

Metafore Il termine indica leggi dalle conseguenze controproducenti. Ecco cosa succede

Gli autogol dei governi: più cobra a Delhi, l'inflazione in Italia

di MAURIZIO
FERRERA

L'inaugurazione della diga di Assuan sul fiume Nilo, nel 1970, fu salutata come una benedizione per l'agricoltura e come un grande successo economico. Secondo le previsioni, i costi sarebbero stati riassorbiti in pochi anni. Col passare del tempo, tuttavia, comparve un serio problema. Prima del progetto, i sedimenti del Nilo rendevano fertili le pianure a valle di Assuan. Lo sbarramento tratteneva invece i sedimenti sul fondo del nuovo lago Nasser, rendendoli inutili. Gran parte dell'energia elettrica generata dalla diga dovette essere impiegata per alimentare impianti di fertilizzazione artificiale. Un effetto boomerang, insomma: l'iniziale successo si ritorse, almeno in parte, contro se stesso.

Questo tipo di fenomeni sono ben noti agli ingegneri e agli scienziati in generale. In un manuale su tecnologie e complessità, John Gall ha formulato due principi universali: l'introduzione di nuovi sistemi porta inevitabilmente nuovi problemi; più un sistema è complicato, più genera effetti imprevisti. Riflettendo sullo stesso tema, Edward Tenner ha coniato a sua volta il termine «effetto rivincita». Dopo un primo periodo di successo, la realtà si ribella contro le innovazioni scientifiche. Esempio emblematico: l'avvento degli antibiotici, che hanno finito per selezionare ceppi di batteri resistenti contro i quali non sembra per ora esserci rimedio.

La vendetta della realtà non è un'esclusiva della sfera scientifico-tecnologica, ma caratterizza anche il mondo sociale. Alcune sue varianti hanno assunto nomi curiosi, tratti da eventi realmente accaduti. Prendiamo il cosiddetto «effetto Streisand». Nel 2003 l'attrice omonima intentò una causa legale contro un sito web che aveva postato alcune foto della sua villa di Malibu. Invece di scoraggiare nuove intrusioni nella sua privacy, l'azione di Barbra Streisand ebbe l'effetto contrario. Le visualizzazioni del sito incriminato passarono da poche migliaia a mezzo milione nel mese successivo alla notizia.

Le conseguenze non previste sono state molto discusse nella storia del pensiero politico. John Locke fu tra i primi a sottolineare i casi di conseguenze negative. Criticò ad esempio ferocemente un provvedimento del governo sui tassi di interesse che mirava ad aiutare i debitori, ma che, secondo lui, avrebbe finito per penalizzarli. Con la sua metafora della «mano invisibile», Adam Smith illustrò a sua volta nell'opera *La ricchezza delle nazioni* il caso più emblematico di conseguenze non intenzionali positive: il mercato. Esso infatti produce benefici per tutti

a partire dall'autointeresse individuale: «Non è dalla benevolenza del macellaio, del birraio o del fornaio che ci aspettiamo il nostro pranzo, ma dalla cura che essi hanno per il proprio interesse. Non ci rivolgiamo alla loro umanità, ma al loro interesse personale».

La più compiuta trattazione del fenomeno si deve a Robert K. Merton. In un famoso articolo uscito nel 1936 sull'«American Sociological Review», il grande sociologo della Columbia University distinse fra tre tipi di conseguenze non previste, a seconda che esse generino effetti negativi, positivi o semplicemente perversi, in quanto opposti a quelli attesi (l'effetto boomerang vero e proprio). Questi ultimi derivano spesso da incentivi scorretti messi in atto dalle autorità pubbliche. Un economista tedesco, Hans Sieber, ha studiato a fondo la propensione di molte politiche governative (soprattutto in campo economico) a ritorcersi contro se stesse. Il libro più noto di Sieber si chiama, curiosamente, *Der Kobra-Effekt* ed è ripreso da un fatto storico. Durante il periodo coloniale il governo inglese dell'India, preoccupato per l'alto numero di serpenti nelle strade di Delhi, offrì una piccola taglia per ogni esemplare ucciso. Molti indiani iniziarono ad allevare cobra col preciso intento di ucciderli e incassare il denaro. Il governo se ne accorse ed eliminò la ricompensa. A quel punto però gli allevatori liberarono i serpenti, che invasero le strade della capitale, moltiplicandosi rapidamente: un boomerang, è il caso di dirlo, davvero velenoso. Il libro di Sieber discute molti esempi come questo di incentivi perversi.

