**La (s)fortuna è nell’occhio di chi guarda**

Transitare su un ponte nell’istante esatto in cui crolla. Trovarsi, non una, ma tre volte nelle vicinanze di in un attacco terroristico. Essere colpiti da un fulmine in sette diverse occasioni. Fortunati a essere ancora vivi? O sfortunati a essersi imbattuti in frangenti tanto improbabili?

Cronaca e vita quotidiana obbligano spesso a interrogarsi su che cosa siano la buona e la cattiva sorte, il caso e il destino. Ma anche tante discipline – dalla psicologia alla filosofia fino all’economia, oltre naturalmente alla matematica (del resto, il concetto stesso di fortuna è strettamente legato a quello di caso e di probabilità) - indagano per trovare un aspetto “misurabile” in quella che definiamo fortuna.

Ormai sembra sempre più chiaro che quanto una persona percepisce come buona o cattiva sorte ha più a che fare con la psicologia che con la probabilità. Fortuna e sfortuna non sarebbero insomma qualità oggettive del mondo, ma giudizi soggettivi, mutevoli e perfino contraddittori, del tutto legati a fattori contingenti.

Uno dei fattori che sicuramente influenza le nostre valutazioni è la personalità. Tante ricerche, in particolare quelle dello psicologo inglese Richard Wiseman, che ha dedicato una vita a studiare la fortuna, avvalorano quello che in fondo sapevano già i latini: la fortuna aiuta gli audaci. Credersi fortunati crea una sorta di circolo virtuoso: rende meno ansiosi, più sicuri di sé, rilassati, positivi. Insomma, alla fine le persone che si definiscono “fortunate” sono in realtà quelle più aperte alle opportunità, che sanno vedere e cogliere le occasioni quando si presentano.

Ma non è solo questo. Quando si parla di caso e sorte, sono proprio la natura e il carattere di ciascuno che portano a catalogare una certa situazione come positiva o negativa, indipendentemente dall’evento in sé. Diversi studi lo dimostrano in modo inequivocabile. Gli psicologi Steven Hales e Jennifer Johnson, per esempio, hanno presentato a un gruppo di persone racconti veri di storie “ambigue”, come quella dell’uomo sopravvissuto a due bombe atomiche: si trovava all’interno della zona mortale quando il 6 agosto 1945 fu sganciata la bomba atomica su Hiroshima, e il 9 agosto Nagasaki (si chiamava Tsutomu Yamaguchi ed è morto nel 2010, a 93 anni). Chi nei test psicologici sulla personalità era risultato ottimista tendeva a definire le persone come Yamaguchi fortunate; i pessimisti, viceversa, vedevano il lato negativo di quegli scenari, e li definivano sfortunati. Gli ottimisti vedono insomma il bicchiere mezzo pieno e sono più propensi a pensare come baciata dalla buona sorte una persona o situazione di cui il pessimista vede soprattutto il lato negativo.

Ma a influenzare i giudizi di sfortuna non è solo la personalità. È anche, in un certo senso, questione di contesto. O meglio di *framing*, come viene definito in termini scientifici l’effetto descritto dagli psicologi israeliani Amos Tversky e Daniel Kahneman, secondo cui i meccanismi con cui prendiamo decisioni o ci formiamo opinioni sono tutt’altro che razionali. In pratica, a seconda di come un problema o una situazione ci viene presentata, anche se la sostanza è la stessa, le decisioni o l’atteggiamento di una persona cambiano radicalmente. Vale nel caso della scelta di una terapia o della somma da puntare in una scommessa. E succede lo stesso quando si tratta di esprimere un giudizio sui casi della vita. Hales e Johnson, gli psicologi che hanno testato il ruolo della personalità nei giudizi sulla fortuna, hanno presentato a vari gruppi di persone il racconto di una giocata alla lotteria simile al Superenalotto. In una versione, il protagonista descriveva con parole di entusiasmo e di incredulità la sua esperienza: era la prima volta che provava, e aveva azzeccato cinque numeri su sei. Nell’altra, si rammaricava di aver mancato per un soffio la vincita eccezionale, avendo indovinato i cinque numeri. I due racconti descrivono esattamente la stessa situazione. Mentre però nel primo caso la maggioranza delle persone descrive il protagonista come fortunato, sentendo racconti simili al secondo quasi tutti sono pronti a dire: “che sfortuna!”. Una differenza eclatante. Bastano insomma le parole, senza cambiare i fatti, a manipolare la reazione delle persone. Come dicono gli stessi autori dello studio, sembra proprio che la fortuna sia solo una sorta di “illusione cognitiva, un mero espediente narrativo usato per dar forma a storie di successo o di fallimento”.

