

09

Francesco Pozzi

DIGITAL NUDGE

**L'architettura delle scelte
nei contesti digitali**

Ledizioni

© 2022 Ledizioni LediPublishing
Via Boselli 10, 20136 Milano, Italy
<http://www.ledizioni.it>
e-mail: info@ledizioni.it

Francesco Pozzi, *Digital Nudge. L'architettura delle scelte nei contesti digitali*

Prima edizione Ledizioni: giugno 2022

ISBN cartaceo 9788855264631
ISBN eBook 9788855267434

Responsabile di collana: Massimo Colasurdo
Illustrazioni di copertina: Fabio Di Corleto

Le riproduzioni a uso differente da quello personale potranno avvenire, per un numero di pagine non superiore al 15% del presente volume, solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Ledizioni, Via Boselli 10, 20136 Milano, e-mail: info@ledizioni.it

INDICE

PRIMA PARTE | LE NOSTRE DECISIONI

- | | |
|-------------------------------------|----|
| 1. Uno specchio involontario | 9 |
| 2. Le decisioni, queste sconosciute | 29 |
| 3. Architettura delle scelte | 73 |

SECONDA PARTE | IL CONTESTO DIGITALE

- | | |
|---|-----|
| 4. Il digitale e i nostri comportamenti | 99 |
| 5. Il digitale fra passato e presente | 123 |
| 6. Il digitale come protesi | 141 |
| 7. Il digitale e le nostre decisioni | 161 |

PRIMA PARTE | LE NOSTRE DECISIONI

Se mi chiedete quale sia la singola caratteristica
che renda una persona soggetta a questo autoinganno,
io direi che è respirare.

David Dunning¹

¹ Uno dei due autori che hanno definito e dato il nome al celebre “Dunning-Kruger Effect”. Spaesati da questa citazione? Non temete: ne riparleremo fra qualche capitolo e vi sentirete più sicuri.

1. UNO SPECCHIO INVOLONTARIO

Gli antichi romani non potevano specchiarsi. Nell'antichità, per gran parte della storia umana, non sono esistiti gli specchi. Specchi simili a come li intendiamo oggi vennero inventati soltanto tra il 1300 e il 1400, a Venezia. Prima di allora, per tentare di specchiarsi, si usavano metalli levigati e lucidati ("a specchio", diremmo oggi): qualcosa di piuttosto lontano dall'esperienza di uno specchio moderno. Ciò che restituivano, potete ben immaginarlo, era un'immagine approssimativa, offuscata, del proprio volto. E per lungo tempo anche questi specchi di metallo non sono stati particolarmente diffusi e comuni. Così, per gli antichi romani, una civiltà avanzata che abitava le nostre stesse terre prima di noi, specchiarsi non faceva parte della quotidianità, almeno per la maggior parte delle persone.

Faccio questa riflessione. Milioni di persone prima di noi, per secoli, hanno vissuto senza avere modo di vedere nitidamente il proprio volto. Oggi, al contrario, viviamo – come si dice – nella generazione dei selfie: non solo ci specchiamo ma ci riprendiamo, ci registriamo, riproduciamo la nostra immagine più volte al giorno. Un cambio radicale di abitudini e di punto di vista.

Eppure c'è qualcosa che non è cambiato. La scelta di specchiarsi è tutt'ora un gesto volontario, in qualche modo consapevole. Scelgo di accendere la fotocamera dello smartphone per controllarmi il trucco o i capelli, curo con attenzione l'inquadratura di un selfie o, anche solo, appendo in casa specchi in posizioni strategiche, così da potermi guardare

quando serve (mentre mi lavo o prima di uscire). Che cosa non accade invece mai, o quasi mai? Che ci specchiamo e ci guardiamo per caso, quando non ce l'aspettiamo.

C'è un piccolo e famoso nudge (termine con il quale familiarizzeremo nel corso del libro), che consiste nel porre uno specchio dietro ad un buffet. Non in un punto a caso, ma dietro a *junk food*, cibo spazzatura. Dolci particolarmente calorici, ad esempio. Lo specchio è orientato in modo tale da riflettere le persone nell'atto di prendere i dolci: ciascuno si trova, suo malgrado, a vedersi mentre compie l'insano gesto. Non ci sono a mia conoscenza ricerche scientifiche sugli effetti sistematici di questa esposizione, ma diversi casi di studio, anche realizzati dal nostro gruppo di ricerca, sembrano mostrare che questo intervento freni sensibilmente il consumo dei dolci nel buffet. Rende le persone più consapevoli della decisione che hanno appena compiuto o che stavano per compiere e questa consapevolezza influenza i loro comportamenti. I gestori di locali sono avvertiti: se volete vendere cibi che potrebbero generare senso di colpa, non mettete specchi nei punti in cui sono esposti. Occhio non vede...

Uno specchio involontario, insomma, mette a nudo comportamenti che, normalmente, restano per noi stessi invisibili.

Pensate ad un vagone della metropolitana, in una qualsiasi città europea. Fate scorrere mentalmente lo sguardo sui passeggeri. Quanti di loro hanno il capo chino e stanno fissando lo schermo di uno smartphone? Senza esprimere giudizi su questo comportamento, limitiamoci ad osservare che in quei minuti, nell'atto di guardare lo smartphone, non hanno modo di specchiarsi, di vedersi: è un gesto per sua natura poco consapevole, automatico.

Un altro esempio: c'è un sito, tiii.me, che calcola rapidamente quanti giorni, ore e minuti di tempo avete dedicato a guardare una qualunque serie tv, semplicemente sommando la durata di ciascun episodio. Prendiamo il caso di *The Big Bang Theory*, una delle serie più seguite al mondo, che è composta da episodi brevi, di una ventina di minuti l'uno. Li si incastra facilmente in una pausa o prima di dormire. Se avete incastrato tanti episodi da aver visto un'intera stagione, secondo il calcolo del sito di cui sopra, significa che avete dedicato 8 ore e mezza della vostra vita a quella serie tv. Se avete guardato tutte e dodici le stagioni, siete attorno alle 100 ore complessive, ovvero più di 4 giorni e 4 notti. Ciascuno di noi, tipicamente, guarda ben più di una serie tv, grazie ai servizi di streaming di cui Netflix è stato il capostipite: utilizzando questo sito potete provare ad elencare tutte quelle che ricordate di aver visto e calcolare quante giornate, settimane o mesi della vostra vita avete trascorso a guardare serie tv, senza rendervi pienamente conto del tempo che passava.

A proposito di serie tv, ce n'è una famosa, in realtà una raccolta di episodi senza un filo narratore comune, intitolata *Black Mirror*. Molti di voi la conosceranno, si occupa proprio del rapporto fra gli esseri umani e lo sviluppo tecnologico. Il titolo fa riferimento ad uno specchio particolare, quello rappresentato dal vetro dello smartphone e di qualunque monitor. Per questo è "nero": qualunque moderno monitor o schermo di smartphone, da spento, è nero e parzialmente riflettente. Uno specchio nero. Potete fare la prova anche adesso e vi invito a farlo: se avete lo smartphone acceso, spegnetelo e continuate a fissare lo schermo. Se c'è un po' di luce ambientale, vedrete il vostro riflesso.

Questo è ciò che mi sono prefisso con questo libro. Di pro-

vare a spegnere improvvisamente lo schermo dello smartphone o il monitor del computer ed osservare l'immagine che riflette. A bruciapelo, senza avvertimenti. Cogliere esseri umani, me, noi, tutti, nell'atto di usare gli strumenti digitali. Spostare il fuoco dell'attenzione dagli strumenti al modo in cui noi interagiamo con essi: come ci influenzano, come ci comportiamo. Quali aspetti della natura umana potenziano o inaspriscono.

Non siamo molto diversi dagli antichi romani, mentre ci relazioniamo con il digitale, perché anche noi siamo senza specchi. Usiamo i device digitali ma non abbiamo quasi mai occasione di cogliere la nostra immagine riflessa, di guardarci nell'atto di utilizzarlo. Considerate questo libro come un piccolo, agile specchio, utile per una prima esplorazione.

1.1 LA MELA DEI NOSTRI COMPORAMENTI

Immaginiamo dunque di aver spento lo smartphone e di vederci riflessi là dentro. Che cosa vediamo?

Ciò che vediamo siamo noi stessi (e altri come noi, per estendere l'orizzonte della nostra indagine) colti in flagrante, per così dire. Nell'atto di fare qualcosa.

Questa descrizione potrebbe suonarvi poco convincente. In effetti, se spegnete lo smartphone e vi specchiate, probabilmente vi vedrete fermi immobili, magari anche con espressione poco sveglia, non essendovi debitamente messi in posa come si fa per un vero selfie. Colti nell'atto di fare cosa, dunque?

Riflettiamo un attimo su cosa sia un comportamento. "Comportamento" è una delle parole dal significato più diffuso, ovvero ampio, poco definito, pur essendo al tempo stes-

so un termine tecnico usato in contesti di ricerca. Esistono le scienze del comportamento, eppure anche queste racchiudono al loro interno discipline scientifiche e letterature molto diverse e distanti fra loro, che a volte ignorano persino la reciproca esistenza.

Definire un comportamento è difficile, eppure nessuno negherebbe che comportarci è ciò che facciamo quotidianamente. Chiamiamo comportamento ciò che facciamo mentre siamo vivi. Al punto che, secondo una scuola di pensiero, non possiamo esimerci dal comportarci: comportamento e vita coincidono, vivere significa comportarsi.

Esiste un paradosso chiamato Paradosso dell'uomo morto, o *Dead Man Paradox*, che aiuta a definire, per via negativa, ciò che è o non è un comportamento. Un comportamento, secondo il paradosso, è tutto ciò che un cadavere non sarebbe in grado di fare. Vi muovete? È un comportamento. Respirate? È un comportamento. Osservate, riflettete, vi riposare? Sono tutti comportamenti, per quanto possano richiedere poca attività fisica. Il paradosso sta nel fatto che spesso ci succede di dedicare attenzione a cose che non sono un comportamento e magari anche premiarle. Sul luogo di lavoro, ad esempio, non disturbare, non sollevare critiche, non proporre idee innovative, possono essere atteggiamenti che vengono premiati ogni mese con lo stipendio e il posto fisso garantito. Eppure anche un cadavere sarebbe capace di agire in quel modo, evitando di comportarsi.

Diverse scuole di pensiero hanno dato diverse interpretazioni del comportamento umano. Una delle idee che più permeano la nostra cultura deriva dalla scuola di Palo Alto ed è enunciata nella *Pragmatica della comunicazione uma-*

na di Paul Watzlawick e colleghi:¹ secondo questa visione, ogni comportamento è un atto comunicativo. Un assioma fondamentale recita “non si può non comunicare”: tutto ciò che facciamo o non facciamo, volontariamente o involontariamente, comunica. Nel 2020, al termine del mandato presidenziale di Donald Trump negli Stati Uniti, ci fu un famigerato assalto al Campidoglio da parte di migliaia di suoi sostenitori. In quell'occasione il Presidente uscente scelse, per molte ore, di non parlare e anche quando parlò scelse di non usare certi termini: di non condannare, di non frenare apertamente i manifestanti. Questi silenzi furono una comunicazione molto potente, che provocò gravi conseguenze sociali. Anche tacere può essere inteso come comportarsi e dunque come comunicare.

Noi adoteremo un punto di vista sui comportamenti che non sconfessa e non nega quello che abbiamo citato finora ma ci offre una prospettiva diversa. Secondo l'Economia Comportamentale, che si annovera a buon diritto fra le scienze del comportamento, comportarsi significa, in particolare, decidere.

In linea con quanto abbiamo mostrato con gli esempi precedenti, non possiamo scegliere di non comportarci, non possiamo mai interrompere la nostra comunicazione e, aggiungiamo, non possiamo evitare di prendere decisioni. Comportarsi è decidere: ogni istante della nostra vita è costellato di micro-decisioni, che si susseguono senza fine. Ogni nostra azione può essere vista come frutto di una scel-

1 *Pragmatics of Human Communication. A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*, pubblicato nel 1967 da Paul Watzlawick, Janet Helmick Beavin e Don D. Jackson, è considerato uno dei testi fondativi della psicologia sistemica, molto attenta allo studio della comunicazione e dei suoi effetti.

ta: muovere una mano o un dito, indirizzare lo sguardo, proferire una parola, tirare su col naso. Ciascuno di questi comportamenti ha delle alternative, che scegliamo di non intraprendere. Lo facciamo in continuazione e, chiaramente, si tratta quasi sempre di scelte poco o per nulla consapevoli.

