Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea
magistrale

in Economia e Gestione delle Arti e delle attività culturali

Tesi di Laurea

Il divario socioeconomico di genere percepito nella televisione pubblica italiana: un'analisi sperimentale del game show l'Eredità

Relatrice
Prof.ssa Valeria Maggian

Laureanda
Sara Ferrari
Matricola 903000

Anno Accademico
2024/2025

INTRODUZIONE **5**

CAPITOLO 1 — L'ECONOMIA SPERIMENTALE: FONDAMENTI E METODI **9**

1.1 Una breve introduzione all'economia sperimentale 9

1.2 I procedimenti sperimentali: come costruire un esperimento in economia 12

1.2.1 Obiettivi e logica dell'esperimento economico 12

1.2.2 Variabili e trattamenti 13

1.2.3 Il metodo del valore indotto 15

1.2.4 Come garantire il controllo sperimentale 15

1.2.5 Comunicare in modo chiaro e controllato 17

1.2.6 La riproducibilità 17

1.2.7 Validità interna e validità esterna 19

1.3 Condurre un esperimento 20

1.3.1 Il disegno sperimentale 21

1.3.2 istruzioni 22

1.3.3. Piano di azione 23

1.3.4 Selezionare il campione e reclutare i soggetti 23

1.4 Gli esperimenti online 27

1.4.1 Introduzione e contesto 27

1.4.2 Come si svolgono gli esperimenti online 28

1.4.3 Problemi metodologici legati agli esperimenti online 29

CAPITOLO 2 — L'ECONOMIA SPERIMENTALE E LO STUDIO DELLA DISCRIMINAZIONE **31**

2.1 Introduzione allo studio della discriminazione, rassegna della letteratura 31

2.1.1 Definizione della discriminazione 31

2.1.2. Teorie fondative della discriminazione 33

2.1.3 Stereotipi e credenze 36

2.2 La discriminazione di genere nella letteratura economica 37

2.2.1 Evidenze da contesti economici reali 37

2.3 I game show come esperimenti naturali 40

2.3.1 Caratteristiche metodologiche dei game show come esperimenti naturali 40

2.3.2 Uso dei game show per studiare fenomeni economici 41

2.4 Studi sulla discriminazione di genere nei game show 46
2.4.1 Studi pionieristici 46
2.4.2 Altri tipi di discriminazione 49
2.4.3 Evidenze recenti sulla discriminazione di genere 55
CAPITOLO 3 - IL DISEGNO SPERIMENTALE: IL GAME SHOW L'EREDITÀ 59
Introduzione allo studio 59
3.1 Il format televisivo come contesto sperimentale 60
3.1.1. La scelta dell'edizione 2016/2017 61
3.1.2 Il contributo dello studio 63
3.2 Le modalità di gioco 65
3.2.1 il primo gioco: Dominio musicale 65
3.2.2. La sfida: la scalata doppia 67
3.3 Costruzione del dataset e metodologia di raccolta dati 69
3.3.1. Origine e struttura del campione 69
3.3.2. Procedura di codifica 70
3.3.2.1 Codifica della scelta dell'avversario 71
3.3.2.2.Codifica del genere 72
3.3.2.3. Performance individuale 72
3.3.2.5 Altre variabili osservabili 73
3.4 modelli di stima e strumenti di analisi econometrica 74
3.4.1 Regressione lineare 74
3.4.2 Modello Logit semplice 75
3.4.3 Conditional Logit Model 77
CAPITOLO 4 - RISULTATI DELL'ESPERIMENTO NATURALE: IL GAME SHOW L'EREDITÀ 79
4.1 Strategia empirica e domande di ricerca 79
4.1.1 Obiettivo della ricerca 79
4.1.2 Variabili osservate 79
4.1.3 Strategia empirica 79
4.2 Analisi delle performance 81
4.2.1 Confronto delle prestazioni tra uomini e donne (analisi descrittiva e t-test) 81
4.2.2 Effetto delle caratteristiche individuali e della posizione nel cerchio (modello logit condizionato) 81
4.2.3 Distribuzione di genere nelle posizioni 85

4.2.4 Probabilità di occupare la prima posizione (modello logit condizionato) 86

4.3 Analisi delle selezione dell'avversario 88

4.3.1 Distribuzione di genere tra i giocatori sfidati 88

4.3.2 Effetto delle caratteristiche individuali sulla probabilità di essere sfidati 88

4.3.3 Differenze di genere nei comportamenti di selezione la "battaglia dei sessi" 90

4.4 Discussione e conclusioni dello studio 92

CAPITOLO 5 - IL DISEGNO SPERIMENTALE: UN ESPERIMENTO CONTROLLATO ONLINE 95

5.1 Necessità dell'esperimento online 95

5.1.1 Collegamento con l'analisi sul game show e motivazioni per introdurre un esperimento complementare 95

5.2 Disegno sperimentale 97

5.2.1 Il disegno dell'esperimento online 97

5.2.2 Trattamenti 97

5.2.3 Procedura e compito sperimentale 99

5.2.4 Campione previsto e incentivi economici 102

5.3. Strategia empirica 104

5.3.1 Modello di riferimento 104

5.3.2 Controlli preliminari 104

5.4 Risultati 106

5.5 Conclusioni 108

CONCLUSIONE 109

Appendice 112

BIBLIOGRAFIA 123

INTRODUZIONE

Negli ultimi decenni, l'economia sperimentale si è affermata come una componente centrale della ricerca economica moderna, offrendo strumenti metodologici capaci di testare ipotesi teoriche in contesti controllati e di indagare meccanismi altrimenti difficilmente osservabili. A partire dal XX secolo, essa si è infatti distinta da altre scienze sociali per l'adozione di modelli matematici formali e teorie costruite su ipotesi chiaramente definite. L'attenzione, negli anni più recenti, si è progressivamente estesa agli esperimenti naturali e di campo, che permettono di studiare decisioni reali in ambienti meno artificiali e più vicini alla vita quotidiana. In questi scenari i soggetti non sanno di partecipare a un esperimento e non vi è intervento diretto del ricercatore, ma i dati possono essere raccolti per studiare comportamenti economici (Harrison e List, 2004).

In questo quadro, il tema della discriminazione di genere si configura come uno degli ambiti di ricerca più rilevanti e dibattuti. A partire dai contributi pionieristici di Becker (1957) sulla *taste-based discrimination* e di Arrow (1973) e Phelps (1972) sulla *statistical discrimination*, la letteratura economica si è inizialmente concentrata sull'analisi della discriminazione dei contesti tradizionali, come il mercato del lavoro (Mobius, Rosenblat, 2003; Bohren et al., 2020; Busetta et al., 2020; Andreoni, Petrie, 2008), tuttavia stabilire se i divari osservati siano del tutto attribuibili a pratiche discriminatorie è estremamente complesso e altrettanto difficile è distinguere se questi comportamenti derivino da discriminazioni taste-based, quindi basata su preferenze, oppure una discriminazione statistica legata a credenze o aspettative sulle capacità dei diversi gruppi (Antonovics et al., 2005).

Per questo motivo negli anni, diversi ricercatori hanno iniziato a guardare al di là dei mercati del lavoro, utilizzando contesti non convenzionali. I game show televisivi in tal senso offrono un terreno di studio particolarmente fecondo, essi costituiscono veri e propri esperimenti naturali, nei quali individui di genere ed età diverse, posti in situazioni di incertezza e forte visibilità pubblica, devono prendere decisioni economiche e strategiche con conseguenze monetarie reali. Studi come quelli di Metrick

(1995) e Levitt (2004) hanno evidenziato come i programmi televisivi permettano di osservare comportamenti difficilmente replicabili in laboratorio, mentre ricerche più recenti (Belot et al., 2010; Antonovics et al., 2005; Atanasov, 2012) hanno utilizzato questo contesto per analizzare dinamiche di competizione, cooperazione e discriminazione. La presente tesi si inserisce in questo filone, prendendo in esame il game show italiano *L'Eredità* al fine di verificare l'esistenza di discriminazione di genere nelle scelte competitive dei partecipanti. Il programma, grazie al suo formato stabile e alla ripetitività delle regole, fornisce un contesto ideale per raccogliere dati comparabili e analizzabili secondo gli strumenti tipici dell'economia sperimentale. L'obiettivo principale dell'analisi è duplice, da un lato, verificare se i concorrenti mostrino una preferenza sistematica per sfidare avversari di un determinato genere, a parità di performance osservata e, dall'altro, confrontare i risultati emersi dall'esperimento naturale con conclusioni tratte da un esperimento controllato online.

La tesi è strutturata in cinque capitoli.
Il primo capitolo si propone di offrire una introduzione all'economia sperimentale e le diverse fasi che caratterizzano la ricerca sperimentale, dalla progettazione e realizzazione degli esperimenti in laboratorio, fino a una panoramica sulle modalità di conduzione degli esperimenti online, sempre più diffuse negli ultimi anni.

Il secondo capitolo affronta il tema della discriminazione, partendo da una definizione generale e dalle teorie fondative proposte da Becker (1957), Phelps (1972) e Arrow (1973). L'analisi si concentra poi sulla discriminazione di genere nella letteratura economica. Una sezione è dedicata ai game show come esperimenti naturali, a partire dagli studi pionieristici di Metrick (1995), seguiti da Post et al. (2008), Bennett e Hickman (1993; 1996), Tenorio e Cason (2002), List (2006) e Antonovics et al. (2005). Ho poi considerato forme di discriminazione in ambiti meno convenzionali, come l'attrattività fisica (Belot et al., 2012) o le credenze sulle capacità cognitive associate all'etnia (Anwar, 2012). Infine, il capitolo richiama contributi recenti sul tema della discriminazione di genere, tra cui Kravcizek e Starzykowska (2017) e Atanasov et al. (2023).

Il terzo e il quarto capitolo sono dedicati all'analisi condotta sul game show televisivo *L'Eredità* (Galeotti et al., 2025), con l'obiettivo di studiare la discriminazione di genere in un contesto competitivo e pubblico. Il terzo capitolo si concentra in particolare sulla costruzione del dataset, sulla metodologia di raccolta e codifica dei dati e sull'impostazione dell'analisi econometrica.
Il quarto capitolo, invece, presenta i risultati dell'esperimento naturale, si analizzano le variabili osservate, le strategie empiriche e la performance dei concorrenti, valutando l'effetto delle caratteristiche individuali e discutendo le evidenze emerse.

Il quinto e ultimo capitolo è dedicato all'esperimento online. Dopo aver illustrato le motivazioni che hanno portato alla costruzione di un nuovo disegno sperimentale, il capitolo descrive i trattamenti proposti, la procedura, la composizione del campione e l'utilizzo della piattaforma Prolific come strumento di reclutamento dei partecipanti. Vengono poi presentate la strategia empirica adottata e i risultati complessivi dell'esperimento, mettendo in evidenza le peculiarità emerse e le differenze rispetto all'esperimento naturale.
Con questo lavoro si intende contribuire al dibattito sulla discriminazione di genere mostrando come il comportamento delle persone possa variare sensibilmente a seconda del contesto, controllato o naturale, e come i meccanismi sociali, culturali e di visibilità pubblica possano incidere sulle scelte strategiche degli individui.

CAPITOLO 1 — L'ECONOMIA SPERIMENTALE: FONDAMENTI E METODI

1.1 Una breve introduzione all'economia sperimentale

L'economia, a differenza di scienze più antiche come la fisica o la medicina, ha una storia relativamente recente come disciplina sperimentale. Per lungo tempo si è ritenuto che non potesse adottare il metodo sperimentale, a causa della complessità e dell'imprevedibilità del comportamento umano. La teoria economica, infatti, si fonda su modelli che rappresentano in modo semplificato la realtà e si basano su ipotesi riguardanti le scelte degli individui. Questa visione ha alimentato l'idea che l'economista potesse solo osservare i fenomeni economici, senza la possibilità di riprodurli o isolarli in laboratorio (Ufano, 2005).

Tuttavia, negli ultimi decenni, l'economia sperimentale si è affermata come una componente centrale della ricerca economica moderna. Gli esperimenti di laboratorio, in particolare, sono oggi impiegati per analizzare una vasta gamma di tematiche, che spaziano dall'economia industriale alla finanza… L'espansione dell'approccio sperimentale ha portato allo sviluppo di una metodologia sempre più sofisticata, contribuendo a innalzare notevolmente la qualità e la precisione degli esperimenti condotti. A partire dal XX secolo, essa si è distinta da altre scienze sociali per l'adozione di modelli matematici formali e teorie costruite su ipotesi chiaramente definite.

Questa evoluzione rende sempre più cruciale saper progettare esperimenti in modo metodologicamente rigoroso, soprattutto per rispondere in maniera efficace a quesiti di ricerca specifici. Formalizzando in modo rigoroso i modelli è possibile infatti riprodurre in laboratorio le condizioni previste dalla teoria e verificarne le implicazioni, così da

raggiungere un alto livello di validità interna[1].

Secondo quanto riportato da Fatás e Roig (2004), due eventi risultano particolarmente significativi per l'affermazione dei metodi sperimentali in economia: il primo è la pubblicazione, del volume *Theory of Games and Economic Behavior* di Von Neumann e Morgenstern (1944), che introdusse formalmente la teoria dei giochi nell'analisi economica; il secondo è lo svolgimento, nel 1948, di esperimenti sui mercati presso l'Università di Harvard, condotti da Edward H. Chamberlin. Questi due momenti possono essere considerati le fondamenta teoriche e pratiche della futura economia sperimentale.

Questi cambiamenti nella concezione dell'economia hanno contribuito alla crescente affermazione degli esperimenti economici come strumenti utili a testare i modelli teorici e verificarne la validità nel mondo reale. L'economia sperimentale nasce proprio con questo scopo: verificare se le ipotesi dei modelli possano reggere alla prova dei fatti e proporre nuove teorie basate su comportamenti reali.

Come accade in fisica o biologia, oggi anche l'economia può testare le sue idee in laboratorio. Gli economisti sono usciti dai loro uffici e sono entrati in laboratorio dando all'economia un approccio multidisciplinare. Psicologia, sociologia, antropologia e neuro-scienze hanno permesso di sviluppare modelli economici nuovi e più vicini al reale comportamento umano in grado di fornire predizioni migliori e politiche più efficaci per l'accrescimento del benessere della società. Gli esperimenti permettono quindi di trasformare l'economia da una disciplina prevalentemente teorica a una scienza empirica, capace di confrontare modelli e realtà. Come affermano Bucciol et al. (2010), l'economia sperimentale si pone l'obiettivo duplice di mettere alla prova le ipotesi classiche e, al contempo, di proporre nuove teorie basate su ipotesi più realistiche circa il comportamento umano.

[1] Questo si riferisce a quanto efficacemente un modello o una teoria possano essere rappresentati in laboratorio. Un esperimento che possiede validità interna testa esattamente il modello per il quale è stato progettato.

Come viene sottolineato nel contributo *Dal laboratorio all'impresa. L'economia sperimentale* (Bucciol. et al. 2010) l'economia sperimentale è una disciplina che applica il metodo sperimentale, tipico delle scienze naturali, allo studio del comportamento economico. La creazione di esperimenti permettono di testare ipotesi teoriche, generare nuove teorie basate su evidenze osservate e valutare l'efficacia di politiche pubbliche o strategie aziendali. Gli individui partecipano ad ambienti decisionali costruiti in laboratorio o sul campo, e le loro decisioni vengono registrate come dati empirici. Tali dati permettono di misurare in modo causale l'effetto di specifiche variabili.

Un contributo interessante in tal senso è lo studio condotto da Dorothea Kübler (2009), dove sottolinea il ruolo dell'economia sperimentale all'interno della disciplina economica, si sottolinea come gli esperimenti economici abbiano la capacità di convincere sia gli economisti che il pubblico più ampio dell'esistenza di eventuali fenomeni che, in passato, erano rimasti fuori dal campo di interesse dell'economia. Nel suo studio *Experimental Practices in Economics: Performativity and the Creation of Phenomena,* Kübler sottolinea che il merito fondamentale dell'approccio sperimentale è la sua natura *performativa:* l'esperimento può essere descritto come una messinscena, un dispositivo che non solo misura, ma aiuta a portare alla luce fenomeni prima invisibili alle teorie economiche tradizionali.

1.2 I procedimenti sperimentali: come costruire un esperimento in economia

1.2.1 Obiettivi e logica dell'esperimento economico

Come abbiamo stabilito l'economia sperimentale si proporne quindi di testare ipotesi economiche in ambienti controllati, impiegando metodologie simili a quelle delle scienze naturali, adattandole alla complessità del comportamento umano.

Secondo Daniel Serra (2012) in *Principes méthodologiques et pratiques de l'économie expérimentale: une vue d'ensemble,* l'obiettivo principale di ogni esperimento economico dovrebbe essere quello di dare una risposta chiara ad un problema scientifico ben definito.

Per fare ciò si costruisce Quella che può essere denominata come «rappresentazione miniaturizzata del mondo» (Serra 2012, pg. 23), semplificata e controllata. L'ambiente così costruito dovrebbe permettere di osservare con maggiore chiarezza le reazioni ed i comportamenti degli individui in determinate condizioni.

«L'expérimentation en économie n'échappe pas à cette règle: elle consiste à reconstituer de manière artificielle en laboratoire une situation économique simplifiée dans le but de répondre à une question particulière.» (Serra, 2012, 24).

Quindi, un esperimento economico di laboratorio[2] richiede alcuni elementi fondamentali, tra cui una stanza, alcuni partecipanti, i quali possono essere studenti, lavoratori, anziani e un insieme di regole da seguire. Ai partecipanti vengono fornite istruzioni dettagliate e le decisioni sono prese in forma anonima e individuale. Le ricompense sono solitamente monetarie e possono dipendere sia dalle decisioni individuali sia da quelle degli altri partecipanti.

[2] Oltre agli esperimenti di laboratorio, esistono anche esperimenti sul campo (*field experiments*), condotti in contesti reali e naturali per i soggetti coinvolti. In questi casi, spesso i partecipanti non sono consapevoli di essere osservati, il che permette di raccogliere dati più autentici sul comportamento umano.

1.2.2 Variabili e trattamenti

Secondo la terminologia introdotta dagli studi di Smith (1982) ogni esperimento in economia coinvolge tre diversi elementi. L'*ambiente* è un insieme di fattori che descrivono le circostanze iniziali e includono i soggetti coinvolti, insieme a tutte le loro caratteristiche. Sono queste caratteristiche a motivarli nel corso dell'esperimento. Inoltre, i soggetti devono svolgere dei compiti, prendere delle decisioni e spesso interagire secondo determinate regole. Queste regole rappresentano *l'istituzione*, descritta nelle istruzioni fornite ai soggetti, controllata per lo più tramite sistemi informatici. Infine, il *risultato* rappresenta le osservazioni che derivano dalle azioni o decisioni dei soggetti nel corso dell'esperimento; esso può essere considerato a livello individuale o aggregato.

Sempre secondo Smith (1982) chi conduce l'esperimento ha il ruolo di modificare alcuni aspetti di quegli elementi che abbiamo denominato istituzione o ambiente, i quali rappresentano le *variabili indipendenti o esplicative*[3], in modo da poter osservare l'effetto delle modifiche sul risultato, ovvero, la *variabile dipendente*. La sperimentazione si basa su una logica di confronto controllato. Le variabili indipendenti devono variare isolatamente, una alla volta. Questa variazione artificiale imposta dallo sperimentatore viene denominato *trattamento.*

Altri due aspetti fondamentali su cui si fonda l'economia sperimentale sono il *controllo* e la *replicazione* (Serra 2012). Il controllo consiste nella capacità di gestire ciò che accade e di produrre dati di buona qualità capaci di sostenere l'interpretazione che lo sperimentatore fornisce del fenomeno osservato. Isolando le singole variabili indipendenti permette di attribuire con sicurezza le variazioni osservate sull'effetto del trattamento applicato. Un esperimento va quindi costruito in modo da neutralizzare le influenze esterne, o i fattori di disturbo, che potrebbero interferire con i risultati. Il

[3] Le variabili indipendenti, dette anche variabili esplicative, sono quei fattori che in un'analisi statistica o in un esperimento si manipolano o si osservano per capire come influenzano un'altra variabile, chiamata variabile dipendente.

controllo dovrebbe consentire una *interferenza causale*[4] significativa: se un comportamento cambia tra le due condizioni, iniziale e finale, possiamo dire che il cambiamento sia dovuto alla variabile manipolata.

Affinché il confronto abbia senso, è necessario verificare che le due situazioni, prima del trattamento e dopo il trattamento, siano il più simili possibile. Questo è possibile attraverso la tecnica del *matching,* la quale consiste nell'assegnare al gruppo prima del trattamento, chiamato anche il gruppo *di controllo* o *testimone*, e al gruppo dopo il trattamento, il gruppo *trattamento* o *sperimentale.*

Il confronto sperimentale, per essere valido, deve quindi dimostrare che le due situazioni messe a paragone, quella prima del trattamento e quella dopo il trattamento, risultino quanto più simili possibile.

Qualora si decida di lavorare con gruppi diversi, anche chiamata procedura *between subjects*, è fondamentale che i partecipanti vengano assegnati in modo casuale che ai gruppi di controllo e di trattamento, in questo modo si riducono al minimo le differenze individuali che potrebbero alterare i risultati e si rende più probabile che le variazioni osservate a posteriori dipendano realmente dal trattamento.

Diversa è la procedura *within subjects*, in cui gli stessi soggetti partecipano a entrambe le condizioni sperimentali: in questo caso, ogni individuo funge da proprio controllo. La scelta tra le due modalità dipende dalla natura delle ipotesi da testare e dal livello di eterogeneità dei soggetti coinvolti.

Come sottolinea l'autore:

«Pour que la comparaison ait du sens, encore faut-il vérifier que les deux situations, "avant traitement" et "après traitement", soient aussi similaires que possible. […] Si ce contrôle direct n'est pas possible, une assignation aléatoire des sujets entre les deux groupes peut être alors utile pour neutraliser les différences entre groupes […] Le problème ne se pose pas, bien sûr, quand c'est le même groupe de sujets qui "subit" le traitement (i.e. chaque sujet devient son propre "contrôle"). On parle alors de procédure within-subjects.» (Serra 2012, pg. 28)

[4] Con "inferenza causale" si intende il processo con cui si cerca di stabilire se una variabile (causa) produce un effetto su un'altra variabile (effetto).

1.2.3 Il metodo del valore indotto

Perché l'esperimento produca risultati affidabili, è essenziale che venga progettato in modo da controllare tutte le variabili che possono influenzare il comportamento dei soggetti. Secondo la prospettiva sviluppata da Vernon Smith (1976), si introduce in modo sistematico nella metodologia sperimentale l'equivalente monetario dell'utilità, definendolo metodo del valore indotto (*induced value method*).

Questo approccio permette di rappresentare le preferenze degli individui attraverso ricompense monetarie, rendendo possibile l'osservazione e l'analisi del comportamento economico in un contesto controllato.

Il metodo del valore indotto si basa su tre condizioni fondamentali, la *Monotonicità*:, ovvero, l'utilità percepita deve aumentare al crescere del guadagno monetario, la *Salienza,* ovvero*,* i guadagni devono essere chiaramente collegati alle decisioni prese nel corso dell'esperimento, L 'incentivo monetario deve prevalere su altri fattori, come noia, altruismo, aspettative dello sperimentatore.

Se queste condizioni sono rispettate, lo sperimentatore può assumere che il comportamento dei soggetti rifletta autentiche preferenze economiche e può trarre inferenze causali affidabili.[5]

1.2.4 Come garantire il controllo sperimentale

Un aspetto cruciale nella progettazione di un esperimento economico consiste nel garantire il massimo controllo possibile sulle preferenze dei soggetti. Come sottolineato da Weimann e Brosig-Koch (2019), esistono alcune condizioni pratiche e operative da

---

[5] Tuttavia, anche quando le condizioni formali del metodo del valore indotto risultano soddisfatte, l'efficacia del metodo non può mai essere data per scontata. Come ricordano Weimann e Brosig-Koch (2019), l'esito dell'esperimento dipende dalla forza dei diversi motivi che guidano il comportamento dei soggetti. Gli economisti tendono ad assumere che il desiderio di guadagno sovrasti ogni altra motivazione, ma gli psicologi, e l'economia comportamentale, sottolineano come fenomeni cognitivi e sociali possano portare a deviazioni sistematiche dal comportamento razionale atteso. Tali comportamenti non invalidano necessariamente l'esperimento, ma segnalano i limiti del valore indotto come unica guida interpretativa e, anzi, possono rivelare l'esistenza di motivazioni non egoistiche rilevanti ai fini dell'analisi economica.

rispettare affinché i comportamenti osservati riflettano realmente le variabili sperimentali e non siano distorti da fattori esterni o soggettivi.

In primo luogo, i compensi devono essere sufficientemente elevati da indurre i partecipanti a prestare attenzione alle decisioni da prendere. Una linea guida utile, secondo gli autori, è quella di rapportare i compensi al costo-opportunità per i soggetti coinvolti, ad esempio prendendo come riferimento il salario orario di uno studente lavoratore.

In secondo luogo, è fondamentale minimizzare i costi soggettivi, in particolare quelli cognitivi legati alla comprensione del compito: i partecipanti potrebbero deviare dalla scelta razionale semplicemente perché il processo decisionale è troppo complesso o poco chiaro. Per questo motivo, le istruzioni devono essere semplici, chiare e facilmente accessibili, e si consiglia di evitare che le risposte a eventuali domande vengano fornite ad alta voce davanti a tutto il gruppo, per non influenzare inconsapevolmente gli altri soggetti.

Un altro elemento chiave è l'uso di un linguaggio neutro, finalizzato a evitare gli effetti di aspettativa dello sperimentatore (experimenter demand effects6). I partecipanti non devono percepire uno scopo esplicito nell'esperimento, perché ciò potrebbe modificare il loro comportamento.

Gli autori infine raccomandano di inserire una fase di apprendimento prima dell'esperimento vero e proprio, attraverso sessioni di prova, in modo che tutti i partecipanti abbiano un'esperienza omogenea e controllata del meccanismo decisionale.

---

[6] Con Experimenter Demand Effects si fa riferimento ad un bias comportamentale che si verifica quando i partecipanti a un esperimento modificano il loro comportamento in base a ciò che ritengono che lo sperimentatore si aspetti da loro. Il soggetto percepisce "cosa vuole il ricercatore" e si comporta di conseguenza, non in modo genuino. Questo compromette la validità interna dell'esperimento, perché ciò che si osserva non è la risposta naturale del soggetto, ma un comportamento influenzato dalle aspettative percepite.

Una questione metodologicamente dibattuta è se sia opportuno ripetere l'intera sessione sperimentale a distanza di tempo (ad esempio una settimana), per osservare comportamenti più "maturi" e aumentare la validità esterna.

1.2.5 Comunicare in modo chiaro e controllato

Affinché un esperimento di laboratorio produca risultati validi, la comunicazione tra sperimentatore e soggetti deve essere chiara, neutrale e standardizzata. Tutti gli elementi dell'esperimento devono essere spiegati tramite istruzioni, che possono essere fornite in forma scritta, orale o entrambe.

Come osservano Weimann e Brosig-Koch (2019), è consigliabile consegnare istruzioni scritte, in modo che i partecipanti possano consultarle anche durante l'esperimento. Tuttavia, la sola consegna non garantisce che tutti leggano e comprendano il testo: per questo, è pratica comune anche leggerle ad alta voce. Questo metodo aumenta l'attenzione dei soggetti e riduce le disuguaglianze nella comprensione.

Le istruzioni devono essere brevi (per evitare disattenzione), chiare (per evitare fraintendimenti), neutrali (per evitare influenze normative o aspettative implicite), e, se possibile, accompagnate da esempi purché gli esempi non inneschino effetti di ancoraggio o di domanda sperimentale. È importante gestire le domande in modo riservato, evitando che vengano poste ad alta voce davanti al gruppo. Domande pubbliche, infatti, possono influenzare il comportamento degli altri soggetti.

