



*Direttore*

**Silvano TAGLIAGAMBE**  
Università degli Studi di Sassari

*Comitato scientifico*

**Jesús Timoteo ÁLVAREZ**  
Universidad Complutense de Madrid

**Dario ANTISERI**  
Libera Università Internazionale degli Studi Sociali “Guido Carli” (LUISS) di Roma

**Roberto CORDESCHI**  
Sapienza Università di Roma

**Roberto GIUNTINI**  
Università degli Studi di Cagliari

**Amit HAGAR**  
Indiana University

## FILOSOFIA DELLA SCIENZA

Alla base di questa collana vi sono due idee guida. La prima è che i confini tra le discipline sussistano soprattutto per il piacere (e l'esigenza) di varcarli e che questa istanza sia più forte di qualsiasi implacabile "polizia di frontiera", tesa a impedire la libera interazione e lo scambio dialogico tra i diversi campi del sapere. Valeva ieri per la teoria di Copernico e per quella di Darwin, vale, a maggior ragione, oggi per le frontiere della cosmologia o per quelle della biologia e della fisica, per non parlare dell'informatica o dell'alta tecnologia.

La seconda idea è che la filosofia più interessante, come amava ripetere Ludovico Geymonat, è quella che si annida nelle pieghe della scienza, per cui è a quest'ultima, nelle sue diverse articolazioni e nei suoi svariati indirizzi, che vanno al di là di ogni artificiosa barriera tra "scienze della natura" e "scienze umane", che bisogna guardare per dare una risposta seria e credibile ad alcune delle grandi domande che la filosofia si è posta nel corso del suo sviluppo storico.

In questo quadro generale i singoli contributi che vengono proposti sono tutti contrassegnati da frequenti segni d'interpunzione metaforici, per stimolare quel tipo di lettura di cui parla Wittgenstein nei suoi Pensieri diversi: «Con i miei numerosi segni d'interpunzione io vorrei rallentare il ritmo della lettura. Perché vorrei essere letto lentamente». Non sono libri "usa e getta", da affrontare in maniera fugace e sbrigativa. Sono opere che esigono di essere lette seguendo e facendo propria la bellissima (e sempre attuale) massima attribuita a Svetonio, che è un richiamo all'importanza della meditazione: «*Festina lente*».



# Neurocomunicazione

Applicazioni delle scoperte neuroscientifiche  
alle Scienze e all'Industria della comunicazione

*a cura di*

Jesús Timoteo Álvarez

*Contributi di*

Jesús Timoteo Álvarez  
Víctor Vicente Fernández Bendito  
Carmen Fernández Camacho  
Maximiliano Fernández Fernández  
Ángel López García  
María Luisa García Guardia  
Fernández Óscar Juanatey–Boga  
Carmen Llorente Barroso  
Pilar Losada Redondo  
Valentín–Alejandro Martínez–Fernández  
Nuno Otero  
José María Bernardo Paniagua  
Ángel Luis Rubio Moraga  
Juan Ramón Sanchez Carballido  
Pablo Vicente Sapag Muñoz de la Peña  
Helena Szrek  
Silvano Tagliagambe  
Octavio Uña Juárez



Copyright © MMXIV  
ARACNE editrice S.r.l.

[www.aracneeditrice.it](http://www.aracneeditrice.it)  
[info@aracneeditrice.it](mailto:info@aracneeditrice.it)

via Raffaele Garofalo, 133/ A-B  
00173 Roma  
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-6797-0

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,  
di riproduzione e di adattamento anche parziale,  
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie  
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: gennaio 2014

# Indice

- 9 Presentazione  
*Jesús Timoteo Álvarez*
- 13 Introduzione  
*Silvano Tagliagambe*
- 43 Il fattore « Pentola a induzione » nei processi di Intelligenza Connettiva  
*Jesús Timoteo Álvarez*
- 69 Linguistica e Neurolinguistica. Uno sguardo prospettivo  
*Ángel López García*  
*José María Bernardo Paniagua*
- 103 Impatto delle tecnologie digitali sulle decisioni quotidiane  
*Nuno Otero*  
*Helena Szrek*
- 113 Di tutti e di nessuno: struttura dei processi nella creazione dell'opinione pubblica  
*Octavio Uña Juárez*  
*Maximiliano Fernández Fernández*  
*Carmen Fernández Camacho*
- 143 Neuropsicologia e il concetto della presa di decisioni  
*Pilar Losada Redondo*
- 185 Neuropolitica. La conoscenza del cervello come base per i nuovi modi del fare politica  
*Ángel Luis Rubio Moraga*  
*Pablo Vicente Sapag Muñoz de la Peña*

