

AISSCA
ASSOCIAZIONE ITALIANA PER LO STUDIO DELLA SANTITÀ, DEI CULTI E DELL'AGIOGRAFIA

SANCTORUM.
SCRITTURE, PRATICHE, IMMAGINI

10

SANCTORUM. SCRITTURE, PRATICHE, IMMAGINI
collana dell'Aissca - Associazione italiana
per lo studio della santità, dei culti e dell'agiografia

Direzione

Alessandra Bartolomei Romagnoli, Tommaso Caliò, Luigi Canetti, Umberto Longo, Raimondo Michetti, Francesca Sbardella, Daniele Solvi, Elena Zocca.

Comitato editoriale

Valentina Ciciliot, Barbara Crostini, Angela Laghezza, Anthony Lappin, Luca Pezzuto, Alessandro Serra, Serena Spanò, Andrea Antonio Verardi.

I santi internauti

2. Agiografia, devozioni e icone digitali

a cura di

Marco Papasidero e Mario Resta

viella

Copyright © 2022 - Viella s.r.l.
Tutti i diritti riservati
Prima edizione: settembre 2022
ISBN 979-12-5469-183-0 (carta)
ISBN 979-12-5469-184-7 (e-book)

Volume pubblicato con i fondi del Progetto di Eccellenza DiLBeC, Dipartimento di Lettere e Beni Culturali dell'Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"

In copertina: elaborazione dei poster *Santa Lucia*, *San Nicola* e *San Sebastiano* di tuttiSanti, progetto a cura di FF3300.com

I SANTI

internauti. - Roma : Viella, 2019- . - v. : ill., tab. ; 21 cm. (Sanctorum. Scritture, pratiche, immagini / AISSCA)

2 : Agiografia, devozioni e icone digitali / a cura di Marco Papasidero e Mario Resta. - 2022. - 243 p. - (10)

ISBN 979-12-5469-183-0 (v. 2)

ISBN 979-12-5469-184-7 (ebook v. 2)

1. Santi - Culto - Diffusione - Ruolo [dei] Nuovi media I. Papasidero, Marco II. Resta, Mario

270.0922 (DDC 23.ed)

Scheda bibliografica: Biblioteca Fondazione Bruno Kessler



viella

libreria editrice

via delle Alpi, 32

I-00198 ROMA

tel. 06 84 17 758

fax 06 85 35 39 60

www.viella.it

Indice

CLAUDIA SANTI	
Prefazione	7
MARCO PAPASIDERO, MARIO RESTA	
Introduzione	9
I. <i>Forme e temi della religione digitale</i>	
FABRIZIO VECOLI	
Internet, santità e religione iperreale	17
GIULIA EVOLVI	
Internet, religione, materialità: teorie e pratiche della religione digitale	37
II. <i>La (re)invenzione della tradizione</i>	
DANIELE SOLVI	
Francesco anti-pop. Sul riuso degli <i>Scritti</i> nel tradizionalismo cattolico online	51
ALESSANDRA BARTOLOMEI ROMAGNOLI	
Dalla «fama sanctitatis» al culto nella rete: il caso di Margherita da Città di Castello	77
VALENTINA CICILIOT	
I martiri del creato per una ecologia integrale: nuove prospettive di ricerca	101
III. <i>Icone pop di santità</i>	
ELEONORA CHIAIS	
Davanti a San Pietro in <i>sneakers</i> e blue jeans: riflessioni semiotiche sul corpo rivestito di Carlo Acutis	125

ANTONIO SALVATI	
L'Iglesia Maradoniana e il culto del D10S.	
Un'analisi storico-religiosa	137
MARIO RESTA	
La "santità" secondo Achille Lauro tra TV e web	157
IV. <i>Comunicare la santità nel web</i>	
GABRIELE MARINO	
Santi ipertestuali. Dalle parodie protestanti ai meme social	177
MARCO PAPASIDERO	
Quando il messaggio diventa virale: nuove e vecchie strategie di comunicazione dei messaggi mariani	195
SARA LUCREZI	
Guru hindū tra spiritualità e comunicazione digitale	217
RENATA SALVARANI	
Postfazione	233
Summaries	237
Gli autori	241

