



Massimo Bustreo

## LA TERZA FACCIA DELLA MONETA

Le dinamiche che guidano la nostra  
relazione con il denaro

per coltivare le conoscenze

FrancoAngeli semi

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



## **Semi**

Per coltivare le conoscenze

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati  
possono consultare il nostro sito Internet:  
[www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page  
al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Massimo Bustreo

# LA TERZA FACCIA DELLA MONETA

Le dinamiche che guidano la nostra  
relazione con il denaro

Prefazione di Luigi Ferrari  
Postfazione di Ugo Biggeri



Grafica della copertina: *Alessandro Petrini*

Copyright © 2018 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

# Indice

---

<b>Prefazione</b> , di <i>Luigi Ferrari</i>	pag.	9
<b>Prologo</b>	»	13
<b>Testa o croce oppure?</b>	»	15

## **Parte I – Denaro, moneta e credito. Una relazione circolare?**

1. «E prima venne il credito». La relazione, anzitutto	»	31
2. La circolarità degli scambi e l'economia della condivisione	»	37
3. Il valore dei gesti economici senza denaro	»	47
4. Quattro e quattro nove: il valore dei numeri	»	56
5. Dal dono al denaro. Liberamente obbligati	»	66
6. La ragione del sentimento e il sentimento della ragione	»	75
7. Oggi: la riscoperta del passato	»	82
⊙ Sul mito del denaro. «Il denaro e l'antinomia delle relazioni affidabili», di <i>Claudio Widmann</i>	»	88

## **Parte II – La fiducia come fondamenta della relazione. Il denaro la sua minaccia?**

1. «Non si vive di solo denaro». Il credito relazionale	»	97
2. Relazioni di fiducia e fiducia nella relazione	»	105
3. Sotto il segno di una stretta di mano: il controllo dei conflitti	»	113

4. La terza faccia della moneta: la fiducia	pag.	122
5. «Le colpe dei padri» e la psicogenealogia del denaro	»	135
6. Smaterializzazione della moneta, andata e ritorno	»	144
7. La circolazione delle identità e l'affermarsi del nuovo individualismo	»	156
⊙ Su moneta e fiducia. «Il punto di vista del giurista», di <i>Marco Carlizzi</i>	»	170

### **Parte III – Il pensiero emotivo. Come diventare consumatori migliori?**

1. Dall'Olimpo alla Rete. Decisioni, emozioni e intuizione	»	181
2. In due sull'altalena: <i>homo œconomicus</i> e <i>homo emotivus</i>	»	190
3. «Abbi dubbi!». Inganni della mente, euristiche, bias	»	197
4. Sragionamenti economici: la razionalità nelle scelte irrazionali	»	220
5. Esperti e profani. Tutti sulla stessa strada?	»	230
6. Emotività e moralità nelle relazioni di scambio	»	238
7. La Rete e i suoi strascichi: dalla vestaglia di Diderot al fascino indiscreto della neuroeconomia	»	244
⊙ Sul decidere economico. «Le basi affettive e inconscie nelle decisioni di consumo», di <i>Edoardo Lozza</i>	»	255

<b>Figli del passato, consumatori del presente, cittadini del futuro</b>	»	262
--	---	-----

<b>Postfazione</b> , di <i>Ugo Biggeri</i>	»	272
--	---	-----

<b>Riferimenti bibliografici</b>	»	277
----------------------------------	---	-----

*Ai miei inestimabili tesori  
Edna e Clelia*

*A chi mi ha mostrato la via della fiducia  
Rosi e Genio, Silva e Valter*



# Prefazione

---

di *Luigi Ferrari\**

«Se fossimo capaci di scorgere all’orizzonte il passato dal quale proveniamo il cambiamento sarebbe facilitato» scrive l’autore di questo lavoro nell’incipit delle sue conclusioni. È una valida provocazione, in particolare se inserita in una discussione, come quella che lo stesso volume si propone di stimolare con il pubblico di esperti e meno esperti al quale si rivolge. Attorno al tema del denaro e degli scambi economici è ancora molto difficile trovare una chiara linea concettuale e un affinamento nelle procedure di indagine: il denaro era ed è un oggetto sociale sfuggente e di incerta definizione, e non solo per il senso comune. Per questo è proprio partendo da una migliore comprensione dei nostri processi cognitivi e affettivi appartenenti a un livello sottostante i nostri comportamenti visibili che è possibile migliorare gli strumenti conoscitivi che il consumatore oggi può avere a disposizione per compiere nel modo migliore la sua crescita verso un futuro più informato, critico e responsabile. Allo stesso modo, è a partire da una rinnovata abilità a guardare ai meccanismi decisionali, alle dinamiche irrazionali e alle logiche comportamentali – che costituiscono il “passato” del consumatore contemporaneo, ovvero l’esperienza e la cultura che gli appartengono – che è possibile facilitare quel cambiamento che permette di diventare decisori oggi più maturi.

Come alcuni dei lavori che si inseriscono nel dibattito sull’evoluzione dei comportamenti economici, questo lavoro tratta del tema del denaro e degli scambi di mercato riportando l’attenzione

\* Professore ordinario di Psicologia economica e del lavoro e di Psicologia delle condotte finanziarie presso il Dipartimento di Psicologia dell’Università di Milano-Bicocca.

al grande tema della fiducia e a quello altrettanto centrale delle relazioni interpersonali, secondo una prospettiva che ne evidenzia le componenti soggettive e simboliche: i valori e le pratiche della valutazione, le scelte e gli inganni della mente, gli affetti e le influenze del contesto, i modelli cognitivi e le forze culturali. Quest'ultime per di più e meritevolmente non solo riferite alla matrice culturale d'appartenenza di chi scrive e di chi legge questo volume.

Da un lato della moneta, in questa efficace immagine del denaro che roteando e rotolando di mano in mano mostra e cela al contempo tutti i suoi lati manifesti e nascosti, il lettore avrà modo di recuperare alcuni tra i più significativi aspetti storico-economici e antropologici che hanno caratterizzato la nascita e lo sviluppo di questo strumento di scambio. Dall'altro lato, si trovano qui ben argomentate le implicazioni che sottendono le stesse ragioni dello scambio, con i valori e le pratiche proprie alla solidarietà, alla fiducia più o meno lungimirante nel futuro, al credito in primis verso l'altro e quindi verso le istituzioni e la società. Infine, la terza faccia che l'autore ci suggerisce di approfondire è quella del dilemma decisionale e della responsabilità relazionale delle scelte economiche attuate attraverso il denaro. Qui il valore dei soldi non è solo dato dalle nostre capacità di astrazione cognitiva ma anche, e soprattutto, dal nostro modo di vivere e gestire i sentimenti e le emozioni.

L'approccio al comportamento decisionale è proposto nel suo essere un complesso meccanismo che contiene in sé e nei suoi effetti variabili legate alla relazione di potere tra le persone, alla fiducia reale e potenziale tra esse, ai dati informativi e alla loro presentazione, agli aspetti simbolici e mitici. In tal senso la decisione economica è quell'*al di là del denaro* che contiene significati razionali, irrazionali, emotivi e relazionali.

La grande complessità che accompagna da sempre la trattazione di questi temi è qui sviluppata con garbo e con un'attenzione capace di lasciar intendere la ricchezza di intreccio che esiste tra la materialità del nostro comportamento quotidiano individuale e sociale e la continua costruzione e ri-costruzione dei significati che gli atti decisionali in ambito economico portano con sé e che attivano in forme e attributi di vita attraverso cui gli stessi consumatori si esprimono. Sono infatti i significati, i valori, le norme, i modelli culturali, le credenze consensualmente e collettivamente negoziate tra i consumatori che fondano e sorreggono i nostri comportamenti, anche economici. Considerare all'inter-

no di tali dinamiche gli aspetti soggettivi e simbolici, come viene qui proposto dall'autore, significa riportare al centro del dibattito il movimento della soggettività, dell'esistenza individuale come quell'azione che crea e nutre le reti sociali di appartenenza e di relazione e di conseguenza permette al soggetto di riconquistare una posizione di governo e orientamento delle conseguenze del proprio agire economico attraverso scelte e decisioni (più) consapevoli. Il mondo del consumo, infatti, non è solamente e semplicemente "dato" dal mercato o dal contesto: è anche "attivato" dai consumatori stessi. E in questo più profondo senso, che qui è proposto come un gesto rivoluzionario nelle mani del consumatore contemporaneo, si compie la complessità sostenuta dall'unire l'osservazione psicologica all'agire economico nello studio degli scambi interpersonali che hanno come tramite il denaro.

