



Corso di Formazione

Tecnologia, Semiotica e Magia

Daniela Catesi

INTRODUZIONE

Tecnologia, Semiotica e Magia

*Immagina una conversazione notturna tra amici che
iniziano a unire i puntini.*

*Nessun parolone accademico se non per giocare, e
tanta meraviglia per il quotidiano.*

*È il momento della notte in cui le teorie si fanno au-
daci e capisci che il computer che hai sempre avuto
davanti è, letteralmente, un oggetto magico.*

1

Modulo

Segno, Simbolo e Processo

1.1 L'Atomo del Significato: Cose invisibili che abbiamo sotto gli occhi

1.2 Il Codice Segreto: Maghi, Cabalisti e i Primi Programmatori

1.3 La Parola che Crea: Tecnologia come Techne e Magia

Modulo 1.1

Facciamo un gioco. Pensate alla parola 'Cane'. In questo preciso istante, nella testa di ognuno di voi è comparsa un'immagine, giusto? Chi ha visto un labrador, chi un barboncino, chi il cane che aveva da bambino.

Un linguista svizzero che si chiamava Saussure diceva che noi camminiamo nel mondo con dei fogli di carta invisibili in tasca. Da un lato c'è una parola scritta o un suono (il **Significante**), dall'altro c'è il concetto mentale che si accende nella testa (il **Significato**). Non puoi separare le due facce del foglio. Se io dico '*Abracadabra*', per noi oggi evoca un mago col cilindro; ma duemila anni fa, scriverla su un amuleto significava (per chi ci credeva) far sparire la febbre.

La cosa assurda? Il legame tra il suono e l'idea è totalmente inventato. È un accordo anonimo. Non c'è niente di 'canino' nella parola C-A-N-E. Eppure, se domani ci accordassimo tutti per chiamare il cane 'tavolo', la realtà cambierebbe. Noi non usiamo le parole per descrivere le cose; noi usiamo le parole per *evocarle* dal nulla. Chi decide questi accordi? Chi è che decide i nomi delle cose?

Ora facciamo un passo avanti. C'era un altro filosofo, un tipo un po' bizzarro di nome Peirce, che diceva che il mondo è pieno di indizi. Lui li divideva in tre categorie, e se ci fate caso, le usiamo ogni secondo senza accorgercene.

Guardate lo schermo del vostro telefono:

L'Icona: Questa è facile. È un segno che somiglia a quello che rappresenta. L'iconina della vecchia macchina fotografica per aprire l'app Foto, o la lente d'ingrandimento per fare una ricerca. È un disegno che imita la realtà.

L'Indice: Questo è il mio preferito, perché è un indizio fisico. Se vedete del fumo che sale da un bosco, sapete che c'è un fuoco anche se non lo vedete. Il fumo è l'*indice* del fuoco. Sullo smartphone? Il pallino rosso sopra l'icona di WhatsApp. Non vi dice cosa c'è scritto, ma è l'indizio fisico che qualcuno vi ha cercato. Vi mette ansia? Certo, è fatto apposta per farvi cliccare. È un'esca cognitiva.

Il Simbolo: Qui entriamo nella magia pura. Il simbolo non somiglia a niente e non ha legami fisici. Pensate alla **X** per chiudere una finestra sul computer, o al simbolo del **Wi-Fi**, quelle tre ondine curve. Perché tre linee curve significano internet gratis? Perché lo abbiamo deciso noi. È un patto invisibile.

La verità è che i designer della Silicon Valley sono i più grandi esperti di semiotica (e di magia) del pianeta. Hanno preso concetti astrattissimi, come una memoria a stato solido o un server remoto, e li hanno trasformati in indizi quotidiani. Quando trascinate un file nel Cestino del computer, non state buttando via della plastica. State dicendo a un algoritmo di cancellare delle stringhe di codice

binario da un disco di silicio. Ma la vostra mente ha bisogno del *rito* del cestino per capire l'azione. Vi sembra normale, quotidiano, persino banale. Ma se ci pensate bene... state muovendo le dita su un vetro retroilluminato per far sparire degli oggetti virtuali. Se lo aveste fatto nel 1600, vi avrebbero bruciato sul rogo per stregoneria.