GABRIELE MARINO

Santi ipertestuali. Dalle parodie protestanti ai meme social*

1. *Santi rimediati*

Una delle manifestazioni più appariscenti e popolari della religione cristiano-cattolica sono le figure dei santi. Si è devoti a un santo più che a un altro, ai santi sono dedicate chiese, strade, città. La loro iconografia popola l'immaginario occidentale fin dai primi secoli dell'era dopo Cristo, quando ancora il culto era fuorilegge o invisibile ai governi e i suoi fedeli perseguitati. I santi, infatti, sono innanzitutto i martiri: testimoni – dal greco antico μάρτυς – eroici della fede in Cristo che hanno preferito offrire la propria vita in sacrificio piuttosto che rinnegare la propria identità religiosa.¹

Secondo il semiologo Massimo Leone, i santi devono la loro popolarità alla loro capacità di mediazione e modellizzazione, e alla concretezza che conferiscono al concetto di imitazione di Cristo (*imitatio Christi*), in quanto uomini e donne in carne e ossa, calati nel tempo della storia:

* Il presente contributo è stato realizzato all'interno del progetto NeMoSancti-New Models of Sanctity in Italy (1960s-2000s): A Semiotic Analysis of Norms, Causes of Saints, Hagiography, and Narratives (nemosancti.eu), guidato da Jenny Ponzio nelle vesti di Principal Investigator e ospitato presso l'Università degli Studi di Torino. Questo progetto ha ricevuto finanziamenti dal Consiglio europeo della ricerca (ERC) nell'ambito del programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione europea, in virtù della convenzione di sovvenzione n. 757314.

1. Per un'introduzione generale al tema della santità: S. Boesch Gajano, *La santità*, Roma-Bari 1999. Sulle origini della santità e la sua relazione con la tarda romanità: P. Brown, *The Cult of the Saints: Its Rise and Function in Latin Christianity*, Chicago 1981. Sui santi come eroi: M. Fumagalli Beonio Brocchieri, G. Guidorizzi, *Corpi gloriosi: eroi greci e santi cristiani*, Roma-Bari 2012.

I santi sono tra i mezzi di comunicazione più formidabili del cattolicesimo. Attraverso i santi, la Chiesa propone dei modelli narrativi di perfezione spirituale. Abbracciando tali modelli, i credenti sono in grado di conformarsi a determinati valori religiosi. [...] I santi sono importanti nel cattolicesimo perché è attraverso i santi e le loro rappresentazioni che l'idea cattolica di compimento spirituale può essere significata, comunicata e trasformata in una pratica di vita.²

Non stupisce allora che i santi siano oggetto di una vera e propria economia politica dei testi e delle immagini, che li vuole al centro di continue codifiche e ratifiche, ricodifiche e disconoscimenti, il cui scopo ultimo è il consolidamento di una data ideologia e l'ipoteca sul consenso diffuso dei fedeli. E non stupisce che chi abbia il modello cristiano tra i propri totem polemici costruisca un suo anticanone di santi antagonisti: alla tradizione dei martirologi storici si contrappongono quelli riformisti e protestanti (come il *Libro dei martiri* di John Foxe, a cui la chiesa di Roma risponderà a sua volta con la riorganizzazione del *Martirologio Romano*),³ ai santi canonizzati della chiesa cattolica si oppongono le figure dei "grandi uomini" indicate dalla chiesa positivista fondata a metà Ottocento da Auguste Comte o quelle della razionalista Chiesa del Virus,⁴ e così pure le parodie prodotte dai nuovi movimenti religiosi. Per la storica delle religioni Carole M. Cusack sono queste operazioni leggibili nel quadro di «un sabotaggio culturale (*culture jamming*) che prende deliberatamente di mira la rappresentazione, tipica delle religioni tradizionali, degli dei e dei santi come figure virtuose, infallibili, sagge e nobili, non impantanate nel caos della vita».⁵ I calendari dei santi della Chiesa del SubGenio e del Discordianesimo, per esempio, giocano proprio con le convenzioni classiche legate all'idea di modello virtuoso, «presentando come sante figure di personaggi immaginari e del tutto

2. M. Leone, *Saints and Signs. A Semiotic Reading of Conversion in Early Modern Catholicism*, Berlin-New York 2010, pp. 1-2.