Per verificare la comprensione, si possono includere test di controllo. Tuttavia, anch'essi devono essere progettati con cautela: le domande potrebbero involontariamente suggerire comportamenti o attivare norme sociali. Una strategia efficace è generare numeri casuali per gli esempi nei test, oppure far generare i dati direttamente ai soggetti, riducendo così il rischio di ancoraggio Weimann e Brosig-Koch (2019).

1.2.6 La riproducibilità

Uno dei principi fondamentali della ricerca scientifica è la possibilità di verificare le relazioni causali individuate. Tuttavia, un singolo esperimento condotto in un

determinato laboratorio, con specifici soggetti e in un preciso momento, non può essere assunto come prova generale di un nesso causale: rappresenta soltanto una prima osservazione. Affinché un risultato sperimentale possa essere considerato affidabile e generalizzabile, è necessario che l'osservazione sia ripetibile in tempi, luoghi e contesti differenti. L'obiettivo dell'economia sperimentale è quella di fornire evidenze empiriche replicabili, ossia indicazioni su quali relazioni causali tendono a emergere in specifiche condizioni. Ne consegue un'importante implicazione metodologica: gli esperimenti devono essere progettati per essere riproducibili.

A tal proposito, sembra utile distinguere chiaramente la «replicazione» di un esperimento dalla sua semplice ripetizione. La ripetizione consiste nel realizzare un nuovo esperimento cercando di mantenere esattamente lo stesso protocollo sperimentale, cioè l'insieme delle procedure adottate durante l'esperimento (la categoria dei soggetti reclutati, le istruzioni fornite loro, i metodi incentivanti utilizzati per controllare le loro preferenze, le regole di decisione o d'interazione…). La replicazione, al contrario, implica alcune modifiche minori del protocollo iniziale. Ciò che conta è riprodurre sperimentalmente dei fenomeni (o meccanismi, effetti, forze), piuttosto che l'esperimento in sé (Serra, 2012).

La riproducibilità richiede che il disegno sperimentale sia completo, dettagliato e standardizzabile, privo di elementi legati a un singolo laboratorio o a una persona specifica. Un risultato che emerge solo se l'esperimento è condotto da un certo assistente, o in una certa università, non ha valore scientifico.

Oltre alla progettazione, è fondamentale che tutti gli elementi dell'esperimento siano adeguatamente documentati e la documentazione di riferimento accessibile. La replicazione non esclude piccole variazioni nel disegno, purché gli aspetti essenziali rimangano invariati. Tali variazioni possono anzi contribuire a testare la robustezza dei risultati. Un'osservazione sperimentale che svanisce al minimo cambiamento non può essere considerata solida. La riproducibilità di un esperimento, tuttavia, non garantisce

necessariamente la validità dei suoi risultati al di fuori del laboratorio. Si tratta, in questo caso, di un problema di validità esterna (Serra, 2012)

1.2.7 Validità interna e validità esterna

Come abbiamo già detto, la metodologia sperimentale, in economia, si basa sull'inferenza causale. Si tratta, in primo luogo, di inferire, a partire dalle osservazioni raccolte durante l'esperimento, l'esistenza di una relazione di causalità tra diverse variabili all'interno del laboratorio (ossia il problema della validità interna), per poi generalizzare tale risultato al di fuori del laboratorio (ossia il problema della validità esterna). (Serra, 2012)

La questione della validità interna precede necessariamente quella della validità esterna. La validità interna è garantita dal momento in cui il disegno sperimentale consente di giungere a una spiegazione affidabile dei comportamenti osservati nel laboratorio, garantisce quindi la coerenza interna, nel senso che i risultati dell'esperimento sono effettivamente attribuibili al trattamento che è stato effettuato sul campione.
Al contrario, l'esigenza di validità esterna impone che quei comportamenti siano rintracciabili anche fuori dal laboratorio. La perdita di controllo su un esperimento compromette la validità interna dei risultati, anche nel caso in cui tali risultati risultino ampiamente riproducibili.

Quanto alla validità esterna, essa è carente quando i risultati dell'esperimento, pur essendo validati internamente, non forniscono alcuna spiegazione dei comportamenti reali fuori dal laboratorio.

1.3 Condurre un esperimento

L'organizzazione di base di un laboratorio sperimentale prevede una serie di postazioni informatiche per i soggetti partecipanti e una postazione separata per il ricercatore, che gestisce e conduce l'esperimento. Ci sono due aspetti importanti da considerare, e che in parte sono in contrasto tra loro. Da un lato, il ricercatore deve poter monitorare i partecipanti, ad esempio per impedire che comunichino ra loro in modo non previsto. Dall'altro lato, è fondamentale che i soggetti non abbiano la sensazione di essere osservati in modo eccessivo.

Una soluzione molto efficace a questo problema è quella discussa da Weimann e Brosig-Koch (2019) e consiste nel collocare i partecipanti in cabine insonorizzate. Questo approccio offre alcuni vantaggi, ma presenta anche degli svantaggi. Le cabine insonorizzate occupano molto più spazio rispetto a semplici postazioni di lavoro e sono più costose da realizzare. Devono inoltre offrire uno spazio sufficiente per non risultare scomode o opprimenti per i soggetti. Per lo stesso motivo, devono essere dotate di un buon sistema di ventilazione, condizionamento dell'aria e illuminazione. Il grande vantaggio delle cabine è che permettono di isolare completamente i soggetti, controllando così ogni forma di comunicazione durante l'esperimento. Tuttavia, ci sono disegni sperimentali in cui questo tipo di isolamento non è desiderabile. L'ideale sarebbe quindi disporre sia di un numero adeguato di cabine insonorizzate, sia di postazioni aperte.

Anche le postazioni non collocate all'interno di cabine devono rispettare alcuni requisiti. Devono essere progettate in modo da consentire che ogni soggetto non venga disturbato dagli altri, ma allo stesso tempo permettere un'interazione sociale, se richiesta. Una buona soluzione consiste nel separare lateralmente ogni postazione con delle pareti divisorie e, a seconda della disposizione, installare un tendaggio nella parte posteriore per garantire maggiore privacy. La tenda serve a eliminare la sensazione di essere costantemente osservati. Quando aperta, invece, permette una comunicazione diretta tra soggetti.

Una domanda fondamentale nella progettazione di un laboratorio riguarda il numero di postazioni da predisporre. In linea generale, è preferibile averne in eccesso piuttosto che in difetto, ma ci sono due limiti da considerare. Il primo è lo spazio fisico disponibile, che inevitabilmente pone un tetto massimo al numero di postazioni. Il secondo è rappresentato dalle risorse necessarie per utilizzare effettivamente il laboratorio. Servono infatti un numero sufficiente di progetti sperimentali, ricercatori, soggetti partecipanti e risorse economiche per offrire incentivi monetari adeguati. Più grande è il laboratorio, più è impegnativo garantirne un uso efficiente

1.3.1 Il disegno sperimentale

La scelta del disegno sperimentale dipende strettamente dalla domanda di ricerca che si intende esplorare attraverso l'esperimento. Questo presuppone, naturalmente, che tale domanda sia stata formulata con attenzione e precisione. Una volta chiarito l'interrogativo principale, l'esperimento deve essere strutturato in modo da produrre dati utili a fornire una risposta significativa. L'approccio ideale consiste nel derivare delle ipotesi direttamente dalla domanda di ricerca. Tali ipotesi potranno poi essere confermate o confutate grazie ai dati raccolti.

Formulare ipotesi, quindi, serve prima di tutto a delineare in modo chiaro la struttura dell'esperimento. Il ruolo delle ipotesi negli studi sperimentali è fondamentale: alcune discipline sostengono che solo i risultati riguardanti le ipotesi formulate prima della raccolta dei dati possano essere presi in considerazione. Questa posizione nasce dalla possibilità che alcune ipotesi che dovevano essere costruire a priori, vengano costruite a posteriori, cioè dopo aver già visto i risultati. Gli esperimenti devono partire da una domanda chiara e da ipotesi che derivano da teorie preesistenti che si vogliono sottoporre a verifica. Nel formulare la domanda di ricerca infatti non è sufficiente affidarsi solo alla creatività del ricercatore: è essenziale anche una ricognizione approfondita della letteratura scientifica esistente.

Una volta definite le ipotesi, occorre stabilire quali siano le variabili sperimentali rilevanti per metterle alla prova. Nel progettare concretamente l'esperimento, la domanda chiave dovrebbe essere cosa bisogna imprescindibilmente controllare?

Secondo Weimann e Brosig-Koch (2019), sono quattro gli elementi principali da considerare e gestire con attenzione:

1. **Preferenze, motivazioni e atteggiamenti**: quando si analizzano comportamenti che si discostano dalla massimizzazione del guadagno, è importante sapere che tali motivazioni non sono direttamente osservabili.
2. **Vincoli della situazione decisionale**: qualsiasi elemento che definisca il contesto in cui i partecipanti dovranno prendere decisioni rientra in questa categoria. Stabilire questi vincoli richiede una scelta metodologica chiara fin dalla fase iniziale.
3. **Modalità di presentazione (frame)**: ogni ricercatore deve essere consapevole del fatto che non esistono esperimenti privi di un contesto di presentazione. Bisogna quindi decidere se presentare il problema decisionale nel modo più neutro possibile oppure avvicinarsi a una rappresentazione che richiami situazioni reali. È inoltre importante tenere conto del rischio che il modo in cui si presenta l'esperimento possa influenzare i partecipanti (effetti di domanda sperimentale).
4. **Conoscenze o esperienze pregresse dei partecipanti**: questi elementi possono influenzare in modo sistematico il comportamento degli individui. Se non vengono controllati, c'è il rischio di incorrere in effetti di selezione.

1.3.2 istruzioni

I soggetti devono essere informati sullo svolgimento dell'esperimento tramite le istruzioni a loro fornite. Secondo Joachim Weimann e Jeannette Brosig-Koch (2019) è utile introdurre le istruzioni informando i soggetti che possono guadagnare denaro partecipando all'esperimento e che l'importo finale dipenderà dalle loro azioni e dalle azioni degli altri soggetti coinvolti nell'esperimento o se esso preveda una *show-up fee*[7] Inoltre dovrebbe essere sottolineato se l'esperimento preveda o meno la comunicazione

[7] Con show-up fee si intende il compenso fisso per la sola partecipazione

tra soggetti. Altre informazioni generali necessarie riguardano la durata, se l'esperimento è diviso in più parti e come esse siano collegate tra di loro.
Le istruzioni dettagliate sull'esperimento dovrebbero essere il più semplici possibili e non troppo lunghe, devono spiegare in modo completo l'esperimento e non devono, in nessun caso, contenere informazioni false. Ogni soggetto coinvolto deve capire esattamente quale decisione deve prendere e quali saranno le conseguenze di tale decisine.

1.3.3. Piano di azione

Solitamente si reputa utile creare un piano scritto ed operativo per l'esperimento. Soprattutto se le diverse sessioni e i diversi trattamenti non vengono condotti dalla stessa persona. Questo piano dovrebbe avere al suo interno la descrizione massima di ciò che dovrebbe accadere durante l'esperimento, partendo dall'ingresso dei soggetti in laboratorio.
Una volta smarcato il piano operativo potrebbe essere utile condurre un esperimento pilota, scopo di quest'ultimo potrebbe essere quello di verificare che tutto procede correttamente ed esattamente come previsto. Un aspetto particolarmente importante in questo caso è il *software,* programma specifico realizzato per condurre l'esperimento. Il modo in cui si sceglie di progettare l'esperimento pilota è completamente aperto. Se l'esperimento pilota ha lo scopo puramente tecnico di testare il processo e il software, può essere condotto con persone informate del fatto che si tratta di un test. Questi soggetti non devono essere reclutati tramite i canali ufficiali.

1.3.4 Selezionare il campione e reclutare i soggetti

Prima di poter condurre qualsiasi esperimento è essenziale selezionare la tecnica di campionamento adeguata e la disponibilità e la possibilità di "reclutare" soggetti adatti.

Come sottolineato da Sirwan Khalid Ahmed (2024), la selezione di una tecnica di campionamento adeguata, insieme alla determinazione precisa della dimensione del campione, costituisce un processo metodologico rigoroso, fondamentale per la validità di qualsiasi ricerca empirica, ma non solo, anche perché, come osserva Taherdoost

(2016), raramente i ricercatori dispongono del tempo e delle risorse per analizzare l'intera popolazione e si rende necessaria la selezione di un campione adeguato.

Il processo di campionamento rappresenta quindi una delle fase più importanti della metodologia della ricerca, da esso dipendono l'accuratezza e la validità dei risultati ottenuti dallo studio. Questo processo ha il suo inizio con l'identificazione della popolazione target, il *frame di campionamento* è la lista delle unità effettive da cui il campione verrà selezionato, e deve essere il più possibile rappresentativo della popolazione per evitare distorsioni. (Taherdoost 2016). Definire quindi in modo chiaro cosa costituisce la popolazione è fondamentale per garantire che il campione sia rappresentativo del gruppo oggetto di studio. La definizione della popolazione dovrebbe riflettere caratteristiche pertinenti come variabili demografiche, localizzazione geografica …

Quando si distingue chiaramente la popolazione uno dei passi successivi è la scelta del campionamento più adatto, in funzione degli obiettivi della ricerca e delle risorse disponibili e del grado di generalizzazione desiderato, i ricercatori devono decidere se adottare un modello probabilistico[8] o non probabilistico[9]. La classificazione dei principali metodi di campionamento, come illustrato nella Figura 1, distingue tra tecniche probabilistiche e non probabilistiche.

---

8 I metodi probabilistici (probability sampling methods) sono tecniche di campionamento in cui ogni unità della popolazione ha una probabilità nota e diversa da zero di essere selezionata. Questi metodi si basano sul caso e permettono di ottenere campioni rappresentativi della popolazione, rendendo possibile la generalizzazione dei risultati e l'applicazione di inferenze statistiche valide. L'impiego del campionamento probabilistico è particolarmente indicato quando l'obiettivo della ricerca è descrivere una popolazione o testare ipotesi in modo rigoroso. Tra le principali tecniche di campionamento probabilistico ci sono il campionamento casuale semplice, il campionamento sistematico, il campionamento stratificato e il campionamento a grappolo

9 I metodi non probabilistici (*non-probability sampling methods*) sono tecniche in cui le unità della popolazione non hanno una probabilità determinata di essere selezionate, e la scelta degli elementi del campione avviene attraverso criteri soggettivi o per convenienza. In questi casi, la rappresentatività statistica non è garantita e, pertanto, non è possibile generalizzare i risultati alla popolazione con lo stesso rigore dei metodi probabilistici. Le principali tecniche includono il campionamento per convenienza, il campionamento per scopo e il campionamento a valanga.

Secondo Ahmed (2024), solo le tecniche probabilistiche garantiscono la possibilità di generalizzare i risultati alla popolazione di riferimento, mentre quelle non probabilistiche sono utili soprattutto in contesti esplorativi.

Dopo aver discusso il campionamento si deve determinare la dimensione del campione la quale determinerà l'attendibilità dei risultati. Il calcolo della dimensione del campione, secondo Ahmed (2024) deve tenere conto di alcuni fattori, come, ad esempio. La dimensione della popolazione, *l'effect size*[10] atteso, il livello di confidenza desiderato ed ~~i~~il margine di errore accettabile. Questi calcoli sono realizzabili attraverso strumenti statistici o strumenti appositi, per evitare che il campione sia troppo piccolo o eccessivamente grande.

Il calcolo della dimensione del campione è un passaggio fondamentale nella pianificazione di una ricerca quantitativa, perché permette di garantire la rappresentatività del campione rispetto alla popolazione e di contenere l'errore di campionamento entro limiti accettabili.

Nel testo di Taherdoost (2016) viene presentata una formula classica per il calcolo del campione quando si lavora con dati categoriali:

"There are numerous approaches, incorporating a number of different formulas, for calculating the sample size for categorical data.

$$n = \frac{p(100 - p)z^2}{E^2}$$

n is the required sample size
P is the percentage occurrence of a state or condition
E is the percentage maximum error required
Z is the value corresponding to level of confidence required" (Taherdoost 2016, p. 24)

[10] L'effect size rappresenta la grandezza dell'effetto di una variabile indipendente su una variabile dipendente, oppure la misura della differenza tra due gruppi.

Secondo Joachim Weimann e Jeannette Brosig-Koch (2019) il reclutamento è relativamente semplice se limitato agli studenti come soggetti. Esistono diverse soluzioni di software gestionali per database di soggetti, le quali rendono notevolmente più facile il reclutamento. L'amministrazione universitaria è collaborativa e consente al laboratorio, ad esempio, di scrivere agli studenti del primo anno tramite email, informandoli dell'esistenza del laboratorio, delle possibilità di guadagno e della procedura di registrazione. Naturalmente, l'email dovrebbe anche contenere un link al portale dedicato (Weimann, Brosig-Koch, 2019I).

Quando e se il "reclutamento" ha avuto successo, il laboratorio può disporre di un bacino di potenziali soggetti da poter selezionare e invitare. Qualunque sia il processo di reclutamento utilizzato, bisogna essere preparati al fatto che sarà necessario contattare un numero elevato di persone prima di riuscire ad acquisire il numero di soggetti richiesto. (Weimann, Brosig-Koch, 2019)

1.4 Gli esperimenti online

1.4.1 Introduzione e contesto

La ricerca sperimentale recentemente ha oltrepassato i confini dello spazio fisico attraverso la sperimentazione online, le opportunità per la ricerca online sono molteplici e offrono possibilità entusiasmanti, ma il punto critico risiede nei dettagli (Gagné e Franzen 2023).

Arechar, Gächter e Molleman (2018) sottolineano come negli ultimi anni il numero di esperimenti online, nelle scienze sociali sia aumentato in maniera esponenziale. Come riportato da Bohannon (2016), il numero di articoli pubblicati basati su esperimenti condotti, ad esempio, tramite Amazon Mechanical Turk, è passato da 61 nel 2011 a oltre 1.200 nel 2015.

Esistono tre principali motivi per cui gli esperimenti online hanno avuto una crescita così rapida e si sono affermati come metodo di ricerca nelle scienze sociali ed economiche, essi offrono infatti un reclutamento su larga scala, hanno un costo sensibilmente più basso e garantiscono una ampiezza e diversità del campione:

«The success of online experiments is not surprising, as they offer at-scale recruitment of participants in a short time, are generally cheap, and offer access to a broader population - potentially even representative of the internet population - than classical lab experiments […]» (Palan e Schitter, 2017, pg. 22)

Con l'aumento dell'efficienza in termini di costi e la sensazione di anonimato gli esperimenti online potrebbero semplificare il reclutamento di campioni più ampli, indipendenti dal luogo, o di popolazioni e gruppi demografici specifici che, altrimenti, sarebbero difficili da raggiungere (Gagné e Franzen 2023). L'incremento dell'utilizzo di piattaforme online è stato particolarmente significativo negli ultimi anni, sopratttutto a seguito della pandemia da COVID-19, che ha imposto, il distanziamento sociale e l'impossibilità di incontrare fisicamente persone. Molti laboratori di ricerca, in funzione

delle normative imposte, hanno utilizzato in modo sempre più massiccio degli strumenti online per la somministrazione di esperimenti (Scerrati et al., 2021)

1.4.2 Come si svolgono gli esperimenti online

Gli esperimenti online prevedono un annuncio pubblico che descrive l'attività in modo veritiero per tutti i trattamenti; i soggetti che aderiscono vengono randomizzati in gruppi con interfacce differenziate (istruzioni, schemi di pagamento, stimoli). La piattaforma fornisce istruzioni, registra le scelte, aggiorna le informazioni durante l'esperimento e calcola i payoff. Completato il compito, i soggetti sottomettono l'esito e vengono retribuiti, come in un qualunque altro lavoro online (Horton, Rand & Zeckhauser, 2011).

Un esempio particolarmente rilevante è Prolific, piattaforma nata di recente e progettata specificamente per la ricerca scientifica. Diversamente da Amazon Mechanical Turk, che è un marketplace generalista, Prolific esplicitamente informa i partecipanti che vengono reclutati per finalità di ricerca, e stabilisce regole dettagliate riguardo al trattamento dei soggetti. L'interfaccia è user-friendly e offre funzioni che superano quelle di MTurk, con standard di reclutamento più elevati e costi ragionevoli (Palan & Schitter, 2017).

L'utilizzo della piattaforma si è rapidamente diffuso: già nel 2017 oltre 1.500 ricercatori avevano condotto almeno uno studio su Prolific, in ambiti che spaziano dall'economia (Marreiros et al., 2017), alla psicologia (Callan et al., 2016), fino alla scienza dell'alimentazione (Simmonds et al., 2018). Nello stesso anno i partecipanti attivi erano passati da circa 27.500 a oltre 35.600, con tempi di attesa sempre più ridotti grazie alla crescita della base utenti (Palan & Schitter, 2017).

Tale espansione, però, ha un potenziale costo in termini di informazione ed apprendimento dei soggetti, nelle piattaforme online i partecipanti vengono reclutati in modo più frequente e continuativo, con la conseguenza che molti di loro maturano rapidamente un'esperienza consistente in vari studi accademici. Per gestire questo aspetto, gli sperimentatori possono applicare criteri di selezione oltre a raccogliere

informazioni tramite questionari post-esperimentali sulla familiarità dei soggetti con specifici paradigmi decisionali (Arechar et al., 2018).

1.4.3 Problemi metodologici legati agli esperimenti online

I problemi metodologici legati alla ricerca online sono stati percepiti come ostacoli significativi da parte di molti studiosi. In particolare, questi "costi" includono un controllo ridotto sull'ambiente di test e sulla possibilità di intervento, soprattutto in un contesto di sperimentazione online di massa. L'assenza fisica dei ricercatori impedisce principalmente alcuni tipi di interventi diretti in caso in cui sorgano problemi durante l'esperimento e rende inoltre impossibile la riduzione di fattori di distrazione esterni durante la prova. Nello specifico i partecipanti potrebbero iniziare a rispondere in modo casuale a metà dell'esperimento, a causa della mancanza di motivazione o attenzione, oppure possono arrivare a barare sul compito (Gagné e Franzen 2023).

La presenza fisica del ricercatore in un contesto sperimentale tradizionale non solo esercita una pressione sociale a ottenere una buona prestazione, ma l'interazione diretta può costituire di per sé una motivazione aggiuntiva alla partecipazione. Al contrario, i partecipanti che svolgono un esperimento interamente davanti a uno schermo, da remoto, tendono a sentirsi meno coinvolti e a distrarsi più facilmente, poiché l'esperienza appare meno personale. Come riportano Gagné e Franzen (2023), i tassi di abbandono risultano infatti più elevati negli studi online rispetto a quelli offline, in larga misura a causa della ridotta pressione sociale a portare a termine lo studio e della diversa tipologia di motivazione che spinge i soggetti alla partecipazione (Jun et al., 2017).

Un ulteriore aspetto messo in evidenza dagli stessi autori riguarda l'anonimato, che negli esperimenti online risulta generalmente maggiore. Questo comporta, da un lato, vantaggi in termini di protezione della privacy, ma dall'altro una riduzione del controllo da parte del ricercatore. Una possibile soluzione a tale limite può essere individuata nell'adozione di forme di supervisione diretta in contesto online, ad esempio tramite interventi mirati e monitoraggio in tempo reale, come l'organizzazione di una chiamata

in cui partecipante e sperimentatore siano collegati durante la fase di test (Gagné e Franzen, 2023).

Gli studi online richiedono inoltre che sia i partecipanti che i ricercatori abbiano accesso ad un computer e una connessione internet stabile, cosa che potrebbe rendere più difficile raggiungere popolazioni svantaggiate. Poiché non tutti hanno un accesso affidabile a Internet e alla tecnologia, e non tutti hanno accesso a piattaforme online come MTurk o Prolific, non tutte le popolazioni possono essere incluse (Gagné e Franzen, 2023)

Come sottolineano Horton, Rand e Zeckhauser (2011), gli esperimenti digitali non sono una semplice trasposizione di quelli in laboratorio: «Just as television shows are not filmed plays, online experiments are not simply laboratory experiments conducted online. […]» (Horton, Rand, & Zeckhauser, 2011, p. 401).

Gli esperimenti online quindi non sono semplicemente una trasposizione digitale di quelli in laboratorio, ma un contesto sperimentale con dinamiche proprie, che richiede un'attenzione metodologica specifica.

CAPITOLO 2 — L'ECONOMIA SPERIMENTALE E LO STUDIO DELLA DISCRIMINAZIONE

2.1 Introduzione allo studio della discriminazione, rassegna della letteratura

2.1.1 Definizione della discriminazione

Non c'è accordo sulla definizione di discriminazione. La derivazione strettamente etimologica del termine ci deriva dal latino "discerno, –is, –crevi, cretum, discernere", che significa "separare", "distinguere". E non dovrebbe implicare una valutazione, quindi il termine potrebbe essere usato con una valenza positiva, negativa o neutra. (Consiglio, 2015)

Secondo Lena Halldenius (2005) il concetto di discriminazione potrebbe configurarsi come una questione morale ed al contempo giuridica, solamente perché le norme che la regolano presuppongono che essa sia un'ingiustizia.

Ad il termine vengono date diverse connotazioni a seconda degli ambiti normativi, se nei documenti sui diritti umani, come l'International Declaration on Human Genetic Data[11](UNESCO, 2003), esso coincide con la violazione di diritti e dignità, nelle norme sul lavoro si basa sul confronto tra individui, definendo discriminazione come il trattare qualcuno in modo meno favorevolmente rispetto a persone senza la stessa disabilità in una situazione analoga (Halldenius, 2005).

Dal punto di vista concettuale discriminare significa quindi stabilire distinzioni e lasciare che queste distinzioni influenzino il modo in cui trattiamo alcuni individui rispetto ad altri.

---

[11] L'International Declaration on Human Genetic Data è un documento adottato dall'UNESCO nel 2003 che stabilisce principi e linee guida etiche per la raccolta, l'utilizzo, la conservazione e la diffusione dei dati genetici umani. La dichiarazione mira a garantire il rispetto dei diritti umani, della dignità, della privacy e della non discriminazione delle persone, promuovendo al contempo la ricerca scientifica e la cooperazione internazionale.

Per consultazione: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000133172.

Come abbiamo detto l'attività dovrebbe essere in sé stessa neutra e diventa problematica nel momento in cui genera uno svantaggio ingiustificato. Secondo l'autrice la discriminazione consiste quindi in «un processo decisionale che comporta (o produce) uno svantaggio per qualcuno (P) sulla base di caratteristiche personali (X) irrilevanti nel contesto decisionale (C)» (Halldenius, 2005, pg. 457).

I modelli economici di discriminazione possono essere suddivisi in due grandi categorie: modelli competitivi e modelli collettivi. All'interno dei modelli competitivi gli agenti agiscono individualmente, nei modelli collettivi un gruppo agisce collettivamente insieme ad un altro. Questi modelli pongono l'accento su due principali forme di discriminazione:

1. La prima è il pregiudizio, formalizzata da Becker (1957) come un gusto (taste) di almeno alcuni membri del gruppo maggioritario contro i membri del gruppo minoritario;
2. La seconda è la discriminazione statistica, attuata dai datori di lavoro in presenza di informazioni imperfetta sulla competenza sui comportamenti del membro del gruppo minoritario.

Negli ultimi hanno gli economisti, parlando di discriminazione, hanno dato molta importanza ad un fattore chiave: spesso i datori di lavoro o chi si occupa di assumere non ha informazioni complete sulle capacità o sul comportamento del lavoratore. Questa mancanza di informazioni è stata intergrata nei modelli che spiegano la discriminazione basata sul pregiudizio (Becker, 1957).