Quindi, la prossima volta che camminate per strada o sbloccate il telefono, provate a fare i detective. Guardate un logo, un cartello, una notifica. Chiedetevi: *“Questo segno cosa mi sta ordinando di fare? E perché io gli sto obbedendo senza fiatare?”*.

Benvenuti nel primo livello della magia contemporanea.

Modulo 1.2

Restiamo un attimo sul concetto di prima: abbiamo detto che le parole creano la realtà. C'è una tradizione esoterica bellissima, la **Cabala**, che porta questa idea all'estremo. I cabalisti non pensavano che Dio avesse creato il mondo con i mattoni o con la terra, ma con le lettere dell'alfabeto ebraico. Per loro, le lettere sono letteralmente le linee di codice dell'universo.

Pensate alla leggenda del Golem di Praga: un gigante d'argilla che prende vita. Come si attivava? Non con una pozione o con l'elettricità di Frankenstein, ma scrivendo sulla sua fronte la parola *Emet* che in ebraico significa *Verità*. Se cancellavi la prima lettera, la parola diventava *Met* (*Morte*), e il gigante tornava polvere.

Vi ricorda qualcosa? È la stessa identica cosa che fa un programmatore oggi. Se in una riga di codice JavaScript scrivi *true*, il sistema si attiva; se cambi la parola e scrivi *false*, il sistema si spegne. La Cabala era *coding* medievale, solo che al posto dello schermo usavano l'argilla.

Ma come facevano i maghi a convincersi che un simbolo potesse cambiare le cose? C'è una frase famosissima attribuita a un personaggio mitico, Ermete Trismegisto, che dice: *Come in alto, così in basso; come sopra, così sotto*.

In pratica, credevano che tutto l'universo fosse connesso da una rete invisibile di fili. Se tu muovi un filo quaggiù, si muove qualcosa lassù. È il principio delle corrispondenze. Se volevi attirare l'energia del pianeta Marte associato alla forza, alla guerra, al ferro, non dovevi andare nello spazio. Bastava fare un rituale usando oggetti che vibravano alla stessa frequenza: indossare una veste rossa, bruciare del pepe, forgiare un amuleto di ferro in un determinato giorno.

Oggi ci fa sorridere? Forse. Ma pensate a come funziona un motore di ricerca o Spotify. Quando l'algoritmo crea la vostra playlist personalizzata, cosa fa? Cerca le corrispondenze. Mette insieme i tag: Genere: *Indie*, Mood: *Malinconico*, Orario: *Notte*. L'algoritmo unisce i puntini invisibili dei vostri comportamenti digitali per materializzare una canzone perfetta per quel momento. È lo stesso identico principio: creare una rete di risonanze per evocare un effetto.

E poi ci sono gli alchimisti. Spesso ce li immaginiamo come dei vecchi matti che cercavano di trasformare il piombo in oro in uno scantinato fumoso. Ma l'alchimia era soprattutto una lingua segreta, fatta di simboli anonimi che solo gli iniziati potevano decifrare: il Leone Verde, il Re e la Regina, il Corvo.

Perché nascondersi dietro ai simboli? Per due motivi. Il primo è politico: se la Chiesa ti scopriva a fare esperimenti, finivi sul rogo. Il secondo è psicologico: il simbolo alchemico non doveva solo trasmettere un'informazione, doveva *trasformare* chi lo guardava.

5 Tecnologia, Semiotica e Magia

www.danielacatesi.it – Sei libero di scaricare, stampare e condividere

Lavorare sulla materia significava lavorare sulla propria mente.

Oggi facciamo la stessa cosa con i loghi dei brand. Quando vedi la **M** gialla di McDonald's o la mela morsicata della Apple, non stai solo vedendo una lettera o un frutto. Quei simboli sono carichi di un significato che è stato iniettato nella tua mente attraverso anni di marketing. Quando li guardi, scatta una trasmutazione chimica nel tuo cervello: dopamina, senso di appartenenza, fame. I maghi usavano i sigilli, noi usiamo i loghi.

La verità è che un antico grimorio — il libro degli incantesimi dei maghi — non è nient'altro che un manuale d'istruzioni. Contiene l'ordine esatto dei simboli da tracciare e delle parole da pronunciare per ottenere un risultato. Se sbagli una virgola, l'incantesimo fallisce.

Se ci pensate, il vostro smartphone è il grimorio più potente mai costruito. È una tavoletta di vetro e silicio piena di sigilli colorati (le app). Ne sfiorate uno con l'indice, pronunciate una formula magica (*Ehi Siri, ordina una pizza*) e la realtà fisica intorno a voi si modifica: un uomo in carne e ossa si mette in moto per portarvi del cibo a casa.

Non è magia questa?

Modulo 1.3

Se oggi pensiamo alla tecnologia, ci vengono in mente i laboratori asettici, i camici bianchi, i chip di silicio. Ma facciamo un salto indietro di qualche millennio. Sapete chi era il tecnologo del villaggio nell'antichità? Il fabbro.

Il fabbro era uno che prendeva una pietra informe (il minerale di ferro), la buttava nel fuoco, ci soffiava dentro e, attraverso formule tramandate in segreto, ne tirava fuori una spada o un aratro. Per il resto del villaggio, quella non era scienza applicata: era magia pura. Era la *Techne* greca, che significa arte, artigianato, saper fare, ma anche astuzia.

I greci avevano una parola bellissima per indicare un oggetto fatto con un'abilità tale da sembrare vivo: *Thauma*, il prodigio. Lo sciamano che incideva un osso e l'artigiano che fondeva il bronzo stavano facendo la stessa cosa: estendevano il potere del corpo umano usando simboli e materia. La tecnologia è nata sciamanica.

Ma quand'è che la formula magica è diventata una riga di codice?

Pensate alla parola magica per eccellenza: *Abracadabra*. Una delle ipotesi etimologiche più affascinanti dice che derivi dall'aramaico *Avrah KaDabra*, che significa letteralmente: *Creerò come parlo* o *Mentre parlo, creo*. È l'idea che il suono della voce abbia il potere di modificare la materia.

Ora pensate a un programmatore oggi. Si siede davanti a uno schermo nero, digita una serie di parole in un linguaggio comprensibile solo agli iniziati (magari proprio Python, a me piace parecchio) e preme 'Invio'. In quel preciso istante, da qualche parte nel mondo, un server si accende, un braccio meccanico in una fabbrica si muove, o un conto bancario si svuota.

Il programmatore ha letteralmente *creato mentre parlava*. Ha scritto delle parole invisibili per produrre un effetto fisico nel mondo reale. Il software è l'unico posto al mondo dove la metafora diventa realtà: le parole *sono* azioni.

La verità è che noi non compriamo la tecnologia perché siamo razionali; la compriamo perché vogliamo i superpoteri. Vogliamo la magia.

Perché usiamo Zoom o FaceTime? Perché vogliamo il dono dell'**ubiquità** (essere in due posti contemporaneamente).

Perché usiamo Google? Perché vogliamo l'**onniscienza** (sapere tutto, subito).

Perché compriamo l'ultimo modello di smartphone? Perché vogliamo un **talismano** che ci dia il controllo sul nostro mondo.

I reparti marketing della Silicon Valley lo sanno benissimo. Non ti vendono i gigahertz del processore, ti vendono l'effetto magico. Apple chiama la sua penna per iPad *Pencil*, come la matita dei disegnatori, ma che non si consuma mai e le sue funzioni *Magic*.

Ci muoviamo sfiorando i vetri con le dita — facendo degli swipe che sembrano i passaggi magnetici degli ipnotizzatori dell'Ottocento — perché vogliamo sentirci dei maghi.

E per chiudere in bellezza, guardate di cos'è fatto il cuore dei nostri computer. È il silicio. E il silicio non è altro che sabbia, quarzo, cristallo.

Se ci pensate, abbiamo preso lo stesso materiale di cui erano fatte le sfere di cristallo dei veggenti e i talismani del passato, lo abbiamo purificato, tagliato in fette microscopiche e ci abbiamo inciso sopra dei circuiti invisibili. Poi ci abbiamo fatto passare dentro l'elettricità (la luce) e lo abbiamo costretto a pensare, a fare divinazioni, a parlarci.

Siamo partiti convinti di aver superato l'era dei maghi e degli incantesimi, e ci ritroviamo a vivere dentro l'infosfera: un mondo governato da spiriti digitali invisibili che evochiamo ogni volta che sblocciamo lo schermo.