- 221    **Neuroeconomia: relazioni tra neuroscienze ed economia**  
*Valentín–Alejandro Martínez–Fernández*  
*Fernández Oscar Juanatey–Boga*
- 237    **Neuromarketing**  
*Juan Ramón Sánchez Carballido*  
*Víctor Vicente Fernández Bendito*
- 261    **Neuroshopping ed Efficacia**  
*María Luisa García Guardia*  
*Carmen Llorente Barroso*



## Presentazione

JESÚS TIMOTEO ÁLVAREZ

Le formule e i modelli attuali di gestione della comunicazione sociale attraverso la pubblicità, i “mass media”, il marketing di consumo o il marketing politico, furono progettati per un mercato e per una determinata società di massa e stanno cessando di essere utili e di adempiere i loro obiettivi individuali e sociali.

In aiuto a un radicale rinnovamento di tali modelli di gestione vengono le scoperte nel campo della genetica, la neurobiologia e la teoria delle reti e in particolare tutte le scoperte sui neuroni specchio, con le loro conseguenze rispetto all’accesso degli individui alle informazioni e alla conoscenza. Siamo interessati ai risultati di queste scienze all’avanguardia nell’organizzazione della comunicazione sociale di base: per esempio, l’idea secondo cui l’ambiente non è una struttura imposta dall’esterno, ma una creazione degli esseri viventi se stessi (Lewontin), o come il modello di rete rappresenta ed esprime una “intelligenza distribuita” (Kauffman), una “intelligenza a squame” (*swarm intelligence*), o “intelligenza connettiva” (Granieri), con le sue derivazioni neurali nella misura in cui l’atto comunicativo non è un semplice codice di trasferimento dei messaggi, ma un’interazione di codici con fattori comuni (Lotman).

Ciò che questa ricerca mira a definire sono nuovi parametri e modelli basilari di gestione della comunicazione sociale, che, a partire dai contributi delle scienze citate, possano essere d’aiuto a pubblicitari, giornalisti, professionisti di comunicazione e marketing a creare, individuare, produrre e sviluppare strumenti, prodotti, sistemi e protocolli di gestione efficaci, con un ritorno sugli investimenti.

La posizione attuale degli agenti e dell’industria della comunicazione davanti alla crisi e le soluzioni che stanno adottando per superarla sono piuttosto conservatrici. Esse operano prevalentemente con le tecnologie ICT, digitali e mobili, investendo in strutture e interfacce

e terminali mobili che permattono la partecipazione attraverso il social networking, il commercio elettronico, l'apertura di ogni sorta di facilitazione alla banda larga e al contatto diretto con l'utente finale. Si tratta di un territorio controllato da operatori di banda larga e molto sottomesso all'oligopolio globale dei fornitori e delle società di telecomunicazione.

In secondo luogo essi raccomandano di orientare il cambiamento verso la gestione dei contenuti, lo sfruttamento delle piattaforme mobili e l'adattamento alle possibilità dei terminali di tutti i tipi di prodotti creativi, informativi e d'intrattenimento. In terzo luogo, consigliano di inventare nuovi canali di finanziamento, con quote e prodotti a pagamento ma mantenendo la pubblicità come sistema di base. In realtà questo è tutto. Piccole variazioni sulla struttura di base senza cambiamenti interessanti nella catena del valore.

Noi siamo convinti che tutti questi sforzi finora compiuti nel settore e nell'industria della comunicazione avranno effetti positivi solo parziali. Ci sono due ragioni che supportano questa affermazione. La prima è collegata alla realtà: tutte o la maggior parte delle attività legate alla comunicazione hanno smesso di essere redditizie da anni, sono stagnanti dal 2003 e in caduta libera dal 2007. Quasi tutti perdono soldi oggi. La seconda ragione è che questa industria ha mantenuto, con correzioni e aggiustamenti, la vecchia struttura industriale ed economica definita per la comunicazione di massa 130 anni fa a New York, mentre oggi il mercato di massa è in piena ritirata. Consideriamo, sempre ipoteticamente, che le soluzioni debbano andare maggiormente in profondità: attraverso cambi radicali nelle fondamenta stesse della comunicazione sociale. Per esempio, considerandola non più come un'attività lineare — caratteristica dei media di massa —, ma come un'attività che si sviluppa in uno "spazio intermedio", secondo le ipotesi avanzate da Juri Lotman nei suoi studi sul linguaggio e sviluppate e approfondite in Italia da Silvano Tagliagambe.