3. Cfr. G. Marino, *Approaching the 'Martyrologium Romanum'*. *A Semiotic Perspective*, in *La semiotica del martirio/The Semiotics of Martyrdom*, a cura di J. Pozzo (sez. mon. di «Lexia», 31-32 [2019], pp. 175-215).

4. <http://www.churchofvirus.org/saints.html>. Tutte le risorse online a cui si fa riferimento nel presente contributo sono state consultate per l'ultima volta in data 13 novembre 2021.

5. C.M. Cusack, *Invented Religions: Imagination, Fiction and Faith*, Farnham UK 2010, p. 103.

improbabili».⁶ La Prima Chiesa dell'Ultima Risata (*First Church of the Last Laugh*), consacrata a san Stupido (*St. Stupid*), «non prescrive alcun dogma religioso, ma celebra il suo annuale giorno santo, il Giorno di san Stupido, [...] organizzando una festosa processione rituale per le strade di San Francisco».⁷

In quanto medium strategico per la Chiesa cattolica, i santi subiscono diverse rimediazioni: devono riadattarsi e, in parte, risemantizzarsi in accordo con le nuove esigenze di contesto.⁸ All'ora della svolta digitale, hanno cominciato a proliferare i repertori agiografici ipertestuali: siti web di varia natura capaci di offrire ai fedeli una quantità sconfinata di pertinenze attraverso cui costruire un legame con le singole figure dei santi, come elenchi e calendari, agiografie, cataloghi iconografici ecc. Alla fine degli anni Duemila, per esempio, il sito *CatholicSaints.Info – Notes about your extended family in heaven*, creato e curato dall'informatico di professione e agiografo amatoriale Terry Jones, presentava un elenco di più di 3.900 argomenti (*topics*) attraverso cui categorizzare le caratteristiche di migliaia di figure dei santi.⁹ La rimediazione digitale della santità è giunta fino al mondo delle app e dei dispositivi mobili: all'incredibile successo di *Pokémon Go*, il Vaticano ha risposto lanciando, nel 2018, *Follow JC Go!* (*JC* sta per *Jesus Christ*, a ribadire il concetto di *imitatio Christi*), applicazione per smartphone basata sulla medesima logica (geolocalizzazione, esplorazione degli spazi urbani in realtà aumentata ecc.) e, difatti, subito ribattezzata dai media come il «Pokémon Go dei santi».¹⁰

2. Viralità e meme

Se ci si volesse chiedere quali media dominino oggi, è probabile che si risponda: i social media. E se ci si chiedesse quale forma di comunicazione dominino questi media, è probabile che si risponda: la viralità. Non solo un

6. *Ibidem*.

7. D. Chidester, *Authentic Fakes: Religion and American Popular Culture*, Berkeley CA 2005, p. 201.

8. Nel senso reso popolare all'interno degli studi sui media da: J.D. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge MA.

9. <http://web.archive.org/web/20080913124209/http://saints.sqpn.com/patron00.htm>.

10. R. Bruner, *The Catholic Church Has a Version of Pokémon Go Just for Catching Saints*, in «Time», 24 ottobre 2018, <https://time.com/5433546/catholic-pokemon-go/>.

contenuto è oggi considerato rilevante se ne parlano tutti, dappertutto, nello stesso momento, ma tutti parliamo, dappertutto, nello stesso momento, delle stesse cose: parliamo della viralità e parliamo la viralità, *parliamo di* e *parliamo attraverso* quelli che vengono indifferentemente chiamati – ma non si tratta di veri e propri sinonimi – fenomeni di Internet (*Internet phenomena*), contenuti virali (*viral contents*), tormentoni del web o Internet meme. Meme è un fortunato neologismo coniato nel 1976, a partire dalla radice greca di “imitazione” (μίμημα), dal biologo evolutivista britannico Richard Dawkins, per designare un corrispettivo culturale di gene, ossia una unità minima di trasmissione non biologica ma informativa.¹¹ Dalla metà degli anni '90, si è cominciato a utilizzare questo termine per indicare «argomenti popolari, slogan, immagini, video virali e battute»¹² che circolano online, onde sottolinearne, grazie alla metafora biologica del contagio, la pervasività. I meme di Internet sono un esempio di quelli che la semiotica chiama ipertesti: testi – verbali, visivi o audiovisivi – basati sulla manipolazione di testi pre-esistenti.¹³