Secondo Altonji e Blank (1999), la discriminazione nel mercato del lavoro si verifica quindi quando individui che offrono servizi lavorativi e che risultano ugualmente produttivi in senso fisico o materiale vengono trattati in modo diseguale sulla base di una caratteristica osservabile, come razza, etnia o genere. Con trattamento diseguale gli autori intendono che tali persone percepiscono salari differenti o affrontano una domanda diversa per i propri servizi a parità di condizioni.

Parafrasando Bertrand e Duflo (2017) forse l'aspetto più rilevante è che, indipendentemente dal fatto che la discriminazione derivi da pregiudizi personali o da valutazioni statistiche, essa può produrre differenze reali tra gruppi. In questo modo, ciò che nasce come pregiudizio inefficiente può trasformarmi in una forma di discriminazione percepita come giustificabile.

2.1.2. Teorie fondative della discriminazione

Dopo la pubblicazione del lavoro di Becker (1957), la discriminazione è divenuta uno dei temi più studiati in economia. Numerosi teorici hanno proposto spiegazioni diverse per i differenziali salariali, anche indipendenti dal pregiudizio razziale, e centinaia di studi empirici hanno cercato di misurare e interpretare tali differenze (Charles e Guryan, 2007).

Sebbene il concetto di discriminazione abbracci diverse caratteristiche, tra cui razza, etnia ed età, le teorie elaborate da Becker (1957), Phelps (1972) e Arrow (1973) trovano piena applicazione negli studi economici contemporanei dedicati alla discriminazione di genere. Come sottolineano Altonji e Blank (1999), le disparità tra generi ed etnie, soprattutto nel mercato del lavoro, continuano a persistere, nonostante i progressi normativi e sociali.

Secondo Becker (1971), la taste-based discrimination descrive una situazione in cui alcuni datori di lavoro, colleghi o consumatori nutrono una preferenza, o avversione, verso membri di un gruppo minoritario (B). Becker formalizza questa avversione come un coefficiente di discriminazione (d), che fa sì che i datori di lavoro agiscano come se il costo di assumere un lavoratore B fosse pari al salario w_b più d, riducendo la domanda e comprimendo i salari di quel gruppo.[12]

---

[12] Becker (1971) modeled prejudice as a "taste" for discrimination. He defined employer discrimination as a situation in which some employers were prejudiced against members of group B […] Employers for whom d > 0 act as if the price of hiring a B worker is w_b + d» (Altonji e Blank, 1999, p. 3170).

Questo modello implica che i lavoratori che appartengono al gruppo minoritario B tendano a essere impiegati presso i datori di lavoro meno pregiudiziali, poiché gli altri tendono ad escluderli o pagarli di meno. La conseguenza è creare una segmentazione del mercato: da una parte ci sono le aziende che assumono anche i membri del gruppo B, dall'altra parte quelli che li evitano.

Kenneth Arrow (1973) amplia l'analisi di Becker collocando la discriminazione nel quadro della teoria dell'equilibrio competitivo generale, distinguendo due meccanismi fondamentali. Il primo riprende la discriminazione per gusto, dove un agente economico attribuisce un disvalore alla presenza di lavoratori di un gruppo (B) o un valore positivo a quelli di un altro (W) ed è disposto a sopportare minori profitti pur di modificare la composizione della forza lavoro ed escludendo B (Arrow, 1973).

Accanto a questa forma, Arrow (1973) introduce la discriminazione dovuta a informazione imperfetta. Qui il meccanismo non è l'ostilità, ma l'uso di credenze o stime basati su segnali facilmente osservabili, come possono essere genere o colore della pelle, per stimare la produttività attesa.
Queste credenze, pur non sempre corrette, consentono di ridurre i costi di investimento in formazione e osservazione, ma spesso finiscono per creare disparità persistenti anche in mercati concorrenziali.

Su questa linea Phelps (1972) sviluppa un modello specifico e formale incentrato esclusivamente sull'uso razionale di informazioni incomplete, delineando così la teoria della discriminazione statistica.
Nel suo articolo The Statistical Theory of Racism and Sexism (1972) mostra come i datori di lavoro, non potendo osservare direttamente la produttività effettiva di un lavoratore, ricorrano a caratteristiche facilmente rilevabili, come razza o genere, come proxy[13] per stimare la produttività attesa. Questo meccanismo, pur non fondandosi su

[13] Con proxy si intende una variabile sostitutiva ovvero un'informazione che non misura direttamente ciò che interessa (ad esempio, la produttività reale di un lavoratore) ma viene usata come indicatore approssimativo perché è facile da osservare o costa meno raccoglierla.

pregiudizio, può perpetuare divari salariali e occupazionali poiché i datori di lavoro preferiscono decisioni a basso costo informativo piuttosto che investire nella valutazione individuale.

Rispetto ai precedenti il contributo di Phelps (1972) sposta l'attenzione dalla sfera delle preferenze e dell'ostilità sociale alla razionalità economica in condizioni di incertezza. Questo vuole spiegare perché le disparità di genere e raggi possano persistere senza una componente esplicita di pregiudizio.

Bohren et al. (2021) aggiungono un ulteriore livello all'analisi, introducendo il concetto di inaccurate statistical discrimination. Con questo termine gli autori intendono una forma di discriminazione basata su credenze sbagliate, le quali nascono non da pregiudizio esplicito ma nemmeno da credenze statistiche corrette sulla produttività media dei gruppi. Le decisioni economiche possono quindi essere distorte perché chi le prende sovrastima o sottostima le capacità di un gruppo in base ad informazioni incomplete.

Gli autori, per primi, dimostrano teoricamente e sperimentalmente che, se non vengono considerate le credenze errate, la discriminazione basata su di esse viene spesso confusa con quella "per gusto": «We show both theoretically and experimentally that, if not accounted for, such inaccurate statistical discrimination will be misclassified as taste-based.» (Bohren et al., 2020, p. 1).

Le credenze errate possono derivare da diverse fonti, come bias cognitivi e stereotipi, che portano a sopravvalutare caratteristiche che differenziano i gruppi (Bordalo et al., 2016). Con la mancanza di informazione, un attore razionale può avere una credenza iniziale neutrale sulla produttività, ma mancare di dati cruciali, ad esempio, sulla selezione positiva nel processo di candidatura e finire per sottostimare un gruppo (Bohren et al., 2020, p. 2) .

2.1.3 Stereotipi e credenze

A partire dalla formulazione di queste teorie, numerosi autori si sono dedicati a documentare evidenze di discriminazione di genere, mostrando come tale fenomeno possa essere alimentato anche dagli stereotipi che hanno spesso la capacità di amplificare differenze tra gruppi.

Nel loro modello Bordalo et al. (2016) spiegano come gli stereotipi nascano dalla representativeness heuristic di Kahneman e Tversky (1972)[14] che si può semplificare come la tendenza a esagerare le differenze più evidenti di un gruppo rispetto all'altro, trasformando tratti che sono leggermente comuni al gruppo in caratteristiche tipiche, creando così stereotipi che ingigantiscano le differenze:

«A decision maker assesses a target group by overweighting its representative types, defined as the types that occur more frequently in that group than in a baseline reference group. Stereotypes formed this way contain a 'kernel of truth' […] but because stereotypes focus on differences, they cause belief distortions, particularly when groups are similar. Stereotypes are also context dependent: beliefs about a group depend on the characteristics of the reference group» (Bordalo et al., 2016, p. 1753–1754).

Questo meccanismo produce stereotipi che, pur contenendo spesso un "nucleo di verità" (kernel of truth), amplificano differenze anche minime, soprattutto quando i gruppi sono simili nella distribuzione delle caratteristiche. Questa prospettiva risulta particolarmente rilevante per l'analisi delle disparità di genere, dove stereotipi legati a capacità cognitive, attitudini o competenze possono distorcere i processi di selezione e valutazione e aiutano all'allargamento di divari che si auto-rinforzano (Bordalo et al., 2016).

---

[14] La representativeness heuristic, introdotta da Kahneman e Tversky (1972) e approfondita nel 1973, descrive la tendenza degli individui a valutare la probabilità che un evento o una persona appartenga a una categoria in base alla somiglianza con i tratti tipici di quella categoria, trascurando le frequenze statistiche reali. Questo meccanismo cognitivo, pur semplificando i giudizi, può portare a errori sistematici come l'amplificazione di tratti distintivi e la trascuratezza delle frequenze di base (Kahneman e Tversky, 1972, Cognitive Psychology, 3, pp. 430–454).

2.2 La discriminazione di genere nella letteratura economica

2.2.1 Evidenze da contesti economici reali

Negli ultimi decenni, numerosi studi hanno dimostrato come la discriminazione di genere rappresenta un fenomeno trasversale che si manifesta in diversi ambiti della vita sociale ed economica, alimentando disparità strutturali e incidendo in modo significativo sulle opportunità e sul benessere femminile.

Weichselbaumer e Winter-Ebmer (2005) esaminano la letteratura mondiale esistente sui divari salariali di genere, attraverso un'analisi di meta-regressione[15] di oltre 260 studi pubblicati, i quali coprono 63 paesi, nel periodo compreso tra gli anni Sessanta e Novanta del Novecento. Gli autori evidenziano come nel tempo, i differenziali salariali a livello mondiale sono diminuiti in modo sostanziale, passando dal 65% degli anni Sessanta al 30% degli anni Novanta. Osservando le stime pubblicate della componente discriminatoria del divario salariale, il quadro non appare altrettanto promettente, non si risconta infatti alcuna riduzione nel tempo (Weichselbaumer, Winter-Ebmer, 2005)

La letteratura recente ha inoltre posto l'accento sull'interazione tra il genere e altri fattori, come l'aspetto fisico e l'appartenenza etnica, che possono amplificare le disuguaglianze esistenti.

In uno studio sperimentale, Mobius e Rosenblat (2003) hanno analizzato l'esistenza del cosiddetto beauty premium[16] all'interno di un mercato del lavoro creato in laboratorio. I partecipanti ricoprivano due ruoli: alcuni agivano come datori di lavoro, incaricati di stabilire i salari, mentre altri svolgevano il ruolo di lavoratori, impegnati in un compito

---

[15] La meta-regressione è una tecnica statistica che estende la meta-analisi tradizionale: oltre a sintetizzare i risultati di diversi studi, consente di spiegare le variazioni tra le stime analizzate introducendo variabili esplicative relative alle caratteristiche metodologiche, dei campioni o alla qualità delle ricerche. In tal modo, è possibile ottenere stime corrette e standardizzate dell'effetto medio e comprendere quali fattori influenzano maggiormente i risultati complessivi.

[16] Con beauty premium si intende il fenomeno osservato in economia e sociologia del lavoro che indica il vantaggio economico e professionale di cui godono le persone considerate fisicamente attraenti.

di maze-solving task[17], un'attività che richiedeva abilità cognitive reali ma non influenzate dall'aspetto fisico. I ricercatori hanno riscontrato che i lavoratori fisicamente più attraenti ricevevano salari significativamente più alti rispetto ai colleghi meno avvenenti, nonostante le prestazioni al compito fossero le stesse.

L'analisi ha evidenziato che questo premio salariale non derivava da una discriminazione diretta basata sul gusto personal, bensì da una serie di meccanismi indiretti: le persone attraenti tendevano a mostrare una maggiore fiducia in sé stesse, e questa sicurezza contribuiva a ottenere retribuzioni più elevate. Inoltre, i datori di lavoro tendevano a percepire erroneamente i lavoratori attraenti come più capaci, dando origine a un effetto stereotipico che aveva incidenza sulle decisioni finali. L'aspetto fisico risultava associato a migliori competenze comunicative e relazionali, qualità che favorivano salari più alti nelle situazioni in cui i lavoratori interagivano direttamente con i datori di lavoro. Gli autori segnalano quindi come questi fattori spieghino la differenza di retribuzione legata all'avvenenza, suggerendo che il beauty premium sia alimentato più da dinamiche psicologiche e sociali che da una discriminazione intenzionale (Mobius, Rosenblat, 2003).

Questo fenomeno non si distribuisce uniformemente tra i generi; le donne, in particolare, tendono a subire penalizzazioni aggiuntive quando non rispettano gli standard estetici dominanti, con conseguenze negative sia sulle valutazioni di performance sia sulle opportunità retributive e promozionali (Mobius, Rosenblat, 2003).

Studi come quello dicAndreoni e Petrie (2008) mostrano come stereotipi radicati possano influenzare le dinamiche economiche. In un esperimento di beni pubblici (Beauty, geder e stereotypes: Evidence from Laboratory experiments, 2008), gli autori

---

[17] Un maze-solving task è un compito sperimentale in cui ai partecipanti viene chiesto di risolvere uno o più labirnti, trovando il percorso corretto dall'ingresso all'uscita. Questo tipo di esercizio, comunemente utilizzato in esperimenti di economia e psicologia, serve a misurare abilità cognitive e capacità di problem solving, poiché i risultati risultano essere facilmente quantificabili e indipendenti da caratteristiche personali come l'aspetto fisico o l'esperienza lavorativa.

rilevano che, in assenza di informazioni sulle prestazioni individuali, le donne, percepite come più attraenti e socialmente collaborative, guadagnano mediamente più degli uomini, beneficiando di una sorta di "premio alla bellezza e disponibilità".
Tuttava, una volta che le decisioni individuali diventano trasparenti, il vantaggio passa agli uomini, che vengono seguiti maggiormente e premiati come leader:

«[…] When performance is unknown people tend to reward beauty and females. And, when performance is known, the beauty premium disappears and the female premium switches to male premium. These results appear to be rooted in beauty and sex stereotypes […].» (Andreoni, Petrie, 2008, pg. 89).

Evidenze significative di queste dinamiche emergono anche dal contesto italiano. Busetta, Campolo e Panarello (2020), analizzando il mercato del lavoro nazionale, hanno studiato congiuntamente l'impatto di tre tra le forme più rilevanti di discriminazione: di genere, etnica e legata al peso corporeo.

Lo studio ha impiegato un approccio sperimentale basato sull'invio di curricula fittizi, corredati da fotografie di candidati obesi o normopeso, in risposta a reali offerte di lavoro online. I risultati hanno mostrato come, la discriminazione più marcata sia legata alla provenienza geografica, tuttavia emerge in modo chiaro una penalizzazione per le persone obese. Gli autori sottolineando come queste penalizzazioni indicano la presenza di pregiudizi legati a stereotipi diffusi che influenzano le decisioni di selezioni. Nel caso delle donne, la discriminazione appare prevalentemente taste-based, piuttosto che su valutazioni di tipo statistico. Questa situazione, secondo gli autori, è motivo di preoccupazione, poiché il divario di genere nel mercato del lavoro italiano, risulta essere già tra i più alti in Europa e rischia di ampliarsi ulteriormente con l'aumento dei tassi di obesità ((Busetta et al., 2020).

Nel complesso, la letteratura evidenzia che le disuguaglianze di genere nel mercato del lavoro non possono essere analizzate isolatamente, ma devono essere comprese alla luce di un quadro più ampio di fattori intersecanti

2.3 I game show come esperimenti naturali

2.3.1 Caratteristiche metodologiche dei game show come esperimenti naturali

Dall'inizio degli anni Novanta numeri studi hanno iniziato ad utilizzare dati provenienti dai game show televisivi per testare ipotesi comportamentali utilizzandoli come esperimenti naturali. Van den Assem et al., (2012) sottolineano come, grazie al contesto, sia possibile osservare scelte umane in ambienti strutturati ma realistici, principalmente dato dal fatto che molti game show prevedono decisioni rischiose e strategie interattive con poste in gioco elevate. Recentemente, i game show sono stati impiegati anche per analizzare le interazioni sociali, in particolare la discriminazione (Levitt, 2004; Antonovics et al., 2005).

I game show rientrano in quelli che vengono denominati natural field experiments (Harrison e List, 2004; 2006) ossia situazioni del mondo reale in cui i soggetti non sanno di partecipare a un esperimento e non vi è intervento diretto del ricercatore, ma i dati possono essere raccolti per studiare comportamenti economici:

«[…] a natural field experiment is the same as a framed field experiment[18] but where the environment is one where the subjects naturally undertake these tasks and where the subjects do not know that they are in an experiment.» (Harrison e List, 2006, pg. 1014)

Quindi, l'interesse dimostrato dagli economisti nei confronti dei game show deriva dal fatto che essi permettono di studiare il comportamento umano in contesti di decisione ben strutturati e con poste in gioco elevate.

Rispetto agli esperimenti di laboratorio, dove i partecipanti sono spesso studenti volontari con incentivi monetari limitati, i game show offrono ricompense molto più

[18] Un framed field experiment viene descritto come un esperimento condotto in un contesto reale, con soggetti non sudenti (ad esempio lavoratori o consumatori), nel quale i partecipanti sono consapevoli di partecipare a uno studio e le regole o i compiti sono incorniciati in uno scenario realistico.A differenza degli esperimenti naturali, il ricercatore controlla le condizioni e informa i soggetti, pur mantenendo un contesto vicino alla realtà

elevate e una platea di concorrenti più eterogenea, spesso rappresentativa di un ampio spaccato sociale b (Van den Assem et al. 2012).

Allo stesso tempo, l'uso dei game show come esperimenti naturali comporta vantaggi metodologici rilevanti: essi combinano la ricchezza dei dati di campo (diversità dei partecipanti, situazioni autentiche) con alcune caratteristiche tipiche dei dati sperimentali (regole chiare, struttura dei giochi e incentivi espliciti). Inoltre, consentono di studiare fenomeni complessi, come l'avversione al rischio, il comportamento strategico, la cooperazione e la discriminazione, in ambienti dove le decisioni hanno conseguenze significative e osservabili (Van den Assem et al. 2012).

I limiti principali che vengono osservati nell'utilizzo dei game show televisivi come esperimenti naturali fanno riferimento alla selezione non casuale dei partecipanti, i concorrenti infatti sono scelti tramite casting, rendendo un po' complicato separare l'effetto del contesto dagli individui, i concorrenti dei game show infatti non sono scelti casualmente e possono presentare caratteristiche particolari come, ad esempio, maggiore propensione al rischio o estroversione.
La visibilità televisiva inoltre, potrebbe influenzare il contesto competitivo alterando comportamenti in modi che non si manifestano in contesti quotidiani o competitivi (Van den Assem et al. 2012).

2.3.2 Uso dei game show per studiare fenomeni economici

La letteratura che analizza di game show come esprimenti naturali è ampia e diversificata e ci fornisce numerosi esempi di come questi contesti possano essere sfruttati per indagare comportamenti economici complessi. Uno degli studi pionieristici è quello di Metrick (1995), che utilizza per la sua analisi migliaia di decisioni prese dai

concorrenti del quiz show Jeopardy![19]: «This paper uses the television game show "Jeopardy!" as a natural experiment to analyze behavior under uncertainty and the ability of players to choose strategic best-responses.» (Metrick, 1995, pg.240)

L'autore utilizza le scelte di scommessa sui "Daily Double[20]" come rivelatori delle preferenze individuali per il rischio, evidenziando come i partecipanti tendano a comportarsi in maniera coerente con l'ipotesi di neutralità al rischio, ma con deviazioni significative in situazioni di maggiore complessità strategica.

Lo studio mostra che, di solito, i giocatori prendono decisioni abbastanza razionali ma iniziato a sbagliare quando le scelte diventano più complicate, o quando il modo in cui la domanda è presentata li influenza.

Quindi, anche in un gioco competitivo con premi importanti, le persone non sempre ragionano in modo perfettamente logico, in quanto sono condizionate sia dalla complessità sia da come il problema viene loro posto (Metrick, 1995).

Uno sviluppo importante di questa linea di ricerca è rappresentato dallo studio dedicato al format Deal or No Deal[21] di Post et al. (2008). Gli autori prendono in considerazione la risposta dei giocatori quando si trovano a dover accettare o rifiutare l'offerta del

---

[19] Jeopardy! è un noto quiz televisivo statuniteste, trasmesso per la prima volta nel 1946, noto per il suo formato particolare, in cui ai concorrenti viene presentata una risposta e devono formulare la domanda corretta. Il tabellone di gioco è diviso in categorie tematiche, ognuna con indizi di crescente difficoltà e valore monetario. I concorrenti accumolano o perdono punteggio rispondendo correttamente o erroneamente, e possono sfruttare caselle speciali dete Daily Double, che permettono di scommettere parte o tutto il punteggio. Il gioco si conclude con il *final Jeopardy,* in cui i partecipanti scommettono segretamente una somma del proprio punteggio su un'ultima domanda. Il vincitore è chi accumula il puntegio finale più alto.

[20] Nel gioco Jeopardy! il Daily Double è una casella speciale che i cocorrenti possono trovare nella prime due fasi di gioco, quando il concorrente sceglie una casella che contiene un Daily Double ha la possibilità di puntare qualsiasi somma del proprio punteggio e, dopo aver scommesso, rispondere da solo alla domanda. Se risponde correttamente guadagna la somma puntata, se sbeglia la perde. Il mecanismo risulta particolarmente utile per misurare quanto i concorrenti sono disposti a rischiare in relazione al loro punteggio e alla situazione di gioco e se le loro decisioni seguono un comportamento coerente con l'avversione al rischio o se sono inlfuenzate da fattori psicologici.

[21] Deal or no Deal è un noto quiz televisivo, originariamente lanciato nei Paesi Bassi nel 2000. Nel gioco un concorrente sceglie una valigetta tra diverse (generalmente 20 o più), ciascuna contenente un importo in denaro sconosciuto. Durante la partita il concorrente elimina progressivamene altre valigette, rivelandone i valori, mentre, ad intervalli, riceve offerte da un "banchiere" che propone di acquistare la sua valigetta ad un certo prezzo. Il concorrente deve quindi decidere se accettare l'offerta o rifiultarla, continuando a giocare e sperando di ottenere un importo più alto. Il gioco termina quando un concorrente accetta un'offerta o apre l'ultima valigetta, vincento la somma corrispondente.

“banchiere”. Lo studio dimostra che le loro scelte non dipendono solamente dal valore dell’offerta loro proposta, ma anche da tutto ciò che è successo prima.
Dopo aver perso molto o vinto più del previsto i giocatori diventano meno prudenti e decidono di accettare il rischio. Un comportamento che viene definito coerente con la prospect theory di Kahneman e Tversky, secondo cui le persone non valutano i guadagni e le perdite in valore assoluto ma li confrontano con un punto di riferimento personale:

«Contrary to the traditional view of expected utility theory, the choices can be explained in large part by previous outcomes experienced during the game. Risk aversion decreases after earlier expectations have been shattered by unfavorable outcomes or surpassed by favorable outcomes. Our results point to reference-dependent choice theories such as prospect theory, and suggest that path-dependence is relevant, even when the choice problems are simple and well-defined, and when large real monetary amounts are at stake.» (Post et al., 2008, pg. 1)

Lo studio dimostra come i game show consentano di osservare fenomeni di path-dependence[22] e reference dependence[23] con dati ricchi e facilmente misurabili, difficili da ottenere in altri contesti.

I game show sono stati anche utilizzati per analizzare il comportamento strategico e l’aderenza ai modelli teorici della teoria dei giochi. Ad esempio, Bennett e Hickman (1993) e Berk et al. (1996) hanno utilizzato i dati di The Price Is Right[24] per verificare se i concorrenti seguano l’equilibrio di Nash[25] nelle decisioni sequenziali di offerta e

---

[22] Con Path Dependence, ovvero incidenza del percorso, si intende che e decisioni o i comportamenti attuali dipendono dagli esiti passati, non solamente dalla situazioni presente.

[23] Con Reference Dependence si intende che le persone non valutano i risultati solo in termini assoluti, ma li giudicano rispetto ad un punto di vista soggettivo, che può essere, ad esempio il guadagno o la perdita attesi.

[24] The Price Is Right è un game show televisivo statunitense in cui i concorrenti, selezionati tra il pubblico in studio, competono indovinando il prezzo corretto di beni e servizi, senza superarlo. Il gioco si articola in diverse prove: nella fase iniziale, i partecipanti devono avvicinarsi il più possibile ad il prezzo di un prodotto ma senza superarlo per accedere al palco, successivamente, affrontano un mini-gioco a sfide di offerta base su stime e prezzo e, nella fase finale, cercano di indovinare il costo complessivo di un set di premi per vincerli.

[25] L’equilibrio di Nash è una situazione in cui, in un gioco tra più giocatori, nessuno ha interesse a cambiare la propria strategia se gli altri mantengono la loro Nash (1950).

puntata. Le evidenze mostrano che, pur essendo consapevoli delle regole e degli incentivi, molti partecipanti compiono scelte che si allontanano dalle strategie ottimali, suggerendo l'esistenza di limiti cognitivi o di preferenze non standard.

Tenorio e Cason (2002), sempre su The Price Is Right, evidenziano situazioni analoghe, sottolineando il valore dei game show per identificare dove e perché le teorie standard falliscano nel descrivere le scelte umane. Nello specifico gli autori si concentrano sul segmento The Wheel[26] del gioco, per studiare come i partecipanti prendano decisioni strategiche in un gioco sequenziale a informazione perfetta. I risultati evidenziano come i partecipanti non seguano una strategia ottimale e si fermino per paura di perdere. Secondo gli autori questi errori non sono dovuti al fatto che il premio risulti alto o basso, perché le persone si comportano allo stesso modo sia nello show, con premi molto alti, sia nell'esperimento di laboratorio, con premi più bassi:

«Our analysis indicates that the frequency with which contestants make decisions inconsistent with equilibrium increases as their problems become more difficult. Furthermore, our results show no significant difference in the pattern of play between the actual show and the laboratory experiments, which suggests that difference in stakes does not play a major role in explaining behaviour in this game. Thus our results favour the view that players' computational ability and decision-making biases are likely to play a more important role thn stakes in empirical/ experimental games, and as such should be more routinely incorporated into theoretical models.» (Tenorio, Cason, 2002 pg.189)

Lo studio di List (2006), basato sul game show Friend or Foe?[27], esamina la cooperazione tra concorrenti in un gioco che riproduce una variante del dilemma del

[26] Nello specifico gioco The Wheel, tre concorrenti devono decidere se fermare il punteggio dopo il primo giro della ruota o effettuare un secondo giro rischiando di superare i 100 punti, cosa che comporta l'eliminazione, ma aumenta la possibilità di ottenere bonus o superare gli avversarsi.

[27] Friend or Foe è un gioco in cui sei concorrenti, divisi in coppie tramite un processo di scelta reciproca, collaborano per guadagnare un montepremi rispondendo a domande di cultura generale. Alla fine di ogni round, le coppie devono decidere come dividersi le vincite ad un meccanismo simile al dilemma del prigionieri, se entrambi scelgono "friend" il denaro viene equamente diviso; se uno sceglie "friend" e l'altro "foe", chi sceglie "foe" perde l'intera somma, se entrambi scelgono "foe", entrambi perdono tutto.

prigioniero. Gli autori dimostrano come varia la propensione a cooperare dei giocatori a seconda delle caratteristiche demografiche e del contesto, offrendo spunti su come le norme sociali e le preferenze individuali influenzino le decisioni strategiche in ambienti reali.

Ho deciso di prendere in considerazione questi studi in quanto, nel loro insieme, dimostrano la versatilità dei game show come laboratorio naturale per la ricerca economica grazie alla possibilità di osservare decisioni reali, incentivate da premi monetari rilevanti e prese in contesti pubblici e strutturati. I format televisivi, come sottolineato da Van den Assem et al. (2012) consentono di testare teorie comportamentali, di validare modelli di scelta e di indagare fenomeni complessi come la discriminazione e la cooperazione, fornendo risultati complementari e spesso più generalizzabili rispetto a quelli ottenuti nei tradizionali esperimenti di laboratorio.

2.4 Studi sulla discriminazione di genere nei game show

Come abbiamo precedentemente discusso, e come ho cercato di riprodurre all'interno di questo lavoro, la letteratura economica si è inizialmente concentrata sull'analisi della discriminazione dei contesti tradizionali, come il mercato del lavoro (Mobius, Rosenblat, 2003; Bohren et al., 2020; Busetta et al., 2020; Andreoni, Petrie, 2008), tuttavia, come confermano Antonovic et al. (2005): «empirically determining whether these differences arise because of discrimination is extremely difficult, and distinguishing between the various theories of discrimination is harder still.» (Antonovics et al., 2005, pg. 918).

