

## Chi ha successo tende a sopravvalutare i propri meriti, e sottovalutare la propria fortuna

Un nuovo studio dimostra che se le cose ci vanno bene pensiamo di essercelo meritato, anche se non è vero.

DI SIMONE COSIMI 22/07/2019



Chi è ricco e vive un'esistenza di successo tende ad attribuirsi qualità che, semplicemente, non possiede. Insomma, carica la fortuna di elementi di merito, accreditandosi caratteristiche e "skill" che, appunto, non esistono. Così, almeno, ha sentenziato un'indagine dello European University Institute di Fiesole, Firenze, appena pubblicata su *Science Advances*.

Come hanno fatto i ricercatori a cogliere questo curioso meccanismo mentale? Hanno messo in scena una versione semplificata del gioco di carte noto come Presidente ma anche come il Miserabile o, in inglese e in modo molto meno elegante, "Asshole". Bene, secondo lo studio i vincitori – quelli cioè in grado di scartare tutte le carte in mano prima degli altri – hanno attribuito, più dei perdenti, i propri risultati alle qualità personali piuttosto che alla semplice fortuna. Anche se, evidentemente, il gioco coinvolgeva davvero una quota minimale di abilità visto che le probabilità erano state palesemente truccate a favore del vincitore.

Quando, cioè, “era assolutamente ovvio che a uno dei giocatori era stato assegnato un grosso vantaggio” ha spiegato Mauricio Bucca della Eui che ha firmato il lavoro insieme a Mario D. Molina e Michael W. Macy.



Getty Images

Uno studio che conferma in qualche maniera una serie di altri sondaggi secondo i quali chi ha successo nella vita – fondamentalmente dal punto di vista economico – tende a prendersi i meriti e a sostenere di esserselo guadagnato. Sia quando ce n'è ragione che quando il successo è stato, per esempio, solo ereditato.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

La versione di Presidente architettata dai ricercatori toscani, chiave della ricerca, è stata quasi del tutto modificata in modo da non dover includere praticamente alcun tipo di abilità. Il gruppo di lavoro ha poi reclutato circa mille persone tramite Amazon Mechanical Turk, la piattaforma di microtask del “negozio del mondo”, assegnando 2,50 dollari alle persone per giocare e un bonus di 5 dollari in caso di vittoria. Chi è stato casualmente scelto per scartare la prima carta nel primo giro ha ottenuto automaticamente un vantaggio che gli avrebbe fatto vincere il round. E in alcune versioni, questo vantaggio è stato ulteriormente arricchito. Per esempio, dopo la distribuzione delle carte nella seconda mano, il vincitore della prima ha potuto scambiare una o due delle sue carte peggiori con le migliori dell'avversario. In altri casi, a dirla tutta, si è fatto anche l'opposto: cioè le carte migliori

sono andate al perdente della prima manche.

📌

Getty Images

Incroci a parte, quello che interessa è che al termine delle partite i partecipanti hanno dovuto rispondere a un questionario in cui si chiedeva loro se tutto fosse stato corretto e si fosse svolto secondo le regole. A quel punto la sorpresa: i vincitori, ben più dei perdenti, hanno assicurato che sì, le regole erano state seguite. Nello specifico, hanno definito le partite come corrette il doppio delle volte degli sconfitti. E nella gran parte dei casi chi si è assicurato la maggior parte delle mani ha manifestato una tendenza irrefrenabile: ha cioè attribuito a proprie pseudoqualità (“pseudo” visto che il gioco era quasi del tutto truccato e depurato da qualsiasi contributo personale) i risultati finali.

Il perimetro del gioco costituisce solo una rappresentazione in scala estremamente ridotta delle ben più complesse dinamiche che si innescano nella vita quotidiana. Quando i punti di vista delle persone sono ancora più sensibili all’influenza delle più varie circostanze personali ma nello stesso tempo, proprio a causa dei continui intrecci di circostanze, faticano a rendersene conto. Secondo Bucca quel che è accaduto nell’esperimento, infatti, “non raggiunge la metà dell’intensità di quanto accade nella vita reale, dove c’è anche meno informazione” rispetto a ciò che ci sta succedendo. Se pensiamo quasi sempre che sia tutto merito nostro, be’, faremmo meglio a fermarci un momento e valutare come siano andate davvero le cose: potremmo essere stati aiutati da un sacco di fattori che ci sono sfuggiti.

---

ALTRI DA

# Tech

[Camere subacquee da comprare su Amazon](#)

[Il centro per gli esport per anziani, in Giappone](#)

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

[I migliori speaker bluetooth a prova d'acqua](#)

[La storia oscura di #DoltForState](#)

**Il minirobot che sta per partire per la Luna**

**Cosa mangiano i grandi squali bianchi?**

**I caricabatterie a energia solare sono una svolta**

**Come stare fresco mentre lavori anche se fa caldo**

**TikTok è uno strumento di spionaggio?**

**Mettere in sicurezza Chernobyl, dal 1986 a oggi**



**ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER**

MODA UOMO, CULTURA, POLITICA, SPORT E LIFESTYLE.

**REGISTRATI ORA!**

**Esquire**

The banner features the Esquire logo and a photograph of a man looking at a laptop screen.

TECH

LIFESTYLE

I SOTTOVALUTATI: CRX DEI CASINO ROYALE

PINTEREST, IL SUCCESSO CHE NON TI ASPETTI

IMMOBILE SOTTOVALUTATO, IMMOBILE SOPRAVVALUTATO

COSA È SUCCESSO A VIGGO MORTENSEN?

COS'È SUCCESSO A MATTHEW MCCONAUGHEY?

L'INTER AVEVA PROPRIO BISOGNO DI SKRINIAR

**Esquire**



News

Sport

Lifestyle

Cultura

Stile

Newsletter

Hearst Magazines Italia - Scopri Esquire! Il sito dedicato al mondo dell'uomo e alle sue passioni: news, sport, tecnologia, lifestyle, moda e accessori rivolti all'universo maschile.

Scopri Esquire! Il sito dedicato al mondo dell'uomo e alle sue passioni: news, sport, tecnologia, lifestyle, moda e accessori rivolti all'universo maschile.

Esquire partecipa a diversi programmi di affiliazione, grazie ai quali possiamo ricevere commissioni per acquisti e-commerce di prodotti fatti grazie a trattazione editoriale sui nostri siti web.

©2020 HEARST MAGAZINES ITALIA SPA P. IVA 12212110154 | VIA ROBERTO BRACCO, 6, 20159, MILANO - ITALY

[Informativa Privacy](#) [Informativa sui cookies](#) [Link Utili](#) [Site Map](#) [Pubblicità](#)

[Cookie Choices](#)