

SULLA FIDUCIA DI UN INVESTITORE INESPERTO NEI CONFRONTI DI UN CONSULENTE ESPERTO

La bellissima fiaba della rosa del Natale ricordata nella sua lezione alla fine del 2020 da Carlo Benetti è un racconto che ruota intorno alla fiducia: su chi si fida e su chi non capisce perché debba fidarsi di un brigante e chi, infine, dubita sul fatto che la fiducia sia ben riposta. La storia mostra, tra l'altro, che la fiducia non può essere cieca ma che deve venire alimentata, deve avere delle basi. Si tratta di una fiaba che ci può insegnare qualcosa sul rapporto tra cliente e consulente. Il cliente non può avere una fiducia cieca nel consulente ma deve avere una fiducia "fondata", cioè basata su una comprensione sufficiente della situazione, del perché cioè il consulente è un esperto mentre lui non lo è. Insomma, per potersi fidare della sua competenza deve averne almeno capito i presupposti. Altrimenti farà "da sé", non avendo capito a che cosa gli serve consultare un esperto per delle decisioni che può prendere da solo o consultandosi informalmente con i conoscenti. E tuttavia, purtroppo, capire i presupposti, almeno in questo campo dello scibile, non equivale ad acquisire un minimo di conoscenze elementari. All'inizio vuol dire sbarazzarsi delle conoscenze intuitive e spontanee ma purtroppo errate, sgombrare il campo da quello che diamo spesso per scontato.

Recentemente mi sono trovato a riflettere su una situazione apparentemente diversa ma che in realtà ricorda, ancora una volta, le precondizioni per un buon rapporto tra consulente e cliente. Immaginate di dover ideare un museo il cui scopo è illustrare a un profano come funzionano l'economia e la finanza. Il museo deve attirare, e cioè rendere possibile l'esame di oggetti unici e autentici, che si possono trovare solo lì: tavolette mesopotamiche che registrano le prime transazioni di scambi commerciali, documenti preziosi, monete pregiate ed enormi quantità di oro.

Ma non basta. Dovete anche immaginare che il visitatore profano entri spinto dalla curiosità e dal desiderio di capire come funzionano i meccanismi dell'economia. Queste due componenti, presenza di oggetti unici e di curiosità per l'argomento, sono i due fondamenti su cui è basato ogni museo: a Venezia, dove risiedo, ce ne sono più di venti che ho visitato, dalla storia marittima all'arte contemporanea, passando per le collezioni classiche che segnano la storia della pittura veneziana.

C'è però un aspetto di questo ipotetico museo che lo differenzia da tutti gli altri musei di Venezia ed è lo stesso aspetto che differenzia la relazione tra un cliente e un consulente rispetto a tutti i casi in cui un inesperto si rivolge a una persona più esperta di lui perché pensa che potrebbe risolvere i suoi problemi meglio di quanto non potrebbe farlo lui di testa sua. Si tratta del fatto che così come molte persone, per la loro esperienza quotidiana, pensano di essere in grado di saper investire i loro risparmi, analogamente molti visitatori pensano di sapere almeno un po' come funziona l'economia. Un ipotetico museo dell'economia e della finanza deve quindi informarli ma, preventivamente, far vacillare l'iniziale fiducia nelle loro conoscenze pregresse.

L'analogia non tiene più quando riflettiamo sul fatto che il risparmiatore, dopo aver dubitato di se stesso, deve anche trovare un consulente che gli appaia affidabile. E questo purtroppo è un grave problema perché come fa a essere un buon giudice dell'affidabilità dell'esperto se lui stesso è un inesperto? Che cosa succede al primo incontro con un possibile consulente? Quale sarà la nostra reazione?



Prof. Paolo Legrenzi
Professore emerito di
psicologia cognitiva
presso l'Università Ca'
Foscari di Venezia

Vi voglio raccontare una storia. Da piccolo ero stato educato secondo il modello nippo-teutonico che prescrive di non guardare direttamente le altre persone negli occhi, a meno di non condividere un passato di intimità. In ogni caso non lo si deve fare se la persona incontrata è di rango superiore, come erano quasi sempre gli adulti che si rivolgevano a me quando ero ragazzo e adolescente.

