

Come il messaggio subliminale agisce sul cervello

La neurofisiologia ritiene di poter spiegare come e dove agisce il meccanismo della percezione subliminale: a entrare in gioco sarebbe una fitta rete di nuclei e fibre nervose, posta sotto l'ipotalamo.

Questa formazione reticolata ha molti compiti, tra i quali quello di controllare le diverse attività nel cervello, e riveste un ruolo essenziale nei meccanismi di formazione delle emozioni: la si considera l'area del cervello in cui si personalizza l'esperienza dell'individuo.

L'esame dell'elettroencefalogramma mostra che questa zona reticolata diventa attiva anche quando le arriva un messaggio che pur non è stato captato dal cervello razionale: nell'EEG compaiono i "potenziali evocati", cioè le onde di risposta del sistema nervoso a uno stimolo uditivo o visivo. Ciò dimostra che la formazione reticolata del cervello è stata raggiunta da una comunicazione che, pur nel silenzio della ragione, il sistema nervoso è riuscito a percepire.

I rischi che possono derivare dall'esposizione a questo tipo di messaggi sono stati considerati attentamente, al punto che in alcuni Paesi sono state promulgate delle leggi che vietano la trasmissione di messaggi subliminali.

Sembra che non rientrino nell'area del subliminale gli spot sufficientemente lunghi (15/30 secondi) e situati in uno spazio televisivo ben delimitato, destinato apertamente alla pubblicità e annunciato e seguito da una sigla.

Risultano invece messaggi pericolosi quelli degli spot che irrompono nei programmi all'improvviso, interrompendo un'esperienza di visione già impostata sia a livello di immagine, sia a livello emozionale. Nel primo caso si può parlare, a volte, di violenza psicologica, ma non ancora di manipolazione; nell'altro caso, invece, il rischio è ben presente.