Stabilire se i divari osservati siano del tutto attribuibili a pratiche discriminatorie è infatti estremamente complesso e altrettanto difficile è distinguere se questi comportamenti derivino da discriminazioni taste-based oppure una una discriminazione statistica legata a credenze o aspettative sulle capacità dei diversi gruppi.
Per questo motivo negli anni diversi ricercatori hanno iniziato a guardare al di là dei mercati del lavoro, utilizzando contesti non convenzionali, come possono essere i game show televisivi per osservare decisioni di esclusione o preferenze in ambiti ad alto rischio e con incentivi strategici chiari. (Antonovics et al., 2005)

2.4.1 Studi pionieristici

In questa iniziale sezione dedicherò un'analisi a due studi basati sul programma The Weakest Link[28], che rappresentano un punto di svolta nell'uso dei game show televisivi come esperimenti naturali per indagare le pratiche discriminatorie, Levitt (2004) e Antonovics et al. (2005).

[28] The Weakest Link è un programma televisivo di origine britannica caratterizzato da una struttura a round eliminatori in cui i concorrenti, rispondendo a domande di cultura generale, accumulano un montreprenmi comune. Al termine di ciascun round ogni partecipante vota segretamente chi eliminare. La combinazione di incenivi cooperativi, come accrescere il montepremi, e competitivi, escludere avverdsari strategicamente rilevanti, rende il format un contesto ideale per gli studi economici, in quanto consente di osservare decisioni di esclusione o eventuali comportamenti discriminatori in condizione di incentivi chiari e verificabili.

Levitt (2004) analizza il comportamento di voto dei concorrenti distinguendo tra due principali teorie di discriminazione:

1. La discriminazione taste-based, ispirata a Becker (1957), dove gli iindividui agiscono per evitare gruppi che non gradiscono, anche a costo di sacrificare denaro;
2. La discriminazione statistica, dove gli attori economici agiscono sulla base di credenze, riguardo alle capacità di un gruppo.

Il contesto del game show permette di osservare come le strategie di voto cambino tra round iniziali e finali, distinguendo così i due modelli: nel primo, il gruppo bersaglio continua a essere penalizzato; nel secondo, diventa invece vantaggioso mantenerlo in gara nei round finali per avere avversari percepiti come più deboli (Levitt, 2004).

L'analisi si basa su un campione di 161 episodi, 1.016 concorrenti e 3.273 voti e i dati grezzi dimostrano nessuna discriminazione sistematica contro donne o neri: «the number of votes cast against these groups is similar to the number for white males» (Levitt, 20004, p. 435).
Anzi, l'analisi rivela che, a parità di performance, risultano svantaggiati due principali gruppi, gli ispanici e i concorrenti sopra i 50 anni:

«Hispanics are significantly less likely to receive votes—a reversal from earlier rounds. For the elderly, the discrimination appears to be taste based. Even in the final round, the elderly receive significantly more votes than other contestants […]» (Levitt, 2004, p. 435).

Gli ispanici ricevono più voti nelle fasi iniziali, poiché percepiti come meno competenti e tendono a essere meno bersagliati nelle fasi finali, quando diventa strategicamente vantaggioso mantenerli in gara perché avversari considerati più deboli. Per i concorrenti anziani, invece, il pregiudizio persiste in tutte le fasi del gioco, anche nel round finale, nonostante, come riportato dall'autore, il loro rendimento inferiore suggerirebbe un vantaggio per gli altri concorrenti a mantenerli in gioco. Questo schema indica una discriminazione coerente con modelli di discriminazione basata sulle preferenze in senso Beckeriano (1957) (Levitt, 2004).

Il secondo studio, condotto da Antonovics et al.(2005), adotta un approccio complementare, utilizzando The Weakest Link per esaminare se i concorrenti discriminino in base a genere e razza e quale teoria spieghi meglio questo comportamento.
Nell'abstract gli autori dichiarano:

«Our results suggest no evidence of discriminatory voting patterns by males against females or by whites against blacks. In contrast, we find that in the early rounds of the game women appear to discriminate against men […]. We find only preference-based discrimination to be consistent with the observed voting patterns» (Antonovics et al., 2005, p. 918)

Il game show fornisce un contesto favorevole a questa indagine in quanto molteplici concorrenti hanno molteplici opportunità di voto. La struttura stessa del gioco consente di distinguere tra tre possibili meccanismi:

1. La discriminazione basata sulle preferenze,, in cui il comportamento è dettato da antipatia verso determinati gruppi;
2. la discriminazione statistica, in cui l'identità di gruppo funge da proxy per abilità non osservate;
3. La discriminazione strategica, dove razza e genere possono essere utilizzati come punti focali per comportamenti collusivi (Antonovics et al., 2005).

Per analizzare le dinamiche di voto, gli autori utilizzano dati da oltre 100 episodi di The Weakest Link. Viene speificato che il campione include sia la versione settimanale (1 ora, 8 concorrenti e 8 round) sia quella quotidiana (30 minuti, 6 concorrenti e 6 round) (Antonovics et al., 2005).
Gli autori realizzano una serie di modelli logic condizionati, i quali permettono di considerare come la probabilità che un concorrente voti contro un altro dipenda dalle caratteristiche demografiche, dalle performance e dalle interazioni (Antonovics et al., 2005).

Sorprendentemente, analizzando i dati raccolti, si osserva un fenomeno opposto: nelle prime fasi del gioco le donne tendono a votare significativamente più spesso contro gli uomini, anche a parità di prestazioni e altre variabili di controllo.
Gli autori a questo punto, cercano di decifrare il comportamento sulla base dei tre meccanismi sopra descritti, ovvero, la discriminazione statistica, la discriminazione strategica e la discriminazione basata su preferenza. Le prime due ipotesi vengono escluse, poiché non vi sono differenze di abilità medie tra uomini e donne né segnali di comportamenti collusivi. I dati risultano coerenti, invece, con una forma di discriminazione basata sulle preferenze: «it appears that women simply prefer playing with other women rather than with men» (Antonovics et al., 2005, p. 943).

Nel complesso, questa breve introduzione vuole dimostrare non solo come i game show possano rappresentare un laboratorio naturale per osservare discriminazioni, ma soprattutto vuole concentrarsi sulle conclusioni dei due studi. Da un lato, Antonovics et al. (2005) e Levitt (2004) hanno mostrato come, in cui contesto di alta visibilità televisiva, l'assenza di discriminazione verso gruppi tradizionalmente penalizzati potrebbe riflettere una consapevolezza del rischio reputazionale.
Dall'altro lato, si mette in luce la persistenza di discriminazione, seppur in un contesto di alta visibilità, verso categorie meno protette e la presenza di dinamiche intra genere che sfuggono agli schemi tradizionali delle ricerche sul lavoro. Queste evidenze suggeriscono che, pur in ambienti artificiali, i comportamenti osservati possono rivelare meccanismi discriminatori radicati e utili per comprendere le origini dei divari economici nei contesti reali.

2.4.2 Altri tipi di discriminazione

L'analisi della discriminazione in contesti competitivi televisivi non si limita al genere o all'età, ma si estende a dimensioni meno convenzionali come l'attrattiva fisica e le credenze errate sulle capacità cognitive associate all'etnia.
Due studi condotti da Belot et al. (2012) e Anwar (2012) offrono un contributo significativo su queste forme alternative di discriminazione, attraverso l'osservazione del comportamento strategico dei concorrenti. Lo studio di Belot et al. (2012) esamina il

game show olandese Does (s)he share or not?[29], trasmesso nel 2002, con un campione di 345 partecipanti. Il format prevede tre round di quiz, e, al termine di ciascun round, il concorrente con il punteggio più alto elimina un avversario, determinando chi avanza alla fase successiva e chi perde tutti i guadagni.

Gli autori introducono una misura indipendente di attrattiva, basata su valutazioni di dieci osservatori esterni per ciascun concorrente, su una scala da 1 (molto poco attraente) a 7 (molto attraente).

Lo studio evidenzia inizialmente come uomini e donne di comportino in modo diverso quando devono eliminare un concorrente che viene reputato meno attraente. Le donne, in media, tendono a discriminare di più degli uomini, eliminando più spesso il partecipante considerato meno bello. Questa differenza tuttavia non è abbastanza forte da essere sicura dal punto di vista statistico: i dati mostrano infatti che la discriminazione aumenta quando il leader e il concorrente meno attraente sono di sesso opposto. Per esempio, nel primo round capita spesso che le donne eliminino uomini poco attraenti, perché in quella fase i partecipanti considerati meno belli sono soprattutto uomini. (Belot et al., 2012).

---

[29] Il game show olandese Does (s)he share or not? trasmesso per la prima volta nel 2002 prevede una competizione tra cinque concorrenti, selezionati tramite una fase preliminare in cui sei partecipanti scelgono un capijtale iniziale compreso tra 1 e 100: chi opta per il numero più alto viene eliminato e gli altri cinque accedono al gioco. La sfida si sviluppa attraverso tre round di quiz, ciascuno composto da dieci domande regolari e una domanda bonus, nei quali i giocatori accumulano guadagni decidendo quanto del proprio capitale investire prima di rispondere. Il primo che preme il pulsante ottiene il diritto di rispondere e, a seconda dell'esito, guadagna o perde l'importo investito, non potendo più parteciparne alle risposte se il capitale residuo scende sotto l'investimento minimo. Alla fine di ogni round, il concorrente con il punteggio più alto, detto lead player, elimina uno degli altri partecipanti, che perde così ogni guadagno e lascia il gioco. Quando restano due finalisti, il montepremi corrispondente alla somma delle loro vincite viene messo in palio in un dilemma del prigioniero: i due devono simultaneamente decidere se dividere l'importo, o appropriarsene interamente. Se entrambi scelgono di dividere, ottengono metà ciascuno; se uno divide e l'altro prende, quest'ultimo riceve l'intera somma mentre il primo resta a mani vuote; se entrambi scelgono di prendere, nessuno ottiene nulla.

Nell'ultimo round succede una cosa simile, ma al contrario: poiché i leader finali sono perlopiù uomini, la discriminazione si concentra sulle donne, che vengono eliminate se considerate le meno belle.
Il comportamento dei partecipanti mostra che l'aspetto fisico ha un valore di consumo (consumption value), ovvero, i leader preferiscono restare in gioco con persone più gradevoli alla vista, e questo è il motivo principale per cui chi è considerato meno bello viene svantaggiato, anche se non è peggiore nel gioco (Belot et al., 2012).

Gli autori concludono che:

«our main finding is that beauty is "only skin-deep", and has no implications for a person's performance or their cooperativeness. Nevertheless, it is an attribute well worth having. Attractive players earn a premium, that arises from the reluctance of other players to eliminate them. This seems to reflect consumption value considerations on the part of the other players in the game. The preference for the beautiful is therefore a form of taste based discrimination. Our finding is also noteworthy since participants on a TV show would be reluctant to discriminate, since their behavior is subject to public scrutiny.» (Belot et al., 2012, pg. 30)

Da qui si comprende come il comportamento analizzato riporta chiaramente un caso di discriminazione nel senso beckeriano (Becker, 1957). La discriminazione legata al genere o alla razza di solito, come riportano gli autori, vengono condannste apertamente, mentre quelle basate sull'aspetto fisico passano quasi inosservate.
L'esperimento fatto dagli autori dimostra proprio questo: le persone riconoscono in modo implicito che l'aspetto fisico influisca, ma non ne sono consapevoli in modo chiaro (Belot et al., 2012).

La discriminazione legata alla bellezza sembra essere un tipo particolare di discriminazione, meno evidente e meno criticata rispetto a quella basata su razza e genere e per questo più legittimata a perpetuarsi, senza essere messa in discussione (Belot et al., 2012).

Lo studio di Anwar (2012) si concentra sul game show statunitense Street Smarts[30], il format coinvolge due concorrenti che devono prevedere se tre street savants risponderanno correttamente a domande di cultura generale e intrattenimento. I concorrenti accumulano guadagni in più round, facendo scommesse sulle risposte corrette o errate degli intervistati, sulla base di informazioni limitate come genere, razza e occupazione, ricavate da brevi interviste video.

L'interesse dello studio risiede nella possibilità di distinguere tra tre forme di discriminazione:

1. Il pregiudizio;
2. La discriminazione statistica basata su stereotipi;
3. L'uso di stereotipi inaccurati.

Anwar (2012), sottolinea come la principale difficoltà nel distinguere tra questi tipi di discriminazione nel mercato del lavoro è che producono tutti lo stesso effetto, ovvero le persone discriminate hanno meno possibilità di essere assunte. Poiché, per questo motivo, risulta difficile distinguere i diversi tipi di discriminazione nel mercato del lavoro, l'articolo sceglie di studiare il fenomeno in un contesto più semplice e controllato: il game show televisivo Street Smarts.

---

[30] Il game show statunitense Street Smarts, trasmesso dal 2000 al 2005, mette in competizione due concorrenti che devono guadagnare denaro prevedendo l'esito delle risposte date da tre "street savants", persone comuni intervistate in luoghi pubblici e selezionate dalla produzione. Prima dell'inizio del gioco, i concorrenti vedono brevi filmati introduttivi in cui i tre savants si presentano, potendo osservare elementi come razza, genere e occupazione. Il programma si articola in quattro round, ciascuno con una struttura differente. Nel primo round, per ogni domanda posta dal conduttore, viene rivelato che solo uno dei tre savants ha risposto correttamente; i concorrenti devono indicare quale dei tre ha dato la risposta giusta, guadagnando 100 dollari per ogni previsione corretta. Nel secondo round, il conduttore sceglie due dei tre savants per ciascuna domanda e i giocatori devono prevedere quale dei due ha risposto in modo errato, ottenendo 200 dollari per ogni risposta corretta. Al termine di questi due round, ogni savant ha già risposto a cinque domande. Nel terzo round, ciascun concorrente sceglie uno dei savants (non potendo scegliere lo stesso) e deve prevedere per tre domande se il proprio savant ha risposto correttamente, guadagnando 300 dollari per previsione corretta. Nel quarto e ultimo round, i due concorrenti, dopo aver scelto un savant, puntano parte o tutto il denaro accumulato sulla previsione dell'esito di una risposta: se indovinano, raddoppiano la somma scommessa, se sbagliano la perdono. Il giocatore con più denaro al termine del round finale vince l'intero importo guadagnato, mentre l'altro non riceve nulla.

Il programma è utile all'indagine in quanto permette non solo di capire se i concorrenti discriminano, ma anche di scoprire perché lo fanno. Infatti, come nel mercato del lavoro, i concorrenti devono valutare le capacità di altre persone, street savants pur avendo poche informazioni su di loro. Un secondo vantaggio di questo game show è che, poiché la razza dei concorrenti è osservabile, risulta possibile determinare se l'entità e il tipo di discriminazione che un gruppo subisce dipenda dal gruppo che lo valuta (Anwar, 2012).

Se la discriminazione risulta di tipo statistico, significa che tutti i concorrenti hanno le stese informazioni corrette sulle capacità dei diversi gruppi. In questo caso, non ci sarebbero differenze nei comportamenti tra gruppi di concorrenti. Tuttavia, se la discriminazione nasce da stereotipi sbagliati o da pregiudizi razziali, il comportamento dei concorrenti può cambiare a seconda del gruppo a cui appartengono. Questo perché le opinioni che si formano su altri gruppi o individui si formano su interazioni e esperienze avute con gli individui stessi (Anwar, 2012).

Lo studio dimostra che sia i concorrenti bianchi, sia quelli neri, nelle fasi iniziali del gioco prevedono che i savant neri abbiano meno probabilità di rispondere correttamente alle domande rispetto ai savant non neri con caratteristiche osservabili equivalenti, l differenza tuttavia scompare per i concorrenti neri nelle fasi avanzate del gioco, mentre rimane significativa per i concorrenti non neri:

«The results for all contestants mirror those found in Rounds 1 and 2 as one finds contestants continue to discriminate against black savants. However, when the results are separated out by contestant race, one finds that non-black contestants believe that black savants are 7 percent less likely to answer questions correctly, but black contestants view these groups as equivalent. Thus it seems the aggregate result is caused by non-black contestants only, as black contestants do not discriminate anymore.» (Anwar, 2012, pg. 274)

Quando si analizzano le categorie di domande, emerge che i concorrenti non neri considerano i savant neri e non neri ugualmente capaci nelle domande di cultura

generale, ma attribuiscono ai primi una minore abilità nel rispondere a domande di intrattenimento, slang e miscellanea La situazione per i concorrenti neri è meno chiara, poiché il campione ridotto rende difficile suddividere i risultati per categoria (Anwar, 2012).

Il secondo test analizza il momento del terzo round in cui i concorrenti devono scegliere un solo savant (esperto) su cui puntare per fare tre previsioni. Lo scopo dell'analisi è capire se questa scelta è guidata da un vero pregiudizio razziale oppure da una strategia razionale per aumentare le probabilità di vittoria.

Le differenze riscontrate derivano dal fatto che i concorrenti, in particolare quelli non neri, partono da percezioni di partenza più basse sulle capacità dei savant neri, convinzioni che non trovano riscontro nelle loro prestazioni reali: «This is strong evidence that non-black contestants have lower prior perceptions about black savants' ability to answer the average question in the game.» (Anwar, 2012, pg. 280).

Si tratta quindi di discriminazione statistica inaccurata, una forma di valutazione distorta che non riflette le abilità effettive e che può condurre a decisioni inefficienti e costose (Anwar, 2012).

Entrambi gli studi evidenziano forme di discriminazione che si discostano dalle tradizionali analisi:

1. Nel caso olandese, le persone meno attraenti vengono eliminate più spesso, anche se tenerle in gioco sarebbe vantaggioso dal punto d vista economico. Questo tipo di discriminazione si basa sul gusto personale e spesso avviene senza che i partecipanti se ne rendano conto;
2. Nel caso statunitense, la discriminazione non nasce da ostilità diretta nei confronti di una razza ma da stereotipi sbagliati, trattandosi quindi di una discriminazione basata su informazioni imprecise.

2.4.3 Evidenze recenti sulla discriminazione di genere

In questa sezione intendo soffermarmi in particolare su tre studi recenti condotti da Wall (2011), Krawczyk e Starzykowska (2017) e Atanasov et al. (2023), i quali offrono una panoramica articolata del modo in cui le dinamiche di discriminazione di genere si manifestano in contesti competitivi diversi: il quiz polacco Ten to One (Jeden z dziesięciu), il segmento One Bid di The Price Is Right e il reality show Survivor.

Wall (2011) indaga i comportamenti di voto in 17 stagioni della versione americana di Survivor[31].

L'analisi delle votazioni condotta dall'autore rivela un modello coerente con la discriminazione informativa più che con un pregiudizio di gusto sistematico. Come specifica Wall (2011) né Levitt (2004) né Antonovics et al. (2005) avevano trovato prove di discriminazione contro le concorrenti donne nel programma The Weakest Link. Tuttavia i risultati del suo studio suggeriscono l'esistenza di una discriminazione dei confronti delle concorrenti femmine, le quali, ricevono un numero di voti significativamente più alto rispetto ai maschi nella fase pre-merge[32] e un numero significativamente più basso nella fase post-merge[33]. Questo suggerisce che le donne

---

[31] *Survivor* (versione americana, in onda dal 2000 al 2010) è un reality show competitivo in cui un gruppo di 16-20 concorrenti viene lasciato in una località remota, come isole tropicali o giungle, e deve sopravvivere in condizioni primitive mentre gareggia per un premio finale di un milione di dollari. Il programma combina sfide fisiche, capacità di adattamento e un'intensa componente strategica e politica: i partecipanti, divisi inizialmente in tribù, si affrontano in prove di immunità e ricompensa e, al termine di ogni episodio, il gruppo perdente partecipa al Consiglio Tribale, dove i membri votano segretamente per eliminare un concorrente. Con l'avanzare della stagione le tribù si fondono in un unico gruppo e il gioco diventa individuale, basato su alleanze, tradimenti e strategie di voto. Gli ultimi eliminati compongono una giuria che decide il vincitore tra i finalisti.

[32] Con Pre-merge Wall intende la fase iniziale, in cui i concorrenti sono divisi in due (o più) tribù separate. In questa parte del gioco, le sfide principali sono di squadra e il gruppo che perde una prova di immunità deve partecipare al Consiglio Tribale per eliminare uno dei propri membri. Qui le strategie individuali contano, ma sono limitate dal fatto che il gioco è ancora centrato sulla forza della tribù, spesso i voti servono a eliminare i concorrenti percepiti come più deboli o meno utili per vincere le prove.

[33] La fase di Post-merge avviene quando le tribù si fondono in un'unica grande tribù (di solito verso metà stagione). Da quel momento il gioco diventa individuale, ogni prova assegna immunità personale, e tutti i concorrenti partecipano allo stesso Consiglio Tribale, votando chi eliminare senza più divisioni di squadra. In questa fase dominano alleanze, strategie personali e calcoli politici, perché i voti non servono più a rafforzare la squadra, ma a eliminare avversari percepiti come minacce dirette per arrivare alla vittoria finale.

siano considerate giocatrici più deboli rispetto agli uomini e siano quindi votate contro nella fase iniziale per rafforzare complessivamente la squadra. Dopo la fusione, invece, vengono votate meno perché percepite come una minaccia minore rispetto agli uomini, quando i concorrenti competono individualmente. Entrambi i sessi votano seguendo queste dinamiche, suggerendo che le decisioni siano guidate da calcoli razionali legati alla fase del gioco, piuttosto che da preferenze personali o avversioni generalizzate verso l'altro genere (Wall, 2011).

Krawczyk e Starzykowska (2017) analizzano un ampio dataset composto da oltre 6.000 decisioni prese in 117 episodi di Jeden z dziesięciu[34]. Il meccanismo di gioco, fondato su un sistema di nomine strategiche, consente ai concorrenti che rispondono correttamente di scegliere chi dovrà affrontare la domanda successiva. Questo consente agli autori di identificare bias discriminatori distinguendo fra due componenti:

1. Discriminazione di gusto, quando un genere viene nominato più frequentemente indipendentemente dalla sua performance reale;
2. Discriminazione informativa, quando la scelta riflette convinzioni, spesso stereotipate, sulla probabilità di successo dell'avversario (Krawczyk, Starzykowska, 2017)

L'analisi evidenzia un fenomeno duale. Da un lato, emerge quello che può essere denominato come *chivalry effect,* ovvero, le donne risultano significativamente meno nominate degli uomini, sia da giocatori maschi sia femmine. Dall'altro lato, si osserva anche una maggiore propensione a nominare le donne quando il giocatore è in posizione strategica sfavorevole, suggerendo che vengano percepite come avversarie più deboli, e dunque più utili per aumentare le proprie chance di sopravvivenza:

---

[34] *Jeden z dziesięciu,* trasmessa dal 1994 al 2011 è la versione polacca del quiz britannico *Fifteen to One*, un game show televisivo di cultura generale in cui dieci concorrenti competono attraverso più round di domande per ottenere il titolo di vincitore. Ogni partecipante dispone di tre vite e deve rispondere correttamente alle domande per evitare penalità: una risposta sbagliata comporta la perdita di una vita, e chi le esaurisce viene eliminato. Le dinamiche strategiche emergono soprattutto nei round intermedi, quando chi risponde correttamente può scegliere il concorrente successivo a cui destinare la domanda, creando così pressioni mirate e vere e proprie alleanze implicite o ostilità verso giocatori percepiti come più forti. Il gioco procede finché rimane un unico concorrente, che vince il premio e il titolo.

«The main finding of our study is that contestants' decisions reveal taste-based discrimination against males and information-based discrimination against females. These tendencies are robust across specifications and over time. One way of understanding this pattern is in terms of "ambivalent sexism" (Glick and Fiske, 1996) under which women are perceived as weaker (also mentally) than men and thus deserving protection. In our context this indeed translates into preference for elimination of men from the show but expecting females to underperform (so that they should be nominated when the strategic situation is poor). Such a distinct pattern may help understand apparent discrepancies in existing literature; it underscores that it is essential that we are in a position to distinguish between information-based and taste-based discrimination […] » (Krawczyk, Starzykowska, 2017, pg. 11)

Atanasov et al. (2023) si concentrano su One Bid, segmento del programma statunitense The Price Is Right. In One Bid, quattro concorrenti devono stimare il prezzo di un oggetto; il quarto offerente, conoscendo le puntate precedenti, dispone di una strategia dominante: superare di un solo dollaro l'offerta ritenuta vincente. Questa sarebbe la strategia più logica, tuttavia numerosi giocatori non la usano.
L'analisi dimostra che il motivo non è un errore da parte dei concorrenti, ma una forma di favoritismo: uomini e donne tenderebbero a non superare l'fferta di un concorrente dello stesso sesso per non danneggiarlo (Atanasov et al. 2023).

Non vi è, invece, alcuna evidenza che tali scelte siano motivate da credenze distorte sulla competenza: una volta identificato il concorrente leader, il genere non incide sull'accuratezza della valutazione né sulla probabilità che venga individuato correttamente. Si tratta quindi di una forma pura di favoritismo basato su preferenze, che resiste anche in un contesto pubblico, ad alto rischio e con incentivi finanziari significativi: «[…]Our study is among the first to show taste-based discrimination without the obscuring influence of beliefs, correct or incorrect.» (Atanasov et al., 2023 pg. 867)

Questi risultati hanno implicazioni più ampie per il mercato del lavoro e altri contesti competitivi è inaffi possibile che, se simili preferenze implicite verso il proprio genere

emergono in un ambiente in cui la neutralità è incentivata economicamente e la visibilità è massima, è plausibile che si manifestino con maggiore intensità in contesti meno regolamentati o trasparenti: «That we still find evidence of taste-based discrimination under these conditions suggests that such biases are present and powerful, and might even be stronger in more anonymous settings such as hiring decisions and job evaluations.» (Atanasov et al., 2023 pg. 867).

Ho deciso di prendere in considerazione questi studi e questa letteratura in quanto i risultati riportano chiaramente come il genere continui a influenzare le interazioni competitive in modi differenziati.

CAPITOLO 3 - IL DISEGNO SPERIMENTALE: IL GAME SHOW L'EREDITÀ

Introduzione allo studio

Negli ultimi decenni, il tema della discriminazione di genere ha assunto un ruolo centrale nel dibattito economico e sociale, alla luce delle persistenti disuguaglianze che continuano a caratterizzare le vite di uomini e donne. In Italia, queste disparità risultano particolarmente marcate, come evidenziato da numerosi indicatori internazionali che collocano il paese agli ultimi posti tra le economie avanzate in termini di parità di genere.[35]

In questo contesto, lo studio *I Challenge You! Competition and Gender in a TV game show* (Galeotti et al. 2024), si propone di indagare se, e in quale misura, esista una forma di discriminazione di genere all'interno di un game show televisivo italiano.

Il game show nello specifico prevede una serie di fasi a eliminazione in cui i concorrenti, in momenti chiave, devono scegliere contro chi sfidarsi per accedere alla fase successiva. Proprio questa struttura rende il format particolarmente adatto a indagare eventuali comportamenti e discriminatori nella scelta dell'avversario, in particolare in relazione al genere, lo studio sfrutta proprio questa caratteristica per osservate se e come il genere influenzi le scelte competitive in un contesto reale e altamente visibile (Galeotti et al., 2024)

[35] Secondo il Gender Equality Index 2024, l'Italia si colloca al 14° posto nell'Unione Europea, con un punteggio di 69,2 su 100, inferiore alla media UE di 71,0. Pur avendo registrato il maggiore miglioramento in termini di performance dal 2010 (+15,9 punti) l'Italia continua a restare al di sotto della media comunitaria, segno di ritardi significativi negli ambiti economici, politici e sociali.