In questo lavoro si parla di denaro partendo da studi scientifici dedicati, da una letteratura selezionata con un'ampiezza di prospettiva e da un approccio multidisciplinare che colloca la trattazione del tema all'interno delle scienze umane, e lo fa nell'opportuna considerazione di un'analisi e una descrizione della ricchezza e della complessità della condotta umana, della quale si rispetta la riflessività nel suo agire. Quando qui si parla di moneta ci si riferisce infatti non solo al prodotto di un'invenzione umana retto dalle sue norme e dalle convenzioni ma anche al simbolo di una relazione che espone chi la maneggia sia alla diffidenza che alla fiducia. L'atavica ambivalenza tra una diffidenza mossa dalla percezione degli altri come un potenziale pericolo o come una promessa di relazione e di possibilità di affidamento reciproco è quindi qui proposta come soluzione in cui si riconducono i comportamenti collettivi propri a un'economia della condivisione all'interno delle regole del mercato, e non al di fuori di queste come spesso si intende da ardite interpretazioni contemporanee. Attraverso tale lettura si arricchisce così una interpretazione dell'agire umano nell'intersezione dei molteplici sé guardati con l'occhio delle differenti discipline che si occupano del decidere e del paradosso della razionalità, o meglio dei differenti livelli di razionalità che agiscono nell'atto della scelta economica.

Una questione resta opportunamente aperta: le resistenze al cambiamento che vengono evidenziate lungo il racconto di eventi o di meccanismi decisionali, che caratterizzano il consumatore contemporaneo e che si vorrebbero differenti in una prospettiva

evolutiva e migliorativa nelle condizioni di scelta e delle conseguenze di queste, evidenziano, tra le altre implicazioni, il conflitto tra le arcaiche strutture psicologiche anti-individualiste che l'uomo ha in sé e la spinta alla costruzione di strutture collettive che la storia ha ora contrastato ora appoggiato, senza un reale e definitivo sviluppo. L'individualismo economico ha prosciugato e prosciuga silenziosamente interi sistemi di relazioni tra le persone, arrivando a esaltare la proprietà economica quale sinonimo di identità personale. Il nostro modo di vivere è oggi caratterizzato da manifestazioni continue di un individualismo egemone, spesso, e forse per questo più difficile da comprendere, nascosto dietro al valore attribuito alle reti sociali, reali o virtuali che siano.

Quali sono dunque le conoscenze e gli strumenti che il consumatore di oggi può e deve rinforzare per facilitare un cambiamento che non sia obbligato da un potere inerziale, autoprotettivo e autogenerativo e che possa arginare questa costante dissoluzione della socialità? Guardare al passato senza inciampare nel vizio di una mistificazione dello stesso bensì recuperando, con la consapevolezza di chi vive nel presente, le logiche e le dinamiche dei modi di vivere nella socialità per poter comprendere le tendenze e le trasformazioni psicosociali in atto. Osservare con attenzione la contemporaneità riuscendo a comprenderla nella sua continuità con tale passato, sopravvissuto fino a oggi nelle norme e nei simboli che il denaro porta con sé. Ovvero, scorgere all'orizzonte il passato dal quale proveniamo: ecco una delle vie che facilitano il cambiamento e che in questo lavoro l'autore propone di seguire per comprendere, un po' di più e un po' meglio, il funzionamento della mente e delle sue componenti sedimentate, stratificate e incoerenti nelle pratiche economiche quotidiane.

