

Recensioni

Book Reviews

*a cura di Andrea Castiello d'Antonio, Davide Cavagna,
Mauro Fornaro, Silvia Marchesini ed Euro Pozzi**

Alla rubrica di questo numero hanno collaborato:
*Andrea Castiello d'Antonio, Matteo Fumagalli,
Adriana Grotta, Giuliana Nico, Chiara Pecchio*

Recensione-saggio

Vittorio Gallese, Stefano Moriggi & Pier Cesare Rivoltella, *Oltre la tecnofobia. Il digitale dalle neuroscienze all'educazione*. Milano: Raffaello Cortina, 2025, pp. 204, € 16,00

Oltre la tecnofobia. Il digitale dalle neuroscienze all'educazione è un saggio che s'inserisce in quel filone di contributi che cercano di analizzare l'ormai inevitabile confronto con la digitalizzazione di massa e ciò che essa comporta.

Il libro parte da una tesi forte, dal tono apodittico: «Oggi stiamo assistendo a qualcosa di nuovo: il digitale sta introducendo un cambiamento epocale, poiché intercetta ogni aspetto dell'esistenza dell'individuo, probabilmente condizionando non solo il suo sviluppo e le sue capacità adattive, ma agendo anche sul senso di realtà. Se oggi vogliamo affrontare la dimensione interpsichica dell'esistenza umana, dobbiamo considerare attentamente la connettività digitale e il suo crescente impatto sulle nostre vite» (pp. 29-30). E ancora: «Il cambiamento della percezione sensoriale prodotto dai media digitali incide profondamente sull'esistenza umana, modificandone l'esperienza e la sensibilità, poiché la percezione non è semplicemente data, ma "organizzata" entro un determinato *medium*» (p. 26).

Ed è proprio dal rapporto fra corpo, percezione e neuroscienze che prende il via la Parte prima (pp. 19-70) del saggio. A partire dalla connessione fra sistema motorio e Sé corporeo che favorisce, attraverso i neuroni specchio, un processo di simulazione incarnata per cui l'intersoggettività è anzitutto intercorporeità, gli Autori dichiarano la necessità di «comprendere i modi in cui i Sé corporei interagiscono in questo regno digitale» (p. 37). Il quesito si fa ancora più avvincente rispetto al fatto che il *mediascape*

* Per recensioni, segnalazioni e libri da inviare: Silvia Marchesini, Via Bachelet 9, 43123 Parma, e-mail <slvmarchesini@gmail.com>. Istruzioni per collaborare con la rubrica “Recensioni”: pagina Internet www.psicoterapiaescienzeumane.it/recensioni.htm.

(paesaggio mediale) ha esposto i nostri corpi alla realtà virtuale. Contrariamente a un’ipotesi di forte divaricazione fra percezione virtuale e reale, «*non esistono meccanismi cervello-corpo radicalmente distinti a supporto della nostra vita nel mondo della presenza fisica e di quella vissuta nella mediasfera digitale*» (p. 41, corsivi nell’originale). Ciò non va a sostegno di una totale indistinzione, ma siccome «gli esseri umani hanno costantemente creato e abitato una molteplicità di mondi paralleli» (p. 46), si tratta ora di interrogare come cambia la nostra esperienza di vita da quando è aumentata «la percentuale di tempo che trascorriamo nel mondo bidimensionale digitale rispetto a quello che impieghiamo nella tridimensionalità del mondo fisico» (*ibidem*). Nello specifico, la fruizione continua di immagini e la funzione *touch screen* dei nostri schermi favorisce una «dimensione aptica della visione» (p. 50), aprendo a nuovi interrogativi che «riguardano il rapporto tra corpo, schermo e immaginazione» (*ibid.*). Tuttavia, la questione della corporeità trova nel *Web* il suo rovescio: un processo di evanescenza determinato dalla coincidenza fra il proprio Sé e l’immagine del volto catturata dal *selfie* che, a sua volta, «ha alimentato l’ascesa globale della chirurgia estetica» (p. 52), fino al processo di estetizzazione della vita sociale e della politica. La Parte prima del libro si conclude con il dibattito, rinvigorito dalla recente pubblicazione di *La generazione ansiosa. Come i social hanno rovinato i nostri figli* di Jonathan Haidt (Milano: Rizzoli, 2024), sulla «relazione tra l’uso pervasivo dei *media* digitali e il benessere mentale, specialmente per le generazioni più giovani, i cosiddetti “nativi digitali”» (p. 64). Secondo alcune ricerche, si tratta di «un dato correlativo, senza prove di una reale relazione causale tra i due fenomeni» (p. 65).

Se non possiamo più prescindere dal dato che i nostri corpi e le nostre menti sono immersi nel *medium* digitale, la Parte seconda (pp. 71-121) del libro argomenta, con validi ragionamenti filosofici, la necessità di affrontare un cambio di paradigma, a partire dalla presa di distanza da quell’«insopprimibile bisogno di mettere l’“uomo al centro”» (p. 85). È necessario, dunque, partire dallo «smantellare il feticcio di umanità» (p. 87), ossia il retaggio «di quel “cosiddetto scenario umanistico”» (p. 82) che alimenta narrazioni polarizzate come quelle di soggetto/oggetto, uomo/macchina e natura/artificio. Infatti, per gli Autori, è la continua e implicita adozione di un fondamento epistemologico, che esalta «una non meglio precisata “essenza” della specie umana (e dei presunti valori che tale feticcio concettuale incarnerebbe)» (p. 108), da cui derivano le cosiddette «ricette del “buon senso”» (p. 85) in risposta al digitale. Queste «buone maniere» (p. 94) favoriscono slogan come quello di benessere digitale (per gli Autori, un concetto vago), di *digital detox* e l’adozione di strumenti preventivi come quello di patentino digitale, che hanno però il difetto di rimettere al centro l’esclusivo rapporto con l’oggetto digitale. Ciò che non funziona di questi approcci è il loro indiretto rifarsi a quel procedimento di «“algebra morale o prudenziale”» (p. 99), che porta a ridurre il complesso rapporto con la tecnologia alla solita dicotomia tra rischi e opportunità. Il cambio di paradigma, quindi, deve farci muovere dalla «rassicurante domanda *Quid est homo? (Cosa è l’uomo?)*» (p. 108, corsivi nell’originale) alla più pertinente domanda «*Chi sei tu, uomo?*» (*ibid.*, corsivi nell’originale), che impegna in una risposta legata al tempo e al luogo presente piuttosto che farci sedurre da «definizioni presuntamente oggettive e implicitamente metastoriche di “essere umano”» (*ibid.*). Solo mantenendosi nei confini di questo interrogativo possiamo imparare ad «abitare *farmacologicamente*

(e dunque consapevolmente) la *catastrofe*; ovvero il cambio di stato, il mutamento radicale che una svolta tecnologica e culturale – come, appunto, quella innescata dalla pervasività del digitale – inevitabilmente porta con sé» (pp. 107-108, corsivi nell’originale). Ma non si tratta di insistere troppo sul termine rivoluzione in cui «il “nuovo” supera e sostituisce il “vecchio”» (p. 114), bensì di adottare la metodologia dell’*archeologia dei media* che parte da un’idea di evoluzione culturale e tecnica che non segue una visione cronologica del tempo. In senso esemplificativo, secondo il punto di vista mediarcheologico, l’idea da cui nasce Internet non va intesa in termini di discontinuità, ma di recupero, in una nuova tecnologia, di matrici culturali storicamente presenti. Per cui, all’origine del *Web*, si trova «il recupero di strategie di esternalizzazione e condivisione della conoscenza» (p. 118), così come l’idea di «confronto libero e spre-giudicato che, almeno dai tempi di Galileo, ha contribuito a modellare e istituzionalizzare tutta la comunità scientifica» (*ibid.*). Solo attraverso una simile metodologia, per gli Autori, è possibile ragionare in senso costruttivo su come ridefinire la nostra vita rispetto all’avvento di una nuova tecnologia.