Questo è il nostro oggetto di interesse, ciò che studia l'Economia Comportamentale: l'essere umano che prende decisioni. Quando spegniamo lo smartphone e ci vediamo riflessi vediamo quindi un essere umano che ha appena preso delle decisioni. Le più recenti sono state spegnere lo smartphone e guardarsi. Quelle appena precedenti, per noi più interessanti, riguardano l'interazione che stava avendo con quel dispositivo digitale, con quell'interfaccia. Decisioni, quindi, in un contesto digitale.

E qui è l'altra metà della mela: il contesto. Comportamento e contesto. Che ruolo gioca il contesto nelle nostre decisioni? E perché dedicare attenzione proprio al contesto digitale?

1.2 FATTORE UMANO E CONTESTO

C'è una foto che circola sui social da un po' di anni come meme. Ve la ripropongo qui e mentre la riguardo, come mi capita ogni volta, spero che sia un fake, un fotomontaggio. Lo spero per spirito di carità nei confronti della specie a cui appartengo, che non ne esce rappresentata particolarmente bene. Ma vera o artefatta che sia, questa foto è utile ai nostri scopi.

Mostra persone che vanno in palestra prendendo le scale mobili. L'ingresso della palestra è rialzato, davanti ci sono due opzioni: gradini tradizionali o scale mobili. Loro scelgono la seconda.



Quest'immagine potrebbe essere celebrata come l'assolutamente idiota, un esempio semplice e lampante dei nostri limiti come specie. Esseri umani che pagano per fare attività fisica, fatica, che salgono su scalini mossi elettricamente per faticare meno mentre entrano nel luogo in cui faranno fatica. Guardarla ci fa sorridere e probabilmente faticiamo ad identificarci con questi eroi dell'incoerenza. Eppure non siamo poi tanto diversi da loro.

Molti di noi fanno un'attività fisica sistematica, come andare in palestra o andare a correre o a nuotare. Attività che ci richiede investimenti economici, come pagare la palestra o acquistare le scarpe, o anche soltanto investire del tempo della nostra settimana in quelle attività. Molti di noi però, nel quotidiano, evitano in mille modi di svolgere quelle stesse attività nelle proprie routine di vita: andiamo al lavoro in macchina o con i mezzi invece che in bicicletta o a piedi; se usciamo a far compere parcheggiamo il più vicino possibile alla nostra meta; prendiamo l'ascensore piuttosto che fare alcuni piani di scale; magari uscendo dalla metropolitana

scegliamo proprio le scale mobili anziché quelle tradizionali.

Il ridicolo di questa foto sta nel fatto che le due attività mostrate, scegliere le scale mobili ed entrare in palestra, sono appiccate, consecutive. Le due scelte appaiono quindi in netta, e ridicola, contraddizione. Se inseriamo uno spazio temporale un po' più ampio ci rendiamo conto che in molte nostre scelte sono presenti contraddizioni analoghe e, in fondo, anche noi siamo pigri quando potremmo essere attivi gratuitamente, salvo poi pagare per essere attivi in determinati contesti.

Concentriamoci ora un attimo sulla scelta di prendere le scale mobili anziché quelle tradizionali e sulla decisione che la produce (notate che stiamo distinguendo fra scelta e decisione: torneremo su questa importante distinzione). Perché scegliere le scale mobili?

Questo è un tipo di domanda che ci poniamo spesso e che genera facilmente dei bias di giudizio molto intensi, difficili da superare. Chiamo in causa il premio Nobel per l'Economia 2002, Daniel Kahneman, che lo racconta in modo molto chiaro in un'intervista di qualche anno fa: "Molti di noi pensano che ci sia una spiegazione per ciò che facciamo ma di fatto facciamo ciò che facciamo in gran parte per motivi di cui non siamo necessariamente del tutto consapevoli. Poi quando ci viene chiesto "perché ti sei comportato così?" diamo delle spiegazioni, ma quelle spiegazioni non sono effettivamente alla base delle nostre azioni."²

² Ho tradotto con una certa libertà il parlato di Kahneman nell'intervista, per adattarlo ad un testo da leggere. Ecco il verbatim originale: "Most of us think there are reasons for what we are doing but in fact we do what we're doing very largely because of reasons that we're not necessarily completely aware of and then when we're asked 'why do you do this?' we have reasons but the reasons are not thoroughly the causes of our action".