# Prologo

---

Le pagine che stai per leggere parlano di psicologia del denaro, consumi, decisioni e fiducia. Le ho scritte pensando alla curiosità di chi, interessato al tema, vuole conoscere dinamiche e significati profondi che stanno al di là dei nostri comportamenti liberamente obbligati e che guidano le relazioni interpersonali mediate dai soldi. E se nel proporre queste idee mi rivolgo a un lettore maschile nel linguaggio lo faccio solo per convenzione, ma inclusivo di ogni genere nell'intenzione e per convinzione. Quindi: *benvenuti!*

Il libro è suddiviso in **tre parti**, ovvero nelle tre facce della stessa medaglia: il denaro. La **prima**: la relazione interpersonale quale origine e ragione d'esistere del denaro nella sua forma monetaria e simbolo del debito originario, di condivisione di aspettative, timori e sentimenti. La **seconda**: la fiducia come credito relazionale e potere che genera e sostiene il legame tra persone impegnate in uno scambio e in un qualche interesse reciproco sotto differenti forme. La **terza**: le decisioni economiche da toccare con mano attraverso simulazioni, cognitive ed emotive, in cui quotidianamente rischiamo di inciampare.

Per ognuna di queste tre aree di dialogo ho avuto il piacere della collaborazione di colleghi che stimo in quanto appassionati e stimolanti esperti. Ognuno di loro ha dedicato tempo ed energie per raccontarci qualcosa di prezioso che arricchisce questo lavoro e rinforza la rete di studiosi di questo affascinante mondo. La mia gratitudine va quindi a **Luigi Ferrari** per il suo lavoro sull'individualismo economico e sulla crisi delle strutture collettive, a **Marco Carlizzi** per aver aperto alla prospettiva giuridica della fiducia nei rapporti obbligatori tra cittadini, a **Claudio Widmann** per il suo approfondimento sulle dimensioni ataviche e complementari della diffidenza e della fiducia nel rischio rela-

zionale anche in riferimento al dentro e fuori la Rete, a **Edoardo Lozza** per averci condotto tra le forze affettive e inconscie dei nostri comportamenti di consumo, a **Ugo Biggeri** per averci ricordato come la nostra responsabilità etica parta proprio dalla capacità di farsi le giuste domande sul senso del denaro per arrivare là dove agiamo quotidianamente.

I **Box** con alcune situazioni in cui metterci alla prova e far pratica per pensare fuori dagli schemi (partendo da lì per spingersi *out of the box*, appunto), gli **Spunti di approfondimento** proposti in chiusura di ciascun capitolo quali piccoli ma utili esercizi di autoconsapevolezza sul tema e le idee presenti in queste pagine vorrebbero contribuire a migliorarci in quanto consumatori più consapevoli e critici.

Come le antiche monete, un libro porta inciso il nome del suo autore e le idee che contiene sono il risultato dello scambio di doni e stimoli condivisi. I pensieri che questo libro raccoglie e vuol far circolare sono il frutto prezioso di studi, d'incontri, di letture e di interpretazioni. Nei **Riferimenti bibliografici** pago dunque il mio debito con gli autori di quegli scritti da cui son partito per le mie argomentazioni e che ho attraversato per meglio comprendere il tema del denaro al fine di proporre qui un rinnovato itinerario di viaggio nei territori psicologici del comportamento economico. Un percorso che, senza pretesa di verità né di concludenza, possa avvicinarsi un passo di più verso la conoscenza di un tema su cui c'è ancora molto da scoprire e da dire. Un invito all'approfondimento personale e alla curiosità, se *ça vaut le voyage!*

E prima del saluto e dell'augurio di buona lettura, un grazie di cuore a Sossima per il suo rassicurante supporto, a Massimo Bellotto, maestro, amico e fonte inesauribile di confronto e dubbi, a Valeria Micheletto e Stefania Uberti per la generosa rilettura del dattiloscritto (ma per errori o perseveranze resto l'unico responsabile) e un grazie a Misa Giuliani per la fiducia con cui ha accompagnato questa nuova pubblicazione, dopo aver sostenuto il precedente lavoro da me scritto con il collega Alberto Zatti *Denaro e Psiche. Valori e significati psicosociali nelle relazioni di scambio*.

Ad maiora!