Mezzo secolo fa, l'imperatore del Giappone incontrò, per la prima volta su suolo straniero, un pari grado: il presidente USA Nixon. Hirohito risolve il problema della gerarchia rivolgendo lo sguardo quasi sempre verso l'orizzonte (<https://www.youtube.com/watch?v=HbVWAjUPQDk>). Da questo punto di vista è interessante come il regista Sokurov, nel film "The Sun" (2005), immagina l'incontro a Tokio dell'imperatore con i militari statunitensi, vincitori alla fine della seconda guerra mondiale e forze di occupazione in Giappone. Nello stesso periodo, in Italia, si era ormai affermato lo stile statunitense che considera il guardarsi negli occhi un segno di fiducia nell'altro, di franchezza, di onestà tipica della persona che non ha nulla da celare e che, attraverso lo sguardo, apre il suo animo agli altri. L'educazione ricevuta era così in contrasto con i tempi e i luoghi della mia giovinezza e adolescenza, creandomi non poche difficoltà, almeno inizialmente.

Troviamo testimonianze nella credenza della fiducia innescata da una faccia anche nella letteratura. Una descrizione potente sia della forza sia del mistero insiti nel fascino di un viso si trova in "Lives of Girls and Women" di Alice Munro (1971, trad. it. 2018):

His face contained for me all possibilities of fierceness and sweetness, pride and submissiveness, violence, self-containment. I never saw more in it than I had when I saw it first, because I saw everything then. The whole thing in him that I was going to love, and never catch or explain.

In questo passo la faccia dell'amato contiene tutte le possibilità di ardore e di dolcezza, di orgoglio e di sottomissione, di violenza e d'autonomia. In seguito, non è più stato possibile vedere di più di quanto non si fosse visto la prima volta perché già allora era stato visto tutto. Tutto quel che si sarebbe amato e che non si sarebbe mai né catturato né spiegato.

Il consolidarsi del modello culturale statunitense ha facilitato (o è stato facilitato da?) alcune credenze della psicologia ingenua, o popolare ("folk": nella terminologia anglosassone si parla più spesso di "folk psychology" che di "naive psychology", psicologia ingenua, perché il termine "naive" tende a venir usato per contrapporre il senso comune alle scienze, come in "naive physics" o in "naive economics"). In breve la psicologia popolare ritiene che le apparenze siano una spia degli stati interni dell'animo e che quindi l'incontro diretto con una persona permetta il formarsi di un giudizio in poco tempo. Abbiamo in questi casi un'estensione delle capacità di valutazione dell'affidabilità di una persona che va al di là del più circoscritto ambito dell'innamoramento da colpo di fulmine raccontato nei film e nei romanzi.

Malcom Gladwell, divulgatore di successo, in un libro del 2019 rivolto al grande pubblico, ricorda il meccanismo con cui molti studiosi spiegano la sopravvalutazione dei primi incontri come possibilità di diagnosi della personalità altrui. Si tratta della tendenza, tipica della cultura di massa degli occidentali, a credere che ogni persona abbia un'essenza, un'identità permanente. Già dopo aver visto per poco tempo una faccia possiamo convincerci di essere riusciti a cogliere, dietro le apparenze e il modo di guardare, questa essenza immutabile. Bello da credere, purtroppo il più delle volte si tratta di un abbaglio.

Ci sono modi per capire se si tende a cadere in tale abbaglio. Immaginate d'aver sventato un crimine chiamando la polizia. Quale spiegazione emerge spontanea: "Strani rumori hanno attirato la mia attenzione", cioè le circostanze del momento, oppure "Sono una persona particolarmente attenta", e cioè la manifestazione di proprietà permanenti? Altro esempio: dimentichiamo il compleanno del partner. Spiegazioni possibili: "Ero occupata in altre cose", spiegazione contingente, oppure "Sono una persona senza memoria", deficit duraturo? Capacità o mancanze permanenti, essenze appunto, oppure circostanze momentanee, favorevoli o sfavorevoli? Nel caso d'insuccessi è più adattivo e sano attribuirli a scenari contingenti e non a una presunta "caratteristica permanente", una "essenza" appunto (un test completo basato sul contrasto tra questi due tipi di spiegazione è nel mio "La felicità", 1998).