2

Modulo **I Segni del Digitale**

2.1 L'Illusione dell'Interfaccia: Linguaggi dei Nuovi Media

2.2 Grimori Algoritmici: L'Algoritmo come Incantesimo e Ritualità

2.3 Egregore Contemporanee: Strategie Simboliche e Cultural Branding

Modulo 2.1

Hei, avvicinatevi. Guardate lo schermo del computer o del telefono che avete davanti. Cosa vedete? C'è una scrivania, ci sono delle cartelle, c'è un cestino in un angolo, forse qualche documento sparso.

Ora vi dico una verità che vi destabilizzerà: **niente di tutto questo esiste.**

Lì dentro non c'è nessuna cartella di plastica, nessun foglio di carta, nessun tavolo di legno. Se aprissimo il computer, troveremmo solo impulsi elettrici che viaggiano su microscopiche piste di silicio, sequenze infinite di zero e uno che si accendono e si spengono a velocità folle. Se dovessimo interagire direttamente con quella roba, impazziremmo.

Ed è qui che scatta la magia della semiotica: l'**interfaccia grafica**. Gli ingegneri hanno capito che per farci usare un computer dovevano inventare un'illusione. Hanno preso la realtà dell'ufficio degli anni '80, la scrivania, i file, il cestino e l'hanno trasformata in una metafora visiva. L'interfaccia è un *simulacro*. È un palcoscenico teatrale costruito per non farci vedere il codice sottostante.

Nel medioevo, i maghi disegnavano i *sigilli*: cerchi concentrici con dentro simboli complessi, lettere intrecciate e rune. A cosa servivano? Il mago non poteva parlare direttamente con le forze invisibili dell'universo; aveva bisogno di un intermediario grafico, un pannello di controllo per evocare lo spirito.

L'interfaccia fa esattamente la stessa cosa. L'icona dell'ingranaggio per le Impostazioni o la nuvoletta per il Cloud sono i sigilli moderni. Tu non sai cosa succede a livello di microchip quando clicchi sull'icona del Wi-Fi, ma il segno grafico ti permette di governare quella forza invisibile con un semplice tocco del dito.

I designer non creano solo grafica; creano *mappe mentali*. Se cambia l'interfaccia, cambia il tuo modo di agire. Pensate a Tinder: ha trasformato la complessità delle relazioni umane e del rifiuto in un gesto automatico: *swipe a destra, swipe a sinistra*. Hanno ridotto il desiderio a un riflesso pavloviano basato su un segno grafico. Questa è alterazione della percezione.

E oggi stiamo facendo il passo successivo. Non ci basta più guardare lo schermo da fuori: ci stiamo entrando dentro. Dai videogiochi come *Fortnite* ai metaversi, fino alla realtà aumentata.

Cosa stiamo facendo, a livello semiotico? Stiamo sovrascrivendo la realtà fisica con uno strato di segni digitali. Quando compri una *skin* (un vestito virtuale) per il tuo avatar, stai spendendo soldi veri per un significante puro, un pugno di pixel che non ti riparerà dal freddo, ma che dice agli altri utenti chi sei. È la spiritualizzazione della materia: l'oggetto fisico non conta più nulla, conta solo il suo valore simbolico all'interno del sistema di segni del gioco.

Siamo passati dall'abitare un mondo di cose all'abitare un mondo di puri simboli.

Quindi, la prossima volta che aprite un'app, fermatevi un secondo prima di cliccare. Guardate la disposizione dei pulsanti, il colore delle notifiche, la forma delle icone. Chiedetevi: *“Questo schermo mi sta mostrando la realtà, o mi sta nascondendo il codice per convincermi a fare quello che vuole lui?”*.

Perché ricordatevi: il vero potere non ce l'ha chi scrive il codice, ma chi disegna il sigillo che vi convince a usarlo.

Modulo 2.2

Amici, ammettetelo. Vi è successo sicuramente: state pensando a un viaggio in Giappone, o magari ne avete accennato a un amico mentre il telefono era sul tavolo. Mezza giornata dopo, aprite Instagram o TikTok e — *bam* — il primo video è un reel sui treni proiettile a Tokyo o un'offerta per un volo su Kyoto.

Cosa scatta in quel momento nella nostra testa? Una sensazione quasi religiosa, un brivido esoterico. Pensiamo: *È magia*, oppure *Il telefono mi spia dal microfono*.