# Testa o croce oppure?

---

Un homme tirait au sort toutes ses décisions.  
Il ne lui arriva pas plus de mal qu'aux autres qui réfléchissent.  
Paul Valéry, *Tel Quel* (1941-43)

A guardarla con gli occhi del numismatico una moneta rivela storie, valori, usi, abitudini, accidenti, credenze e simboli che alla maggior parte di noi rimangono per lo più nascosti *al di là* del denaro che ogni giorno teniamo in tasca e nella testa. Una moneta ha un *dritto* – la faccia con impressi i segni dell'autorità riconosciuta, l'effigie o il motivo principale e un esergo con elementi complementari – e un *rovescio* – il lato secondario con, di norma, il valore nominale. Ma ha anche un terzo lato. La **terza faccia della moneta** non è solo quella rappresentata dal bordo, luogo di **comunicazione** tra la moneta stessa e i suoi utilizzatori, fatto di scritte, segni, forme, misteri, e antiche abitudini truffaldine che proprio quel bordo *grattavano* con la tosatura per togliere preziose quantità di polvere d'oro o d'argento. È *anche* questo luogo, che sotto lo sguardo dello psicologo dei comportamenti economici diventa il territorio in cui si manifesta la volontà di stabilire, una volta di più, una **regola all'uso fiduciario** tanto per chi usava le monete come strumento di pagamento, misura e riserva del valore, quanto contro chi le monete le grattava facendone diminuire il valore intrinseco e alimentando una perdita di **fiducia** così difficilmente conquistata e mantenuta verso un denaro **simbolo delle relazioni** tra gli uomini.

La terza faccia della moneta non è solo il lato su cui fiorini, talleri o euro dopo un lancio a risolvere il dilemma decisionale non atterrano mai, e solo per questioni di equilibrio, non certo per impossibilità. La terza faccia della moneta è il luogo del **dilemma decisionale**, della **responsabilità** che una scelta attuata attraverso il denaro comporta nell'essere profondamente collegata alla **relazione** tra le persone, alla fiducia costruita tra esse, agli **aspetti simbolici** e mitici di questo **legame**. È quell'*al di*

**là del denaro** dove sono contenuti i significati razionali, irrazionali, emotivi e relazionali dell'uso e della sua evoluzione storica e umana.

Il denaro è uno strumento razionale al servizio dell'economia. In quanto simbolo è modellato da fattori culturali e psicosociali (Furnham, 2014). Esiste e agisce anche al di fuori della sfera di mercato e sotto forma di **differenti tipi** di denaro e di monete, tutti qualitativamente distinti: il denaro domestico e quello commerciale, la mancia e la paghetta, la moneta istituzionale e quella sacra, il denaro femminile, il salario, la somma di risarcimento o di una vincita, i soldi ereditati e quelli guadagnati col proprio lavoro (Zelizer, 1997; Bandelj *et al.*, 2017). Un denaro che si ottiene in modo differente, che si spende per scopi non sovrapponibili e che viene anche chiamato con nomi diversi: quale moglie o marito accetterebbe dal proprio partner una "elargizione" per la spesa? Quale figlio un "obolo" per un buon voto a scuola? Ci sono cose che si vendono e cose che si donano. E cose che non bisogna né vendere né donare, ma custodire per nutrire gli antenati e trasmettere **valori**.

Il punto di partenza delle riflessioni che seguono è duplice. Il **livello sociale** della quotidianità dei consumatori: qui il denaro si mostra come strettamente legato ai rapporti interpersonali e attraverso cui le persone distinguono con precisione – più o meno consapevole – le sue differenti forme non solo in funzione della relazione esistente tra interlocutori ma per contraddistinguere tali legami. E il **livello psichico** della mente del consumatore: qui l'idea di denaro è generata e ne influenza i processi decisionali, i desideri, i valori, le emozioni e le aspettative.