Nel suo articolo pionieristico, Merton elencò cinque possibili cause

alla base delle conseguenze impreviste. La prima è l'ignoranza: non teniamo conto di informazioni che pure sono disponibili, oppure l'informazione disponibile è incompleta. La seconda è l'errore: assunti scorretti, ragionamenti fallaci. Colpa nostra, dunque? Spesso sì. Ma non esageriamo. Come mostrò già negli anni Cinquanta un premio Nobel per l'Economia, Herbert Simon, la razionalità umana è limitata, non corrisponde a quella (perfetta) attribuita dalla teoria neoclassica al famoso *homo oeconomicus*. Ignoranza ed errore sono costitutivamente inevitabili, e con loro gli effetti imprevisti dell'azione.

La lista di Merton include poi altre due cause: la prevalenza del breve periodo e i pregiudizi di valore. Entrambe operano spesso nella sfera politica. Costretti come sono dal ciclo elettorale, i governi tendono ad esempio a privilegiare decisioni che producono benefici immediati e concentrati. Pensiamo all'aumento delle pensioni.

Nel breve periodo questa decisione piace agli elettori più anziani e può non creare problemi fiscali.

Se la popolazione invecchia, però, nel lungo termine il sistema pensionistico diventa insostenibile, costringendo le generazioni future a pesanti sacrifici. È quanto successe in Italia negli anni Sessanta, quando i nostri politici introdussero la formula pensionistica più generosa del mondo. A loro discolpa, possiamo dire che all'epoca nessuno avrebbe immaginato un invecchiamento demografico così rapido e marcato.

È solo tenendo conto di questa attitudine che possiamo parlare di effetto non previsto. Certo è che tale scenario non venne neppure ipotizzato: ci furono anche ignoranza ed errore. In quell'epoca operò anche il cosiddetto pregiudizio di valore (quarta causa), ossia l'acritica ade-

sione a un assunto valutativo senza preoccuparsi delle conseguenze. Ricordate «il salario come variabile indipendente», costi quel che costi? Quel pregiudizio aprì la strada a un ventennio di inflazione incontrollabile.

La quinta causa di Merton è costituita dalle cosiddette profezie controproducenti (*self-defeating prophecies*), quelle che si ritorcono contro chi le fa. Durante la crisi del 1929, molti risparmiatori si convinsero che le banche sarebbero fallite e si precipitarono a ritirare i propri risparmi. Rimasti a corto di liquidità, molti istituti fallirono per davvero. Su scala storica più ampia, pensiamo alla profezia di Karl Marx circa la concentrazione della ricchezza in mano ai capitalisti e la proletarizzazione dei lavoratori. Nel Nord Europa l'allarme marxista spinse gli operai a organizzarsi in sindacati e partiti, scongiurando la proletarizzazione e salvando il capitalismo dal crollo che il filosofo tedesco riteneva inevitabile.

Sulla scia di Merton, il fenomeno degli effetti non previsti è diventato uno dei temi più studiati dalla sociologia dell'azione. Raymond Boudon si è ad esempio occupato a fondo dei meccanismi di aggregazione delle azioni individuali e delle loro conseguenze non intenzionali. Nel suo libro sulla diseguaglianza di opportunità, il sociologo francese ha spiegato perché l'aumento delle opportunità educative connesso alla scuola di massa non si è tradotto in una diminuzione delle diseguaglianze sociali. Se più giovani raggiungono il diploma, quest'ultimo varrà di meno nel mercato del lavoro. Boudon parla di «effetto neutralizzazione»: quando tutti fanno la stessa cosa per ottenere un vantaggio comparativo, nessuno può raggiungere quello scopo. Un po' come la folla manzoniana che si mette in punta dei piedi per vedere meglio: nessuno ovviamente ci riesce.

Gli effetti impreveduti sono stati esplorati a fondo anche dagli psicologi, con applicazioni importanti nel mondo della persuasione pubblicitaria e del marketing politico. È stato ad esempio scoperto che i messaggi comunicativi che contengono qualche elemento di discredito alla lunga sono i più persuasivi. Poniamo che un candidato alle elezioni compaia in un manifesto pubblicitario, nel quale però si capisce che c'è qualcosa di strano (ad esempio una nota che precisa che il manifesto è stato finanziato da un avversario politico). Dapprima la «stranezza» suscita sospetto e inibisce la persuasione. Il messaggio però resta impresso. Col passare del tempo si dimentica la stranezza e l'impressione diventa favorevole. È controintuitivo, ma funziona davvero così. Gli psicologi lo chiamano *sleeper effect*, perché l'effetto positivo si manifesta dopo un certo periodo di «sonno».

Individuare i meccanismi alla base degli effetti non previsti significa poterli almeno in parte controllare, il boomerang, si sa, veniva anticamente usato come arma da combattimento. Siccome, nel mondo sociale, gli effetti boomerang sono spesso negativi, è giusto comprenderne bene il funzionamento e mettere in atto le più efficaci tattiche di difesa. Cercando di sconfiggere la realtà prima che questa possa prendersi la rivincita.