Per approfondimento: https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2024/country/IT

3.1 Il format televisivo come contesto sperimentale

Il programma l'*eredità* rappresenta un caso di particolare interesse per l'economia sperimentale, in quanto unisce le caratteristiche di un gioco competitivo con un ampio grado di controllo e regole ben definite, tipiche di un esperimento naturale. Il game show è attualmente il game show più longevo della televisione italiana (in onda dal 2002) e raccoglie quotidianamente milioni di spettatori.

In ciascuna puntata partecipano sette concorrenti, uno dei quali è il *campione*, ovvero il vincitore della puntata precedente, che torna automaticamente in gara. La disposizione iniziale dei partecipanti segue una logica circolare: i sei nuovi concorrenti vengono posizionati nelle prime sei postazioni, mentre il Campione occupa sempre la settima. L'ordine dei nuovi partecipanti non è frutto di sorteggio casuale, ma viene stabilito dalla produzione del programma sulla base di criteri non noti al pubblico. Questa variabile, apparentemente secondaria, si rivelerà significativa nell'analisi delle performance, in quanto la posizione nel cerchio influisce sulla probabilità di dover rispondere per primi e quindi commettere errori (Galeotti et al. 2024).

Il format prevede una sequenza di sette giochi o prove, alternati a momenti di eliminazione diretta tramite sfide uno contro uno, dette *challenge*.
In ciascuna di queste sfide, due concorrenti si confrontano, uno è lo sfidante (challenger), ovvero il peggiore nel gioco precedente, e l'altro è lo sfidato (challenged), scelto direttamente dallo sfidante stesso tra gli altri partecipanti.
Questo meccanismo di selezione diretta del rivale introduce un elemento strategico fondamentale, che consente di osservare in modo trasparente e sistematico le preferenze dei concorrenti rispetto a con chi vogliono competere (Galeotti et al. 2024).

La struttura del gioco presenta diverse caratteristiche che lo rendono un ambiente utile allo studio della discriminazione di genere:

1. Alta posta in gioco;
2. Natura one-shot della sfida, non esistono alleanze, coalizioni o possibilità di vendetta, poiché il perdente della sfida viene immediatamente eliminato;

3. Assenza di cooperazione o dinamiche sociali complesse, ogni concorrente gioca per sé e non vi sono meccanismi di voto collettivo;
4. Visibilità pubblica, le scelte sono trasmesse in diretta televisiva, aumentando la pressione sociale;
5. Decisione esplicita e tracciabile.

Per garantire validità interna all'analisi, lo studio si concentra esclusivamente sulla prima fase della puntata: il primo gioco e la prima sfida.

Le fasi successive, diversamente dalla prima, introducono complessità strategiche ulteriori, come la possibilità di ereditare somme di denaro diverse, la presenza di punteggi accumulati o la selezione da parte del campione, che, secondo gli autori, renderebbero più difficile l'isolamento dell'effetto delle caratteristiche individuali, in primis il genere, sulle scelte di sfida (Galeotti et al. 2024).

3.1.1. La scelta dell'edizione 2016/2017

L'analisi empirica si basa su un campione di 121[36] episodi dell'eredità, trasmessi tra il 2 ottobre 2016 e il 12 febbraio 2017. Gli autori hanno selezionato questa specifica finestra temporale con l'obiettivo di garantire coerenza metodologica e omogeneità del format.

Sarebbe stato possibile estendere la raccolta dei dati agli episodi trasmessi fino al 4 dicembre 2018, tuttavia tale estensione è stata deliberatamente evitata, principalmente per ragioni di compatibilità interna e stabilità nelle regole del gioco (Galeotti et al., 2024).

Le analisi aprioristiche hanno infatti verificato come, a partire dal 5 dicembre del 2018 e nelle edizioni successive, la struttura del gioco abbia subito delle modifiche sostanziali.

Il primo gioco, *dominio musicale,* è stato sostituito con una nuova prova, denominata *abbinamenti,* in cui i concorrenti hanno 30 secondi per rispondere correttamente a 8 domande di cultura generale. Questo cambiamento ha comportato una maggiore

36 Otto episodi sono stati esclusi dall'analisi a causa di circostanze eccezionali, in cui al challenger è stato consentito di scegliere come avversario il campione della puntata precedente. Questa anomalia rendeva tali episodi non comparabili con gli altri.

variabilità nelle risposte alle domande, alcune a scelta multipla ed altre a risposta aperta, introducendo quello che può essere chiamato *bias di eterogeneità informativa.*
Il campione in carica inoltre non partecipa più al primo gioco e ha il potere di decidere chi sono i due concorrenti che si sfidano nella prova eliminatoria.
Se si seguisse questo scenario chi effettua la scelta non sarebbe pi direttamente coinvolto nella competizione e si renderebbe la scelta meno rilevante dal punto di vista strategico quindi, di conseguenza, meno adatta all'analisi delle preferenze competitive individuali. (Galeotti et al. 2024).

Analogamente sono state escluse anche le stagioni precedenti rispetto a quella del 2016/2017, per motivazioni sempre strutturali.
Il numero di concorrenti era 6 invece che 7, alterando la simmetria della posizione e la possibilità di essere selezionati.
Il primo gioco non era *dominio musicale* ma altre varianti che presentavano dinamiche diverse. Sopratutto la variante denominata "*il cubo"* non prevedeva una competizione diretta tra pari. Il concorrente che commetteva u errore puntava il dito verso un altro concorrente che veniva sottoposto ad una serie di domande e l'eliminazione dipendeva unicamente dalla sua capacità di rispondere correttamente.
La stagione 2016/2017 rappresenta l'unica finestra in cui il primo gioco, *dominio musicale,* e la successiva *scalata doppia,* sono coerenti tra gli episodi. La scelta dell'avversario è effettuata dal concorrente stesso, che partecipa attivamente alla sfida e le regole rimangono invariate per tutta la durata della stagione (Pasciuta., 2025).

3.1.2 Il contributo dello studio

Come è stato anticipato e spiegato nella presentazione dell'esperimento da parte della dott.ssa Ivana Pasciuta (2025) attraverso lo studio, si intende analizzare la discriminazione di genere in una situazione in cui gli individuo possono *scegliere* contro chi competere. Questa decisione può accadere nella vita di tutti, ad esempio, quando si fanno scelte di carriera o in casi più specifici come la scelta dell'avversario in un dibattito o in una competizione sportiva. Non esistono altri studi che esaminano questa scelta in un contesto di poste in gioco così alte (nel caso dell'eredità si parla almeno di 10.000 €).

Lo studio che si avvicina di più al presente (Gupta et al., 2011)[37] analizza la scelta del co-partecipante e l'impatto di tale scelta sul livello di competitività, tuttavia si tratta di un esperimento in laboratorio e i soggetti scelgono il partner prima di decidere il tipo di pagamento, quindi la scelta del partner non influisce sulla scelta dell'avversario.

Le caratteristiche del gioco sono interessanti per lo studio della discriminazione di genere e, secondo gli autori (Galeotti et al., 2024) permettono di superare alcune criticità presenti negli studi precedenti:

1. I concorrenti non scelgono o votano di eliminare altri partecipanti ma scelgono attivamente contro chi competere. Gli autori quindi ritengono che, se un concorrente deve scegliere un avversario contro cui competere, questo gesto venga direttamente percepito come un atto di difesa, piuttosto che una eliminazione diretta. Di conseguenza, è probabile che i partecipanti sentano meno il rischio di giudizi negativi da parte del pubblico che assiste al programma e quindi possano evitare di nascondere eventuali pregidiuzi;

---

37 «This paper experimentally investigates if and how people's competitiveness depends on their own gender and on the gender of people with whom they interact. Participants are given information about the gender of the co-participant they are matched with, they then choose between a tournament or a piece rate payment scheme, and finally perform a real task. As already observed in the literature, we find that significantly more men than women choose the tournament. The gender of the co-participant directly influences men's choices (men compete less against other men than against women), but only when the gender information is made sufficiently salient. A higher predicted competitiveness of women induces more competition. Giving stronger tournament incentives, or allowing the participants to choose the gender of their co-participant, increases women's willingness to compete, but does not close the gender gap in competitiveness.» (Gupta et al., 2011 pg. 816)

2. Nel gioco non c'è voto strategico. In altri giochi televisivi analizzati invece i concorrenti esprimono un voto e la decisione finale dipende dalla maggioranza, in questo caso ogni voto è influenzato da ciò che si pensa possano scegliere gli altri, rendendo più complicato capire se esistano atteggiamenti discriminatori;
3. Il gioco è strettamente competitivo e non lascia spazio alla cooperazione, come invece accade in altri giochi.

Per quanto riguarda il campione, si analizza la discriminazione di genere in un paese che risulta ancora in ritardo in termini di parità di genere. La maggior parte degli studi infatti è stata condotta negli Stati Uniti o in altri paese che ottengono risultati molto migliori sotto questo profilo. In quei contesti potrebbe essere più difficile isolare la discriminazione di genere (Galeotti et al., 2024).

3.2 Le modalità di gioco

3.2.1 il primo gioco: Dominio musicale

Dominio Musicale è la prima delle prove dell'eredità, e coinvolge tutti e sette i concorrenti. Il gioco si svolge secondo un ordine predefinito, procedendo in senso orario a partire dal primo giocatore, posizionato alla sinistra del conduttore.

Ciascun concorrente riceve, a turno, il titolo di una canzone accompagnato da una lista di cinque parole. Come si può vedere in Figura 3.1 l'obiettivo è quello di individuare, entro dieci secondi, quale parola è presente nel testo della canzone, senza avere tuttavia la possibilità di ascoltarla:

«After being shown a list of five words and the title of a song, a player must guess which word among the five is pronounced in that song, without the opportunity to listen to it.» ((Galeotti et al. 2024, pg.9)

Figura 3.1 Schermata del gioco Dominio Musicale: la concorrente deve scegliere quale tra le parole elencate è contenuta nel testo della canzone indicata, senza ascoltarla.

Fonte: Galeotti et al. (2024), adattamento da Rai 1 – L'Eredità, stagione 2016/2017.

In caso il concorrente fornisca la risposta corretta, il turno si conclude positivamente e il gioco prosegue con il giocatore successivo, a cui viene proposta una nuova canzone con relativo elenco di parole. Qualora il concorrente risponda in modo errato, viene registrato un errore. In tal caso, la stessa canzone viene proposta al concorrente successivo con una parola in meno tra cui scegliere. Il processo continua finché uno dei concorrenti commette due errori, diventando il primo perdente della prima fase. Il perdente diventa automaticamente il *challenger,* ovvero, il primo giocatore a rischio eliminazione. (Galeotti et al. 2024)

Dal punto di vista puramente sperimentale il dominio musicale è un contesto ideale per studiare i comportamenti strategici in fase decisionale, per una serie di caratteristiche determinanti.

Il gioco rappresenta una situazione altamente strutturata, con regole fisse, semplici, ripetute in modo identico in tutte le puntate prese in esame. Questa omogeneità consente di comparare le prestazioni tra i partecipanti e gli episodi, facilitando la costruzione di una misurazione oggettiva delle performance.

In secondo luogo il gioco è privo di elementi di cooperazione tra i partecipanti i quali competono individualmente, senza alcuna possibilità di creare strategie di collaborazione, in modo da escludere completamente l'influenza di preferenze sociali focalizzando l'analisi unicamente sulle scelte puramente strategiche e competitive.

In ultimo, il gioco consente di osservare un momento critico della competizione, la scelta dell'avversario nel successivo duello a eliminazione diretta. Questo perché il challenger, il concorrente che commette due errori, ha il compito di scegliere l'avversario da sfidare nel duello eliminatorio. Tale scelta è particolarmente significativa, poiché compiuta in pubblico e potenzialmente influenzata da stereotipi, credenze, tra cui la variabile chiave di interesse in questo studio, il genere:

«The choice of which contestant to challenge is our main variable of interest to investigate gender discrimination, representing one of the novel aspects of our real-world study.» (Galeotti et al. 2024, p. 3)

La selezione di questo gioco come oggetto privilegiato dell'analisi empirica è stata dettata da una combinazione di considerazioni metodologiche e contenutistiche. Si tratta infatti dell'unico gioco in cui è il challenger a scegliere direttamente il proprio avversario.

La prima fase del gioco è inoltre quella in cui le incentivazioni sono più chiare e allineate per tutti, ogni concorrente inizia infatti con "un'eredità" identica (10.000€ in gettoni d'oro) quindi, non essendo ancora intervenuti meccanismi di accumulazione, si ha la possibilità di isolare, per esempio, la variabile "abilità percepita", come principale fattore che orienta la scelta dell'avversario. In ultimo, dominio musicale, e le conoscenze musicali richieste sono generalmente neutre dal punto di vista del genere e questo dovrebbe ridurre ulteriormente il rischio che la performance sia influenzata da stereotipi culturali (Galeotti et al. 2024).

3.2.2. La sfida: la scalata doppia

A conclusione del Dominio Musicale, il primo concorrente a commettere due errori entra automaticamente in una sfida eliminatoria denominata *Scalata Doppia*. In ogni sfida i due avversari dispongono ciascuno di 60 secondi. A partire dal giocatore sfidato, i concorrenti ricevono a turno una definizione da parte del conduttore e devono indovinare una parola nascosta corrispondente a quella definizione. Di tale parole viene mostrata la lettera iniziale e i giocatori possono formulare tutti i tentativi che desiderano per individuare la risposta corretta. (Galeotti et al. 2024)

Più precisamente, come si nota in Figura 3.2, viene mostrata inizialmente solo la prima lettera della parola misteriosa, mentre le restanti lettere vengono rivelate *gradualmente* ogni due secondi. Il giocatore ha quindi la possibilità di formulare tutte le ipotesi che desidera, finché non individua la parola esatta o finché resta solo una lettera nascosta.

L'aspetto cruciale è che il tempo è individuale e non condiviso, ciascun giocatore dispone di 60 secondi complessivi, che vengono sospesi e riattivati a ogni turno, a seconda che si riesca o meno a indovinare il termine in questione. Il concorrente che per primo esaurisce il tempo viene eliminato, mentre l'altro acquisisce l'intera somma di denaro accumulata dal perdente. Come chiariscono gli autori: «In the first stage of the

game each player is endowed with €10,000 (in gold tokens), therefore the winner of the first Challenge doubles their inheritance, reaching €20,000 (in gold tokens).» (Galeotti et al. 2024 p. 10)

Figura 3.2 Sfida "Scalata Doppia"

Fonte: "I Challenge You!" Competition and Gender in a TV game show, Galeotti et al., 2025, adattamento da Rai 1 – L'Eredità, stagione 2016/2017.

Dal punto di vista dell'analisi economico-sperimentale, la scalata doppia è un momento chiave per osservare comportamenti discriminatori nella scelta del partner competitivo. Il gioco è, per sua natura, individuale e privo di qualsiasi possibilità di cooperazione, a differenza di altri format in cui possono esistere alleanze, collusioni o meccanismi di voto strategico.

Come già detto, trattandosi di una scelta pubblica e visibile, fatta in presenza del conduttore e delle telecamere, ci si potrebbe attendere un certo grado di autocensura da parte dei partecipanti, per timore del giudizio del pubblico.
Tuttavia, il contesto di alta posta in gioco sembra prevalere su questa dinamica.
Come osservato nel paper: «Contestants' actions may indicate either animus towards contestants from the opposite gender or hold incorrect beliefs about their productivity due to heuristics or missing information.»(Galeotti et al. 2024 p. 2)

3.3 Costruzione del dataset e metodologia di raccolta dati

3.3.1. Origine e struttura del campione

Il campione analizzato è composto da 847 osservazioni individuali, corrispondenti a 7 concorrenti per ciascuno dei 121 episodi considerati.

I dati sono stati raccolti tramite la visione diretta degli episodi, disponibili sia sulla piattaforma RaiPlay[38] sia su Dailymotion[39]. Il dataset finale comprende gli episodi trasmessi tra il 2 ottobre 2016 e il 12 febbraio 2017.

Il profilo dei partecipanti è eterogeneo, dal punto di vista socio-demografico, anche se non completamente rappresentativo della popolazione italiana a causa del processo di candidatura volontaria e della selezione effettuata dalla produzione del programma. I candidati vengono selezionati tramite un'audizione articolata in un test scritto e un colloquio, con esclusione di soggetti con rapporti lavorativi con l'emittente o precedenti penali. Nonostante questi limiti di rappresentatività, non vi è ragione teorica per supporre che il processo di selezione influenzi sistematicamente i comportamenti discriminatori oggetto di analisi (Pasciuta, 2025).

In termini di genere, la distribuzione dei partecipanti risulta equilibrata: il 51% sono donne, e nel 93% degli episodi vi è perfetta parità (tre uomini e tre donne, più il campione in posizione P7).

Per quanto riguarda l'età, i giovani risultano sovra-rappresentati, mentre gli anziani sotto-rappresentati rispetto alla popolazione italiana. A livello geografico, la distribuzione dei partecipanti riflette le tre macro-aree italiane: Nord (38%), Centro (25%), Sud (37%).

---

38 Le puntate del programma L'Eredità utilizzate per l'analisi sono state visionate attraverso la piattaforma ufficiale RaiPlay: L'Eredità, Rai 1, disponibile su https://www.raiplay.it/programmi/leredita

39 Alcune puntate del programma L'Eredità, relative alla stagione 2016/2017, sono state visionate anche tramite la piattaforma Dailymotion: L'Eredità, disponibile su https://www.dailymotion.com

Il livello di istruzione risulta mediamente più elevato rispetto alla popolazione generale: circa il 30% dei partecipanti possiede una laurea, contro una media nazionale del 20% (fascia 25-64 anni).

Le donne sono sovra-rappresentate tra i laureati, costituendo il 60% dei partecipanti con titolo universitario. Anche le professioni sono diversificate: circa un terzo dei concorrenti svolge occupazioni ad alta qualificazione (professionisti, manager), mentre studenti e impiegati rappresentano ciascuno il 25% del totale. Sono invece sottorappresentati i pensionati e le casalinghe. (Galeotti et al. 2024)

3.3.2. Procedura di codifica

Per costruire il *dataset* è stato fatto un lavoro di raccolta e codifica dei dati, partendo dalla visione diretta degli episodi, ogni elemento osservato è stato poi trasformato in una variabile chiara e strutturata, così da rendere le informazioni utilizzabili per l'analisi quantitativa.

Nella tabella 3.1 sono raccolte le principali variabili osservate, che coprono diversi aspetti del gioco e dei giocatori. Sono stati registrati episodi e date di messa in onda. Ogni concorrente è stato identificato con un numero e con la posizione che occupa nel cerchio (da 1 a 7).

Per quanto attiene ai dati personali, sono stati annotati il genere (ricavato dall'osservazione diretta dei concorrenti) e il livello di istruzione (dichiarato dai concorrenti). È stata inoltre valutata la performance nel primo gioco, contando il numero di errori commessi in ciascun turno (0, 1 o 2).

Infine, per ogni sfida ad eliminazione diretta è stato registrato chi ha assunto il ruolo di sfidante, ovvero chi ha commesso per primo due errori, e chi, invece, è stato scelto come avversario.

Tabella 3.1 Descrizione delle variabili nel Dataset

Categoria dei dati	**Variabili**
Identificativo dell'episodio	Data della messa in onda
Identificativo del giocatore	Posizione nel cerchio di gioco (da 1 a 7, il Giocatore 7 è il campione dell'episodio precedente)
Informazioni socio-demografiche sui giocatori	1. Genere (inferitovisivamente) 2. Livello di istruzione (autodichiarato)
Performance nel Gioco 1	Numero di errori commessi dal giocatore in ciascun turno (0,1 o 2)
Sfida 1	1. Chi è lo sfidante (ovvero il primo a commettere 2 errori) 2. Chi è lo sfidato

Adattamento da Galeotti et al. (2024), *"I Challenge You!" Competition and Gender in a TV game show.*

3.3.2.1 Codifica della scelta dell'avversario

Una delle variabili più rilevanti analizzate nello studio è quella che analizza chi viene scelto come avversario, nella sfida scalata doppia. Questa variabile, viene denominata *Chosen,* ed è una variabile dicotomica[40] (vale quindi 1 se il concorrente è stato scelto e 0 se non è stato scelto).

Per ogni episodio, una volta individuato lo sfidante (il primo giocatore a commettere due errori), vengono elencati tutti i possibili avversari che avrebbe potuto scegliere. Rimangono esclusi lo sfidante stesso e il campione in posizione 7, il quale, per regolamento, non può essere selezionato.

[40] Le variabili dicotomiche, anche dette variabili dummy (o fittizie), sono variabili qualitative che assumono solo due valori numerici, generalmente 0 e 1, per rappresentare la presenza o l'assenza di una determinata caratteristica.
Il concetto di variabile dummy è stato introdotto formalmente in ambito econometrico da Arthur S. Goldberger (1964) e successivamente sistematizzato da Jan Kmenta (1986) e Damodar Gujarati (2009) nelle loro opere fondamentali. Queste variabili consentono di includere nei modelli statistici informazioni qualitative (es. genere, area geografica, titolo di studio), permettendo il confronto tra categorie attraverso l'analisi di regressione.

La variabile *Chosen* è stata codificata come segue:

$$\text{Chosen}_{i,j} = \begin{cases} 1 & \text{se il concorrente } i \text{ è stato scelto come avversario nella puntata } j \\ 0 & \text{altrimenti} \end{cases}$$

3.3.2.2.Codifica del genere

Il genere è codificato attraverso una variabile dummy:

$$\text{Female}_{i,j} = \begin{cases} 1 & \text{se il concorrente è una donna} \\ 0 & \text{se il concorrente è un uomo} \end{cases}$$

Questa variabile è centrale per l'analisi della discriminazione: permette di testare se, a parità di condizioni, le donne siano più o meno frequentemente scelte come avversarie rispetto agli uomini.

3.3.2.3. Performance individuale

Per misurare la *performance,* intesa come la "bravura" dei concorrenti nel dominio musicale, si è costruito un *indice di performance*[41]. Questo si calcola dividendo il numero di errori per il numero totale di domande ricevute.

L'indice viene riportato come segue:

$$\text{PerformanceIndex}_{i,j} = \frac{\text{Errori}_{i,j}}{\text{Domande}_{i,j}}$$

[41] L'indice di performance normalizzato è una misura costruita per confrontare le prestazioni dei partecipanti in modo equo, tenendo conto del numero diverso di occasioni di gioco (turni/ domande) che ciascun concorrewnte può aver avuto.

Questo indice permette agli autori di confrontare giocatori che hanno ricevuto numeri di domande diverse, per distinguere se la scelta di un avversario dipenda, o meno, dalla sua bravura (intesa come un *criterio razionale)* oppure da pregiudizi di genere.

3.3.2.5 Altre variabili osservabili

Il livello di istruzione dei partecipanti è stato dedotto dalle dichiarazioni fatte nel corso della presentazione iniziale o durante le interazioni con il conduttore. La variabile viene spiegata tramite due variabili dummy

- Laurea = 1 se il concorrente ha un titolo universitario, 0 altrimenti;
- Licenza media o inferiore = 1 se dichiarato, 0 altrimenti.

Nei casi in cui il livello di istruzione mancava, è stato registrato come *missing* ed escluso dalle analisi, se necessario

Sono state inoltre codificate, ove disponibili, ulteriori variabili esplicative:

- Età approssimativa, stimata visivamente in classi (18–29, 30–44, 45–59, 60+);
- Occupazione dichiarata, professionista, impiegato, studente, casalinga, pensionato, ecc.;
- Area geografica di provenienza Nord, Centro, Sud, dedotta dalla presentazione iniziale.

3.4 modelli di stima e strumenti di analisi econometrica

Una volta costruito il dataset l'analisi vera e propria è stata effettuata tramiti strumenti tipici dell'economia sperimentale. In particolare, verranno approfonditi i modelli di regressione lineare, modelli logit semplici e modelli logit condizionati.

3.4.1 Regressione lineare

«L'analisi di regressione riguarda lo studio della dipendenza di una variabile, detta variabile dipendente, da una o più altre variabili, dette variabili esplicative, con l'obiettivo di stimare e/o prevedere il valore medio (o atteso) della prima in funzione dei valori noti o fissati (in campionamenti ripetuti) delle seconde.» (Gujarati, D. N., & Porter, D. C. 2009 p. 15)

La variabile dipendente, (Y) viene espressa come funzione lineare di una o più altre variabili, dette variabili esplicative (X). In questi modelli si presume che siano le variabili esplicative ad influenzare la dipendente, mai il contrario. (Roustaei, 2024).

La relazione tra le due variabili nella regressione lineare semplice può essere espressa con la seguente equazione:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$ [42]

All'interno dell'equazione Y è la variabile dipendente, X rappresenta la variabile indipendente mentre β_1 è il coefficiente di regressione (la variazione di Y per ogni unità di aumento in X).

Secondo Roustaei (2024), gli obiettivi e le procedure della regressione lineare semplice possono essere estesi a più di due variabili mediante la *regressione lineare multipla*. In un modello di regressione multipla, una singola variabile dipendente Y viene studiata in relazione a più variabili indipendenti X_1, X_2, …, X_k, per indagare in che modo queste variabili, in combinazione, siano collegate a Y o possano essere utilizzate per prevedere Y sulla base dei valori osservati di X_1, X_2, …, X_k (Roustaei, 2024).

[42] β_0 è l'intercetta (valore atteso di Y quando X = 0), ε è il termine di errore (la componente non spiegata del modello).

Il modello generale può assumere la forma:

$$\hat{Y}_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \ldots + \beta_k X_{ki} + u_i$$

In questo caso ciascun coefficiente β_i rappresenta l'effetto margine di una variabile indipendente X_i sulla variabile dipendente Y, mantenendo costanti tutte le variabili del modello. Nello specifico, i coefficienti di regressione (β) indicano quanto cambia in media Y quando una variabile X_i aumenta di una unità, tenendo ferme le altre variabili. La regressione lineare è quindi utile per capire l'effetto di più fattori su una variabile di interesse e per prevederne il valore. (Roustaei, 2024).

Quindi, la regressione lineare serve a comprendere come una variabile *dipendente*, cambia al variare di una o più variabili, *indipendenti.* Nel caso dell'eredità un esempio potrebbe essere lo studio della posizione del cerchio per comprendere se questa variabile possa influire sulla probabilità di essere scelti come avversari nella sfida scalata doppia.

3.4.2 Modello Logit semplice

Quando la variabile da spiegare assume solo due valori (1 = sì, l'evento accade, 0 = no, l'evento non accade) la regressione lineare classica non è adatta. Questo perché può produrre probabilità negative o superiori a 1 e non rispetta le ipotesi di base sul termine di errore (Gujarati e Porter, 2009).

In questi casi si utilizza la regressione logistica, il cui obiettivo è stimare come uno o più fattori influenzino la probabilità che un determinato evento si verifichi.[43]

[43] Nel contesto dello studio condotto da Galeotti et al. (2024), ad esempio, ci si può chiedere se essere donna aumenti la probabilità di essere scelta come avversaria nella sfida.

Quando si vuole approfondire la relazione causale tra una variabile dipendente dicotomica e una o più variabili indipendenti, si utilizza l'analisi di regressione logistica. (Angeloni, 2018).

La regressione logistica è un modello particolarmente adatto per descrivere e testare alcune ipotesi sulle relazioni tra una variabile dipendente categoriale e una o più variabili predittive, di natura cardinale, ordinale o nominale (Peng, Lee e Ingersoll, 2002).

