

L'analisi

Quanto contano le emozioni in finanza

Le decisioni di investimento sono influenzate da stati d'animo che non dominiamo

di **Matteo Motterlini**

Poche cose generano emozioni forti come il denaro. Perderlo suscita rabbia, paura e tristezza; guadagnarlo, soddisfazione e senso di sicurezza; vincerlo, gioia e piacere puro. La scienza delle emozioni ha fatto enormi passi avanti negli ultimi decenni.

Gli affezionati lettori di queste pagine sanno per esempio che la percezione del rischio e l'anticipazione del rendimento impegnano aree emotive del nostro cervello ben più di quelle razionali. Le emozioni sono utili per la nostra sopravvivenza. Sono scorciatoie viscerali che ci fanno risparmiare tempo ed energie, e che ci preparano a reagire istantaneamente agli stimoli dell'ambiente che ci circonda. Per molti aspetti sono straordinariamente efficienti e hanno dalla loro la saggezza dell'evoluzione. Per

esempio quando ci fanno perseguire un obiettivo, scappare da un pericolo o ci consentono di cogliere l'espressione, e quindi le intenzioni, sul volto di una persona. Bastano infatti trenta millesimi, un battito di ciglia, al nostro cervello per intercettare la paura sul volto di qualcun altro, un lasso di tempo in cui il cervello sa prima ancora che lo sappiamo noi.

La caratteristica principale dei nostri stati affettivi è che essi ci guidano da dietro la cortina della piena consapevolezza. Sono una sorta di pilota automatico, l'opzione default del nostro marchingegno cerebrale, che ci porta in una direzione piuttosto che un'altra, senza che ce ne rendiamo pienamente conto. Come ciò accada, anche in contesti finanziari, ce lo mostra un semplice esperimento. Immaginate di dover prendere

una decisione di investimento, per esempio se comperare azioni o obbligazioni. Solo che prima di decidere cosa fare, lo sperimentatore cerca di indurvi a provare una certa emozione. Un effetto che ottiene mostrando delle semplici faccine; queste possono essere arrabbiate, spaventate o felici. Semplici ma incredibilmente influenti!

Infatti dopo aver visto una faccina felice i soggetti si orientavano verso l'opzione di investimento rischiosa; ma invertivano le proprie preferenze dopo aver visto una faccina spaventata. Curioso no? Ancora di più il fatto che tutto ciò avviene in modo subliminale, senza cioè che i soggetti ne siano consapevoli. Infatti alla domanda diretta, posta ovviamente solo al termi-

ne dell'esperimento, se fossero stati influenzati dalle faccine emozionate a cui erano stati esposti, i soggetti rispondevano in modo negativo. A riprova che l'influenza delle emozioni agisce in modo inconscio.

L'altro aspetto degno di nota è che l'emozione indotta in un contesto (faccine) protrae il suo effetto in un contesto diverso (investimento) da quello in cui quella stessa emozione si è generata. E ciò senza alcuna logica apparente: ma che tipo di differenza potrebbe mai fare una faccina spaventata sulla mia decisione su cosa investire? In verità noi siamo continuamente stimolati emotivamente dall'ambiente in cui viviamo — attraverso le notizie, la pubblicità, le persone che ci stanno vicino, quelle con cui lavoriamo — e questi stimoli possono influenzare le nostre decisioni più di quanto siamo disposti a credere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un esperimento dimostra che chi è stato bersagliato di sorrisi rischia più di chi ha invece visto prima del test solo facce tristi