La verità è molto più profonda. Gli ingegneri della Silicon Valley hanno creato delle entità che a livello semiotico funzionano esattamente come gli antichi oracoli. L'algoritmo non ha bisogno di ascoltare le vostre parole: gli basta analizzare i vostri **indizi**. Guarda quanti millisecondi vi siete fermati su una foto, quante volte avete fatto lo scroll più lentamente, il micro-ritmo del vostro pollice sul vetro. L'algoritmo raccoglie questi microscopici segni comportamentali e, come uno sciamano che legge le viscere degli uccelli o le carte dei tarocchi, profetizza il vostro prossimo desiderio.

Nel passato, un incantesimo era una sequenza rigida: *fai questo, pronunzia quello, e otterrai quel risultato*. Se ci pensate, questa è la definizione esatta di un algoritmo: una serie di istruzioni matematiche che prende dei dati in ingresso e sputa fuori un risultato.

Ma c'è una differenza. Gli algoritmi di oggi, specialmente le Intelligenze Artificiali generative sono diventati così complessi che nemmeno i loro programmatori sanno esattamente *perché* prendono certe decisioni. È l'effetto Scatola Nera (*Black Box*).

E qui torniamo alla magia: quando l'uomo non capisce il meccanismo di una forza, ma ne vede gli effetti spaventosamente precisi, tende a divinizzarla. L'algoritmo diventa un'entità soprannaturale, un dio invisibile a cui offriamo costantemente dei sacrifici. E qual è il sacrificio richiesto sull'altare del digitale? **Il nostro tempo e la nostra attenzione**. Noi alimentiamo lo spirito dell'algoritmo con i nostri dati, e in cambio lui ci restituisce l'estasi della dopamina, un video dietro l'altro.

E guardate cosa sta succedendo con le IA generative come ChatGPT o Midjourney. Come le facciamo funzionare? Scrivendo un testo, il *Prompt*.

Rileggiamo la cosa con gli occhi di un mago del Rinascimento. Tu ti siedi davanti a uno specchio nero, digiti una formula verbale precisa, descrivendo nei dettagli un'immagine che hai solo nella tua testa (*Un astronauta a cavallo in stile cyberpunk, 4k, luci al neon*), premi invio e l'IA — attingendo a un iper-uranio di miliardi di immagini — fa condensare quei pixel dal nulla in tre secondi.

Questa non è computazione fredda; per la nostra mente, questo è l'equivalente moderno dell'evocazione spiritica. Il *Prompt Engineer* è il nuovo mago che conosce le parole esatte, la sintassi segreta

per farsi obbedire dallo spirito della macchina. Se usi le parole sbagliate, l'IA ha le allucinazioni, si confonde, produce mostri. Se usi i termini giusti, compie il miracolo.

La cosa incredibile è che ognuno di noi vive in una realtà magica personalizzata. Il vostro feed di TikTok o di Instagram non è lo stesso del vostro vicino di banco. L'algoritmo ha ritagliato un universo su misura per voi, confermando i vostri pregiudizi, solleticando le vostre paure, ballando sui vostri desideri.

Siamo passati dai rituali collettivi in chiesa o nelle piazze, dove tutti guardavano lo stesso simbolo, a un ritualismo atomizzato. Ognuno ha il suo specchio magico in tasca, e ognuno adora un demone algoritmico diverso, convinto di essere libero, mentre in realtà sta solo seguendo le briciole di pane seminate da una stringa di codice.

Modulo 2.3

Ora, vi lancio una parola antica che nell'esoterismo fa tremare i polsi: **Egregora**.

Per gli occultisti, un'egregora è un'entità spirituale non fisica, una specie di forma-pensiero che prende vita quando un gruppo di persone si concentra intensamente sullo stesso obiettivo, sulla stessa idea o sullo stesso simbolo. Più persone ci credono, più energia le danno, e più quell'entità diventa forte, fino a iniziare a influenzare a sua volta le persone che l'hanno creata. Diventa viva.

Ora, lasciate stare i fantasmi. Pensate alla Apple, alla Nike, alla Ferrari o alla Disney. Cosa sono a livello semiotico? Sono egregore contemporanee.