In questo senso, il presente libro/rapporto raccoglie, in una maniera che consideriamo esaustiva, le applicazioni alle scienze e pratiche sociali delle conclusioni provenienti dalle neuroscienze estese e i risultati della genetica che sono oggi utilizzati dalla teoria delle reti. Abbiamo concentrato il fulcro della questione su tali applicazioni a casi reali della neurolinguistica, neuropolitica, neuromarketing, neuroeconomia, neuroshopping ecc. Abbiamo cercato le esperienze,

provenienti da qualsiasi parte del mondo, relative a queste scienze di frontiera che abbiano avuto a che fare con la gestione della comunicazione, i suoi sistemi e i suoi strumenti. Abbiamo stabilito parametri di riferimento per la futura creazione di formule o di un modello di neurocomunicazione applicata.

In questo libro prepariamo il terreno per condurre esperimenti concreti di creazione di intelligenza connettiva e/o a squame che, secondo le nostre ipotesi, saranno la via dominante tanto negli sviluppi teorici delle scienze della comunicazione, quanto nelle applicazioni industriali, protocolli e prodotti della futura pubblicità, dei futuri media sociali, della futura gestione organizzativa della comunicazione, delle future relazioni sociali strutturate scientificamente.

L'elemento veramente caratteristico dell'intelligenza connettiva non sta nel pensare insieme per arrivare a determinate conclusioni, ma nella riflessione libera e autonoma che dà un significativo valore aggiunto partendo dalla collaborazione, dal collegamento reciproco ed elaborando e sviluppando le idee assieme agli altri. In questo modo ogni partecipante conserva la propria identità in un processo di "fusione di orizzonti". Questa metodologia ha ricevuto un impulso decisivo dall'avvento delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT). Infatti non è eccessivo affermare che l'intelligenza connettiva incarna il miglior modo di pensare e di relazionarsi nella nuova società in rete, perché stabilisce una connettività simultanea e significativa tra molteplici utenti secondo gli schemi "uno a vari", "vari a uno", "vari a vari", perché stimola l'interattività ludica tra i contatti, perché sostituisce la variabile della prossimità geografica con quella, propria del cyberspazio, in cui la connessione si stabilisce in funzione degli interessi e delle preferenze condivise e perché riesce ad accelerare la sinergia dei processi di conoscenza decentralizzata. Al pari del funzionamento delle reti di comunicazione e di internet, la sua dinamica non ha un unico centro, un solo "io", ma nasce ovunque. Questo tipo di approccio considera la conoscenza come un fenomeno distribuito e non come un fatto isolato, concentrando l'attenzione sulle caratteristiche relazionali.



## Introduzione

SILVANO TAGLIAGAMBE

### **1. La Neurocomunicazione all'incrocio tra Epistemologia e Neuroscienze**

I problemi affrontati dalla “neurocomunicazione”, di cui si parla in questo libro, partono da una classica questione epistemologica, rivisitata e approfondita alla luce di ciò che ci stanno dicendo le neuroscienze sulla struttura e sul funzionamento del nostro cervello. La questione epistemologica di cui stiamo parlando è quella relativa all'esigenza, che si sta manifestando sempre più come ineludibile, di pensare ciò che chiamiamo “oggetto della conoscenza” in maniera anfibia: *sia* come “oggetto della realtà”, “dato” e quindi come apertura dell'esperienza, “materiale” offerto al lavoro delle strutture percettive e cognitive; *sia* come “costrutto formale”, già trasformato in “oggetto della conoscenza”.

Per quanto riguarda il primo aspetto proprio i risultati delle ricerche delle neuroscienze sulla natura e sull'organizzazione interna dei nostri processi cerebrali tendono a sottolineare, in modo sempre più concorde, che comunque si definisca la “realtà esterna” e comunque la si intenda, l'uomo non può accedere direttamente a essa, ma soltanto per il tramite di una cascata di processi di mediazione. Non ci sono « copie degli oggetti che scivolano dentro i nostri occhi, ma solo fotoni, quanti di luce riflessi (o eventualmente emessi) dagli oggetti del mondo fisico. E questi fotoni piovono su un esteso tappeto di unità fotorecetrici distinte, la retina oculare. Queste unità fotorecetrici trasformano l'energia luminosa in segnali elettrochimici individuali che viaggiano nel tessuto nervoso. L'oggetto di partenza a questo punto è inghiottito dal brulichio dei neuroni e delle sinapsi. Eppure esso è destinato a fare la sua apparizione (l'unica possibile in effetti) nel teatro della coscienza. Gli oggetti, le “cose” della nostra esperienza