Il fermo-immagine tratto da un video in cui papa Francesco viene colto mentre schiaffeggia infastidito la mano di una fedele particolarmente invadente, condiviso da migliaia di persone online, è un contenuto virale, ma non è un meme; diventa meme quando gli utenti se ne appropriano, adattandolo, personalizzandolo, facendone una parodia.¹⁴ Lo stesso dicasi per l'immagine del Cristo Compagnone (*Buddy Christ*) tratta dal film di Kevin Smith *Dogma* (1999), diventata un *ready made* da utilizzare online come una sorta di emoticon, per dire “ok”, “va bene”, “yeah”, “pollice in su” in

11. R. Dawkins, *Il gene egoista*, Bologna 1979 (ed. or. Oxford 1976).

12. *List of Internet Phenomena*, in Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Internet_phenomena. Se Dawkins parla di “meme” al singolare e di “memi” (*memes*) al plurale, in italiano si è soliti utilizzare l'espressione “Internet meme” indifferentemente per il singolare e il plurale.

13. Il riferimento principale per quanto riguarda la transtestualità, ossia i diversi tipi e gradi di relazione che possono intercorrere tra due o più testi, è: G. Genette, *Palinsesti. La letteratura al secondo grado*, Torino 1997 (ed. or. Paris 1982). Genette sistematizza tutta una tradizione di studi semiotici che include: il concetto di pratica neofolklorica proposto da Pëtr Bogatyřev e Roman Jakobson, quello di bricolage mitico proposto da Claude Lévi-Strauss, quello di dialogismo proposto da Michail Bachtin e quello di intertestualità proposto da Julia Kristeva. Riprendono Genette in chiave digitale: *Remix-remake. Pratiche di replicabilità*, a cura di N. Dusi, L. Spaziant, Roma 2006.

14. L'episodio è avvenuto il 31 dicembre 2019 in piazza S. Pietro (*Pope Francis Slap*, in *Know your meme*, <https://knowyourmeme.com/memes/pope-francis-slap>).

maniera ironica e sopra le righe: è un'immagine che è diventata virale e oggi è impiegata come un cliché pronto all'uso, rientrando pienamente nel lessico visivo, nel gergo internettiano; e che può essere modificata *ad libitum* (per esempio, ai danni di un certo personaggio politico) e, parimenti, ricreata, riportata in scena, dal vivo (per esempio, da un cosplayer a una convention di fumetti, o da un amico semiologo; fig. 1).

I meme sono economici ed efficaci, perché, proprio come una battuta, se fatta bene, riescono a rappresentare in maniera estremamente sintetica un personaggio, un'azione, un fatto. L'efficacia del meme si basa, da una parte, sulla presenza di quello che Roland Barthes definiva, con riferimento alla fotografia, un *punctum*:¹⁵ un elemento attrattore, capace di catalizzare l'attenzione dello spettatore; in genere, per i meme, si tratta di un elemento che possiamo definire strano o stravagante (*whimsical*), nei termini di una delle maggiori autorità del settore, la mediologa israeliana Limor Shifman.¹⁶ D'altra parte, l'efficacia del meme è legata alla presenza di una struttura modulare, a blocchi, che presenta alcuni elementi fissi e altri modificabili, che consentono agli utenti di appropriarsene in maniera idiosincratica.

I formati di meme più popolari sono un perfetto esempio di questa dimensione che possiamo definire simbiotica, perché implica la presenza di un contesto ospite in base al quale il meme può essere risemantizzato, ri-significato: le cosiddette *image macros*, diffuse a partire dal 2007, che presentano un'immagine a



Fig. 1. Il ciclo di vita memetico del *Buddy Christ*. Sopra: l'originale dal film *Dogma*; al centro: remix con interpolazione del volto di Donald Trump (2016 c.a., <https://imgflip.com/>); in basso: *remake* in carne e ossa a opera di un amico semiologo.