Una multinazionale non è fatta di mattoni o di uffici; quelli possono bruciare domani. È fatta di un sistema di segni e valori in cui milioni di persone scelgono di credere. Se domani mattina tutti smettessero di credere che la mela morsicata rappresenti lo status dell'innovazione e della creatività, quell'impero da miliardi di dollari evaporerebbe in un secondo. Vive solo perché noi la alimentiamo con la nostra fede e la nostra carta di credito.

Ma come si costruisce una divinità del genere? I pubblicitari e i brand strategist non inventano nulla dal nulla; vanno a pescare nella soffitta della mente umana, usando quelli che Carl Jung chiamava **Archetipi**: i simboli universali che tutti abbiamo nel DNA psichico.

L'Innocente: Pensate al brand *Dove* o a *Mulino Bianco*. Simboli di purezza, ritorno alla natura, pulizia interiore.

Il Ribelle: Pensate a *Harley-Davidson* o alla vecchia Apple del motto *Think Different*. Il simbolo di chi rompe le regole.

L'Eroe: Pensate alla *Nike (Just do it)*. Il simbolo del superamento dei propri limiti attraverso il sacrificio.

Quando comprate un paio di scarpe Nike, a livello fisico state comprando della gomma e della tela prodotte in una fabbrica. Ma a livello semiotico state compiendo un rito di affiliazione. State dicendo al mondo, e a voi stessi: *Io entro a far parte dell'archetipo dell'Eroe*. Pagate il brand per avere il diritto di indossare il suo sigillo protettivo.

La transizione è completata. Una volta c'erano i clienti. Oggi le aziende creano le *Community*, che in realtà sono congreghe di fedeli.

Pensate al rito del Lancio del Prodotto (il Keynote di Apple o gli eventi Tesla). C'è un palco scuro, una luce divina incentrata sul leader (il gran sacerdote), e una folla oceanica che trattiene il fiato in attesa della rivelazione dell'ultimo miracolo tecnologico. E quando il prodotto esce, la gente si accampa di notte fuori dagli store.

Quella non è una scelta economica razionale. È una processione. È il bisogno umano di toccare la reliquia, di far parte di un mito collettivo che dia un senso alla nostra quotidianità.

E la cosa più assurda è che questo identico processo di *cultural branding* ha cannibalizzato la politica. Oggi i leader politici non si votano più per i programmi scritti in trenta pagine di PDF; si votano come se fossero dei brand.

Hanno un logo: *il simbolo del partito*, uno slogan orecchiabile: il *claim*, un nemico giurato: *il posizionamento di mercato* e usano l'algoritmo per radunare la propria tribù.

Siamo diventati consumatori di ideologie, guidati da spin doctor che usano la semiotica come un'arma di persuasione di massa.

3

Modulo

Magia, Ritualità e Potere

3.1 I Nuovi Sabbat: Il Ritualismo Digitale

3.2 L'Incantesimo della Mente: Psicologia Simbolica e Effetto Magico

3.3 I Signori dell'Infosfera: Visioni di Futuro e Distopie

Modulo 3.1

Allora, se vi dicessi che il destino geopolitico del mondo oggi si gioca a colpi di immagini di gattini o di rane antropomorfe che piangono? Sembra una barzelletta, ma benvenuti nel *Meme Warfare* (la guerra memetica).

Una volta i maghi creavano i talismani: piccoli oggetti su cui incidevano un simbolo iper-condensato. Quel simbolo doveva racchiudere un'idea enorme (protezione, ricchezza, maledizione) e viaggiare di mano in mano. Oggi il talismano si chiama **Meme**.

Un meme non è solo una foto divertente. È il nucleo della cultura digitale. Prende un concetto politico o sociale complessissimo, lo frantuma, lo condensa in una singola battuta visiva e lo rende virale. Diventa un'arma semiotica.

Ma come fa un meme a cambiare la realtà? Attraverso il rito della condivisione.

Pensate alle guerre di hashtag su Twitter o alle challenge virali su TikTok. Cosa stiamo facendo quando partecipiamo a una challenge o usiamo un certo hashtag? Stiamo celebrando un **rito collettivo laico**. Ci connettiamo contemporaneamente a milioni di sconosciuti per sintonizzare la nostra energia psichica sulla stessa frequenza.

