Desideri, fake e convinzioni

Prof.ssa Alessandra Graziottin
Direttore del Centro di Ginecologia e Sessuologia Medica
H. San Raffaele Resnati, Milano

«No, guarda che ti sbagli!»: ecco la replica più fallimentare. Partire con un oppositivo "no" mette l'interlocutore in difesa, a scudi alzati. Fine della possibilità di trovare un terreno comune. Più uno porta dati a sostegno della propria idea, più l'altro fa lo stesso: ciascuno si arrocca nelle proprie convinzioni. Perché nonostante la mole di dati a disposizione, scientifici e non, è così difficile trovare denominatori condivisibili? Perché fake e bufale galoppano inarrestabili?

«Sono i nostri desideri che plasmano le nostre convinzioni. A quei desideri e a quei sentimenti dobbiamo attingere se vogliamo produrre un cambiamento, in noi stessi o negli altri», sostiene Tali Sharot, neuroscienziata, autrice di "The influential mind" (La mente influente, Edizioni Macmillan, 2017). La tesi: il tentativo di far cambiare idea a qualcuno avrà successo solo se si adegua agli elementi fondamentali che governano il modo in cui pensiamo. Sette sono i fattori con plasmano le nostre convinzioni, le "certezze" che condizionano i nostri comportamenti.

Vediamo i primi due. Il più potente sono le convinzioni precedenti, ancor più se sono diventate abitudini di pensiero e di azione. Verissimo, e ben sintetizzato in un antico proverbio inglese: «The chains of habits are too weak to be felt, until they're too strong to be broken» (Le catene delle abitudini sono troppo lievi per essere avvertite, finché diventano troppo forti per essere spezzate). Sono così forti (e ci costa così tanto abbandonarle) che il nostro cervello "seleziona" le informazioni e i dati in un modo molto preciso: registra e memorizza quelli che avvalorano le nostre convinzioni, ed elimina gli altri.

Il tutto sotto l'influsso del secondo, potente fattore di condizionamento: le emozioni. Di più se negative, come la paura. Per esempio, le donne temono il tumore al seno, anche se in Italia è "solo" la decima causa di morte (2,1%). Memorizzano ciò che sostiene che gli ormoni fanno venire quel tumore, ed eliminano le informazioni che mostrano come in realtà sia l'infarto il primo killer, e i fattori cardiovascolari la prima causa di morte con il 34,6% dei casi, come ricordavo poco tempo fa in questa rubrica. Non passa il messaggio che la terapia ormonale sostitutiva (TOS) riduce proprio queste cause cardiache del 35-38%, a seconda degli studi. La paura è più forte, anche in molti medici, e la convinzione non cambia nonostante le evidenze molto rassicuranti inclusa la minore mortalità complessiva (anche da cancro!) nelle donne che iniziano la TOS tra i 50 e i 60 anni, o comunque entro 10 anni dalla menopausa. Con la TOS si vive di più e molto meglio: ma ne è convinto, e la usa, solo il 4% delle italiane (contro l'86% delle mie pazienti dopo la menopausa).

E' il "pregiudizio della conferma": crediamo a quello che ci dà ragione, e disprezziamo le argomentazioni contrarie. La nostra mente conferma volentieri le opinioni che si accordano con le sue idee preconcette: ancor più se altri/e hanno fatto la stessa scelta. Più si preme l'acceleratore sulla paura, più i messaggi passano, come ben sanno i politici. Più si fa sentire un "nemico" (vero o identificato come tale perché strumentalmente utile) come minaccioso, più aumentano il consenso interno, la coesione e i voti. Più un politico o uno speaker convincente parlano toccando le emozioni, più la platea si sincronizza e i cervelli "oscillano insieme". Si attivano cioè le stesse aree cerebrali dell'oratore, finché pubblico e speaker adottano la stessa

visione delle cose. Questo porta a cambiare le reazioni delle persone che ascoltano e le loro stesse decisioni, voto in testa.

E' l'emozione il vero direttore d'orchestra del cervello. Tutti l'abbiamo provato quando ci siamo innamorati: si realizza il magico "accoppiamento" emotivo dei cervelli, che vibrano all'unisono («sembrava di essersi conosciuti da sempre»), come se si guardasse il mondo con gli stessi occhi. Condividere idee che richiedono studio e preparazione è faticoso. Condividere sentimenti ed emozioni è istantaneo: attraverso il comportamento, la voce ("feeling tone"), la mimica del volto. Se la mamma è stressata, il ritmo cardiaco del bimbo di un anno aumenta di 6 battiti al minuto; se è calma, si riduce di 4 battiti, per effetto dell'imitazione inconscia e dei neuroni specchio, registi del comportamento. L'umore dei genitori e degli insegnanti condiziona l'apprendimento, più della sostanza di quello che viene detto. Su questo tema affascinante tornerò presto. Promesso.