Ovvero, in caso si voglia spiegare una variabile dipendente che può assumere solo due valori, come, ad esempio:

$$Y = \begin{cases} 1 & \text{se l'evento accade (es. il concorrente è stato scelto)} \\ 0 & \text{se l'evento non accade} \end{cases}$$

Invece di usare la regressione lineare classica la logistica trasforma il problema usando il *logit.*

Il Logit rappresenta il logaritmo del rapporto tra *odds*

- la probabilità che l'evento accada: π
- e la probabilità che non accada: 1 - π

Questo rapporto viene chiamato *Odds.*

In seguito di costruisce il logaritmo naturale di questo rapporto:

$$\text{logit}(Y) = \ln\left(\frac{\pi}{1-\pi}\right)$$

La regressione logistica *semplice* modella la relazione tra il logit (quindi il logaritmo naturale degli odds) e una o più variabili indipendenti X, costruendo la formula

$$\ln\left(\frac{\pi}{1-\pi}\right) = \alpha + \beta X$$

π è la probabilità che l'evento accada, α è l'intercetta (punto di partenza)
β è il coefficiente di regressione, che indica quanto cambia il logit (e quindi la probabilità) se X aumenta (Gujarati, D.N. e Porter, D.C. 2009).

3.4.3 Conditional Logit Model

Il modello logit condizionale (CLGT), introdotto da McFadden (1973) viene utilizzato per analizzare la scelta di un individuo all'interno di un insieme di J alternative. Il CLGT si concentra sull'insieme delle alternative disponibili per ciascun individuo e utilizza come variabili esplicative le caratteristiche di tali alternative (Hoffman, Duncan 1988).
Più in semplice, il logit condizionale è un'estensione della regressione logistica, usato di solito quando un individuo deve scegliere tra più opzioni contemporaneamente, in quel caso non ci si concentra solamente sulle caratteristiche individuali del concorrente, ma anche alle caratteristiche di tutti gli altri potenziali avversari.
In questo contesto, ogni alternativa J per l'individuo i è descritta da un valore di attributi X_{ij} (come età, genere, livello di istruzione…), e la probabilità che l'alternativa J venga scelta. La formula è esplicabile come:

$$P_{ij} = \frac{\exp(\beta' X_{ij})}{\sum_{k=1}^{J} \exp(\beta' X_{ik})}$$

Dove J è il numero di alternative disponibili e β è il vettore dei parametri da stimare. A differenza del modello logit semplice, che considera solo le caratteristiche dell'individuo e un singolo esito binario, il logit condizionale prende in considerazione tutte le scelte possibili simultaneamente e analizza come i loro attributi influenzano la decisione. (Hoffman, Duncan 1988)

Nello studio di Galeotti et al. (2024), come già detto, questo strumento nello specifico consente di indagare la scelta dell'avversario nella sfida iniziale del game show

trattando tale scelta come un processo decisionale influenzato da attributi osservabili dei potenziali sfidati come genere, performance e istruzione.

CAPITOLO 4 - RISULTATI DELL'ESPERIMENTO NATURALE: IL GAME SHOW L'EREDITÀ

4.1 Strategia empirica e domande di ricerca

4.1.1 Obiettivo della ricerca

Come già anticipato nel capitolo 3 obiettivo della ricerca è verificare la presenza di discriminazione di genere nelle scelte strategiche dei concorrenti del game show l'eredità. Nella prima fase di gioco il challenger (il primo concorrente a commettere due errori in dominio musicale) deve selezionare l'avversario per la challenge.

La decisione è ad alto rischio, il vincitore prosegue infatti con le fasi successive, il perdente è immediatamente eliminato. Risulta quindi scontato che i giocatori siano incentivati a scegliere l'avversario percepito come più debole. Se si rivelasse la presenza di una selezione sistematica sulla base del genere si potrebbe evidenziare un comportamento discriminatorio. (Galeotti et al., 2024)

4.1.2 Variabili osservate

Il dataset, costruito a partire dalla visione di 121 episodii della stagione 2016/2017, integra tre gruppi di variabili principali:

1. *Caratteristiche socio-demografiche:* genere (dummy donna=1), età (stimata o dichiarata), livello di istruzione (nessuna info, inferiore a diploma, diploma, laurea);
2. *Performance*: errori nel primo gioco (proxy di abilità), punteggio complessivo, rendimento nelle altre fasi;
3. *Variabili di contesto di gioco:* posizione nel cerchio, turno ed episodio.

Questa struttura di variabili consente di esaminare il legame tra caratteri she individuali, prestazioni di gioco e scelte strategiche degli sfidanti.

4.1.3 Strategia empirica

Per comprendere se la scelta dell'avversario dipenda dal genere, gli autori procedono inizialmente con lo stabilire se uomini e donne abbiano prestazioni simili nel primo

gioco. Per capire la cosiddetta “bravura” di un concorrente si valuta il risultato del primo gioco, nello specifico quanti errori ha commesso. Questo viene fatto in quanto ogni concorrente dovrebbe essere incentivato a massimizzare le proprie possibilità di vittoria e tende a sfidare chi appare più debole, ovvero, chi ha più probabilità di sbagliare anche nella sfida.

Tuttavia lo sfidante non si basa solamente sugli errori precedenti, può farsi un’idea sulla bravura da altre informazioni visibili, o dichiarate, come il livello di istruzione o il genere. Anche la posizione nel cerchio risulta rilevante per l’analisi, in quanto chi risponde per primo ha più possibilità di sbagliare[44].

Dal punto di vista teorico, nella tradizione economica (si consulti il Capitolo 2.1), se uomini e donne mostrano differenze reali nelle prestazioni, una selezione basata sul genere potrebbe riflettere una discriminazione statistica. Se invece i risultati sono simili, ma un genere viene c comunque scelto più spesso come avversario, allora la disparità potrebbe essere segnale di una discriminazione basata su preferenze o di una discriminazione statistica inaccurata, basata su convinzioni errate riguardo le capacità di un gruppo.

Per questo motivo, prima di analizzare la scelta dell’avversario da parte degli sfidanti, si indagano innanzitutto le prestazioni in ottica di genere (Galeotti te al., 2024).

[44]Nel gioco le domande vengono poste in ordine di posizione: chi è nelle prime posizioni è chiamato a rispondere prima degli altri, quindi ha meno tempo per osservare e “studiare” le domande e commette più facilmente errori già all’inizio della manche.

4.2 Analisi delle performance

4.2.1 Confronto delle prestazioni tra uomini e donne (analisi descrittiva e t-test)

La Tabella 2 riporta il numero di concorrenti che hanno commesso 0, 1 o 2 errori nel primo gioco, suddivisi per genere.

Tabella 4.1 Genere e performance (Game 1)

Numero di errori	Donne	Uomini	Totale
0	177	168	345
1	197	184	381
2 (Challenger)	**58**	**63**	**121**

Adattamento da Galeotti et al. (2024), *"I Challenge You!" Competition and Gender in a TV game show.*

Osservando la distribuzione, si nota che donne e uomini si dividono in modo molto simile tra le tre categorie di errori. La media degli errori commessi è pari a 0,72 per le donne e 0,75 per gli uomini. Per capire se questa piccola differenza fosse significativa, gli autori hanno fatto un t-test[45]**.** Il risultato **(**t = 0,47, df = 845, p = 0,64) mostra che non ci sono differenze statisticamente rilevanti. In altre parole, nel primo gioco uomini e donne hanno prestazioni sostanzialmente uguali (Galeotti et al., 2024).

4.2.2 Effetto delle caratteristiche individuali e della posizione nel cerchio (modello logit condizionato)

Gli autori chiariscono che guardare solamente alle medie generali di uomini e donne non basta, in quanto i risultati possono cambiare da episodio a episodio. Per questo l'analisi utilizza il *modello statistico logit condizionato*, che serve a confrontare i concorrenti all'interno della stessa puntata.

[45] Il t-test è un test statistico utilizzato per confrontare le medie di due gruppi e verificare se la differenza osservata tra esse è dovuta al caso o riflette una reale differenza nella popolazione. Il calcolo tiene conto della variabilità interna ai gruppi e della dimensione del campione. Un risultato è considerato statisticamente significativo se il valore di p (probabilità) è inferiore a una soglia convenzionale, di solito 0,05: in tal caso, la differenza osservata è improbabile sia dovuta soltanto a fluttuazioni casuali.

L'analisi serve a calcolare la probabilità che ciascun concorrente commetta uno o due errori nel primo gioco, probabilità cruciale in quanto chi commette due errori diventa automaticamente lo sfidante. Per stimare la probabilità il modello tiene conto di alcune caratteristiche individuali immediatamente osservabili, come il genere, il livello di istruzione e la posizione nel cerchio. (Galeotti et al. 2024).

Il modello ha la seguente forma:

$$p\left(Y_{ij} = 1\right) = \frac{exp(\beta' X_{ij})}{\sum_i exp(\beta' X_{ij})} \qquad \text{for i = 1, …, n}$$

Se il valore dell'*odds ratio (rapporto di probabilità)*[46] è maggiore di 1, significa che quella caratteristica aumenta la probabilità di commettere errori, se è minore di 1, la riduce.

Risultati del modello

I risultati del modello logit condizionato, espressi nella tabella 4.2 sotto forma di odds ratio, confermano l'assenza di un effetto del genere sulla probabilità di commettere errori nel primo gioco.

Genere

Il coefficiente relativo alle donne, evidenziato in giallo, è vicino a 1 e non significativo, sia per la probabilità di commettere un errore (colonna 1) sia per quella di commetterne due e diventare uno sfidante (colonna 2) (Galeotti et al. 2024).

[46] L'odds ratio (rapporto di probabilità) è una misura statistica che indica quanto una determinata caratteristica aumenta o riduce la probabilità che un evento si verifichi, rispetto a un gruppo di riferimento. Un valore pari a 1 significa che la caratteristica non ha effetto; un valore superiore a 1 indica un aumento della probabilità; un valore inferiore a 1 indica una diminuzione. Ad esempio, un odds ratio di 3 significa che la probabilità dell'evento è tre volte maggiore rispetto al gruppo di riferimento.

Livello di istruzione

Il livello di istruzione mostra un'influenza più marcata. Rispetto alla laurea, categoria di riferimento, (quindi omessa nel modello, in quanto i risultati devono essere letti in confronto ad essa), l'assenza di informazioni sull'istruzione, evidenziata in verde, aumenta significativamente la probabilità di commettere due errori.

Un titolo inferiore al diploma, evidenziato in blu, incrementa in modo significativo la probabilità di commettere un errore, rispetto all'avere un titolo universitario, mentre il diploma di scuola superiore, evidenziato in arancione non incide sulla probabilità di un singolo errore ma raddoppia circa quella di commetterne due e diventare uno sfidante (Galeotti et al., 2024).

Posizione nel cerchio

La posizione nel cerchio risulta anch'essa un fattore rilevante. Rispetto al campione, che sappiamo occupare l'ultima posizione, i concorrenti che si trovano nelle prime posizioni, evidenziati in viola, presentano una probabilità significativamente maggiore di commettere due errori e quindi assumere il ruolo di sfidante.

Per la probabilità di commettere un solo errore l'effetto è meno pronunciato e spesso non significativo. L'unica eccezione tra le prime posizioni è il Giocatore 6, che non mostra differenze statisticamente rilevanti rispetto al Campione. Questi risultati suggeriscono che, oltre alle capacità individuali, la posizione occupata nel cerchio incida sensibilmente sulla performance osservata (Galeotti et al., 2024)

Tabella 4.2 Genere e performance

Stime logit condizionate (odds ratio)		
	(1) Probabilità di commettere 1 errore	(2) Probabilità di commettere 2 errori
Donna	1.009 (0.161)	0.929 (0.174)
Livello di educazione		
Nessuna informazione	1.019 (0.202)	2.083*** (0.566)
Titolo di studio inferiore al diploma di scuola superiore	5.570 ** (4.614)	0.658 (0.702)
Diploma di scuola superiore	1.060 (0.244)	2.187*** (0.657)
Posizione del giocatore		
P1	1.396 (0.398)	3.852*** (1.674)
P2	1.940** (0.574)	4.413*** (1.873)
P3	1.275 (0.360)	2.718** (1.219)
P4	1.489 (0.425)	2.877** (1.292)
P5	1.634* (0.456)	2.298* (1.059)
P6	1.604* (0.443)	1.605 (0.795)
Osservazioni	702	847
Pseudo R^2	0,021	0,068
Le deviazioni standard sono tra parentesi **** p<.01, **p<.05, *p<.1*		

Adattamento da Galeotti et al. (2024), *"I Challenge You!" Competition and Gender in a TV game show.*

Note

La voce *Osservazioni* indica il numero di casi inclusi nell'analisi, quindi vuole significare che nel modello relativo alla probabilità di commettere un errore sono state utilizzate 702 osservazioni, mentre nel caso di commettere due errori e diventare

Challenger le osservazioni sono 847. La differenza in questo caso è dovuta alla disponibilità dei dati e alla struttura del campione (Galeotti et al., 2024). La voce *Pseudo R^2* rappresenta invece una misura della capacità esplicativa del modello nei casi in cui l'R^2 tradizionale[47] non è applicabile, come nei modelli logit. I valori variano tra 0 e 1: più il valore è alto, maggiore è la quota di variabilità spiegata dal modello. Nel presente caso (0,021 e 0,068) i valori sono bassi, il che è comune nelle analisi di dati comportamentali e indica che gran parte della variabilità delle prestazioni è determinata da fattori non osservati (Galeotti et al., 2024).

4.2.3 Distribuzione di genere nelle posizioni

Come mostrato dalla Tabella 4.2, oltre all'abilità individuale dei concorrenti, la performance nel primo gioco dipende anche dalla loro posizione nel cerchio, che viene stabilita dai produttori del programma. Stare tra i primi posti risulta uno svantaggio, in quanto, come precedentemente menzionato, le domande partono sempre dal primo giocatore e si procede in senso orario. Se si osservano i dati, uomini e donne sono distribuiti abbastanza similmente nelle posizioni 2-7. Ma nelle prime posizioni ci sono significativamente più donne che uomini. Se si effettua un controllo statistico si può infatti dimostrare che la differenza non è dovuta al caso, la probabilità che uomini e donne siano distribuiti allo stesso modo è solo dell'1,8 (Galeotti et al., 2024).

Tabella 4.3 Genere e posizione nel cerchio (frequenze)

Posizione dei giocatori	**Uomini**	**Donne**	**Test bilaterale binomiale, valori-p**
1	38.84%	61.16%	0,018
2	55.37%	44.63%	0,275
3	46.28%	53.72%	0,467
4	52.07%	47.93%	0,716
5	44.63%	55.37%	0,275

[47] L'R^2 (coefficiente di determinazione) è una misura statistica che indica quanto bene un modello riesce a spiegare la variabilità dei dati: varia tra 0 (nessuna capacità esplicativa) e 1 (spiegazione perfetta). Nei modelli logit, l'R^2 tradizionale non è applicabile, perciò si utilizza lo pseudo R^2, che fornisce un'indicazione analoga ma non direttamente confrontabile con l'R^2 classico. Valori bassi di pseudo R^2 sono comuni nelle analisi di dati sociali e comportamentali e non implicano necessariamente scarsa validità del modello.

Posizione dei giocatori	Uomini	Donne	Test bilaterale binomiale, valori-p
6	50.41%	49.59%	0,275
7	49.00%	51.00%	1.000

Adattamento da Galeotti et al. (2024), *"I Challenge You!" Competition and Gender in a TV game show.*

4.2.4 Probabilità di occupare la prima posizione (modello logit condizionato)

La tabella 4.4 mostra quali fattori influenzano le posizioni dei giocatori nel cerchio, in particolare gli autori ricercano se essere donna aumenta o diminuisce la probabilità di essere in posizioni più alte o più basse.

La seconda colonna si concentra invece sulla probabilità di ottenere la prima posizione, mettendo a confronto i partecipanti all'interno della stessa puntata.

Come si evince dalla tabella, ed evidenziato in giallo, il coefficiente relativo alla variabile donna è significativamente inferiore a 1, il dato indica quindi che le donne hanno meno probabilità di essere collocate nelle ultime posizioni del cerchio dai produttori del programma. Al contrario, nella seconda colonna, ed evidenziato in blu, il coefficiente associato alla variabile è significativamente superiore a 1, segnalando una maggiore probabilità per le donne di essere assegnate alla prima posizione (Galeotti et al., 2024).

Gli autori evidenziano tuttavia come, nonostante si trovino in una posizione di partenza svantaggiata, le donne non ottengano risultati peggiori degli uomini. Hanno infatti la stessa probabilità di commettere errori e di diventare challenger, il che significa che lo svantaggio iniziale imposto dalla posizione non si traduce in una performance inferiore.

Tabella 4.4 Determinanti della posizione nel cerchio

	(1) Posizione 1-6	(2) Posizione 1
Donna	0.798* (0.105)	1.496** (0.283)
Livello di educazione		
Nessuna informazione	0.727** (0.115)	0.996 (0.230)
Titolo di studio inferiore al diploma di scuola superiore	0.823 (0.357)	0.805 (0.628)
Diploma di scuola superiore	0.919 (0.170)	0.867 (0.243)
Osservazioni	726	726
Pseudo R^2	0,003	0,012
Le deviazioni standard sono tra parentesi **** p<.01, **p<.05, *p<.1*		

Adattamento da Galeotti et al. (2024), *"I Challenge You!" Competition and Gender in a TV game show.*

4.3 Analisi delle selezione dell'avversario

Dopo aver accertato che uomini e donne ottengono prestazioni equivalenti nel primo gioco, non è possibile che lo sfidante scelga il concorrente da sfidare in base al genere per motivi legati alla performance. Per verificare l'esistenza di eventuali preferenze gli autori conducono il test binomiale bilaterale[48], per capire se le donne vengano sfidate più o meno quanto ci si aspetterebbe con una distribuzione equilibrata.

4.3.1 Distribuzione di genere tra i giocatori sfidati

I risultati non mostrano alcuna differenza significativa, le donne sono state come avversarie nel 52% dei casi (63 volte su 121 puntate), e il valore-p (*0,71*) indica che questa differenza è dovuta al caso.

In particolare la variabile donna non è significativa, il suo valore è vicino ad uno in tutte e tre le analisi (evidenziato in giallo) il che conferma che il genere non influisce sulla probabilità di essere sfidati (Galeotti et al., 2024).

4.3.2 Effetto delle caratteristiche individuali sulla probabilità di essere sfidati

Un'analisi più approfondita, condotta tramite il modello logit condizionato (tenendo quindi conto di altre variabili come: posizione nel cerchio, performance e livello di istruzione), conferma il risultato precedente, il genere non ha effetto significativo (Si veda Tabella 4.5).

Ruolo della performance e del livello di istruzione

Dalla regressione emerge che i concorrenti con una performance non perfetta, ovvero coloro che hanno commesso un solo errore e con un livello di istruzione più basso, hanno più probabilità di essere scelti come avversari rispetto agli altri.

I coefficienti relativi al livello di istruzione, evidenziati in verde, sono infatti tutti superiori a 1 e quindi statisticamente significativi. Questo risultato suggerisce che i

[48] Il test binomiale bilaterale è un test statistico che serve a verificare se una proporzione osservata si discosta in modo significativo da una proporzione attesa, considerando sia valori maggiori che minori rispetto all'atteso.

concorrenti privi di laurea hanno una probabilità più alta di essere sfidati, mentre i laureati risultano relativamente meno scelti (Galeotti et al., 2024).

Tabella 4.5 Probabilità di essere sfidato

Stime logit condizionate (odds ratios)			
	Probabilità di essere sfidato		
	(1)	(2)	(3)
Donna	1.032 (0.193)	1.011 (0.192)	1.098 (0.213)
Performance (N mistakes, 0-1)		1.476* (0.318)	1.437* (0.316)
Posizione del giocatore sfidato			
P2		0.732 (0.250)	0.707 (0.243)
P3		0.857 (0.273)	0.834 (0.269)
P4		1.018 (0.310)	0.949 (0.294)
P5		0.685 (0.226)	0.665 (0.222)
P6		0.855 (0.265)	0.867 (0.272)
Livello di istruzione			
Nessuna informazione			1.695** (0.438)
Titolo di studio inferiore al diploma di scuola superiore			2.986* (1.826)
Diploma di scuola superiore			2.032** (0.589)
Osservazioni	612	612	612
Pseudo R^2	0.000	0.014	0.034

Le deviazioni standard sono tra parentesi

**** p<.01, ** p<.05, * p<.1*

Adattamento da Galeotti et al. (2024), *"I Challenge You!" Competition and Gender in a TV game show.*

4.3.3 Differenze di genere nei comportamenti di selezione la "battaglia dei sessi"

Finora abbiamo visto che, in generale, non c'è una discriminazione di genere nella probabilità di essere sfidati. Questo risultato tuttavia potrebbe nascondere differenze nei comportamenti degli uomini e delle donne quando sono loro a scegliere l'avversario. Per capirlo, sono state fatte due analisi separate, una che considera solo i *challenger uomini* e una che prende in considerazione solo le *challenger donne.*

I risultati sono interessanti: emerge una sorta di discriminazione reciproca nei confronti del genere opposto. Gli uomini tendono quindi a sfidare più spesso le donne, e le donne tendono a sfidare più spesso gli uomini (Galeotti et al., 2024).

Nella Tabella 4.6 ho evidenziato in giallo due celle relative alla variabile *Donna* nelle colonne (1) e (2). Questi valori sono particolarmente rilevanti alla luce dello studio di Galeotti et al., (2024) in quanto mostrano la tendenza opposta degli sfidanti nella scelta dell'avversario:

1. In colonna (1) *uomo challenger,* il valore 2.173 indica che l'uomo ha più del doppio delle probabilità di scegliere come avversaria una donna piuttosto che un uomo;
2. In colonna (2) *donna challenger,* il valore 0.570 indica che una donna ha meno probabilità dis cogliere un'altra donna, preferendo quindi sfidare un uomo.

Questi due valori, letti insieme, evidenziano il comportamento che gli autori denominano *Battle of sexes,* in cui ciascun genere tende a selezionare più spesso un avversario del genere opposto (Galeotti et al., 2024).

Tabella 4.6 Genere e discriminazione

Stime logit condizionate (odds ratios)		
	Probabilità di essere sfidati	
	(1) Sfidante uomo	(2) Sfidante donna
Donna	2.173** (0.683)	0.570* (0.172)
Performance (N Errori, 0-1)	1.496 (0.473)	1.352 (0.438)
Posizione del giocatore sfidato		
P2	0.696 (0.337)	0.792 (0.415)
P3	0.886 (0.379)	0.761 (0.376)
P4	0.607 (0.306)	1.415 (0.635)
P5	0.682 (0.304)	0.687 (0.361)
P6	1.102 (0.473)	0.765 (0.383)
Livello di istruzione		
Nessuna informazione	1.955* (0.703)	1.372 (0.523)
Titolo di studio inferiore al diploma di scuola superiore	11.460*** (10.010)	0.784 (0.908)
Diploma di scuola superiore	1.824 (0.787)	1.971* (0.802)
Osservazioni	322	290
Pseudo R^2	0.087	0.067
Le deviazioni standard sono tra parentesi *** *p<.01*, ** *p<.05*, * *p<.1*		

Adattamento da Galeotti et al. (2024), *"I Challenge You!" Competition and Gender in a TV game show.*

4.4 Discussione e conclusioni dello studio

Discussione

Come osservato in precedenza la discriminazione di genere è un problema diffuso che influisce in molti aspetti della vita quotidiana. Nello studio di Galeotti et al., (2024) qui presentato si è voluto capire se e in che modo essa emerga in un contesto particolare come un game show televisivo, che, come abbiamo visto, può essere considerato un vero e proprio esperimento naturale.

L'oggetto centrale di analisi della dinamica di gioco è rappresentata dalla scelta dell'avversario, gli autori sottolineando infatti come essa rappresenti un aspetto cruciale in qualsiasi situazione competitiva, dai dibattiti politici, alle gare sportive ecc… sorprendentemente, in economia, questo aspetto è stato poco studiato, nonostante la sua cruciale importanza (Galeotti et al., 2024)

I risultati riscontrano una **battaglia dei sessi**, uomini e donne infatti tendono a discriminarsi a vicenda nella scelta del rivale. Questa dinamica, secondo gli autori non può essere spiegata dalla discriminazione statistica accurata (cioè quindi, come si è già detto, dall'idea che un genere abbia effettivamente performance inferiori rispetto all'altro), perché il favoritismo verso il proprio genere rimane significativo anche quando si controlla per livello di istruzione e risultati ottenuti.

Gli autori sottolineano tuttavia che non si può affermare con certezza che si tratti solo di un'avversione irrazionale verso l'altro genere, ma potrebbe infatti trattarsi anche di una discriminazione statistica *inaccurata*, derivante da convinzioni errate e stereotipi sulla performance maschile o femminile.

Un aspetto interessante è che questo comportamento emerge nonostante la visibilità pubblica del programma. Uno potrebbe aspettarsi che, sotto gli occhi del pubblico televisivo, i concorrenti siano più attenti a evitare atteggiamenti discriminatori. Invece, proprio la rapidità con cui devono decidere sembra favorire il riemergere di bias

impliciti e automatismi inconsci, come già discusso da Greenwald e Banaji (1995) nella loro teoria della *implicit cognition*[49].

Un ulteriore nodo cruciale è in riferimento al contesto culturale italiano, il paese presenta ancora ritardi significativi negli indicatori di parità di genere. Non sorprende quindi che gli uomini discriminino le donne. Più inatteso è invece l'atteggiamento discriminatorio delle donne verso gli uomini, secondo gli autori questo potrebbe essere interpretato come una reazione a una cultura fortemente orientata al maschile (Galeotti et al., 2024).

Limiti della ricerca

Gli autori richiamano anche alcuni limiti della ricerca. In primo luogo, la selezione dei partecipanti avviene attraverso più passaggi, l'auto-selezione dei candidati al provino e la successiva scelta operata dai produttori del programma, potenzialmente influenzata da fattori soggettivi (come attrattiva fisica o originalità del profilo).

Inoltre, l'ordine di gioco dei concorrenti viene deciso dalla produzione e potrebbe introdurre ulteriori distorsioni, dato che partire per primi costituisce uno svantaggio, e le donne risultano più spesso collocate in questa posizione.

Nonostante questi limiti, il contesto televisivo presenta vantaggi unici, per esempio, decisioni prese in tempi brevissimi, la possibilità di misurare la performance individuale e il livello di istruzione, e soprattutto la presenza di alti incentivi economici che rendono le scelte particolarmente rilevanti (Galeotti et al., 2024).

---

[49]«Il comportamento sociale viene solitamente considerato come regolato da un controllo consapevole (anche se non sempre ponderato). Tuttavia, numerose evidenze supportano oggi l'idea che il comportamento sociale operi spesso in modo implicito o inconscio. La caratteristica distintiva della cognizione implicita è che le esperienze passate influenzano il giudizio in una maniera non accessibile all'introspezione dell'attore. La conclusione qui proposta — che atteggiamenti, autostima e stereotipi abbiano importanti modalità di funzionamento implicite — amplia sia la validità costruttiva sia l'utilità predittiva di questi concetti teorici fondamentali della psicologia sociale. Dal punto di vista metodologico, questa rassegna sottolinea la necessità di un maggiore uso di misure indirette, che risultano imprescindibili negli studi sulla cognizione implicita. L'ipotesi secondo cui la stereotipizzazione implicita sia ordinaria è coerente con i recenti risultati che mostrano come persone che rifiutano esplicitamente i pregiudizi possano comunque discriminare. Il riscontro che gli effetti cognitivi impliciti si riducono quando l'attenzione del giudice è concentrata sul compito di giudizio fornisce una base per valutare applicazioni (come le azioni positive) mirate a ridurre tale discriminazione involontaria.» (Greenwald e Banaji, 1995, pg. 4)

Conclusioni

In conclusione, lo studio mostra come la discriminazione di genere non sia un fenomeno monolitico né univoco, essa può assumere forme diverse e derivare sia da pregiudizi consapevoli sia da credenze errate o inconsce. Gli autori sottolineano che distinguere tra queste forme è essenziale anche per le politiche pubbliche e ricordano il potere della televisione nell'influenzare percezioni e comportamenti. Per questo, promuovere l'uguaglianza di genere anche in un contesto mediatico può avere effetti positivi più ampi, contribuendo a ridurre disparità e stereotipi radicati nella società (Galeotti et al., 2024).