Questo abbaglio diventa cruciale nella scelta di un consulente per gestire i nostri investimenti. Non importa tanto l'impressione che ci si fa nel corso dei nostri colloqui. Importa la competenza nel gestire i nostri risparmi, quelli che gli abbiamo affidato.

Molte persone ritengono che un breve colloquio permetta di giudicare se una persona sia più adatta di un'altra per un nuovo lavoro o per fornire una qualche forma di aiuto, cura o consulenza. Il giudizio di affidabilità non sembra richiedere una lunga frequentazione, quella che al contrario è necessaria per accertare, sulla base dell'esperienza passata, se una persona è veramente "fidata" (la fiducia di cui ci ha parlato così bene Carlo Benetti con la fiaba di Natale). Tale giudizio può basarsi anche su indizi presenti in un breve incontro "faccia a faccia", in assenza di prove avvalorate da un solido passato comune. La forza di questa credenza e la diffusione di pratiche basate su di essa, per esempio nella selezione del personale, ha indotto gli psicologi a studiare sistematicamente il fenomeno.

Quando andai a Princeton, dove si era trasferito il prof. Johnson-Laird che a Londra mi aveva introdotto alle nascenti scienze cognitive, trovai i suoi colleghi, tra cui Daniel Kahneman. Il professore israeliano/statunitense sarebbe diventato famoso al di là della cerchia degli specialisti grazie al premio Nobel conferitogli nel 2002 e, soprattutto, per un libro di grande diffusione che ha reso noto a molti il suo lavoro e il più ampio quadro delle scienze cognitive (2011, trad. it 2012), in particolare le loro applicazioni ai mondi dell'economia e della finanza. Ha giovato alla sua notorietà anche una biografia scritta su Kahneman e sul suo amico Tversky (traduzione italiana presso Raffaello Cortina Editore con il titolo "Un'amicizia da Nobel") da Michael Lewis, saggista arcinoto negli Stati Uniti (a cui dobbiamo anche il bestseller "Il grande scoperto" proprio sulla crisi finanziaria del 2008). Il titolo originale del libro del 2011 di Daniel Kahneman è "Pensare, velocemente e lentamente" e riassume la tesi generale che consiste nel concepire la mente umana come dotata di due Sistemi. Il Sistema 1 è quello che attiviamo immediatamente e che fornisce giudizi intuitivi e decisioni rapide. Il Sistema 2 entra in funzione di rado, e solo successivamente. Riesce però a produrre pensieri tanto più razionali e meditati quanto più è lento (il titolo della traduzione italiana è forse fuorviante perché fa precedere i pensieri lenti ai veloci mentre la tesi di Kahneman è proprio l'opposto).

Il merito di Kahneman consiste nell'aver fatto rientrare in questo grande quadro sintetico tutti gli esperimenti oggi più noti, tra cui quelli di Alex Todorov, suo collega a Princeton, che ha lavorato tutta la vita sul problema che qui esaminiamo. All'inizio del capitolo VIII del suo libro, ormai diventato un testo classico acquistabile in edizione economica, Kahneman racconta come Todorov abbia analizzato la possibilità di valutare una persona incontrata guardando il suo viso. In questi brevi istanti crediamo di identificare due fattori potenzialmente cruciali per capire le intenzioni della persona. Il primo è la valutazione della dominanza: per esempio un mento "forte" e quadrato. In secondo luogo cerchiamo di giudicare le intenzioni: ostili oppure no. La combinazione di un mento quadrato con una bocca imperfetta promette guai. I giudizi immediati e basati su questi due criteri, dominanza e intenzioni, non sono né precisi né accurati. Eppure, secondo Kahneman, "anche una capacità imperfetta di valutare gli sconosciuti conferisce un vantaggio in termini di sopravvivenza" (2012, p. 101). Secondo la prospettiva evoluzionista, oggi accettata dalla maggioranza degli scienziati cognitivi, è il Sistema 1 che procede a compiere valutazioni rapide, anche se imprecise. Con le parole di Kahneman: "abbiamo oggi ereditato i meccanismi neurali che si sono evoluti per fornire continue valutazioni del livello di minaccia". Questi meccanismi sono ancor oggi attivi e, di conseguenza, il Sistema 1 non solo valuta rapidamente e continuamente i nuovi incontri ma ci convince che siamo capaci di farlo bene e in poco tempo.