15. R. Barthes, *La camera chiara. Nota sulla fotografia*, Torino 1980.

16. L. Shifman, *Memes in digital culture*, Cambridge MA 2013.

tutto campo, elemento fisso, e una doppia didascalia (sopra e sotto, *top-bottom text*), elemento modificabile; i meme che possiamo definire “a etichetta”, diffusi a partire dal 2017 grazie al successo del *fidanzato distratto* (*distracted boyfriend*; foto di repertorio in cui si vede una ragazza sgridare il fidanzato, voltatosi a guardare un'altra ragazza), che prevedono appunto l'etichettatura dei soggetti presenti in una data immagine in base ai ruoli di agenti attivi o passivi che rivestono. La formula *Keep Calm and “X”* (dove l'incognita può essere riempita da qualsiasi elemento su cui si voglia porre l'attenzione), derivata dal poster motivazionale *Keep Calm and Carry On* (“Mantenete la calma e tirate avanti”) affisso in Inghilterra nel 1939, subito prima della Seconda guerra mondiale, rappresenta il prototipo di questo tipo di *templates* comunicativi.

La foto di papa Francesco rientra nella tipologia a etichetta: qualsiasi situazione che implichi la volontà di allontanarsi recisamente da qualcosa, che implichi un brusco distanziamento (per esempio, noi e i nostri buoni propositi per l'anno nuovo, rispetto a noi e agli errori che abbiamo commesso nell'anno appena passato), può essere ricondotta visivamente a questo formato, che funge così da allegoria; esattamente come qualsiasi situazione che preveda che qualcuno venga tentato da qualcosa ai danni di qualcos'altro può essere rappresentata dalla struttura del *fidanzato distratto*.

L'idea di formula è al centro anche di quei meme che non prevedono la modifica diretta di un testo pre-esistente, il suo remix, ma la sua ricreazione, il suo remake; è questo il caso di tante mode di Internet (*Internet fads*), come i *flash mobs* legati all'uso del brano elettronico *Harlem Shake* (2013) o *challenges* come quella del “secchio ghiacciato” (*Ice bucket challenge*) a favore della ricerca sulla SLA (2014). Possiamo definire questi meme performativi, perché si basano sul compimento di un'azione fisica che è la ri-messa in scena di un'azione presa a modello, e mimetici, perché non lavorano sugli spazi di personalizzabilità concessi dalla formula, ma, sempre sulla base di una formula, prevedono la creazione di un nuovo testo, simile a quello che funge da modello.¹⁷

17. Per un inquadramento di viralità e Internet meme che metta in dialogo la semiotica con la linguistica, la sociologia e la mediologia: G. Marino, *Semiotics of Spreadability: A Systematic Approach to Internet Memes and Virality*, in *Semiotics of the Web*, a cura di G. Paschalidis (sez. mon. di «Punctum»), 1/1 [2015], pp. 43-66). Si vedano anche i contributi in: *Viralità/Virality*, a cura di G. Marino, M. Thibault (sez. mon. di «Lexia»), 25-26 [2017]).

3. Meme come parabole

Esiste una satira della religione o, se si vuole, una religione satirica nata dai meme: si chiama Culto di Kek (*Cult of Kek*) e deriva da Pepe the Frog, il personaggio dei fumetti underground creati nel 2005 dal disegnatore Matt Furie di cui la cosiddetta alt-right statunitense si è appropriata in occasione delle presidenziali del 2016, trasformando questo grottesco uomo-rana in un grottesco doppione del candidato, poi vincitore, Donald Trump. E i meme possono prendere in carico qualsiasi discorso, ivi incluso quello religioso, per gli scopi più disparati. Cosicché, per esempio, esiste una vera e propria iconografia agiografica memetica.¹⁸

