

21 giugno 2019 12:30

L'informazione agisce come una droga?

di [Redazione](#)



In ogni momento siamo bombardati da informazioni di ogni tipo. E sembra che sia sempre determinante mettere ordine in queste informazioni. E spesso ci lasciamo trasportare dalla curiosità. Che sia considerato o meno un difetto grave, questi meccanismi che sono alla base di questa curiosità interessano i ricercatori. Un'équipe della Università di Berkeley (<http://newsroom.haas.berkeley.edu/how-information-is-like-snacks-money-and-drugs-to-your-brain/>)(USA) ha cercato di rispondere a due domande. Perché le persone sono così ansiose di avere informazioni? E come questa curiosità si traduce nel cervello?

Per trovare delle risposte hanno esaminato i cervelli di persone nel momento in cui stavano per fare un gioco d'azzardo. Questi hanno avuto l'opportunità di acquistare informazioni per ridurre l'incertezza sui risultati della lotteria a cui hanno partecipavano. A volte informazioni utili, a volte totalmente superflue. E nella maggior parte dei casi, i partecipanti hanno fatto delle scelte razionali. Ma tendevano a sovrastimare il valore delle informazioni che potevano ottenere. Soprattutto quando la posta in gioco era alta.

Secondo i ricercatori, i partecipanti hanno basato le loro scelte non solo sui vantaggi reali perché avevano avuto queste informazioni, ma anche sull'anticipazione di questi vantaggi, reali o meno che fossero. Un po' come quando si sceglie un paio di pantaloni, giusto per sapere se ci stanno bene, anche se sappiamo che non li acquisteremo.

L'attivazione del circuito della ricompensa

Ed è la risonanza magnetica funzionale (fMRI), che ha permesso ai ricercatori di specificare come il cervello reagisce in realtà alle informazioni, utile o meno che sia. Hanno scoperto che l'informazione attiva aree del cervello specificamente coinvolte nell'assegnazione del valore. Così, lo striato e la corteccia prefrontale ventromediale: aree che producono la dopamina, che sono anche attivate da cibo, denaro... e un sacco di farmaci.

I ricercatori hanno anche scoperto che il cervello tratta la curiosità con esattamente lo stesso codice neurale che usa per valutare una ricompensa avuta con denaro contante e di un certo peso..

"Il nostro lavoro non affronta direttamente l'uso eccessivo di informazioni digitali, ha detto Ming Hsu, neuroeconomista all'Università di Berkeley. Tuttavia, il fatto che il nostro cervello impegna il sistema di ricompensa è noto per essere una condizione necessaria nel ciclo della dipendenza. Questo potrebbe essere il motivo per cui siamo così facilmente dipendenti dalle notifiche inviate dal nostro smartphone".

(articolo di Nathalie Mayer, pubblicato su Futura-Sciences del 20/06/2019)