Anche la prospettiva da cui si guarda un evento, se si è interessati in prima persona o dall’esterno, e il confronto con le possibilità alternative che la sorte avrebbe potuto riservare, sono fattori che influenzano potentemente il nostro giudizio. “Mi stavo preparando per andare ad Haiti, correvo in corso Monza, sono inciampata e mi son rotta una vertebra. Uscita dall'ospedale, un fulmine ha colpito un pino sul viale, il pino è caduto e mi ha travolta. Altra vertebra incrinata, non le dico i lividi. Ero anche finita sul giornale. Allora ho deciso di rimanere e aiutare i migranti, ma mi hanno investita e son di nuovo tutta rotta. Insomma, se ci pensa son miracoli!" raccontava una suora in sala d’attesa dal medico. Un’amica ha riferito su Facebook l’episodio che sembra inventato per quanto calza a pennello come esempio di .

Miracoli un corno, hanno commentato le persone su Facebook. Ma non l’avrebbero forse pensata tanto diversamente dalla suora le persone intervistate per uno studio sperimentale dallo psicologo norvegese Karl Halvor Teigen, oggi professore emerito all’Università di Oslo. Teigen ha contattato 85 turisti che erano in vacanza nel sud-est asiatico quando si verificò lo tsunami il 26 dicembre del 2004. Vacanza rovinata, dal punto di vista di chi guardava da casa, trovarsi nel posto sbagliato al momento sbagliato. Ma, a due anni di distanza, quando si era sedimentata la narrazione del disastro che quell’evento era stato, il 95 per cento dei turisti che si era trovato lì si era definito fortunato, anche se non aveva corso rischi in prima persona.

L’elemento chiave che determina il giudizio in casi come questo è il paragone tra quello che è accaduto e quello che sarebbe potuto accadere. Gli esperti lo chiamano “ragionamento controfattuale”. “Nella vita reale entra in gioco quando capita un evento negativo o eccezionale, e l’alternativa che ci viene in mente è l’evento ‘normale’ ” spiega Patrizia Catellani, professore di psicologia sociale all’Università Cattolica di Milano. Se per esempio ci si trova sulla scena di un disastro, anche cavarsela con ferite serie fa sentire la maggior parte delle persone dei fortunati sopravvissuti. Il controfattuale, in questo caso, sarebbe stato lasciarci le penne. “Il pensiero controfattuale è anche una strategia di adattamento: ci si sente meglio a pensare che le cose potevano anche andar peggio” chiosa Catellani. Ma chi guarda a distanza non necessariamente giudica nello stesso modo.

Oltre a personalità e contesto, anche il puro e semplice caso gioca un ruolo importante nell’influenzare l’idea che ciascuno si fa del Fattore C, proprio o altrui.

Una simulazione basata sulla teoria dei giochi ha analizzato la famosa questione della ricerca del parcheggio: perché c’è becca sempre un posticino libero nella zona più piena, e chi deve rassegnarsi a lasciare la macchina lontano? Secondo Alan Kirman, economista alla École des Hautes Études en Science Sociales di Parigi, dipende molto da com’è andata – ed è qui che il caso mette lo zampino - le prime volte: i lavoratori che all’inizio hanno trovato posto nella zona affollata vicino all’ufficio, successivamente continueranno a cercarlo, e trovarlo, nei paraggi. Complice anche il fatto che chi in partenza non ha trovato dove posteggiare si è convinto che tentare sia inutile, e rassegnato mette la macchina lontano, lasciando i posti liberi a quanti, a loro volta, si convincono di essere fortunati col parcheggio.

Non resta tutto nella nostra testa. Le elucubrazioni filosofiche di ciascuno su come va il mondo, sul caso e la necessità, possono finire per avere conseguenze ben reali. E dove meno ce lo aspetteremmo. Per esempio, alcuni studiosi di economia suggeriscono che chi è convinto di essersi fatto da solo, che la buona stella e le combinazioni fortunate contino poco nel successo, è meno generoso e poco propenso ad aiutare gli altri. È quanto sostiene per esempio lo studioso Robert Frank, professore di economia alla Cornell University. Ma questi pensieri potrebbero alla fine rivelarsi un boomerang. Tra le persone arrivate, chi sottovaluta il ruolo della sorte è meno simpatico di chi ammette che spesso, oltre che per l’impegno e le qualità personali, i risultati arrivano grazie a una buona dose di C… Questa ammissione lo rende più umile e attraente rispetto ai fautori della teoria opposta, e gli attira probabilmente nuove opportunità e benevolenza. Ovvero altra fortuna.