L'immaginario religioso può essere utilizzato per il suo valore estetico, in una maniera sostanzialmente desemantizzata, giocando sul gap storico, sociale e culturale che vi è tra l'epoca in cui un'immagine artistica o devozionale, più o meno famosa, è stata realizzata e l'epoca contemporanea; ossia giocando sulla percezione, anche e soprattutto ingenua, che può avere oggi, di queste immagini, un utente di Internet. L'effetto che si crea può essere straniante, inquietante, divertente. È questo il caso delle complesse gif animate, ricavate principalmente da dipinti tardomedievali o del primo Rinascimento, create dall'artista canadese James Kerr, classe 1978, attivo sul web dal 2012 con il nome di Scorpion Dagger.¹⁹ Nelle sue immagini, compiaciutamente surreali, può accadere che l'affresco che rappresenta la scena del martirio di santo Stefano, opera di Bernardo Daddi e parte del ciclo realizzato nella cappella Pulci di Santa Croce a Firenze (1330 c.a), diventi un altro tipo di supplizio: un infinito assolo di chitarra elettrica.²⁰

18. Sul rapporto meme/religione: W. Bellar *et al.*, *Reading Religion in Internet Memes*, in «Journal of Religion, Media and Digital Culture», 2/2 (2013), pp. 1-39; B. Burroughs, G. Feller, *Religious Memetics: Institutional Authority in Digital / Lived Religion*, in «Journal of Communication Inquiry», 39/4 (2015), pp. 357-377. Per un'analisi dei meme incentrati sulla figura di s. Francesco, cfr. D. Solvi, *Un santo in bacheca. Scritti e apocrifi di Francesco d'Assisi su Pinterest*, in *I santi internauti. Esplorazioni agiografiche nel web*, a cura di C. Santi, D. Solvi, Roma 2019 (Sanctorum. Scritture, pratiche, immagini, 5), pp. 165-189 e il contributo dello stesso autore in questo volume: *Francesco anti-pop. Sul riuso degli Scritti nel tradizionalismo cattolico online*.

19. scorpiondagger.tumblr.com.

20. 18 dicembre 2012, <https://scorpiondagger.tumblr.com/post/38254836160>. Per un'analisi semiotica delle immagini di Scorpion Dagger: P.A. Donatiello, *La bonne distance: tattiche ironiche tra digital-art e web 2.0*, in *Strategie dell'ironia nel web*, a cura di R. Finocchi (sez. mon. di «Carte Semiotiche» [Annali], 3/2105 [2016], pp. 100-117).

Quando l'utilizzo dell'immaginario religioso riguarda anche il suo contenuto strettamente devozionale o teologico, può essere lecito chiedersi perché e in che modo ciò possa avvenire. In altri termini, per esempio: perché un cattolico dovrebbe condividere o addirittura creare dei meme, parlando della propria fede in questa forma?

Troviamo una prima risposta possibile in un articolo pubblicato sul sito *EpicPew* e firmato da Doug Johnson, un neo-convertito al cattolicesimo e attivista pro-life statunitense: i meme possono diventare uno strumento di propaganda, possono affermare dei valori, rinforzare un senso di identità, di appartenenza a una comunità. Bisogna tenere conto del contesto in cui questa affermazione si colloca: negli Stati Uniti la confessione cattolica rappresenta una minoranza all'interno della religione cristiana (circa il 30%). Per Johnson, «ogni cattolico dovrebbe sempre avere i meme giusti a portata di mano» perché: «sono divertenti; riescono a dire qualcosa in cui si crede molto meglio di come potrebbe fare il singolo fedele; sono un'ottima risposta pronta all'uso contro chi è anti-cattolico; sono fonte d'ispirazione; i cattolici sono pro-life».²¹

Il quarantaseienne Richard Umbers, vescovo ausiliario dell'arcidiocesi di Sydney, fornisce una possibile seconda risposta, paradossalmente meno militante, anche se altrettanto *engagé*: i meme possono essere impiegati come una forma di «evangelizzazione mascherata, addolcita».²² Umbers utilizza i formati più aggiornati di meme per migliorare la propria comunicazione con i *millennials* della sua assemblea (si tratta dello stesso pubblico che, a suo dire, apprezza la serie *The Young Pope* di Paolo Sorrentino), per parlare con loro «attraverso un linguaggio che conoscono già» – mentre lascia perplessi i cosiddetti *baby boomers*, suggerisce sempre Umbers – e veicolare in maniera più efficace il suo messaggio. Conciliando l'astrattezza dei principi religiosi con la concretezza della vita

21. Johnson si descrive così: «Doug Johnson is husband to pro-life advocate Abby Johnson, and stay at home dad. They have 5 kids. He is a convert, entering the Church Easter of 2011. Theology of The Body is what drew him to the Catholic Church and he is excited to learn more. Along with pro-life work and his kids, he enjoys sports, movies, and being a beer snob. You can read his other work at his website, DougOnTap.com» (*Memes Every Catholic Should ALWAYS Have On Hand*, in «Epic Pew», 13 settembre 2016, <https://epicpew.com/memes-every-catholic-hand/>).