La società attuale è impegnata nel vivere il **presente** e ha scarsa fiducia nel **futuro**, responsabilmente o meno. Viviamo in un timore diffuso nei confronti dell'Altro da quando l'impoverimento culturale e le sempre più scarse risorse dedicate all'istruzione, alla formazione e alla cultura – indubbi strumenti risolutivi per quanto non definitivi – hanno mostrato il conto e iniziato a far pagare il costo di un'aumentata conflittualità sociale e di una regressione all'**individualismo** e all'**egoismo** all'interno di un contesto sempre più frammentato. Siamo attori e spettatori di un processo di dis-integrazione a più livelli, anche in forza delle principali **forme di comunicazione** che, sostituite alle relazioni interpersonali, le s-personalizzano. In tale contesto le pratiche della

condivisione che si fanno rientrare nel nome della *sharing economy* appaiono come un valoroso tentativo di riappropriarsi della propria vita, della qualità sociale dei beni e della sostenibilità di un essere consumatore e ospite di questo mondo. La contemporanea **società dei consumi** è infatti il luogo in cui al desiderio di ciascuno di possedere immediatamente – subito e “in modo non mediato” da una riflessione consapevole e razionale – beni e servizi si affiancano quegli scenari in cui si articolano decisioni inconsapevoli e incongruenti.

Consumare o risparmiare, spendere o investire, regalare o cedere al prezzo “giusto” sono infatti azioni nelle quali noi consumatori ci troviamo quotidianamente impegnati. Nella vita di tutti i giorni pensiamo, agiamo e proviamo emozioni differenti e complesse. Queste condizionano le nostre capacità di prendere decisioni e guidano i nostri comportamenti, anche i più banali. Ogni **relazione di scambio** che ha come strumento il denaro – nella sua forma visibile e manipolabile della moneta nelle sue forme sonanti, virtuali o digitali – comporta il **rischio di azioni inintenzionali**, irrazionali o contrarie alla legge dell'utilità o del massimo guadagno (Simon, 1955 e 1982; Thaler, 1994, Gigerenzer e Selten, 2002; Kahneman, 2003). Giudizi e valutazioni risultano infatti essere molto più imprecisi e instabili di quanto non ci si possa aspettare nel nostro essere persone “ragionevoli” (Boudon, 1989). Molto spesso le espressioni delle preferenze che sostengono le nostre scelte sono incoerenti, incongruenti o contrarie a un interesse *oggettivo*: basiamo le nostre strategie decisionali molto più su **sensazioni e intuito soggettivi** che su calcoli razionali e probabilistici.

Per lungo tempo coloro che hanno scrutato sotto la superficie dei **comportamenti umani** per comprenderne logiche e forze hanno esteso tale carattere di onnipotenza acquisita dal possessore di denaro, che lo elevava a onnipotente manipolatore del mondo e dei suoi simili, alle sue **capacità intrapsichiche**, come fosse una divinità olimpica, uno Zeus della Società dei Consumi, capace di gestire conoscenze, informazioni ed emozioni per prendere sempre le giuste decisioni, senza macchia e senza imbarazzo alcuno. E dopo decenni e decenni le logiche del *far di conto* negli scambi economici sono state ricondotte a una *ragione che la ragione non conosce*, a una ragione non più olimpica bensì propria della terra dell'Àde. O poco più in superficie.

Scendere dall'Olimpo dell'interpretazione delle dinamiche intra-psichiche dei consumatori per meglio comprendere i comportamenti decisionali in ambito economico significa *s-velare* i significati che stanno dietro alla moneta, un **simbolo** che, in quanto tale, rimanda all'altra metà di sé conservando nella profondità celata il proprio significato e la capacità di agire in forza di questo. Cacciare il denaro dal Monte Olimpo non significa qui voler sostituire l'oggetto di una simile relazione trascendentale che, attraverso l'umana disposizione all'adorazione, l'ha trasformato in un **oggetto mistico** in grado di possedere l'anima, e non solo: di divenire l'anima della civiltà, il suo credo interiore, il motivo del suo esistere che con gli inizi del moderno capitalismo portò la metamorfosi del denaro da mezzo per gli scambi a **idolo divinizzato**. Cacciare il denaro dall'Olimpo significa prendere consapevolezza che la **gestione del denaro** non pertiene alle capacità razionali dell'individuo bensì alla sfera dell'irrazionalità, delle pulsioni, dei linguaggi simbolici e atavici che regolano il mondo e le relazioni che noi intratteniamo con esso e tra noi. Un denaro che in qualità di regolatore ultimo dei destini umani (non divini e olimpici!) fu generato per favorire il passaggio da un **totem metafisico** – idealità del denaro generatrice dell'economicità di un oggetto – a un **totem materiale** – segno materiale su cui imprimere un segno di fiducia – e che attraversando la storia umana ritorna su se stesso per rifarsi *idea* nel processo di smaterializzazione monetaria. È in questo *al di là* della moneta che trova luogo tutta l'**idolatria** per il denaro, il **culto** per un feticcio, ma soprattutto il **significato di potenza** cui esso rimanda: un potere che elicità scelte, etiche e reali.