Il Sistema 1 è stato plasmato dall'evoluzione per fornire una valutazione costante dei principali problemi che un organismo deve affrontare per sopravvivere e valuta continuamente se le situazioni sono positive o negative. Come dice Kahneman: "il buon umore e la fluidità cognitiva sono gli equivalenti umani delle valutazioni sulla sicurezza e la familiarità di un ambiente ... Non dobbiamo quindi stupirci che questo nuovo meccanismo sia adibito a un nuovo uso nel mondo moderno: ha una certa influenza sul modo di votare delle persone".

Nei suoi esperimenti, Todorov ha mostrato agli studenti serie di foto di donne e uomini per pochi istanti, fino a un decimo di secondo. Le persone si dichiarano capaci di valutare simpatia e competenza sulla base della sola visione dei volti. C'è grande unanimità degli studenti nei loro giudizi: Todorov scoprì che i candidati alle elezioni, i cui visi erano stati mescolati a casaccio nella serie, furono effettivamente quelli poi più votati. Questo risultato fu ripetuto in diverse elezioni in molti altri paesi (cfr. op. cit., p. 102).

Dopo il primo incontro con uno sconosciuto tendiamo a confermare l'idea che ci siamo fatti frettolosamente. Il giudizio su chi abbiamo appena incontrato dovrebbe restare più a lungo in sospeso, senza indulgere a valutazioni affrettate, come quelle studiate da Todorov. Crediamo di aver "inquadrato" la persona appena incontrata, di averla incorniciata in una categoria. Il "quadrato" invece si rivela poi una figura irregolare e cangiante: quella persona che crediamo conoscere può sorprenderci e coglierci in contropiede. Non solo giudichiamo troppo presto, ma i pre-giudizi si basano spesso su idee correnti, su stereotipi del senso comune. Molti esperimenti ricordati da Sofer e al. (2017) mostrano che le facce considerate "tipiche" in una data cultura sono anche quelle credute come più affidabili: una sorta di pre-giudizio percettivo.

Questa tendenza a inquadrare e a etichettare in fretta una persona ci induce a far rientrare in questo quadro le nuove informazioni e produce una certa inerzia nei giudizi, come era stato previsto dalla nozione di "reputazione" nel modello di Falcone e Miceli. Con un paradigma nuovo e interessante Gabriele Bellucci e Soyoung Park (2020) hanno recentemente condotto tre esperimenti volti a dimostrare che, quando l'esperienza passata ci ha insegnato che una persona è giudicata onesta, fidata e con una buona reputazione, le persone tendono a inserire in questo quadro informazioni nuove, anche se negative, correggendole e applicando, ancora una volta, la ben nota tendenza alla conferma delle nostre ipotesi. Questo è ancora più vero quando noi "vogliamo" credere che la nostra categorizzazione dell'altro sia corretta.

Che cosa c'è dietro l'incauta sopravvalutazione dell'esperienza diretta quando incontriamo sconosciuti? Perché non abbiamo la pazienza di raccogliere nuovi dati? Come mai basta una semplice occhiata al viso di una persona appena incontrata e subito crediamo di poter decidere se è degna di fiducia oppure no, meritevole del nostro voto o della nostra amicizia?

Si tratta di una variante dell'effetto scoperto e analizzato da Dunning e Kruger nel 1999. I due scienziati hanno assegnato a diversi gruppi di persone i più svariati tipi di compiti. Dopo che le persone avevano svolto questi compiti, chiedevano loro come pensavano di averlo svolto, e cioè una auto-valutazione della prestazione. Ebbene, quelli che svolgono meno bene un dato compito tendono a sopravvalutare la propria prestazione mentre chi ha fatto meglio fornisce giudizi più "calibrati". L'esperimento è stato replicato in contesti molto diversi sia in laboratorio sia in scenari realistici sia nella vita vera e propria.

