

Il posto degli amici (nel cervello)

di **Cesare Peccarisi**

La quarantena non fa bene al cervello: a dirlo non sono solo gli psicologi o gli psichiatri, ma anche gli studi di imaging dell'attività cerebrale. Il forzato isolamento ha fatto calare il vento della nota canzone di Modugno sulla lontananza che spegne i fuochi piccoli e accende quelli grandi e che, in sostanza, alimenta il fuoco della nostra affettività sociale la cui brace cova perennemente in un'area cerebrale sita poco sopra la fronte: la *corteccia prefrontale mediale*, in sigla mPFC, dall'inglese medial prefrontal cortex, spesso definita «cervello sociale».

È proprio lì che situiamo i veri amici e i grandi amori: l'hanno scoperto tramite risonanza magnetica funzionale i ricercatori della Stanford University diretti da Andrea Courtney e Meghan Meyer, che hanno pubblicato sul *Journal of Neuroscience* uno studio intitolato *La rappresentazione di noi stessi nel cervello sociale riflette i nostri rapporti con gli altri*, nel quale indicano come nei solitari inveterati, che magari vivono isolati in montagna o nei depressi cronici, questa brace sociale sia quasi spenta tant'è che riferiscono di sentire la gente intorno a loro, ma non insieme a loro perché hanno perso o non hanno sviluppato la capacità di riaccendere il fuoco dell'empatia che ci lega alle persone a cui teniamo.

Distacco sociale

Per questo tipo di persone si parla di «self-other gap», un fenomeno che si potrebbe definire distacco sociale e che nella parola *gap*, cioè buco, breccia, indica proprio il vuoto che sentono fra loro e gli altri. I risultati dello studio assumono anche una connotazione «biblica» perché ricalcano il comandamento «Ama il prossimo tuo come te stesso»: più forte è per noi la valenza affettiva di qualcuno a cui teniamo (fidanzata/o, coniuge, genitori, figli, parenti o un caro amico/a), più la sua rappresentazione nella mPFC osservata tramite risonanza magnetica funzionale somiglia a quella che abbiamo di noi stessi.

Il test

Per scoprirlo i ricercatori hanno chiesto a 43 soggetti di ambo i sessi con età compresa fra 18 e 47 anni di pensare prima a sé stessi e poi a 5 persone care, a 5 semplici

C'è un'area a livello della corteccia prefrontale per i pensieri relativi alle persone care, che si attiva in proporzione a quanto teniamo a loro. Lo indica la risonanza magnetica



Per saperne di più su questi temi si può consultare il canale dedicato alle neuroscienze su corriere.it all'indirizzo www.corriere.it/salute/neuroscienze

conoscenti e a noti personaggi (come ad esempio l'ideatore di Facebook, Mark Zuckerberg) mentre il loro cervello veniva studiato tramite risonanza magnetica funzionale, la tecnica di *neuroimaging* che fornisce un resoconto dell'attività di ogni area di materia grigia. I soggetti dovevano anche esprimere giudizi sulle persone a cui stavano pensando, citandone il nome e indicando il rapporto che avevano con loro.

Lontano dal cuore...

Più la correlazione affettiva risultava stretta, più la mPFC si at-



tivava con una modalità sempre più sovrapponibile a quella osservata quando pensavano a loro stessi, cioè la più alta, forse a dimostrare che siamo tutti un po' narcisisti. Viceversa, più le persone erano lontane dal cuore, minore era l'attivazione dell'area, fino a non accendersi del tutto per gli sconosciuti. La sorpresa è stata scoprire che i soggetti identificati come solitari tramite appositi test psicologici, come la UCLA Loneliness Scale, hanno modalità di attivazione della mPFC molto diverse non solo per gli altri, siano essi affet-

tivamente vicini come una fidanzata, o lontani come semplici conoscenze, ma addirittura anche per loro stessi.

Il fatto che la loro area cerebrale si attivasse meno ha fornito la prima conferma strumentale della valutazione psicologica indicando che nella mPFC dei solitari si perde la sovrapponibilità empatica con gli altri.

Millennial e boomer

Il lockdown ha accentuato la solitudine, un fenomeno più diffuso di quanto si pensi soprattutto fra i giovani: una recente indagine dell'Office of National Statistics, britannico, ha evidenziato che in 3 casi su 10 i millennial (la generazione 23-37 anni) si sentirebbero sempre o spesso soli.

Il distanziamento sociale ha incrementato il fenomeno portandoli a raggiungere valori doppi rispetto ai più attempati boomer (56-74 anni), con una differenza intergenerazionale della solitudine che dura da tempo (si veda il box sotto, ndr).

Lo smart working imposto dalla pandemia non sembra essere stato per i boomer così radicale da generare i cambiamenti cerebrali indicati dallo studio della Stanford University. Evidentemente due o tre mesi sono pochi e occorrono anni di isolamento virtuale per instaurare cambiamenti come quello segnalato dai ricercatori americani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

COLESTEROLO?

Prova: **COLESTEROL[®] ACT PLUS 400 mg**
INTEGRATORE ALIMENTARE



IN FARMACIA E PARAFARMACIA

Colesterol Act Plus[®] grazie alla sua formula con 10 mg di Monacolina K del riso rosso fermentato, Beta-sitosterolo e Octacosanolo, contribuisce al mantenimento dei **livelli normali di colesterolo nel sangue**. Gli estratti di Coleus e Caigua favoriscono la **regolarità della pressione arteriosa**.

2 MESI DI INTEGRAZIONE A SOLI 19,90€
disponibile anche in confezioni da 30 compresse a **12,90€**



L'indagine

La solitudine volontaria dei nativi digitali

I nativi digitali, i giovani che hanno come lingua madre quella della rete, sembrano i più esposti a sviluppare uno stile di vita di solitudine dove dalla socialità reale fuggono in quella virtuale, fino ad arrivare agli estremismi della sindrome della capanna o di *hikikomori*, termine che deriva dal giapponese *hiku* (tirare indietro) e *komoru* (ritirarsi) a indicare il comportamento di isolamento sociale volontario individuato inizialmente fra i giovani web-dipendenti del Giappone e poi allargatosi a tutto il mondo, salendo alla ribalta nella fase di lockdown. Già nel 2018 un'indagine Ipsos indicava rapporti intergenerazionali pre-pandemia simili a oggi: i più pervasi dalla solitudine erano i ragazzi della generazione Z (18-22 anni, 49,9%), seguiti da quelli della generazione X (38-51 anni, 45,1%), dai millennial (47,7%) e infine dai boomer (43,2%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA