



L'EQUILIBRIO COGNITIVO

Troppi dati e immagini riducono la capacità critica

Serve il tempo per riflettere

BEATRICE ROSATI



Provate a chiedervi quante immagini avete osservato oggi: messaggi, contenuti social, pubblicità, video. Questa valanga di *pixel* non scorre senza lasciare traccia: si deposita nel cervello, altera l'attenzione, ridisegna il modo in cui pensiamo. Si chiama inquinamento visivo digitale: un sovraccarico di stimoli che satura lo spazio percettivo fino a compromettere l'equilibrio cognitivo. Non è solo una questione tecnologica, ma riguarda la salute e il nostro modo di interpretare la realtà.

Overdose visiva

Gli algoritmi sono progettati per stimolare la permanenza online, ma l'eccesso di contenuti finisce per generare stress cognitivo e disorientamento. Lo *swipe* - il gesto continuo del pollice sullo schermo - stimola la dopamina, alimentando un ciclo compulsivo sostenuto da un'offerta inesauribile di contenuti, prodotti da *creator* e *influencer* e selezionati in base al gradimento. Il cervello, non progettato per una tale abbondanza, si adatta: si riduce la capacità di concentrazione, mentre aumenta la frammentazione dell'attenzione.

Dalla dialettica all'icona

Negli anni Sessanta McLuhan aveva intuito che il mezzo incide sul pensiero più del contenuto. Si è passati dal ragionamento dialettico - lineare e critico - a un pensiero iconico, rapido ed emotivo, in cui prevale l'impatto visivo. Il primo richiede tempo e distanza; il secondo procede per associazioni immediate. In un "paesaggio cognitivo" saturo di stimoli, la capacità critica si indebolisce. Un richiamo in tal senso è arrivato dal messaggio del Papa per la Giornata mondiale delle Comunicazioni sociali, che mette in guardia dalla distorsione percettiva generata dagli algoritmi.

L'immagine come sollecitazione emotiva

Avete mai sentito parlare di *visual bombing*? Descrive la crescente esposizione a immagini costruite per suscitare

reazioni immediate e catturare l'attenzione. È la dinamica propria dell'ecosistema digitale, che tende a rendere più visibili i contenuti capaci di generare maggiore coinvolgimento. Il modello economico delle piattaforme - orientato ad aumentare il tempo online - finisce così per premiare ciò che colpisce in modo diretto. In questo quadro, immagini provocatorie o allusive trovano spesso maggiore diffusione. Anche *creator* e *influencer* partecipano a questa logica. L'esposizione continua a tali flussi visivi sollecita risposte rapide, non sempre meditate, che precedono e influenzano la valutazione consapevole.

La questione etica

L'esposizione prolungata a immagini degradanti non genera soltanto stress: incide sulla dignità della persona, riducendola a oggetto di consumo visivo. Il legame tra sovrabbondanza di immagini sessualizzate e comportamenti relazionali disfunzionali - soprattutto tra i più giovani - appare sempre più evidente. La logica algoritmica rende spesso inefficaci i filtri individuali, richiedendo una risposta condivisa.

La via d'uscita: innovare e consumare meglio

Servono regolamentazioni più efficaci, ma anche innovare con responsabilità e consumare con consapevolezza. È auspicabile che le aziende tecnologiche si orientino verso modelli di business rispettosi della persona e della salute pubblica. Allo stesso tempo, gli utenti - specie i più giovani - hanno bisogno di alfabetizzazione visiva per imparare a leggere le immagini, riconoscerne le intenzioni, mantenere una distanza critica e, quando necessario, disconnettersi. L'inquinamento visivo è, in definitiva, una questione di ecologia umana: riguarda le condizioni che rendono possibile lo sviluppo integrale della persona. In un ambiente sempre più frenetico, recuperare un pensiero lento e riflessivo può diventare un atto decisivo per preservare la nostra unicità.

Responsabile Coordinamento e comunicazione - Scienza & Vita

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Gli algoritmi sono progettati per stimolare la permanenza online, ma l'eccesso di contenuti genera stress e disorientamento