Nel 2016, durante le elezioni americane, la community di un forum (4chan) ha letteralmente adottato un meme, *Pepe the Frog* (la rana Pepe), e ha iniziato a usarlo in massa per supportare Donald Trump, scherzando sul fatto di volerlo evocare alla presidenza tramite la *magia memetica*. Ci ridevano sopra, certo. Ma a forza di inondare il web di quei segni, hanno cambiato il linguaggio dei media, polarizzato l'opinione pubblica e condizionato il dibattito reale. Quando milioni di persone compiono lo stesso micro-rito digitale ogni giorno, la percezione della realtà si sposta. Il virtuale esce dallo schermo e sanguina nel mondo vero.

In questa ottica, chi sono i *Troll* della rete? Sono i maghi del caos dell'infosfera.

Non cercano la verità, cercano la **reazione**. Lanciano un segno provocatorio nel flusso dei social, aspettano che l'algoritmo lo amplifichi grazie all'indignazione delle persone e guardano il sistema sociale che si destabilizza. Sanno perfettamente come hackerare la semiotica dei media: sanno che un briciolo di rabbia digitale genera più clic di mille pagine di dati razionali. Sfruttano le regole magiche dell'algoritmo per creare il panico.

Quindi, la prossima volta che inoltrate un meme su WhatsApp o mettete un mi piace a un contenuto divisivo, fermatevi. Non state solo mandando una foto per ridere. State attivando un flusso di energia.

State facendo viaggiare un talismano contemporaneo che modificherà, anche solo di un millimetro, la mente di chi lo riceve.

Siete parte del rito, che lo vogliate o no.

Modulo 3.2

Adesso, parliamo di una magia che la scienza medica riconosce ufficialmente, ma che non sa spiegare fino in fondo: **l'effetto placebo**.

Se un medico vi dà una pillola d'acqua e zucchero dicendovi che è un potente antidolorifico, c'è una probabilità altissima che il vostro mal di testa passi davvero. Perché? Il vostro corpo ha reagito al *simbolo della medicina* (il camice bianco, il blister, il rito di deglutire la pillola). Avete attivato la chimica del cervello attraverso un atto di fede verso un segno.

Questo ci dice una cosa fondamentale: **se la mente crede che un segno abbia potere, quel segno ottiene potere reale**. La realtà fisica si piega alla credenza simbolica. E indovinate un po'? La propaganda, il marketing e la politica funzionano esattamente allo stesso modo.

Nel marketing e nella politica questo fenomeno si chiama *Effetto Carrozzone* (Bandwagon Effect) o profezia che si auto-adempie.

Immaginate che un algoritmo o un telegiornale inizino a ripetere un segno: *C'è carenza di carburante nelle pompe di benzina*. Anche se non è vero, le persone vedono quel segno (la notizia), si spaventano, corrono tutte insieme a fare il pieno. Risultato? La benzina finisce davvero. La menzogna simbolica ha creato una verità fisica.

Chi vuole influenzarvi non attacca la vostra logica. Attacca i vostri simboli identitari. Vi fa credere che se non comprate quel prodotto, o se non sostenete quella causa, siete fuori dalla tribù. Sfruttano la nostra paura ancestrale di essere isolati dal villaggio. Ci fanno reagire di pancia attraverso stimoli visivi e sonori, i cosiddetti *trigger*.

E oggi siamo arrivati al livello successivo dell'illusione: la manipolazione totale del segno indice. Vi ricordate Peirce nel Modulo 1? Diceva che la fotografia o un video sono un *indice*, perché sono il calco fisico della realtà, se c'è una foto di un gatto, un gatto doveva essere davanti all'obiettivo.

Oggi, con i Deepfake e l'Intelligenza Artificiale, questo patto è saltato. Possiamo creare il video di un politico che dice cose folli, perfettamente realistico, senza che quel politico abbia mai aperto bocca. Il segno visivo si è sganciato completamente dalla realtà.

La nostra mente, programmata per millenni a credere che *vedere è credere*, va in cortocircuito. Diventiamo vulnerabili all'incantesimo supremo: il dubbio totale. Se tutto può essere finto, allora niente è più vero, e chiunque abbia il budget più alto per creare le illusioni migliori vince la partita.

Quindi, qual è l'unico vero scudo magico contro questi influenzamenti? È il dubbio semiotico.

