

Maria Elena Viola
direttrice responsabile

Guardami



editoriale

“
“
LO PENSO OSSERVANDO
IL SIGNORE IN TRENO DAVANTI
A ME, che ha le palpebre abbassate

sul suo telefonino. Digita, scrolla, sorride, aggrotta le sopracciglia, fa una leggera smorfia con la bocca, abbassa il volume di una musicchetta. Quando passa il controllore, solleva appena lo sguardo, porge lo schermo con il biglietto e poi ricomincia. Oltre tre ore di viaggio, nella tratta Milano- Roma, in cui non ci rivolgiamo la parola, non ci guardiamo negli occhi, non notiamo neppure il colore dei capelli o i vestiti dell'altro, se non in modo approssimativo e distratto. Ognuno rimane chiuso nella propria bolla, indifferente al paesaggio che scorre oltre i finestrini, alla pioggia che a un certo punto inizia a battere sui vetri, alla voce monocorde dell'altoparlante che annuncia l'ennesimo ritardo. Reggio Emilia, Bologna, Firenze Santa Maria Novella... Le stazioni sfilano una dietro l'altra e noi neanche ce ne accorgiamo. Siamo fisicamente presenti, ma con la testa altrove.

La stessa scena si ripete quando salgo su un vagone della metro, quando faccio la coda alla cassa di un supermercato, quando mi siedo nella sala d'attesa di un medico o di un ufficio pubblico. Testa bassa, spalle curve, dito che scorre e digita. Solo gli anziani ancora sostano pazienti misurando la fila e il tempo che manca. Tutti gli altri, noi, nativi e immigrati digitali, ci intratteniamo con lo smartphone in una qualche attività, che sia di svago o di lavoro, ormai incapaci di passare anche pochi minuti a fare niente. Persino davanti al semaforo, aspettando il verde. Quando la pausa arriva, ci prende la fregola di acchiappare il cellulare e cercare. Cosa? Qualsiasi cosa. Il meteo, le notizie del giorno, la programmazione dei film nelle sale, un video scemo. Controlliamo di continuo le notifiche su WhatsApp, rispondiamo in tempo reale quando avvertiamo un bip, anche se stiamo parlando o mangiando con qualcuno, decidendo in automatico che quel messaggio ha la priorità, foss'anche un'inutile e rimandabilissima promozione del gestore telefonico.

È un meccanismo inconscio di cui siamo ormai quasi tutti schiavi e che sta avendo un impatto significativo sulla qualità della nostra vita, sulle relazioni familiari e sociali, sul benessere psicofisico. Perché non ci mettiamo mai veramente a riposo, sentendoci in dovere di essere perennemente connessi e reperibili, e tendiamo a trascurare ciò che realmente ci nutre, cioè il rapporto con gli altri, la riflessione, il confronto, il

contatto. Fornendo esempi molto poco edificanti ai più piccoli e perpetrando un modello sbagliato che avrà di sicuro conseguenze sulle nuove generazioni.

Sia chiaro, nessuno condanna o rinnega gli enormi benefici portati dalla rivoluzione digitale, ma dopo la "grande abbuffata" è arrivato il momento di mettersi un po' a dieta, ripensando in modo più equilibrato e consapevole il consumo che facciamo dei nostri alleati tecnologici. Una cosa più facile a dirsi che a farsi, essendo ormai quasi tutti scivolati in una forma più o meno grave di dipendenza, in cui è la dopamina, più che la volontà, a spingerci a smanettare senza sosta sul cellulare. A tutto vantaggio di quanti hanno imparato a trasformare la nostra attenzione in profitto, la frenesia di rimbalzare da una cosa all'altra in utile sistema per spegnere o smorzare il pensiero critico, facendoci credere a qualsiasi cosa.

Per questo oggi si parla di capitalismo dell'attenzione, perché si tratta di un bene prezioso, un patrimonio inestimabile che stiamo lentamente dissipando a causa degli stimoli continui e della perdita progressiva della concentrazione. La soluzione non è, come spieghiamo nel servizio a pag. 20, staccare tutto e tornare in modalità analogica. Sarebbe anacronistico e impraticabile. Ma imparare a "dosare" e a rallentare. Perché è la velocità che ci rende distratti e superficiali. Portandoci lentamente ad atrofizzare parti di noi importantissime. Tornerò presto a parlarvi di questo, condividendo un'esperienza personale. Intanto vi anticipo che si discuterà di questi temi, con tanti ospiti interessanti, dal 20 al 22 giugno a Sauris, in provincia di Udine, nel primo Digital Detox Festival. Io ci sarò. Perché non voglio essere invisibile. © RIPRODUZIONE RISERVATA

PARLA CON ME

Puoi scrivermi una mail

mariaelena.viola@periodici.eu

Puoi seguirmi su Instagram

@me_viola

5 giu 2025



Non ti o

**TI SEI MAI CHIESTA QUANTO TEMPO
RIESCI A RESTARE CONCENTRATA?**
40 SECONDI, RISPONDE LA SCIENZA.
POI GLI OCCHI (E LA MENTE) VANNO
ALLO SMARTPHONE, ALLE NOTIFICHE,
AI SOCIAL... LA NOSTRA ATTENZIONE
È DIVENTATA IL CAPITALE PIÙ PREZIOSO,
QUELLO CHE TUTTI VOGLIONO
CONQUISTARE. ECCO PERCHÉ
DOBBIAMO RIAPPROPRIARCENE

di Marta Bonini - foto di Cottonbro_Pexels

distrarre!

