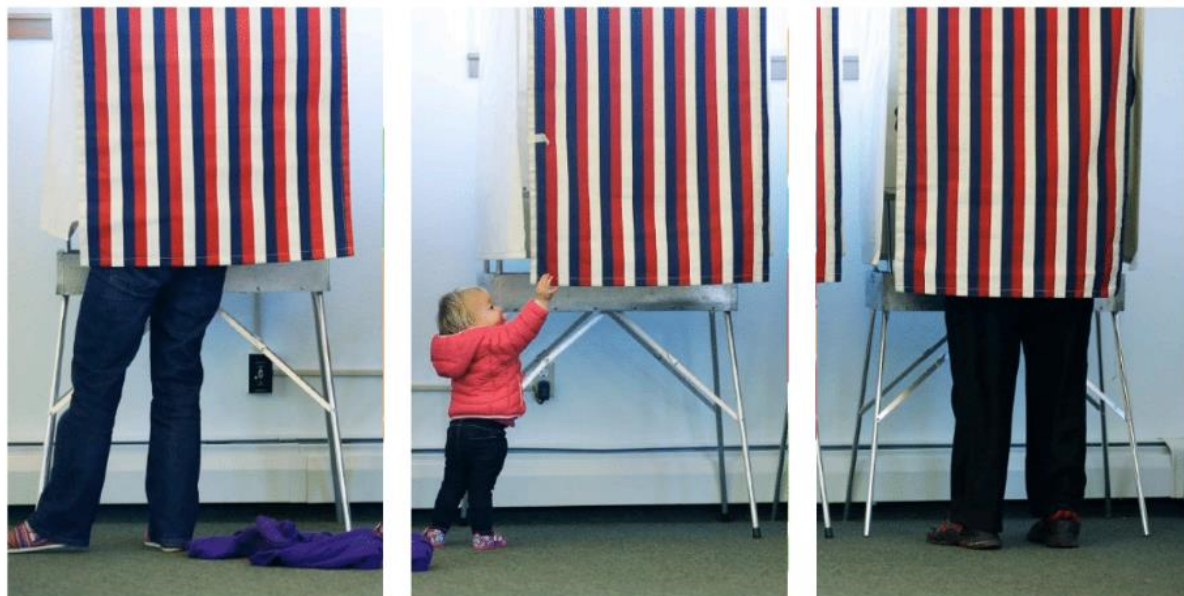


VADO A VOTARE SE LO FANNO TUTTI



PROBLEMA

La cittadinanza attiva richiede alle persone ingenti costi in termini di tempo e di risorse cognitive. Molti individui rinunciano a far valere i propri diritti e ad espletare i propri doveri: in occasione delle sessioni elettorali, in cui sono chiamati ad esprimere il proprio voto e a partecipare a processi decisionali importanti per il proprio futuro, non si recano alle urne e non votano, creando un serio problema di funzionamento delle democrazie.

In Italia, ad esempio, alle ultime elezioni politiche tenutesi nel 2018 circa il 27% della popolazione non si è recata alle urne per esprimere la propria preferenza¹. La percentuale di astenuti sale, invece, al 47% se consideriamo il recente referendum confermativo indetto nel settembre 2020². Che cosa, dunque, ostacola o spinge le persone ad andare votare?

BEHAVIORAL INSIGHT

Le **barriere che si frappongono** al recarsi a votare sono molte. Votare è una scelta che richiede risorse in termini di tempo e di programmazione (**carico cognitivo**).

Il comportamento, in questi casi, tende ad essere **influenzato dal gruppo di appartenenza**: il **conformismo sociale** può agire sia da freno - nel caso in cui il piccolo gruppo di riferimento (famiglia, amici) non voti - ma può essere anche **usato come leva**, nel momento in cui il comportamento desiderabile è percepito come diffuso.

AZIONE

Durante le elezioni del Congresso degli Stati Uniti, nel 2010, è stato condotto un **esperimento su 61 milioni di elettori americani**, con la collaborazione di Facebook³. A 60 milioni di cittadini è stata data semplicemente la possibilità di cliccare su un pulsante e **dichiarare che avevano votato**. Ad un gruppo di 600 mila cittadini è stato mostrato un **banner con il volto di un loro amico** o conoscente che aveva votato, esercitando così una **leggera ma chiara pressione sociale al voto**. I risultati, pubblicati sulla rivista Nature mostrano che la quasi totalità di questi ultimi (96%) **ha votato a sua volta** e lo ha dichiarato coerentemente.

CB

Il Conformity Bias, descritto anche come pressione sociale, è la nostra tendenza ad allinearci ai comportamenti delle altre persone con cui ci troviamo – anche solo temporaneamente – in gruppo. I comportamenti degli altri diventano automaticamente un modello su cui plasmare il proprio comportamento, nel bene e nel male.

¹Sito del Ministero dell'interno.

https://elezionistorico.interno.gov.it/index.php?tpel=C&dtel=04/03/2018&tpa=I&tp_e=A&lev0=0&levsut0=0&es0=S&ms=S

²Eligendo - Ministero dell'Interno.

<https://elezioni.interno.gov.it/referendum/votanti/20200920/votantiFI01>

³Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D., Marlow, C., Settle, J. E., & Fowler, J. H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. Nature, 489(7415), 295-298.