Ogni volta che sentite una scarica di rabbia, di paura o di entusiasmo travolgente guardando uno schermo, fermatevi. Quella reazione non è vostra: è l'effetto di un incantesimo progettato da un copywriter o da un algoritmo. Chiedetevi sempre: *Chi ha disegnato questo segno? E quale reazione sta cercando di evocare in me?*

Nel momento in cui capite il trucco, l'incantesimo si spezza.

Modulo 3.3

Siamo giunti alla fine, abbiamo fatto un viaggio incredibile. Siamo partiti dalle parole dei filosofi, passati per i grimori dei maghi, fino ad arrivare ai codici dei programmatori e ai trucchi dei brand. Ora facciamo un passo avanti e guardiamo lo scenario completo.

Noi non viviamo più solo nella biosfera fatta di alberi, terra e carne. Noi viviamo gran parte della nostra vita nell'**Infosfera**: uno strato invisibile fatto di dati, connessioni, simboli e flussi di informazioni che avvolge il pianeta.

La domanda per il futuro non è più come useremo la tecnologia, ma: **chi scriverà le regole dell'Infosfera?** Perché chi controlla il significato dei segni in questo spazio, controlla il destino dell'umanità.

Pensate alle Intelligenze Artificiali di oggi. Ormai non si limitano a eseguire i nostri ordini: scrivono testi, creano immagini, compongono musica, prendono decisioni legali e mediche. Per la prima volta nella storia umana, abbiamo ceduto il potere di creare simboli a delle macchine.

Qui scatta la distopia, ma anche il fascino filosofico. Se l'IA impara a parlarci usando gli archetipi perfetti per manipolarci, se l'algoritmo decide cosa è vero e cosa è falso filtrando le nostre ricerche, noi umani rischiamo di diventare analfabeti di ritorno. Rischiamo di guardare il mondo attraverso una lente deformata da un'entità artificiale che non ha una coscienza, ma ha una potenza di calcolo infinita.

È il ritorno del grande mito del *Golem* o dell'apprendista stregone: abbiamo evocato uno spirito tecnologico così potente che ora non sappiamo più come controllarlo.

E allora il futuro si divide in due categorie di persone:

I Sudditi dell'Incantesimo: Quelli che subiscono passivamente i segni. Coloro che scorrono i feed ipnotizzati, che credono a ogni deepfake, che si fanno guidare le scelte d'acquisto, politiche ed emotive dall'algoritmo di turno senza farsi domande.

I Programmatori del Futuro (I Nuovi Maghi): Quelli che capiscono la semiotica del digitale. Persone come voi, che state leggendo, che sanno che un'interfaccia è un'illusione, che un meme è un talismano e che un algoritmo è un rituale. Persone che usano la tecnologia per amplificare il proprio pensiero, non per farsi sostituire.

L'etica del futuro non è una questione di leggi scritte sui pezzi di carta, è una questione di consapevolezza personale. Significa decidere di mantenere il controllo sul significato delle nostre vite.

Quindi, signori, la sfida con cui vi lascio è questa.

La prossima volta che sbloccherete il telefono (probabilmente tra due minuti), ricordatevi che avete in mano un oggetto magico e pericoloso. Potete usarlo per addormentarvi e farvi cullare dalle illusioni

di qualcun altro, oppure potete usarlo come uno strumento di creazione, per tracciare i vostri segni, le vostre storie e la vostra realtà.

Il codice è aperto. L'incantesimo è nelle vostre mani. Che tipo di maghi volete essere?

Bibliografia e Ispirazioni

- **Miti e Figure**, *Algirdas J. Greimas*, Esculapio (1995)
- **La svolta semiotica**, *Paolo Fabbri*, Laterza (2001)
- **Corpi sociali**, *Gianfranco Marrone*, Einaudi (2001)
- **Comunicazione e potere**, *Manuel Castells*, Università Bocconi Editore (2017)
- **Cultura convergente**, *Henry Jenkins*, Apogeo (2014)
- **La mente nuova dell'imperatore**, *Roger Penrose*, Rizzoli (2000)
- **Idee virali: Perché i pensieri si diffondono**, *Emanuele Arielli, Paolo Bottazzini*, Il Mulino (2018)
- **La differenza fondamentale. Artificial Agency: una nuova filosofia dell'intelligenza artificiale**, *Luciano Floridi*, Mondadori (2025)



Se ti è piaciuto condividerlo

GRAZIE