C'È UN MOMENTO

della giornata, quando le mie figlie sono appena andate a scuola e la casa improvvisamente tace, che mi coglie alla sprovvista. Non ho nulla da fare per almeno un'ora: nessuna chiamata urgente, nessuna mail a cui rispondere, nessuno che mi chieda di cercare calzini spaiati o spiegare perché non ci sono più i dinosauri. Un tempo prezioso, direbbe chiunque. Eppure mi ritrovo in piedi, a girare per casa con il telefono in mano. Lo prendo, lo sblocco, lo scorro senza meta. Lo appoggio. Lo riprendo dopo pochi secondi. Come se quel silenzio fosse troppo. Mi dico che dovrei approfittarne. Leggere. Fare colazione con calma. Pensare, semplicemente. Senza obiettivi, senza scroll, senza sottofondo. Invece fatico.

Lo diceva già il filosofo Blaise Pascal, secoli fa: «Tutti i mali degli uomini derivano dal non saper restare tranquilli in una stanza». Aveva ragione. E oggi quella stanza ha pareti invisibili fatte di notifiche, contenuti, post, video, podcast, messaggi. Una macchina perfetta per tenerci svegli, iperconnessi, sempre più lontani da noi stessi. Insomma, per distrarci. E non è un'impressione, i numeri lo confermano. Secondo alcuni studi di Apple, un utente medio sblocca il telefono circa 80 volte al giorno. Significa quasi 30.000 volte in un anno. E anche quando lavoriamo, quando dovremmo essere "sul pezzo", la concentrazione dura sempre meno. Lo ha misurato Gloria Mark, docente all'Università della California e voce autorevole nello studio dell'attenzione digitale: 10 anni fa resistevamo circa 3 minuti su un compito prima di distrarci; oggi ci fermiamo a 40 secondi. Poi arriva la notifica, il pollice che scivola sullo schermo. E, ogni volta che ci distraiamo, ci vogliono in media 25 minuti per ritrovare il filo.

Una fatica che non si vede, ma si accumula. «È il risultato di un cambiamento profondo nel modo in cui i contenuti vengono creati e distribuiti» spiega Diego Ceccobelli, professore associato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi all'Università degli Studi di Milano. «Siamo passati da un'epoca in cui i messaggi erano pensati per tutti a una in cui tutto è progettato per ciascuno. Un tempo eravamo un'audience di massa,

oggi siamo un mosaico di micro-pubblici, ognuno con i propri gusti, le proprie abitudini, le proprie ossessioni. E per intercettare la nostra attenzione servono milioni di contenuti diversi, sempre più brevi, sempre più su misura. Ma questa iper-personalizzazione tende a chiuderci dentro una "filter bubble", uno spazio digitale ritagliato sulle nostre preferenze, dove vediamo solo ciò che ci conferma, ci somiglia, ci compiace».

Un meccanismo che ci rassicura, perché parla la lingua dei nostri gusti, ma che riempie ogni spazio di rumore, ogni attesa di qualcosa da guardare, ogni silenzio di una distrazione. «È il cuore dell'economia dell'attenzione: un sistema a misura di capitali e non di uomini, che trasforma il nostro tempo e la nostra concentrazione in merce. Dove ogni clic, ogni scroll, ogni pausa riempita è un dato, un profitto» continua Ceccobelli. E intanto la nostra capacità di attenzione si adatta, quasi senza che ce ne accorgiamo. Si abitua a contenuti sempre più numerosi, a storie che scorrono veloci, a scene che cambiano in pochi secondi. «Basta pensare alle serie tv e alla rapidità con cui accadono i fatti. Se i ragazzi di oggi guardano, per esempio, il film *Mediterraneo*, il capolavoro di Gabriele Salvatores, dicono che è troppo lento» dice Vincenzo Russo, professore ordinario di Psicologia dei consumi e neuromarketing alla IULM di Milano e coordinatore del Centro di ricerca di Neuromarketing "Behavior and Brain Lab" di IULM. A proposito di velocità, un tempo si diceva che servivano almeno 6 secondi per imprimere un brand nella memoria, mentre «oggi tutto sembra cominciare molto prima: gli studi più recenti rilevano che già entro il primo secondo il nostro cervello inizia i processi cognitivi e mnemonici» spiega Russo.

