

I COMMENTI**La teoria del nudge, ovvero della spinta gentile**

Un saggio di Paolo Moderato non solo per addetti ai lavori, ma per capire l'oggi

di **Francesco Nicodemo**

È stato da poco pubblicato un interessante saggio a firma di autori vari e curato da Paolo Moderato, professore ordinario di Psicologia generale presso l'Università Iulm, dal titolo «Contesti di comunicazione. Pluralità di linguaggi nel mondo 3.0 (FrancoAngeli)». Il tema del libro è la comunicazione, affrontata da vari aspetti: dalla psicologia cognitiva a quella dei consumi, dal neuromarketing al rapporto medico-paziente fino all'influenza dei social media sulla politica. Particolarmente curata è la parte in cui si analizza l'impatto della teoria del *nudge*. In italiano potremmo tradurre come pungolo, o ancora meglio come la spinta gentile. Occuparsi del *nudge* significa occuparsi dell'architettura delle scelte della persona, influenzando queste ultime senza mai condizionare o limitare la libertà del decisore. Alcune delle procedure proprio del *nudge* sono: semplificazione, salienza, reminder, framing, checklist. Per esempio, il *nudge* propone le informazioni in modo da ridurre la complessità, oppure mira a dare più visibilità alle opzioni utili, in modo da indirizzarle verso le scelte più opportune. Funziona come promemoria per spingere le persone verso una da-

ta azione oppure costruisce la "cornice" all'interno della quale una scelta viene presentata in termini di guadagno o di perdita. Infine, compila una lista di azioni prestabilite il cui raggiungimento permette di avanzare alla fase successiva (come se fossero diversi livelli di un videogame).

Il libro si chiude con il capitolo ottavo interamente dedicato all'impatto che i social media hanno avuto sulla politica, con un titolo molto esplicativo, Social media. Da Obama alla "Bestia", scritto dallo stesso Moderato e da Cristina Cucciniello, cronista politica e blogger. Con continui rimandi alle due sponde dell'Atlantico vengono raccontati l'ultima decade della comunicazione politica. Dalle pionieristiche strategie di Obama che diventa presidente degli Stati Uniti nel 2008 alla festa di Veltroni nello stesso anno per i primi 500 amici su Facebook.

Ma è la campagna per le politiche 2013 che in Italia segna una svolta per la propaganda politica in rete. In quell'anno mentre gli utenti di Facebook in tutto il mondo sono circa 1,2 miliardi, in Italia a gennaio 2013 risultano iscritti 22 milioni di utenti, che arrivano a fine anno a toccare la cifra di 25 milioni. Proprio nel quadro ormai insufficiente del bipolarismo della cosiddetta Seconda Repubblica tra centrode-

stra e centrosinistra, dopo 15 mesi di governo tecnico guidato da Mario Monti, l'utilizzo della nuova tecnologia abilitante della rete vede la nascita del Movimento 5 Stelle e consente lo straordinario affermarsi dei grillini già nel febbraio del 2013 come il primo partito in Italia. E mentre la nuova stagione renziana toccava il suo apice comunicativo e politico con le europee del 2014 e il punto di caduta rappresentato dalle elezioni politiche del 2018, dall'altra parte dell'oceano l'utilizzo spregiudicato della rete, delle tecniche di personal marketing e della disinformazione massiva consegnava un risultato inaspettato: la vittoria di Donald Trump contro la superfavorita Hillary Clinton. Una lezione imparata a memoria dai nazional-populisti di casa nostra, che ha permesso i grandi successi elettorali del M5S alle politiche del 2018 e della Lega alle europee di quest'anno. Proprio per l'ampiezza d'analisi e dei temi affrontati, questo saggio è più che utile per comprendere i processi comunicativi. Consigliato non solo a chi professionalmente o per studio è interessato a questa materia, ma anche a chi vuole capire di più di quello che sta succedendo nelle dinamiche personali e collettive delle nostre società.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