L'attuale dominazione finanziaria e monetaria dei mercati internazionali è fondata sull'aristotelica creazione *ex nihilo* di un denaro che si "concretizza" in una moneta virtuale e quindi sulla circolazione di ricchezza telematica in un passaggio ulteriore attraverso cui il rapporto con il **lavoro** e la **fatica** si astrae completamente fino a scomparire. Dalla «crematistica» di Aristotele alle preoccupazioni dei pensatori dell'Ottocento e del Novecento, questa è la più problematica conferma di come il **mito della ricchezza** venga da sempre messo in relazione con la capacità di influenzare gli **stati d'animo** personali e sociali, di incidere sulla genesi profonda degli **immaginari collettivi**, di poter decidere sui **valori** e sulla loro applicazione nel **comportamento** reale. Il dena-

ro, nel momento in cui si sostituisce alla divinità totemica, inizia ad agire nell'anima di chi lo maneggia, alimentando tutta l'**ambiguità** delle dinamiche di sicurezza e fiducia, promessa e minaccia della sua stessa esistenza. E ne ricopre così la stessa funzione d'elemento supremo: divinità che si eleva dalle contingenze storiche – finché ci sono fiducia e speranza nel futuro – al punto da non riconoscerle più come ragioni della propria genesi. Finché regge la fiducia in quello che dietro alla moneta si nasconde, ovvero fino a quando ognuno di noi sarà pronto a **scommettere** su questo simbolo a cui affida la sostanza della propria speranza.

Questo lavoro raccoglie i risultati di alcune tra le più importanti riflessioni scientifiche su tali temi a partire da quei modelli che hanno dimostrato come il nostro comportamento, anche e soprattutto nella gestione quotidiana di problemi economici, sia **limitato** più dal nostro modo di gestire le informazioni e la **percezione del mondo** che dalle nostre reali **capacità cognitive**. In scenari di scelta di carattere economico noi agiamo in forza di **intuizioni, illusioni ed errori nonostante** le nostre capacità ed esperienza a gestire conti e denaro (Thaler, 1999; Mieg, 2001; Martimort, 2012, Gobet, 2015).

Nelle decisioni difficili o dovendo scegliere tra alternative dotate di valore affidiamo la soluzione alle **incertezze** facendo affidamento più alla *pancia* e al *cuore* che alla *testa*. Ovvero, ci facciamo guidare più dalle emozioni e dalle sensazioni momentanee che dalle capacità di valutazione razionale delle informazioni pertinenti. Anche quando ci impegnamo per essere consumatori consapevoli e responsabili, quando dobbiamo valutare un “oggetto” (comportamento, bene, situazione, persona, relazione, valore, idea o altro che sia) la nostra mente lavora sugli esiti di una percezione immediata di tale oggetto in una condizione di *risparmio energetico*. L'attribuzione dell'importanza data ai molteplici fattori che compongono lo scenario decisionale procede in una **modalità “eco”**, ovvero **ecologica**, cercando risposte soddisfacenti senza sfruttare eccessivamente le risorse a disposizione, ed **economica**, abbassando il più possibile il consumo di glucosio. Eh sì, di glucosio!

È tutta una questione di **glucosio** e di quanto ne debba essere metabolizzato per poter far funzionare la nostra energia mentale. Il glucosio è elemento energetico e prezioso per il nostro cervello. Per questo tendiamo a risparmiarlo: quando siamo at-