22. R. Umbers, *I'm a Roman Catholic Bishop. And I Make Memes for Jesus*, in «The Washington Post», 11 ottobre 2017, <https://www.washingtonpost.com/news/posteverything/wp/2017/10/11/im-a-roman-catholic-bishop-and-i-make-memes-for-jesus/>.

di tutti i giorni, i meme sembrano funzionare come «parabole dei nostri giorni». Vale la pena di riportare un ampio stralcio dalle argomentazioni avanzate da Umbers:

I meme in fondo non sono che una piccola fonte di divertimento, un piccolo piacere per gli occhi per coloro che, assediati di preoccupazioni e carichi di responsabilità, scorrono spasmodicamente i contenuti che passano sui loro cellulari mentre vanno o tornano dal lavoro o provano ad addormentarsi. Ma possono anche essere portatori di messaggi importanti in una modalità che li rende accessibili a milioni di persone. [...] Collegando il mistero dei Cieli con queste storie di vita ordinaria, l'Emanuele potrebbe offrire, agli esperti così come alla gente comune, occasioni di profonda riflessione sul regno di Dio. I meme, mezzo di comunicazione popolare e diffusissimo, funzionano come delle moderne parabole, e possono essere utilizzati per suscitare curiosità nei confronti della fede presso un uditorio completamente nuovo. [...] Non è difficile creare dei meme interessanti. Se si nota che un'immagine compare su diversi siti contemporaneamente, è sufficiente prenderla e usare un semplice strumento di editing testuale per scrivere un testo personalizzato su di essa. Chiunque sia esperto di classici spirituali può comprendere molto facilmente come la situazione presentata da un dato meme possa essere affrontata ricorrendo a una citazione di Gesù o di un santo o, in casi un po' più strani, a una citazione tratta dalle Istruzioni Generali del Messale Romano. [...] In un mondo di opinioni fluttuanti e mutevoli, mi auguro che anche un meme fatto al momento giusto possa aprire gli occhi su alcune verità eterne, che non abbandoneranno mai le menti e l'immaginazione di chi le ha sapute accogliere. Dopotutto, i meme parlano alle persone una lingua che esse conoscono già, in un modo che esse comprendono, in un luogo in cui esse sono già pronte ad ascoltare. Proprio come faceva Gesù con le parabole.²³

4. *Santi per ridere a crepapelle*

LOLsaints – Saints with a Smile, sito creato nel 2009 da Jeff Geerling, attivo fino al 2013 e ancora fruibile online,²⁴ propone meme ricavati dall'inserimento di didascalie scritte in un inglese sgrammaticato – un *broken English* ispirato al LOLspeak che troviamo nelle immagini di gattini

23. *Ibidem*.

24. lolsaints.com.