CAPITOLO 5 - IL DISEGNO SPERIMENTALE: UN ESPERIMENTO CONTROLLATO ONLINE

5.1 Necessità dell'esperimento online

5.1.1 Collegamento con l'analisi sul game show e motivazioni per introdurre un esperimento complementare

Nel contesto del game show ci troviamo di fronte ad un esperimento naturale, il quale permette di osservare le scelte reali dei concorrenti; tuttavia, esso non consente di comprendere cosa i concorrenti pensino realmente, ovvero, quali siano le loro credenze sulle capacità degli avversari. Dall'analisi emerge infatti che la natura della discriminazione non sia di tipo statistico: lo schema nella scelta dell'avversario rimane anche dopo aver controllato per la performance o per il livello di istruzione. Questo significa che il comportamento osservato potrebbero derivare da un favoritismo verso il proprio genere, oppure dal fatto che i concorrenti possiedono credenze errate sulle capacità dell'altro genere, o ancora, una combinazione di entrambi i fattori.

Per interpretare questi meccanismi, gli autori richiamano il quadro teorico che distingue tra discriminazione basata sul gusto (taste-based discrimination) e discriminazione statistica (statistical discrimination). Dai risultati emerge poca evidenza a favore di una discriminazione statistica accurata, ovvero fondata su dati corretti. Tuttavia, come suggerisce anche la letteratura recente (Bordalo et al., 2016; 2019; Bohren et al., 2023), è possibile che i comportamenti riflettano una discriminazione statistica inaccurata, generata da credenze distorte o informazioni parziali sulle capacità dell'altro genere. In alternativa, le scelte potrebbero derivare da un pregiudizio verso il proprio gruppo (in-group bias), cioè da una preferenza spontanea per chi appartiene al proprio genere (per una trattazione più approfondita di queste distinzioni teoriche è possibile consultare il Capitolo 2 del presente lavoro). Dato che, come già detto, il game show nello specifico non consente direttamente di osservare le credenze dei concorrenti, gli autori hanno

progettato un esperimento online, una sorta di survey[50] basata su scenari, che permette di raccogliere le credenze sulle abilità dei concorrenti. In questo modo è possibile verificare se si possa escludere l'ipotesi di una discriminazione statistica inaccurata. L'obiettivo è capire quale sia il segnale più forte di abilità attesa: la performance passata nel Game 1 oppure il genere del concorrente (Galeotti et al., 2025).

[50] L'esperimento qui descritto è un survey experiment, ovvero, i soggetti non rispondono solo a domande di opinione, ma vengono messi davanti a scenari (coppie di concorrenti con foto e performance) e devono scegliere chi ha fatto meglio.

5.2 Disegno sperimentale

5.2.1 Il disegno dell'esperimento online

L'esperimento online è stato concepito come un'estensione del game show l'Eredità, con l'obiettivo di raccogliere informazioni dirette sulle credenze dei partecipanti riguardo le abilità dei concorrenti. Gli autori (Galeotti et al., 2025) specificano che si tratta di un vignette study, ovvero, di uno studio basato su scenari ipotetici, attraverso il quale è possibile indagare se le scelte siano guidate dalla performance passata dei concorrenti o dal loro genere.

Il disegno sperimentale si articola in tre fasi principali:

1. In primo luogo, ai partecipanti viene presentata la descrizione del primo gioco (dominio musicale), accompagnato da un esempio visivo sotto forma di screenshot tratto dal programma televisivo.
2. In secondo luogo, vengono illustrate le regole della sfida a due, supportate dalla visione di un breve video esempio. Questo materiale viene proposto in due versioni differenti, con protagonisti alternativamente due concorrenti uomini oppure due concorrenti donne.
3. In terzo luogo, si mostrano coppie di concorrenti, estratte dalle 121 puntate del game show, con i dati reali relativi alla performance ottenuta primo gioco (numero di errori e numero di domande ricevute). A questo punto, il compito dei partecipanti è predire quale dei due concorrenti abbia ottenuto la performance migliore nella sfida.

Per evitare che i partecipanti all'esperimento siano influenzati da caratteristiche non rilevanti e per ridurre eventuali effetti legati alle aspettative dell'esperimento (experimenter demand effects), sono stati utilizzate fotografie originali del programma, invece che immagini sterilizzate o avatar con etichette di genere o età (Galeotti et al., 2025).

5.2.2 Trattamenti

Il disegno sperimentale si fonda sulla presentazione ai partecipanti di coppie di concorrenti estratte dalle puntate del game show. Le coppie cambiano secondo due

aspetti principali, il genere e la performance nel primo gioco. Per quanto riguarda il genere, le coppie possono essere composte da due uomini, due donne oppure da un uomo e una donna. Sul piano della performance, invece, i giocatori possono aver ottenuto risultati uguali oppure diversi in Game 1 (indicati in base al numero di errori e di domande ricevute).

Questa combinazione, secondo gli autori, permette di osservare due situazioni diverse:

1. Quando la performance è uguale, si può capire se i partecipanti tendono a preferire un genere rispetto all'altro (questo viene chiamato extensive margin bias o bias al margine estensivo);
2. Quando la performance è diversa, si valuta se i partecipanti scelgono un giocatore peggiore, solo perché appartenente al genere che preferiscono (questo viene chiamato intensive margin bias o bias al margine intensivo).

Le conseguenze di questi bias è una minore possibilità di ricevere il bonus economico, in quanto non sta scegliendo chi ha davvero avuto la performance migliore.

Per evitare scelte automatiche, ad esempio la selezione perenne del giocatore sulla sinistra dello schermo, l'ordine di presentazione è stato reso totalmente casuale: sia la posizione del concorrente migliore, sia quella di maschi o delle femmine. In totale gli autori hanno creato 48 scenari differenti, i quali combinano tutte le possibilità di genere e performance. Ogni partecipante all'esperimento ne vede 16, in modo che si possano coprire tutte le categorie. Sono stati esclusi solo alcuni casi particolari che avrebbero potuto confondere il giudizio, ad esempio quando due concorrenti avevano lo stesso numero di errori ma non lo stesso numero di turni di gioco. Inoltre, i concorrenti con due errori, che nel programma sono gli sfidanti e quindi non possono mai essere selezionati come avversari, non sono stati inseriti tra le coppie.

Nella tabella 5.1 sono raffigurati i trattamenti che gli autori hanno utilizzato nell'esperimento, ottenuti combinando la composizione di genere della coppia di concorrenti e la performance nel primo gioco. Da queste combinazioni hanno ottenuto gli scenari presentati in tabella.

Tabella 5.1 Scenari sperimentali (trattamenti)

Scenario	Composizione di genere	Performance relativa	Descrizione	Numero total e di decisioni individuali registrate	N. Osserva zioni
1	Stesso genere	Stessa	Controllo	672	1344
2	Stesso genere	Differente	Varia solo la performance	672	1344
3	Genere misto	Stessa	Varia solo il genere	672	1344
4	Genere misto	Differente	Variano sia genere che performance	672	1344

Fonte: Adattamento da Galeotti, F., Maggian, V., Pasciuta, I. (2025), "I Challenge You! Competition and Gender in a TV game show", woriking paper, pg. 27

Note

Con "controllo" si intende la condizione di controllo. Ovvero, non ci sono differenze né di genere né di risultati e serve per osservare se i partecipanti mostrano comunque una preferenza.

Con il termine "varia solo la performance" si vuole verificare se i partecipanti scelgono effettivamente chi ha giocato meglio. Con la descrizione "varia solo il genere" gli autori vogliono capire se, a parità di risultati, i partecipanti tendono a preferire uomini o donne. Con la descrizione "variano sia genere che performance" si può misurare fino a che punto il genere influisce sulla scelta anche quando un concorrente ha giocato peggio.

5.2.3 Procedura e compito sperimentale

Prima dell'avvio dell'esperimento, ciascun partecipante ha compilato un questionario demografico con le proprie generalità.

Successivamente, vengono illustrate le regole del primo gioco, Dominio Musicale, accompagnate con un esempio visivo (figura 5.1) e, a seguire quelle della sfida attraverso un "video-esempio" presentato in due versioni (due uomini / due donne) (Figure 5.2 e 5.3).

Per ridurre l'influenza di caratteristiche non rilevanti e possibili experimenter demand effects, come già discusso. i concorrenti sono stati mostrati tramite screenshot originali del programma, invece che con avatar o etichette esplicite.

Figura 5.1 Spiegazione del *dominio musicale* de l'Eredità (Stagione 2016/2017)

Ora ti descriveremo la prima parte del quiz televisivo l'Eredità, relativo alla stagione 2016/2017.

Leggi attentamente questa descrizione, poiché le domande che ti faremo, e che determineranno i tuoi guadagni aggiuntivi, riguarderanno questa parte del quiz.

In ogni puntata, il quiz coinvolge sette giocatori, disposti in cerchio, e si articola in sette fasi (o giochi). Nel primo gioco, a partire dal giocatore in prima posizione nel cerchio e procedendo in senso orario, ogni giocatore risponde a turno a una domanda. Nello specifico, dopo aver visualizzato un elenco di cinque parole e il titolo di una canzone, il giocatore deve indovinare quale tra le cinque parole viene pronunciata nella canzone, senza poterla ascoltare (vedi immagine sotto per un esempio).

Fonte: Adattamento dall'interfaccia utilizzata nel sito web dell'esperimento inserire sito web (https://eredita.gate.cnrs.fr/ consultato il 18/08/2025)

Figura 5.2 spiegazione della sfida *La scalata doppia* de l'Eredità (Stagione 2016/2017)

Dopo questo primo gioco, alcuni giocatori partecipano a una sfida a due.

Nella sfida a due, ciascun avversario ha a disposizione 60 secondi. A turno, i due giocatori ricevono una domanda di cultura generale. Nello specifico, il presentatore fornisce una definizione di una parola e il giocatore deve indovinare la parola corrispondente alla definizione.

Inizialmente viene mostrata solo la prima lettera, e ogni due secondi viene rivelata una lettera casuale all'interno della parola, fino a quando resta nascosta solo una lettera o il giocatore fornisce la risposta corretta. Il giocatore può fare tutti i tentativi che desidera.

Quando indovina la parola, il suo tempo viene messo in pausa ed il turno passa all'altro giocatore, che dovrà indovinare una nuova parola.

Il primo giocatore che esaurisce i 60 secondi perde la sfida e viene eliminato dal gioco.

Fonte: Adattamento dall'interfaccia utilizzata nel sito web dell'esperimento (https://eredita.gate.cnrs.fr/ consultato il 18/08/2025)

Figura 5.3 video esempio della sfida *la scalata doppia* de l'Eredità (stagione 2016/2017)

A titolo illustrativo, il video sottostante mostra l'inizio della sfida a due di una puntata. Per fare partire il video clicca sul pulsante avvio (▶).

Fonte: Adattamento dall'interfaccia utilizzata nel sito web dell'esperimento (https://eredita.gate.cnrs.fr/ consultato il 18/08/2025)

Dopo le istruzioni iniziali, ai partecipanti è stato chiesto se conoscessero il programma televisivo e con quale frequenza lo avessero guardato. Successivamente, sono state presentate diverse coppie di concorrenti, accompagnate dai risultati ottenuti nel primo gioco. (Figura 5.4).

Figura 5.4 Istruzioni sulle task da eseguire

Tra poco ti mostreremo delle coppie di giocatori che hanno partecipato al quiz televisivo l'Eredità. Per ciascun giocatore vedrai una foto accompagnata da un'indicazione degli errori commessi, se presenti, nel primo gioco, come mostrato nell'esempio qui sotto.

0 errori su 2 domande

1 errori su 2 domande

Fonte: Adattamento dall'interfaccia utilizzata nel sito web dell'esperimento (https://eredita.gate.cnrs.fr/ consultato il 18/08/2025)

Il compito dei soggetti consiste nel predire quale dei due concorrenti avrebbe avuto la performance migliore nella Challenge, ossia chi avrebbe fornito più risposte corrette nel

minor tempo. Non tutte le coppie mostrate avevano effettivamente disputato una sfida a due: al momento della decisione, i partecipanti non sapevano se i due giocatori si fossero realmente affrontati. Per questo motivo, era richiesto di trattare ogni decisione come se si trattasse di una vera sfida.

Il meccanismo incentivante prevede che, al termine dell'esperimento, una risposta venga estratta a sorte tra quelle relative a coppie effettivamente impegnate nella sfida, se risulta corretta, il partecipante riceve un bonus di £2.
Se venissero fatte delle decisioni influenzate dal genere, e non dai dati di performance, si abbasserebbe la probabilità di conseguire tale bonus. Le istruzioni complete rivolte ai partecipanti sono riportate in Appendice.

5.2.4 Campione previsto e incentivi economici

Il progetto sperimentale prevede un campione di 162 individui, equamente divisi tra uomini e donne, reclutati tramite Prolific.
Prolific offre sia un bacino ampio e diversificato di partecipanti, sia strumenti specifici per garantire la qualità e l'etica della raccolta dati, come sottolineato da Palan e Schitter (2017):

«[Prolific] provides data quality that is comparable or not significantly different than MTurk's, and [Prolific's] participants seem to be more naïve to common experimental research tasks, and offer a more diverse population in terms of geographic allocation, ethnicity, etc. […]» (Palan e Schitter, 2017, pg. 23).

Questo suggerisce che, per i ricercatori interessati a campioni eterogenei e meno esposti a precedenti studi sperimentali, Prolific rappresenti una soluzione particolarmente adatta. Un altro aspetto rilevante riguarda le politiche etiche della piattaforma. Come riportano gli stessi autori: «Prolific sets out very clear guidelines for the handling of submissions and defines a minimum fixed payment per unit of time required to complete an experiment that is also communicated to participants when they sign up to the platform.» (Palan e Schitter, 2017, pg. 24). In questo modo si garantisce che i soggetti siano tutelati

contro pratiche retributive scorrette e la trasparenza del pagamento rafforza la qualità dei dati raccolti.

Prolific inoltre prevede meccanismi che permettono ai partecipanti di ritirarsi senza penalizzazioni e offre strumenti ai ricercatori per incentivare risposte di qualità. Come osservano nuovamente gli autori: «participants on Prolific have a quick and risk-free option for withdrawing their consent at any time during the study.» (Palan e Schitter, 2017, pg. 24.)

L'esperimento è incentivato: ogni soggetto riceve un compenso fisso di 4 sterline come show-up fee più un bonus di 2 sterline se riesce a predire correttamente chi ha performato meglio in uno scenario selezionato casualmente, come spiegheremo successivamente.

5.3. Strategia empirica

5.3.1 Modello di riferimento

Per analizzare le scelte dei partecipanti è stato stimato un modello conditional logit (McFadden, 1974) che consente di valutare la probabilità che uno dei due giocatori venga ritenuto il migliore all'interno di ciascuna coppia. La variabile dipendente assume il valore di 1 quando il partecipante indica il giocatore come vincente, 0 altrimenti. I regressori considerati includono l'indice di performance nel primo gioco (numero di errori in rapporto alle domande, dove valori più alti corrispondono a performance peggiori), l'indicatore giocatore donna e la variabile in-group, che segnala se il concorrente appartiene allo stesso genere del partecipante. Gli autori introducono inoltre alcune interazioni tra performance, genere e in-group, per verificare se la sensibilità alla performance o il favoritismo di genere varino in base alle caratteristiche del soggetto (Galeotti et al., 2025).

5.3.2 Controlli preliminari

Per assicurarsi che la condizione di controllo (quando i giocatori hanno la stessa performance e lo stesso genere) fosse neutrale, gli autori verificano se i partecipanti tendono a preferire uno dei due in modo sistematico. Un test statistico (binomiale a due code[51]) ha mostrato che le scelte in questo caso non si discostano dal puro caso (p=0.33 evidenziato in giallo in Tabella riassuntiva 5.2). È stato poi verificato anche se la posizione del giocatore sullo schermo (a sinistra o a destra) influenzasse la decisione. Poiché le posizioni vengono assegnate in modo casuale il concorrente a sinistra risulta che sia stato scelto nel 49% delle decisioni (p=0,22, evidenziato in verde nella Tabella riassuntiva 5.2), un risultato coerente ad una distribuzione casuale.

[51] Il *test binomiale a due code* è un test statistico che serve a verificare se la frequenza osservata di un evento differisce in modo significativo da una frequenza teorica attesa. In questo studio, l'ipotesi nulla è che i partecipanti scelgano un giocatore in maniera puramente casuale, con probabilità del 50%. Il test controlla entrambe le direzioni dello scostamento (scelte maggiori o minori rispetto al 50%). Un valore di *p* elevato (ad esempio 0,22 o 0,33) indica che le differenze osservate (49% o 51%) rientrano nella normale variabilità casuale e non forniscono evidenza di preferenze sistematiche.

Complessivamente gli autori osservano che, su 2.688 decisioni analizzate, le donne sono state scelte come "probabilmente migliori" in 1.376 casi (51%). Anche questo dato non risulta diverso dal 50% in termini statistici (p=0,22, evidenziato in blu nella tabella riassuntiva 5.2), indicando che non vi è una preferenza sistematica né per uomini né per donne (Galeotti et al., 2025).

Tabella 5.2 Controlli preliminari

Test	**Descrizione**	**Risultato**	**p-value**	**Significato**
Trattamento di controllo	Coppie con stessa performance e stesso genere: verifica se i partecipanti preferiscono sistematicamente un giocatore	50,5% vs 49,5%	0,33	Nessuna deviazione dal caso
Effetto della scelta "inerziale"	Verifica se la posizione sullo schermo (sinistra vs destra) influenza la scelta, nei casi in cui i due giocatori differiscono per genere e/o performance	49% scelgono il giocatore a sinistra	0,22	Nessuna evidenza di bias di posizione
Preferenza per genere	Frequenza con cui le donne vengono scelte come "probabilmente migliori"	51% (1.376 su 2.688)	0,22	

Fonte: Adattamento da Galeotti et al., (2025), *"I Challenge You! Competition and Gender in a TV game show"*, working paper, pg. 29

5.4 Risultati

I risultati dei modelli logit condizionali, riportati nella Tabella 5.3 mostrano diversi elementi significativi.

I coefficienti relativi alla performance passata (evidenziati in giallo) mostrano un effetto molto chiaro, ovvero, i giocatori con performance peggiori hanno una probabilità sensibilmente più bassa di essere scelti come migliori nel confronto a due. I valori sono ben al di sotto di 1 e altamente significativi, il che significa che chi aveva commesso più errori nel primo gioco risultava molto meno probabile come scelta. Questo risultato conferma che i partecipanti hanno saputo interpretare correttamente i segnali di performance e li hanno utilizzati in maniera coerente nelle loro decisioni.

Passando al genere del giocatore, emerge un effetto limitato e solo marginalmente significativo, il coefficiente pari a 1,16* (colonna 1, evidenziato in verde) suggerisce che le donne avevano una probabilità leggermente maggiore di essere indicate come migliori. Tuttavia, questo effetto scompare nelle specificazioni successive, dove il valore si avvicina all'unità, in colonna 2, infatti non è più significativo.

Infine, un risultato interessante riguarda l'in-group bias. Nella colonna 3, il coefficiente pari a 0,50* (colonna 4 evidenziato in blu) indica che, quando la performance era identica, le partecipanti donne tendevano a scegliere un'altra donna come migliore. Tuttavia, l'effetto è ambiguo: il valore ridotto rispetto a 1 segnala che questa preferenza non è solida, ma piuttosto fragile. Si tratta quindi di un segnale di favoritismo di genere che emerge solo in assenza di differenze di performance oggettive.

Un ulteriore elemento importante emerge nella colonna 4, dove viene considerata l'interazione tra performance, genere della partecipante e appartenenza al gruppo. Qui il coefficiente è pari a 0,07* (colonna 4 evidenziato in rosa). Il valore, molto inferiore a 1 e statisticamente significativo, mostra che quando le partecipanti donne devono valutare un'altra donna con performance peggiore rispetto a un uomo, tendono a penalizzarla in maniera ancora più marcata. In altre parole, il debole favoritismo femminile osservato in

precedenza si inverte: se la giocatrice donna ha fatto peggio, le partecipanti donne sono meno propense degli uomini stessi a sceglierla come migliore (Galeotti et al., 2025).

Tabella 5.3 Credenze sulle abilità nella Challenge

Stime del modello logit condizionale (odds ratio)				
	Probabilità di essere ritenuto il miglior performer			
	(1)	(2)	(3)	(4)
	Gender = Perf ≠ & Gender ≠ Perf =	Gender = Perf ≠	Gender ≠ Perf =	Gender ≠ Perf ≠
Indice di performance precedente (Game 1)	0.18*** (0.02)	0.19*** (0.03)		0.07*** (0.04)
Giocatore donna	1.16* (0.09)		1.01 (0.11)	
In-group				0.50* (0.20)
Performance * Giocatore donna		0.93 (0.24)		
Giocatore donna * Partecipante donna			1.31* (0.20)	3.84 (3.16)
Performance * In-group				6.59* (7.32)
Partecipante donna * In-group				2.75* (1.56)
Performance * In-group * Partecipante donna				0.07* (0.10)
Osservazioni	2688	1344	1344	1344
Scelte	1344	672	672	672
Pseudo R2	0.13	0.25	0.01	0.25
Standard errors are in parentheses *** p<.01, ** p<.05, * p<.1				

Fonte: Adattamento da Galeotti, F., Maggian, V., Pasciuta, I. (2025), “I Challenge You! Competition and Gender in a TV game show”, woriking paper, pg. 29

5.5 Conclusioni

I risultati nel loro insieme mostrano che non è molto credibile l'ipotesi di una discriminazione statistica basata su credenze sbagliate. Nell'esperimento online i partecipanti hanno infatti dimostrato di saper usare correttamente le informazioni sulla performance. La dinamica che è stata analizzata nel game show, ovvero la battle of the sexes, sembra piuttosto legata a un favoritismo verso il proprio gruppo o a preferenze personali di genere.

In altre parole, nel game show sembrano entrare in gioco meccanismi sociale che portano uomini e donne ad evitare scontri diretti con chi appartiene al loro stesso genere mentre in un esperimento online conta principalmente la performance passata.

CONCLUSIONE

I risultati di Galeotti, Maggian e Pasciuta (2025) si allineano con studi recenti condotti da Atanasov et al., (2023) che a sua volta ha evidenziato un favoritismo nei confronti del proprio genere in un game show, anche se si trattava di una decisione differente. Altre evidenze di favoritismo, come riportano gli autori, sono riscontrabili in altri studi sui contesti reali (Goldin e Rouse, 2000[52]; Ewens e Townsend, 2020[53]). Gli autori riportano inoltre il contributo di Geraldes (2020)[54], che trova in modo analogo che, quando viene data la possibilità di scegliere tra uno schema non competitivo, le donne preferiscono competere contro altre donne.

L'analisi del game show si colloca in continuità con questa letteratura, mostrando che la discriminazione di genere non è un fenomeno confinato al mercato del lavoro o ad altri ambiti istituzionali, ma emerge anche in contesti di intrattenimento televisivo. I risultati indicano infatti che, se da un lato gli uomini tendono a penalizzare le donne, dall'altro le donne discriminano gli uomini, soprattutto quando hanno un livello di istruzione più elevato. A ciò si aggiunge un ulteriore elemento di rilievo: nel contesto televisivo analizzato, le concorrenti femminili risultano collocate con maggiore frequenza in posizioni iniziali svantaggiose, con un impatto diretto sulla loro probabilità di successo.

---

[52] Goldin, C. e Rouse, C. (2000), Orchestrating Impartiality: The Impact of "Blind" Auditions on Female Musicians, «American Economic Review», 90(4), pp. 715-741. Lo studio analizza l'introduzione delle audizioni cieche nelle orchestre sinfoniche statunitensi e dimostra che tale procedura ha aumentato significativamente le probabilità per le donne di superare le selezioni ed essere assunte, contribuendo in modo sostanziale all'incremento della loro presenza nelle orchestre.

[53] Ewens, M. e Townsend, R. R. (2020), Are Early Stage Investors Biased Against Women?, «Journal of Financial Economics», 135(3), pp. 653-677. Gli autori esaminano i dati di AngelList e mostrano che gli investitori maschi tendono a finanziare meno le fondatrici donne rispetto ai colleghi uomini, nonostante la qualità osservabile delle start-up sia simile; al contrario, le investitrici femmine mostrano maggiore propensione a sostenerle. Il lavoro evidenzia quindi l'esistenza di un bias di genere nei finanziamenti alle start-up, non giustificato da differenze reali di performance.

[54] Geraldes, D. (2020), Gender and competition: Evidence from a major education reform, «Journal of Economic Behavior & Organization», 180, pp. 246-272. L'autrice mostra che, quando ai partecipanti viene data la possibilità di scegliere se competere contro un uomo o contro una donna con abilità comparabili, emergono dinamiche di genere che influenzano le decisioni. I risultati suggeriscono la presenza di forme di favoritismo in-group piuttosto che valutazioni strettamente basate sulla performance.

La televisione è un mezzo che non si limita a intrattenere o riflettere gli squilibri esistenti, ma li rafforza. Numerosi recenti studi dimostrano come i contenuti televisivi e pubblicitari contribuiscano a cristallizzare ruoli di genere tradizionali. Panarese (2014), analizzando oltre 800 spot italiani, evidenzia che le donne continuano a essere rappresentate soprattutto in ruoli domestici o affettivi, mentre gli uomini sono associati a forza e autonomia. Allo stesso modo, Valtorta et al. (2023) mostrano come persino nella pubblicità rivolta ai bambini italiani gli stereotipi di genere siano persistenti e talvolta sessualizzati, trasmettendo precocemente modelli di comportamento considerati "normali" per maschi e femmine. In questo senso, a mio parere, non sorprende che la televisione agisca come un amplificatore di atteggiamenti già interiorizzati.

Come in ogni ricerca empirica, emergono tuttavia questioni metodologiche che meritano attenzione. Sul piano della validità esterna, si potrebbe dire che un game show rappresenti un contesto artificiale e poco generalizzabile. Tuttavia, le competenze richieste per avere successo in un programma televisivo, soprattutto quelle inerenti alla competizione e la conoscenza estesa, sono analoghe a quelle richieste dal mercato del lavoro, soprattutto nei settori più competitivi. Inoltre, il format televisivo presenta un aspetto peculiare che lo rende metodologicamente interessante: le decisioni vengono prese in tempi estremamente rapidi (circa dieci secondi). Se le teorie economiche tradizionali presuppongono che la discriminazione sia frutto di scelte consapevoli, la ristrettezza del tempo a disposizione suggerisce che possano emergere anche forme di discriminazione implicita o inconscia.

Riguardo alla validità interna, è opportuno sottolineare come la selezione dei concorrenti avvenga attraverso un duplice meccanismo: da un lato l'autoselezione degli aspiranti, dall'altro la scelta dei produttori tramite test e colloqui, con margini di soggettività (ad esempio, preferendo candidati con professioni insolite o con un aspetto fisico accattivante). Inoltre, la produzione stabilisce l'ordine dei partecipanti nel cerchio, con potenziali problemi di endogeneità: come mostrato dall'analisi, le donne risultano più spesso collocate nella posizione di prime rispondenti, notoriamente più svantaggiosa.

Nonostante tali limiti, il contesto televisivo presenta punti di forza unici per lo studio della discriminazione di genere: decisioni ad alto rischio, campioni eterogenei,

disponibilità di dati comparabili e possibilità di misurare sia la performance individuale sia il livello di istruzione.

In conclusione, i risultati emersi rafforzano l'idea che lo studio della discriminazione di genere non possa prescindere dal ruolo dei media. I programmi televisivi, infatti, non solo riflettono le disuguaglianze esistenti, ma contribuiscono a riprodurle e consolidarle, definendo simbolicamente i confini tra uomini e donne. Futuri studi potrebbero trarre beneficio da disegni sperimentali che integrino la dimensione mediale, replicando in laboratorio le caratteristiche dei format televisivi, per comprendere meglio se e in che misura il favoritismo verso il proprio genere e le forme di discriminazione osservate siano alimentate dal contesto culturale e dalle rappresentazioni mediatiche dominanti.

