119(3), 325-327.

Kawa, C.; Gijssels, W.H.; Nijhuis, J.F.H.; Ianiro-Dahm, P.M. Are You “Nudgeable”? Factors Affecting the Acceptance of Healthy Eating Nudges in a Cafeteria Setting. *Int. J. Environ. Res. Public Health* **2022**, *19*, 4107.

Kessler, J. B., & Roth, A. E. (2014). *Don't take 'no' for an answer: An experiment with actual organ donor registrations* (No. w20378). National Bureau of Economic Research.

Leventhal, H., Singer, R., & Jones, S. (1965). Effects of fear and specificity of recommendation upon attitudes and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *2*(1), 20.

Lycett, K., Miller, A., Knox, A., Dunn, S., Kerr, J. A., Sung, V., & Wake, M. (2017). ‘Nudge’ interventions for improving children's dietary behaviors in the home: A systematic review. *Obesity Medicine*, *7*, 21-33.

Matesanz, R., & Domínguez-Gil, B. (2019). Opt-out legislations: the mysterious viability of the false. *Kidney International*, *95*(6), 1301-1303.

Mertens, S., Herberz, M., Hahnel, U. J., & Brosch, T. (2022). The effectiveness of nudging: A meta-analysis of choice architecture interventions across behavioral domains. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *119*(1), e2107346118.

Mitchell, G. (2004). Libertarian paternalism is an oxymoron. *Nw. UL Rev.*, *99*, 1245.

Pilaj, H. (2017). The choice architecture of sustainable and responsible investment: Nudging investors toward ethical decision-making. *Journal of Business Ethics*, *140*, 743-753.

Rawls, J. (2002). *Una teoria della giustizia* (Vol. 22). Feltrinelli Editore.

Rawls, J. (2017). A theory of justice. In *Applied Ethics* (pp. 21-29). Routledge.

- Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1, 7-59
- Shapiro, K. L., Caldwell, J., & Sorensen, R. E. (1997). Personal names and the attentional blink: a visual " cocktail party" effect. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 23(2), 504.
- Simon, H. A. (1953). Notes on the observation and measurement of political power. *The Journal of Politics*, 15(4), 500-516.
- Simon, H. A., Clark, M. S., & Fiske, S. T. (1982). Affect and cognition: Comments. In *The Seventeenth Annual Carnegie Symposium on Cognition: Affect and Cognition*, Lawrence Erlbaum Associates (pp. 333-342).
- Smith, N. C., Goldstein, D. G., & Johnson, E. J. (2013). Choice without awareness: Ethical and policy implications of defaults. *Journal of Public Policy & Marketing*, 32(2), 159-172.
- Sunstein, C. R., & Thaler, R. H. (2003). Libertarian paternalism is not an oxymoron. *The University of Chicago Law Review*, 1159-1202.
- Sunstein, C. R. (2014). Nudging: a very short guide. *Journal of Consumer Policy*, 37, 583-588.
- Sunstein, C. R. (2017). Nudges that fail. *Behavioural public policy*, 1(1), 4-25.
- Team, B. I. (2010). Applying behavioural insight to health. *London: Cabinet Office*, 12.
- Team, B. I. (2011). Behavioural insights team annual update 2010–11. *Cabinet Office: London, UK*, 1-30.

Team, B. I. (2012). Applying behavioural insights to reduce fraud, error and debt. *Cabinet Office, London, 185, 186.*

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2003). Libertarian paternalism. *American economic review, 93(2), 175-179.*

Thaler, R., & Sunstein, C. R. (2022). *Nudge. La spinta gentile: La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità.* Feltrinelli Editore.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology, 5(2), 207-232*

Vallgård, S. (2012). Nudge—A new and better way to improve health?. *Health policy, 104(2), 200-203.*