Nella Parte terza (pp. 123-175), il libro affronta il tema dell’educare «oltre il senso del luogo» (p. 131). Nel libro del 1985 *Oltre il senso del luogo. L’impatto dei media elettronici sul comportamento sociale* (Bologna: Baskerville, 1993), Joshua Meyrowitz sottolinea come i *media* digitali abbiano dissolto i confini spaziali e con essi il rapporto con la fonte del sapere, sia essa rappresentata dal Maestro (nel libro qui recensito si fa riferimento a Platone come modello di detentore del sapere) o dall’adulto. La sfida pedagogica non è, dunque, quella di ristabilire il controllo del sapere o imporre il divieto intransigente da parte dell’adulto (per esempio, su quanto far usare a mio figlio lo smartphone o se attendere i 14 anni prima di darglielo). A fronte di una società della trasparenza, creata appunto dallo sguardo dei *media* digitali, «mettere un cellulare sottochiave non serve assolutamente a nulla» (p. 143). Al contrario, la ricerca sostiene «di esporre ai *media* soggetti anche in giovane età ma con l’avvertenza di accompagnarli, di fare attività di glossa, di fornire indicazioni e suggerimenti su come orientare e costruire il consumo» (p. 146). La via è, dunque, quella di favorire, da parte dell’adulto, il senso di responsabilità del minore, attraverso quelle che lo psicoanalista francese Serge Tisseron definisce le tre A (Alternanza, Autoregolazione e Accompagnamento). Con riferimento alla *Social Media Education*, l’obiettivo è di sviluppare un maggior senso critico e rafforzare la capacità di resistenza intesa come «l’atteggiamento di costante mobilitazione del soggetto che vive in una società mediatizzata e che per questo è sempre attento agli effetti di quel che gli altri possano fare» (p. 155). Si tratta di un’impegnativa sfida pedagogica, in quanto non ci si può limitare a insegnare all’utente a essere in grado di analizzare e valutare i contenuti proposti (come per cinema o televisione), poiché nel *medium* digitale l’utente è a sua volta *producer* di contenuti.

Il libro si conclude con un “Manifesto dell’Oltretecnofobo” (pp. 177-182), un breve decalogo per una tecnologia umanistica a scapito di «una tecnologia che diventi il veicolo (come sta già succedendo) del “populismo industriale”» (p. 179).

Questa sintesi dei temi principali mostra un saggio ricco di spunti e coraggioso nelle sue tesi, cui va anzitutto riconosciuto il merito di trasmettere, con una certa autorevolezza, un messaggio senza appello: l’“affare” digitale è un tema da cui non si può più prescindere. Ne consegue che, se la tecnofobia e la tecnofilia, nella loro polarizzazione

ideologica, assumono come postulato l'esistenza del digitale, la posizione negazionista o di *belle indifférence* a riguardo non è più concepibile. Altrettanto impossibile risulta una posizione rivolta al desiderio di un rifugio incontaminato dalla tecnologia, simile a quanto promosso, durante la Prima Rivoluzione Industriale, da Henry David Thoreau nel suo testo del 1854 *Walden ovvero Vita nei boschi* (Milano: Rizzoli, 1964; Milano: Feltrinelli, 2012; Torino: Einaudi, 2015). Per dirla con uno slogan: non c'è fuga possibile, in quanto non c'è zona del globo che *Google Maps* non abbia già digitalmente mappato.

Un altro punto degno di nota riguarda la composizione autorale del libro: un neuroscienziato (Vittorio Gallese), un filosofo (Stefano Moriggi) e un pedagogista dei *new media* (Pier Cesare Rivoltella). La commistione di saperi e punti di vista eterogenei indica la necessità di affrontare il cambio di paradigma all'interno di una coralità e di un processo dialettico. Sebbene gli Autori auspichino di potersi rivolgere a «un pubblico curioso, non necessariamente specialistico» (p. 13), la complessità del tema e gli innumerevoli riferimenti teorici richiedono al lettore una certa competenza di base.