Appendice

Sviluppo del gioco nella stagione 2016/17 del game show

Stage 1: Il domino musicale

Questo gioco viene spiegato nella sezione 3.1.2 del testo principale

Stage 2: L'una o l'altra

Il conduttore pone a ciascun concorrente una domanda con due possibili risposte. A partire dal primo giocatore, seguendo la stessa proceduta in senso orario, i concorrenti devono indovinare la risposta corretta.

In caso la risposta sia corretta, al giocatore successivo viene posta una nuova domanda. Se la risposta è sbagliata o il giocatore non risponde entro 5 secondi, il conduttore fornisce la risposta corretta e al concorrente successivo viene fatta una nuova domanda.

Il primo concorrente che fornisce due risposte sbagliate è a rischio eliminazione, seguendo le stesse modalità di *sfida* descritta nel testo principale.

Stage 3: I fantastici quattro

Il conduttore mostra quattro opzioni di risposta. A ciascun concorrente viene posta una domanda e deve scegliere una delle quattro opzioni disponibili.

Se la risposta è corretta il turno passa al giocatore successivo con una nuova domanda. Se la risposta è sbagliata o il concorrente non risponde entro 5 secondi, la stessa domanda viene rivolta al giocatore successivo nel cerchio, che dovrà rispondere scegliendo tra le tre opzioni rimaste. Questo processo continua finché uno dei concorrenti risponde correttamente o tutti sbagliano.

Il primo concorrente che dà due risposte sbagliate è a rischio di eliminazione, secondo la stessa modalità di Sfida (Challenge) descritta nel testo principale.

Stage 4: Di cosa stiamo parlando?

Questo gioco è composto da due manche e prevede due possibili vincitori. Coloro che non sono vincitori sono a rischio elimininazione e affronteranno la sfida descritta nel testo principale.

In ciascuna manche l'obiettivo è quello di indovinare l'argomento che collega sette parole. All'inizio di ogni manche, il conduttore pone una domanda al primo concorrente.

Se il concorrente risponde in modo corretto la parola viene utilizzata come una delle sette parole che identificano l'argomento da indovinare. Inoltre, il concorrente che ha risposto correttamente ha la possibilità di indovinare l'argomento. Se lo indovina, passa direttamente alla fase 5 e la prima manche termina, dando inizio alla seconda.

Se il concorrente no indovina l'argomento, il turno passa al concorrente successivo, a cui viene posta una nuova domanda. La risposta corretta fornirà la seconda parola chiave utile per individuare l'argomento.

Se invece il concorrente non ha la possibilità di indovinare l'argomento la stessa domanda viene posta al concorrente successivo, e così via.

Stage 5: Il triello

In questo gioco, i tre concorrenti devono rispondere a sette domande, ciascuna relativa a una diversa categoria.

Ogni domanda ha un valore compreso tra €10.000 e €30.000, ma il valore viene rivelato solo una volta che il concorrente sceglie la categoria. Il giocatore con l'importo più basso inizia per primo, mentre quello con l'importo più alto sarà l'ultimo a scegliere.

Una volta scelta la categoria, il concorrente ha 10 secondi per rispondere a una domanda con quattro opzioni. Se risponde correttamente, aggiunge l'importo corrispondente al suo totale e sceglie una nuova categoria per rispondere a un'altra domanda.

Se invece sbaglia o non risponde in tempo, la stessa domanda viene posta al giocatore successivo, che sceglierà tra le tre opzioni rimanenti. Se risponde correttamente, aggiunge il valore al proprio totale e sceglie una nuova categoria, e così via.

Alla fine del gioco, ovvero quando tutte le sette categorie sono esaurite, i due concorrenti con il punteggio più alto passano alla fase successiva.

Stage 6: I calci di rigore

I due concorrenti rimasti rispondono a 5 domande a testa, a turni alterni, come nei calci di rigore nel calcio.

Ogni risposta corretta vale un punto. Vince questa fase chi totalizza più punti.

Stage 7: La ghigliottina

Il concorrente si trova di fronte a cinque coppie di parole, una coppia alla volta. Solo una parola di ogni coppia è quella giusta.

Il montepremi viene conservato per ogni risposta corretta, mentre viene dimezzato per ogni risposta sbagliata.

Dopo aver completato tutte e cinque le coppie, il concorrente ha 60 secondi per riflettere sulle cinque parole corrette e deve scrivere una parola che abbia un legame tematico con tutte e cinque.

Se la parola scritta coincide con quella sulla carta del conduttore, il concorrente vince l'intero montepremi residuo e torna alla puntata successiva come Campione.

Se invece la parola non coincide, non vince nulla, ma torna comunque come Campione nella puntata successiva.

Istruzioni dell'esperimento

BENVENUTO E INFORMAZIONI GENERALI

Ti diamo il benvenuto a questo studio. Grazie per la tua partecipazione e per il tempo che ci dedichi.
Prima di iniziare, vorremmo fornirti alcune informazioni su questo studio.

Lo studio: Lo studio consiste in due questionari e una parte in cui dovrai prendere delle decisioni.

Chi sta conducendo lo studio? Lo studio è condotto da Fabio Galeotti del CNRS e dell'Università di Lione (Francia), Valeria Maggian dell'Università Ca' Foscari di Venezia (Italia) e Ivana Pasciuta della Libera Università di Bolzano (Italia).

Quanto tempo richiede lo studio? Lo studio durerà circa 20 minuti.

Ci sono benefici per me nello studio? Per la tua partecipazione, riceverai un pagamento fisso di £4 dopo aver risposto a tutte le domande. Inoltre, avrai l'opportunità di guadagnare un importo aggiuntivo in base alle tue decisioni, secondo le regole che ti spiegheremo a breve. Riceverai i tuoi guadagni al termine dello studio tramite un pagamento effettuato da Prolific. Non riteniamo che ci siano rischi, inconvenienti o danni prevedibili associati alla partecipazione.

Posso ritirami dallo studio? La tua partecipazione a questo studio è volontaria. Puoi decidere di abbandonare lo studio in qualsiasi momento senza fornire una motivazione. Il ritiro dallo studio non influirà sul tuo rapporto con Prolific o con i ricercatori. Non verrà effettuato alcun pagamento ai partecipanti che si ritirano durante lo svolgimento dello studio. Una volta inviate le tue risposte, non sarà più possibile ritirarle.

Come verranno trattati i miei dati? Tutte le risposte che fornirai in questo studio sono strettamente confidenziali e anonime. Le tue risposte non saranno mai associate a informazioni personali, e in nessun momento durante lo studio ti verrà chiesto di rivelare informazioni personali identificabili. Tutte le risposte saranno utilizzate esclusivamente per scopi scientifici e per la pubblicazione di articoli di ricerca su riviste

scientifiche internazionali. I dati anonimi raccolti durante lo studio potrebbero essere trasferiti al di fuori dell'Unione Europea come parte della procedura di pubblicazione dei risultati su riviste internazionali. Dopo il completamento della ricerca, le risposte di tutti i partecipanti saranno archiviate in un repositorio pubblico. Nessuna informazione personale che possa identificarti sarà resa pubblica.

Cosa fare se ho bisogno di ulteriori informazioni sullo studio o sul mio coinvolgimento? Se hai domande specifiche riguardo lo studio, puoi contattare i ricercatori via email all'indirizzo XXXXXXXXXXXXXXX. In caso di dubbi relativi ai tuoi dati, contatta il responsabile dei dati presso il CNRS all'indirizzo XXXXXXXXXXXXXXX.

Cliccando su "Continua", dichiari di aver compreso tutte le informazioni sopra indicate, le condizioni di partecipazione e l'informativa sulla riservatezza dei dati. Accetti tutte queste informazioni e acconsenti a partecipare volontariamente a questo studio. Confermi inoltre di avere almeno 18 anni.

[Continua]

ISTRUZIONI GENERALI

Da questo momento in poi, ti chiediamo gentilmente di non comunicare con altre persone e di completare lo studio in autonomia.

All'inizio di questo studio ti chiederemo di compilare un breve questionario demografico. Successivamente, ti spiegheremo le regole della prima parte di un noto quiz televisivo italiano. Ti mostreremo poi diverse coppie di giocatori tratte da alcune puntate del quiz e, per ciascuna coppia, dovrai rispondere ad una domanda. Una delle tue risposte verrà utilizzata per determinare i tuoi guadagni: se sarà corretta, guadagnerai £2, oltre al compenso previsto per la partecipazione. Infine, ti chiederemo di completare un questionario finale relativo al quiz.

Se usi uno smartphone e hai problemi di visualizzazione durante lo studio, ti consigliamo di ruotare lo schermo in senso orizzontale.

[Continua]

QUESTIONARIO DEMOGRAFICO

Qual è la tua età?

Come descriveresti la tua provenienza culturale?

- Nord Italia
- Centro Italia
- Sud Italia
- Altro (specificare)

Con quale genere ti identifichi maggiormente?

- Femminile
- Maschile
- Non binario
- Altro (specificare)
- Non so

Qual è il più alto livello di istruzione che hai completato?

- Licenza elementare
- Licenza media
- Qualifica professionale triennale
- Diploma di maturità
- Altro titolo di studio superiore al Diploma
- Laurea triennale
- Laurea magistrale (master, laurea specialistica, dottorato di ricerca)

Quale delle seguenti categorie descrive meglio la tua occupazione?

- Student*
- Disoccupat*
- Mi occupo della casa
- Operai*, artigian*
- Impiegat*, addett* al commercio e servizi
- Forze armate

- Professione intellettuale o tecnica, dirigente, imprenditore/imprenditrice
- Pensionat*
- Altro (specificare)
- Preferisco non rispondere

[Continua]

Descrizione del quiz televisivo *l'Eredità*

Ora ti descriveremo la prima parte del quiz televisivo l'Eredità, relativo alla stagione 2016/2017.

***Leggi attentamente questa descrizione, poiché le domande che ti faremo, e che determineranno i tuoi guadagni aggiuntivi, riguarderanno questa parte del quiz. ***

In ogni puntata, il quiz coinvolge sette giocatori, disposti in cerchio, e si articola in sette fasi (o giochi).

Nel **primo gioco**, a partire dal giocatore in prima posizione nel cerchio e procedendo in senso orario, ogni giocatore risponde a turno a una domanda. Nello specifico, dopo aver visualizzato un elenco di cinque parole e il titolo di una canzone, il giocatore deve indovinare quale tra le cinque parole viene pronunciata nella canzone, senza poterla ascoltare (vedi immagine sotto per un esempio).

Se la risposta è corretta, il giocatore supera il turno e al giocatore successivo, in senso orario, verrà fatta una nuova domanda con una nuova canzone. Se invece la risposta è sbagliata o il giocatore non risponde entro dieci secondi, gli verrà segnato un errore, e la stessa domanda passerà al giocatore successivo, che dovrà indovinare la parola corretta tra le quattro opzioni rimanenti. Anche in questo caso, in base alla risposta data, il nuovo giocatore potrà passare al turno successivo o commettere un errore. In quest'ultimo caso, la stessa canzone verrà proposta al giocatore successivo, e così via.

[continua]

Dopo questo primo gioco, alcuni giocatori partecipano a una sfida a due. Nella sfida a due, ciascun avversario ha a disposizione 60 secondi. A turno, i due giocatori ricevono una domanda di cultura generale. Nello specifico, il presentatore fornisce una definizione di una parola e il giocatore deve indovinare la parola corrispondente alla definizione. Inizialmente viene mostrata solo la prima lettera, e ogni due secondi viene rivelata una lettera casuale all'interno della parola, fino a quando resta nascosta solo una lettera o il giocatore fornisce la risposta corretta. Il giocatore può fare tutti i tentativi che desidera. Quando indovina la parola, il suo tempo viene messo in pausa ed il turno passa all'altro giocatore, che dovrà indovinare una nuova parola. Il primo giocatore che esaurisce i 60 secondi perde la sfida e viene eliminato dal gioco. A titolo illustrativo, il video sottostante mostra l'inizio della sfida a due di una puntata. Per fare partire il video clicca sul pulsante avvio (▶️).

(Il partecipante vedrà soltanto un video assegnato in modo random)

[Continua]

Prima di procedere alla descrizione di cio' che dovrai fare oggi, ti chiediamo di rispondere alla seguenti domande:

- Guardi o hai mai guardato il quiz televisivo L'Eredità? Seleziona l'opzione che descrive meglio le tue abitudini:

o Lo guardo o lo guardavo spesso (più di 3 volte a settimana).

o Lo guardo o lo guardavo occasionalmente (meno di 3 volte a settimana).

o Lo guardo o lo guardavo raramente (una volta al mese o meno).

o Non l'ho mai guardato.

[Continua]

Che cosa dovrai fare oggi?

Tra poco ti mostreremo delle coppie di giocatori che hanno partecipato al quiz televisivo *l'Eredità*. Per ciascun giocatore vedrai una foto accompagnata da un'indicazione degli errori commessi, se presenti, nel primo gioco, come mostrato nell'esempio qui sotto.

Per ciascuna coppia di giocatori, dovrai indovinare chi dei due ha ottenuto una migliore performance nella sfida a due, ovvero chi ha fornito il maggior numero di risposte corrette nel minor tempo possibile.

Non tutti i giocatori che ti mostreremo hanno partecipato alla sfida a due. Quando prenderai la tua decisione per ciascuna coppia, non saprai se entrambi i giocatori hanno partecipato alla sfida oppure no.

Per stabilire i tuoi guadagni, selezioneremo a caso una delle tue risposte tra quelle relative a coppie in cui entrambi i giocatori hanno partecipato alla sfida a due. Se la risposta risulta corretta, cioè se avrai indicato correttamente quale dei due giocatori ha fornito il maggior numero di risposte nel minor tempo possibile, guadagnerai £2.

Poiché prima di rispondere non saprai se i giocatori di ciascuna coppia hanno effettivamente partecipato alla sfida a due, ogni tua decisione potrebbe potenzialmente influenzare i tuoi guadagni. Ti invitiamo quindi a considerare ogni coppia di giocatori come se entrambi avessero partecipato alla sfida a due e a impegnarti per indovinare il migliore giocatore.

[Continua]

TEST

Prima di mostrarti le varie coppie di giocatori, ti chiediamo di rispondere alle seguenti domande di comprensione per assicurarci che le istruzioni siano state chiare.

1. Immagina che sotto l'immagine di un giocatore vedi la seguente informazione: "1 errore su 2 domande". Cosa significa?
    - Che il giocatore in questione ha risposto correttamente a una domanda su due nel primo gioco

    - Che il giocatore in questione ha risposto correttamente a una domanda su due nella sfida a due
    - Che il giocatore in questione ha risposto correttamente a due domande su due nel primo gioco
    - Che il giocatore in questione ha risposto correttamente a due domande su due nella sfida a due
1. Per ciascuna coppia di giocatori che ti verrà mostrata, cosa dovrai fare?
    - Indovinare chi dei due ha ottenuto una migliore performance nella sfida a due, ovvero chi ha fornito il maggior numero di risposte corrette, nel minor tempo possibile
    - Indovinare chi dei due ha ottenuto una migliore performance nel primo gioco, ovvero chi ha fatto in proporzione meno errori relativamente alle domande ricevute
    - Indovinare chi dei due non ha partecipato alla sfida a due

[Continua]

COPPIA 1 DI 16

Chi, tra i due giocatori seguenti, ha ottenuto la migliore performance nella sfida a due, fornendo il maggior numero di risposte corrette nel minor tempo possibile?

[Continua]

QUESTIONARIO FINALE

Sei arrivato alla parte finale della studio. Ti mostreremo ora dei brevi video (senza audio) di circa cinque secondi che mostrano alcuni giocatori del quiz televisivo l'Eredità. Ti chiediamo di valutare il loro livello di attrattività fisica e la loro fascia d'età. I tuoi guadagni non saranno influenzati da quest'ultima parte dello studio, ma la valutazione dei giocatori è necessaria per ricevere il tuo compenso.

[Continua]

Per fare partire il video clicca direttamente sull'immagine.

VIDEO

Classe d'età:

- 18-29
- 30-44
- 45-59
- ≥60

Livello di attrattività fisica:

1-poco						7 -

[Continua]

Grazie per la tua partecipazione!

Se avete commenti sulle istruzioni, sulle schermate e sulle scelte che avete fatto, indicateli qui sotto. Altrimenti, cliccate su OK.

I tuoi guadagni verranno trasferiti sul tuo conto entro 7 giorni.

Clicca sul pulsante OK per essere reindirizzato al sito di Prolific e terminare la tua partecipazione.

BIBLIOGRAFIA

Ahmed, S. K. (2024). How to choose a sampling technique and determine sample size for research: A simplified guide for researchers. Oral Oncology Reports, 4(1), 1–7. https://doi.org/10.1016/j.oor.2024.100662

Altonji, J. G., & Blank, R. M. (1999). Race and gender in the labor market. In O. Ashenfelter & D. Card (Eds.), Handbook of Labor Economics (Vol. 3, Ch. 48, pp. 3143–3259). Elsevier.

Andreoni, J., & Petrie, R. (2008). Beauty, gender and stereotypes: Evidence from laboratory experiments. Journal of Economic Psychology, 29(1), 73–93. https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.07.008

Angeloni, S. (2018). Un'analisi dell'occupazione mediante il modello di regressione logistica. In C. Giaconi & N. Del Bianco (a cura di), Inclusione 3.0. Il progetto TRIS (pp. 173–189). FrancoAngeli. ISBN 9788891773418.

Antonovics, K., Arcidiacono, P., & Walsh, R. (2005). Games and Discrimination: Lessons from The Weakest Link. Journal of Human Resources, 40(4), 918–947. https://doi.org/10.3368/jhr.XL.4.918

Anwar, S. (2012). Testing for Discrimination: Evidence from the Game Show Street Smarts. Journal of Economic Behavior & Organization, 81(1), 268–285. https://doi.org/10.1016/j.jebo.2011.10.008

Arechar, A. A., Gächter, S., & Molleman, L. (2018). Conducting interactive experiments online. Experimental Economics, 21, 99–131. https://doi.org/10.1007/s10683-017-9527-2

Arrow, K. (1973). The Theory of Discrimination. In O. Ashenfelter & A. Rees (Eds.), Discrimination in Labor Markets. Princeton University Press. https://doi.org/10.1515/9781400867066

Atanasov, P. D., Dana, J., & Teeselink, B. K. (2023). Taste-Based Gender Favoritism in High Stakes Decisions: Evidence from The Price Is Right. SSRN. https://ssrn.com/abstract=3975738

Becker, G. S. (1957). The Economics of Discrimination. University of Chicago Press.

Becker, G. S. (2007). Economic Theory (2nd ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781351327688

Belot, M., Bhaskar, V., & van de Ven, J. (2012). Beauty and the Sources of Discrimination. Journal of Human Resources, 47(3), 851–872. https://doi.org/10.1353/jhr.2012.0020

Bennett, R. W., & Hickman, K. A. (1993). Rationality and The Price Is Right. Journal of Economic Behavior & Organization, 21(1), 99–105. https://doi.org/10.1016/0167-2681(93)90042-N

Berk, J. B., Hughson, E., & Vandezande, K. (1996). The Price is Right, But are the Bids? An Investigation of Rational Decision Theory. American Economic Review, 86(4), 954–970.

Bernasco, W., & Block, R. (2013). Discrete Choice Modeling. In N. Levine (Ed.), CrimeStat IV (version 4.0). Ned Levine & Associates / National Institute of Justice.

Bertrand, M., & Duflo, E. (2017). Field experiments on discrimination. In A. V. Banerjee & E. Duflo (Eds.), Handbook of Economic Field Experiments (Vol. 1, pp. 309–393). Elsevier. https://doi.org/10.1016/bs.hefe.2016.08.004

Bertrand, M., Chugh, D., & Mullainathan, S. (2005). Implicit Discrimination. American Economic Review, 95(2), 94–98. https://doi.org/10.1257/000282805774670365

Bohren, J. A., Haggag, K., Imas, A., & Pope, D. G. (2023). Inaccurate Statistical Discrimination: An Identification Problem. Review of Economics and Statistics, 105(5), 1–45. https://doi.org/10.1162/rest_a_01367

Bordalo, P., Coffman, K., Gennaioli, N., & Shleifer, A. (2016). Stereotypes. Quarterly Journal of Economics, 131(4), 1753–1794. https://doi.org/10.1093/qje/qjw029

Busetta, G., Campolo, M. G., & Panarello, D. (2020). Weight-Based Discrimination in the Italian Labor Market. Journal of Economic Inequality, 18(4), 617–637. https://doi.org/10.1007/s10888-020-09456-5

Cason, T. N., & Tenorio, R. (2002). To spin or not to spin? Natural and laboratory experiments from The Price Is Right. The Economic Journal, 112(476), 170–195. https://doi.org/10.1111/1468-0297.00678

Charles, K. K., & Guryan, J. (2007). Prejudice and the economics of discrimination. NBER Working Paper 13661. https://www.nber.org/papers/w13661

Consiglio, E. (2019). La discriminazione tra eguaglianza e libertà. Aracne.

Ewens, M. e Townsend, R. R. (2020), Are Early Stage Investors Biased Against Women?, «Journal of Financial Economics», 135(3), pp. 653-677.

Gagné, N., & Franzen, L. (2023). How to Run Behavioural Experiments Online: Best Practice Suggestions for Cognitive Psychology and Neuroscience. Swiss Psychology Open, 3(1), 1–21. https://doi.org/10.5334/spo.34

Galeotti, F., Maggian, V., & Pasciuta, I. (2024). I Challenge You! Competition and Gender in a TV game show. Journal of Behavioral and Experimental Economics (in corso di pubblicazione).

Geraldes, D. (2020), Gender and competition: Evidence from a major education reform, «Journal of Economic Behavior & Organization», 180, pp. 246-272.

Goldin, C. e Rouse, C. (2000), Orchestrating Impartiality: The Impact of "Blind" Auditions on Female Musicians, «American Economic Review», 90(4), pp. 715-741

Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. Psychological Review, 102(1), 4–27. https://doi.org/10.1037/0033-295X.102.1.4

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). Basic Econometrics. McGraw-Hill/Irwin.

Halldenius, L. (2005). Dissecting discrimination. Cambridge Quarterly of Healthcare Ethics, 14(4), 455–463. https://doi.org/10.1017/S0963180105050619

Harrison, G. W., & List, J. A. (2004). Field Experiments. Journal of Economic Literature, 42(4), 1009–1055. https://doi.org/10.1257/0022051043004577

Hoffman, S. D., & Duncan, G. J. (1988). Multinomial and Conditional Logit Discrete-Choice Models in Demography. Demography, 25(3), 415–427. https://doi.org/10.2307/2061541

Horton, J. J., Rand, D. G., & Zeckhauser, R. J. (2011). The online laboratory: conducting experiments in a real labor market. Experimental Economics, 14, 399–425. https://doi.org/10.1007/s10683-011-9273-9

Kagel, J. H., & Roth, A. E. (1995). The Handbook of Experimental Economics. Princeton University Press.

Kmenta, J. (1986). Elements of Econometrics (2nd ed.). Macmillan.

Krawczyk, M., & Starzykowska, N. (2017). Belief-Based and Taste-Based Gender Discrimination: Evidence from a Game Show. Working Paper, University of Warsaw. https://doi.org/10.26405/WP/WNE/2017/244/015

Kübler, D. F. (2010). Experimental Practices in Economics: Performativity and the Creation of Phenomena. SSRN. https://ssrn.com/abstract=1587941

Levitt, S. D. (2004). Testing Theories of Discrimination: Evidence from Weakest Link. Journal of Law and Economics, 47(2), 431–453. https://doi.org/10.1086/425591

List, J. A. (2006). Friend or Foe? A Natural Experiment of the Prisoner's Dilemma. Review of Economics and Statistics, 88(3), 463–471. https://doi.org/10.1162/rest.88.3.463

Mobius, M. M., & Rosenblat, T. S. (2006). Why Beauty Matters. American Economic Review, 96(1), 222–235. https://doi.org/10.1257/000282806776157515

Neumark, D. (2018). Experimental research on labor market discrimination. Journal of Economic Literature, 56(3), 799–866.

Oberholzer-Gee, F., Waldfogel, J., & White, M. W. (2010). Friend or Foe? Cooperation and Learning in High-Stakes Games. Review of Economics and Statistics, 92(1), 179–187. https://doi.org/10.1162/rest.2009.10174

Palan, S., & Schitter, C. (2018). Prolific.ac—A subject pool for online experiments. Journal of Behavioral and Experimental Finance, 17, 22–27. https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.12.004

Peng, C. Y. J., Lee, K. L., & Ingersoll, G. M. (2002). An Introduction to Logistic Regression Analysis and Reporting. The Journal of Educational Research, 96(1), 3–14. https://doi.org/10.1080/00220670209598786

Phelps, E. (1972). The Statistical Theory of Racism and Sexism. American Economic Review, 62(4), 659–661.

Post, T., van den Assem, M. J., Baltussen, G., & Thaler, R. H. (2008). Deal or No Deal? Decision Making under Risk in a Large-Payoff Game Show. American Economic Review, 98(1), 38–71. https://doi.org/10.1257/aer.98.1.38

Roustaei, N. (2024). Application and interpretation of linear-regression analysis. Medical Hypothesis, Discovery & Innovation in Ophthalmology, 13(3), 151–159. https://doi.org/10.51329/mehdiophthal150

Scerrati, E., Marzola, G., Villani, C., Lugli, L., & D'Ascenzo, S. (2021). Nuovi scenari per gli esperimenti in psicologia: la modalità online. Giornale Italiano di Psicologia, 4, 843–863. https://doi.org/10.1421/104144

Serra, D. (2012). Principes méthodologiques et pratiques de l'économie expérimentale : une vue d'ensemble. Revue de Philosophie Économique, 13(1), 21–78. https://doi.org/10.3917/rpec.131.0021

Smith, V. L. (1976). Experimental Economics: Induced Value Theory. American Economic Review, 66(2), 274–279.

Smith, V. L. (1982). Microeconomic Systems as an Experimental Science. American Economic Review, 72(5), 923–955.

Sperandei, S. (2014). Understanding logistic regression analysis. Biochemia Medica, 24(1), 12–18. https://doi.org/10.11613/BM.2014.003

Taherdoost, H. (2016). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. SSRN. https://ssrn.com/abstract=3205035

Van den Assem, M. J., van Dolder, D., & Thaler, R. H. (2012). Split or Steal? Cooperative Behavior When the Stakes Are Large. Management Science, 58(1), 2–20. https://doi.org/10.1287/mnsc.1110.1413

Van Dolder, D., van den Assem, M. J., & Buser, T. (2020). Gender and Willingness to Compete for High Stakes. SSRN Electronic Journal. https://doi.org/10.2139/ssrn.3537678

Wall, G. (2011). Outwit, Outplay, Outcast? Sex Discrimination in Voting Behaviour in the Reality Television Show Survivor. New Zealand Economic Papers, 45(1–2), 183–193. https://doi.org/10.1080/00779954.2011.556078

Weichselbaumer, D., & Winter-Ebmer, R. (2005). A Meta-Analysis of the International Gender Wage Gap. Journal of Economic Surveys, 19(3), 479–511. https://doi.org/10.1111/j.0950-0804.2005.00256.x

Weimann, J., & Brosig-Koch, J. (2019). Methods in Experimental Economics: An Introduction. Springer.

Pasciuta, I. (2025). I Challenge You! Competition and Gender in a TV Game Show (presentazione al PhD Lunchtalk CEE-M, Montpellier, 14 maggio 2025). Università di Bolzano, Dottorato in Economia e Finanza, ciclo XXXVII.