Mentre fuori tutto accelera, però, dentro di noi qualcosa resta immobile. Come se, sotto la superficie delle notifiche e dei video che scorrono in loop, abitasse ancora un essere antico, fatto di impulsi, emozioni, istinti. «È proprio così. Se da un lato il nostro cervello, in quanto plastico, si sta attrezzando a seguire questo ritmo sempre più serrato, dall'altro resta ancorato a una struttura profonda che parla un linguaggio molto più antico, quasi primordiale. Per capire come rispondiamo agli stimoli che ci circondano, dobbiamo guardare dentro: lì, nel cuore della nostra mente, convivono due parti distinte. Una è quella razionale, lenta e consapevole, che abita la corteccia cerebrale: pensa, analizza, decide. L'altra è più profonda, più antica, ed è la prima a rispondere. È il sistema limbico, il

40 i secondi di attenzione che dedichiamo a un compito prima di distrarci





cuore emotivo del nostro cervello, che in 180.000 anni di evoluzione non è mai cambiato, e che si attiva in pochi millisecondi davanti a uno stimolo, guidandoci prima ancora che la mente razionale abbia avuto il tempo di intervenire. Il neurologo Antonio Damasio, in *L'errore di Cartesio*, lo ha scritto con chiarezza: «Non siamo macchine pensanti che si emozionano, ma macchine emotive che pensano» argomenta Russo.

È qui che nasce l'attenzione immediata, quella che il capitalismo digitale ha imparato a intercettare e sfruttare. Un sistema efficiente, ma anche piuttosto fragile: più è esposto a stimoli rapidi, più fatica a sostenere, ad approfondire, a tollerare la noia. Nel 2014, alcuni psicologi dell'Università della Virginia e di Harvard hanno messo alla prova questa nostra incapacità: hanno chiesto a un gruppo di persone di restare sedute da sole in una stanza, senza fare nulla, per un tempo variabile tra i 6 e i 15 minuti. Nessun telefono, nessun libro, nessuna distrazione. Solo tempo e silenzio. La maggior parte di loro ha trovato l'esperienza intollerabile. L'ha odiata. Ma davvero è solo colpa degli schermi, dei social, dell'infinità di contenuti a disposizione? «Dire che siamo travolti dall'offerta infinita è una scusa comoda» specifica Diego Ceccobelli. «La verità è che non ci concediamo di oziare perché viviamo in una società che ci vuole sempre attivi, presenti, produttivi, disponibili. Non sappiamo più considerare il vuoto come un tempo legittimo. Se non fai, non sei». A questa lettura sociale se ne affianca una psicologica. «La noia non è solo assenza di stimoli» ci spiega Vincenzo Russo. «È presenza di sé. Restare senza distrazioni significa confrontarsi con le proprie emozioni e la propria identità, senza filtri. Ma non siamo più abituati a farlo. Ci manca l'allenamento». E forse, aggiungiamo noi, anche il coraggio.

In un mondo che corre senza sosta, dove ogni notifica è un richiamo e ogni scroll una promessa di novità, ci troviamo a chiederci: e se la vera rivoluzione non fosse spegnere tutto, ma imparare a restare connessi senza esserne travolti? «Possiamo iniziare a prendere in giro gli algoritmi» suggerisce il sociologo Diego Ceccobelli «Cercare contenuti che non ci interessano, cliccare su argomenti inattesi, uscire dai sentieri tracciati per noi. Soprattutto, però, dobbiamo smettere di temere la tecnologia. È fondamentale che tutti, non solo i giovani, imparino a conoscerla per far sì che non sia più un'ombra da cui difendersi, ma uno strumento da padroneggiare». Questa, però, è solo metà della sfida. L'altra metà riguarda ciò che accade dentro di noi. «Il nostro cervello non è stupido, ma prevedibilmente irrazionale» conclude lo psicologo Vincenzo Russo. «Sapere come la nostra mente reagisce agli stimoli e riconoscere i bias cognitivi è il

80 le volte che mediamente sblocchiamo il nostro telefono nel corso di una giornata

primo passo per non diventare vittime dei meccanismi invisibili delle piattaforme e della Rete».

Qualche giorno fa, in quella casa silenziosa, ho provato a resistere. Il telefono l'ho lasciato sul tavolo, lo schermo in giù. Ho fatto fatica, come sempre. Ma poi, lentamente, è arrivato qualcosa che somigliava al vuoto. Non era inquietante. Era pieno. Di pensieri, ricordi, idee. Un tempo inutile, eppure necessario. E bellissimo. Aveva ragione il filosofo Michel de Montaigne: «Pensare ad altro alimenta la speranza». Ora ne abbiamo bisogno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