Date queste premesse, metterei in evidenza alcuni temi su cui, a mio avviso, sarebbe utile dibattere. Nonostante gli Autori non infondano una visione edulcorata del *Web* affrontando temi come l'uso dei *deepfake* (icone sintetiche generate da algoritmi di *deep learning*) e la manipolazione della realtà a opera delle *fake news*, manca uno sguardo più incisivo e ampio sul contesto sociale nel quale si gioca la partita delle nuove tecnologie. Se nel libro si afferma che l'utilizzo specifico di una tecnologia «è dettato e condizionato dal modello di società contemporanea in cui la stessa tecnologia è prodotta e utilizzata» (p. 67), è altrettanto vero che il digitale stesso ha avuto un peso notevole, secondo un processo di rinforzo circolare, nel condizionare l'attuale modello di società. Nello specifico, l'avvento delle grandi compagnie di intermediazione (*Google*, *Apple*, *Amazon*, *Meta*, etc.) inaugura il capitalismo immateriale (Quintarelli, 2019), in cui dietro l'entusiastica possibilità promossa *in primis* dai *social network*, di «nuove forme di socializzazione e socialità» (p. 69), si cela il lato oscuro del *Web*. Sullo sfondo dei nostri profili, il *Web* viene letteralmente piegato alle logiche del turbocapitalismo e reso un luogo deputato «a produrre strumenti di controllo e di offesa» (Bertola & Quintarelli, 2023, p. 17). Non penso si tratti di fare del complottismo, ma di informare il lettore che ci troviamo da tempo in quella che viene schiettamente definita “merdificazione” (*enshittification*) del *Web*, determinata proprio dal fatto che le uniche logiche che governano le *tech platforms* sono quelle del profitto (Doctorow, 2025). In termini più sociologici, la trasformazione del *Web* in uno spazio virtuale di consumo compulsivo di contenuti postati s'inserisce in quella che lo storico David T. Courtwright designa come una «*age of addiction by design*» (Courtwright, 2019, p. 10), ossia un sistema collaudato di induzione alla dipendenza alla base del cosiddetto *limbic capitalism* (capitalismo limbico). Con questo termine, Courtwright delinea un sistema di *business* che punta diretto alla “manipolazione” del sistema limbico, inducendo continuamente il consumatore in comportamenti di *craving*. Tutto questo esercita sul soggetto una potente funzione cortocircuitante quella capacità di autoregolazione, citata nel libro, basata sull'«esercizio dell'inibizione» (p. 168, corsivi nell'originale), finalizzato, per esempio, a evitare i *bias* di conferma e di conformità sociale o ad astenersi da schemi

di azione ripetitivi che il digitale facilmente induce. Per cui quello che gli Autori denunciano come un rischio, ossia di «rinchiuso nel potenziale del digitale entro i limiti angusti di uno standard unico cui finiremmo per conformare le nostre professioni e, ancora più radicalmente, le nostre esistenze» (p. 179), sta di fatto già avvenendo. E nonostante sia condivisibile la considerazione per cui «il vero conflitto non è tra essere umano e tecnologia, ma tra visioni del mondo» (p. 179), al momento mi sembra ci troviamo confrontati con quella provocatoria frase con cui Mark Fisher (2009, p. 25) apre *Realismo capitalista*: «È più facile immaginare la fine del mondo che la fine del capitalismo».

Dal discorso sul sociale deriva quello dell’educazione ai *new media*. Nel momento in cui si passa da un’accurata analisi sul cambio di paradigma a una prospettiva pedagogica, rivolta in particolare al rapporto genitori/figli, la mente si trova in qualche modo obbligata a tornare sull’inevitabile questione operativa del “Che fare?”. Come citato prima, gli Autori elencano una serie di buoni propositi, sostenuti da ricerche, finalizzate a sviluppare un rapporto corretto con gli strumenti digitali: instaurare una complicità fra adulto e bambino, fare attività di glossa, verbalizzare le esperienze di consumo e sviluppare una pedagogia del contratto. Tuttavia, l’appello a un adulto in grado di essere «presente con azioni di *mentoring*» (p. 167, corsivi nell’originale) sull’uso dei *media* dovrebbe considerare che, anzitutto, ci stiamo confrontando con una riconosciuta crisi della funzione educativa e genitoriale (Lancini, 2017), ma soprattutto che i neogenitori sono “digitalmente modificati” quanto i loro figli (Scognamiglio & Russo, 2018; Scognamiglio, Russo & Fumagalli, 2024; Scognamiglio, 2021, 2025) e, quindi, a loro volta plasmati dall’attuale contesto sociale. Questo appiattimento delle differenze intergenerazionali pone la questione di quanto l’adulto sia in grado di mantenersi in quella distanza prospettica dall’oggetto digitale, indispensabile per svolgere la sua funzione di guida.

