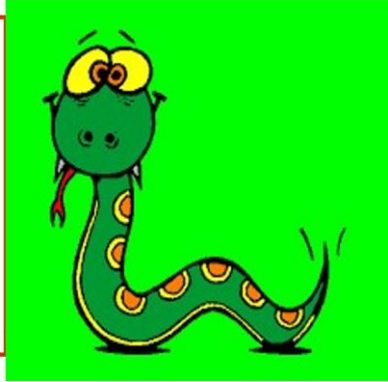


39. effetto cobra

come integrare i risultati degli studi cognitivi nelle politiche pubbliche, senza fare dipendere le scelte dalle sole analisi numeriche.

nella "polis"

● non rivolgersi all'*Homo oeconomicus*, ovvero a quell'essere fittizio - perché del tutto razionale - teorizzato dagli economisti classici, ● ma devono rivolgersi al più realistico *Homo sapiens*, ovvero a chi, come tutti noi, ha impulsi e pregiudizi. O anche idiosincrasie che solo in apparenza appaiono illogiche.



Quando in economia e in politica vengono prese decisioni senza esplorare i fattori psicologici che possono influenzarne l'accettazione da parte della popolazione, ci si espone non solo al fallimento, ma al rischio di ottenere un risultato finale opposto a quello desiderato. È il cosiddetto "effetto cobra", chiamato così per ricordare l'esito infausto dell'iniziativa con cui la città di Delhi tentò di arginare la proliferazione dei cobra nei sobborghi.

Il municipio pensò di pagare un premio per ogni cobra ucciso. Ma l'offerta era così allettante che molti cittadini iniziarono ad allevare clandestinamente i cobra, per poi ucciderli e incassare i soldi. Scoperto l'inghippo, le autorità eliminarono la ricompensa. A quel punto, gli allevatori liberarono gli ormai inutili serpenti per le strade della città, che si ritrovò ancora più infestata di prima. Le scelte imposte dall'alto falliscono spesso obiettivo, bisogna prevedere le reazioni immaginando l'uomo "sapiens" ma storico-reale nelle sue molte cornici, individuali, comunitarie, sociali. (Chevallier Coralie, Mathieu Perona, 2022, *Homo sapiens dans la cité Comment adapter l'action publique à la psychologie humaine*) «Ciò che dunque bisogna fare è esaminare quali tipi di ragioni possano ragionevolmente offrirsi l'un l'altro quando sono in gioco questioni politiche fondamentali» (Rawls John 1993 *Liberalismo politico*).