In sintesi, le persone prive di competenze, semplicemente, non sanno che cosa non sanno. Secondo Dunning (2011) questa incapacità di valutazione è preoccupante in molti contesti perché tutti noi, in un mondo sempre più complesso, siamo sempre più privi di abilità nel compiere la maggior parte di compiti che la vita presenta:

La nostra ignoranza, in generale, plasma le nostre vite in modi che non sappiamo. Detto in parole povere, le persone tendono a fare ciò che sanno e falliscono in ciò di cui non hanno idea. In tal modo, l'ignoranza incanala profondamente il corso della nostra vita ... Le persone falliscono nel raggiungere il proprio potenziale come professionisti, innamorati, genitori e semplici persone, perché non sono consapevoli di ciò che è possibile (Dunning citato in Sloman e Fernbach, p. 276).

La morale di tutta questa storia è che non basta aver fatto il passo cruciale consistente nell'affidare i nostri risparmi a un esperto (invece di fare di testa nostra, lo abbiamo ricordato più volte). Diventa poi molto importante, cruciale direi, riflettere su come scegliamo, in base a quali indizi, in seguito a quale diagnosi, il consulente in questione. Attenzione: spesso la nostra scelta è basata sulle prime impressioni, sui colloqui faccia a faccia (possibili anche durante la pandemia!). Dobbiamo invece stare attenti. Dobbiamo evitare che in questo campo, come dice Dunning, la nostra ignoranza plasmi la nostra vita. E a nostra insaputa, per di più.

Riferimenti bibliografici

Bellucci, G., Park S. (2020), "Honesty biases trustworthiness impressions", *Journal of Experimental Psychology: General*, 149, pp. 1567-1586.

Dunning, D. (2011), "The Dunning-Kruger effect: On being ignorant of one's own ignorance", *Advances in Experimental Social Psychology*, 44, 247-296.

Gladwell, M. (2019), "Talking to Strangers: What We Should Know about the People We Don't Know". Trad. it. (2020) "Il dilemma dello sconosciuto", Utet, Milano.

Kahneman, D. (2011), "Thinking, Fast and Slow", Allen Lane, Londra. Trad. it. "Pensieri lenti e veloci" (2012), Mondadori, Milano.

Kruger, J., Dunning, D. (1999), "Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own competence lead to inflate self-assessments", *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), pp. 1121-1134.

Legrenzi, P. (1998), "La felicità", Il Mulino, Bologna.

Munro, A. (1971, 2018), "Lives of girls and women", McGraw Hill Ryerson, Toronto, 1971. Trad. it. *La vita delle ragazze e delle donne*, Torino, Einaudi 2018.

Sloman, S., Fernbach, P. (2018), "L'illusione della conoscenza", Raffaello Cortina Editore, Milano.

Sofer, C., Dotsch, R., Oikava, M., Oikawa, A., Wigboldus, D., Todorov, A. (2017), "For Your Local Eyes Only: Culture-Specific Face Typicality Influences Perception of Trustworthiness", *Perception*, 46 (8), pp. 914-928.

Prof. Paolo Legrenzi

Laboratorio di Economia Sperimentale
Paolo Legrenzi (Venezia, 1942) è professore emerito di psicologia cognitiva presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, dove coordina il Laboratorio di Economia Sperimentale nato dalla partnership con GAM. È membro dell'Innovation Board della Fondazione Università Ca' Foscari.

Per maggiori informazioni visitate il sito GAM.com



Importanti avvertenze legali:

I dati esposti in questo documento hanno unicamente scopo informativo e non costituiscono una consulenza in materia di investimenti. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento possono cambiare e riflettono il punto di vista di GAM nell'attuale situazione congiunturale. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. La performance passata non è un indicatore dell'andamento attuale o futuro.