Un ulteriore tema di dibattito riguarda la questione clinica-psicopatologica legata al digitale. Non faccio riferimento al capitolo 9, «“Nativi digitali” e benessere mentale» (p. 63), in cui si discute seriamente di come le ricerche sulla correlazione fra tecnologie digitali e salute mentale delle nuove generazioni siano controverse, ma al fatto che venga affrontato sbrigativamente un tema complesso come quello dei ritirati sociali: «*I media digitali, lungi dall’essere la causa del ritiro, sono piuttosto ciò che consente a questi adolescenti di rimanere “attaccati” al mondo evitando un esito psicotico della sindrome*» (p. 95, corsivi nell’originale). Oltre a infondere una visione sommaria su un fenomeno eterogeno (Da Re & Perulli, 2025), questa considerazione legge il digitale come palliativo di un malessere psichico, precludendo la possibilità di interrogarsi, in linea con il libro, su come anche la fenomenologia del ritiro sociale, e non solo, possa essersi modificata a seguito del cambiamento radicale determinato dalle nuove tecnologie.

Infine, il libro non tratta direttamente il tema dell’Intelligenza Artificiale (*Artificial Intelligence [AI]*). Dato lo sdoganamento troppo recente a livello di uso comune, dobbiamo forse attendere del tempo per studiarne gli effetti di massa. Vale comunque la pena sollevare un tema che rende l’AI qualcosa che appartiene al digitale e nello stesso tempo se ne differenzia: per la prima volta, ci confrontiamo con una tecnologia che pratica abilità di processamento linguistico derivate da *large language models* (LLM),

ossia modelli di *machine learning* in grado di comprendere e generare testo in linguaggio umano. Qualcosa, quindi, che si distanzia notevolmente dal codice *visual* su cui sono costruiti i *social network* e la maggior parte dei contenuti fruiti sul *Web*. Scontato dire che per la psicoterapia, e non solo, si aprono vertiginosi interrogativi.

Matteo Fumagalli

Bibliografia

- Bertola V. & Quintarelli S. (2023). *Internet fatta a pezzi: sovranità digitale, nazionalismi e big tech*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Courtwright D.T. (2019). *The Age of Addiction: How Bad Habits Became Big Business*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Da Re L. & Perulli L. (2025). *Il ritiro sociale in adolescenza. Attualità e prospettive*. Milano: FrancoAngeli.
- Doctorow C. (2025). *Enshittification: Why Everything Suddenly Got Worse and What We Can Do About It*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Fisher M. (2009). *Capitalist Realism: Is There No Alternative?* New Alresford, UK: Zero Books (trad. it.: *Realismo capitalista*. Roma: Neroeditions, 2017).
- Lancini M. (2017). *Abbiamo bisogno di genitori autorevoli*. Milano: Mondadori.
- Quintarelli S. (2019). *Capitalismo immateriale. Le tecnologie digitali e il nuovo conflitto sociale*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Scognamiglio R.M. (2021). L'inconscio digitale: la sfida di una clinica senza soggetti. *Psicoterapia e Scienze Umane*, 55, 2: 205-226. DOI: 10.3280/PU2021-002002.
- Scognamiglio R.M. (2025). Gli ibernati. Dal narcisismo dell'*Io* al narcisismo del *You*. *Psicoterapia e Scienze Umane*, 59, 3: 411-438. DOI: 10.3280/PU2025-003002.
- Scognamiglio R.M. & Russo S.M. (2018). *Adolescenti Digitalmente Modificati (ADM). Competenza somatica e nuovi setting terapeutici*. Sesto San Giovanni (MI): Mimesis.
- Scognamiglio R.M., Russo S.M. & Fumagalli M. (2024). *Il Narcisismo del You. Come orientarsi nella clinica digitalmente modificata*. Sesto San Giovanni (MI): Mimesis.