buffi²⁵ – all'interno di quadri e opere visive, più o meno celebri, di argomento sacro o agiografico.²⁶ Nelle FAQ del sito si sottolinea la differenza tra prendere in giro i santi (*making fun of the saints*), cosa che di primo acchito LOLsaints potrebbe anche sembrare faccia, e divertirsi con i santi (*having fun with the saints*); i meme pubblicati sul sito intendono decisamente abbracciare quest'ultima modalità, utilizzando quelle «straordinarie opere d'arte» che sono le immagini sacre allo scopo di dare loro una seconda vita, promuovendole e adattandole per un pubblico diverso: «una generazione di utenti di Internet che altrimenti non potrebbero apprezzarle».²⁷ Il meccanismo comico su cui si basa l'operazione ipertestuale di LOLsaints è valorizzare, attraverso la didascalia, una pertinenza diversa rispetto a quella proposta come principale all'osservatore dell'opera intesa come devozionale: al centro del gesto interpretativo non sta più l'iconografia sacra o la conoscenza del dato passo veterotestamentario o evangelico, ma la lettura di gesti e sguardi in chiave contemporanea. L'*Annunciazione* di Rogier van der Weyden (1440 c.a) diventa allora un siparietto tra l'arcangelo Gabriele e la Vergine Maria in cui la seconda prega il primo di non disturbarla, visto che sta leggendo un «libro davvero bello»; la didascalia è autorizzata dal gesto della mano di Maria, che, agli occhi del lettore contemporaneo occidentale ingenuo, può sembrare di stizza, chiaramente a causa dell'interruzione dovuta all'arrivo dell'angelo.²⁸ Il celebre “bacio di Giuda” pseudo-cimabuesco diventa, così, un monito goffmaniano contro l'invasione della prossemica intima (fig. 2).²⁹ LOLsaints intende rivestire di un leggero umorismo l'iconografia sacra, aggiungendo poi «una piccola dose di sana dottrina teologica»;³⁰ ogni meme infatti è corredato da un testo (paratesto, in termini semiotici) che spiega la storia dell'opera utilizzata come base (ipotesto), nonché il significato devozionale e dottrinale della scena rappresentata.

25. G. Marino, M. Thibault, *Who Run the World? Cats. Catlovers, Cat Memes, and Cat Languages across the Web*, in «International Journal for the Semiotics of Law», 31/3 (2018), pp. 473-490.

26. LOL è acronimo, tra i più utilizzati su Internet, di *laughing out loud*, ossia “ridere a crepapelle”.

27. <http://www.lolsaints.com/page/about-lolsaints>.

28. <http://www.lolsaints.com/saints/2009/reading-important>.

29. <http://www.lolsaints.com/story/2009-04-18/personal-space>.

30. *Ibidem*.

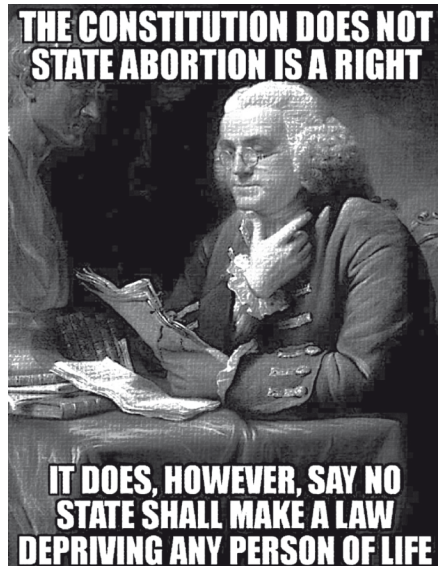


Fig. 2. *Personal Space*, lolsaints.com, 2009. L'immagine che fornisce la base del meme è l'affresco dell'arresto di Gesù, nel momento in cui Giuda lo bacia, opera di un anonimo allievo di Cimabue, che si trova presso la Chiesa Superiore di S. Francesco ad Assisi e risale all'ultimo quarto del XIII secolo.

Fig. 3. [*Pro-life Benjamin Franklin*], fb.com/CatholicMemebase, 23 maggio 2019.

Catholic Memes è una rete di siti web e di pagine social il cui «obiettivo è evangelizzare attraverso i meme». ³¹ Il ventitreenne Brandon Ocampo, un ministro dell'arcidiocesi di Newark, New Jersey, ha creato questo circuito nel 2010 partendo da Tumblr, ³² per poi arrivare a Facebook, ³³ Twitter ³⁴ e alla creazione di un sito dedicato, adesso offline. ³⁵ Nel 2012, Ocampo ha cominciato a condividere sui propri canali i meme creati da un'altra pagina Facebook, chiamata *Catholic Memebase*, ³⁶ amministrata dal trentottenne Ryan Scheel e suo nipote, il ventunenne Billy Ryan; Scheel fa parte di

31. <https://www.facebook.com/TheCatholicMemes/about/>.

32. catholicmemes.tumblr.com.

33. fb.com/TheCatholicMemes, 38k like c.a.

34. twitter.com/Catholicmemes, 9k follower c.a.

35. <https://web.archive.org/web/20180615044611/http://catholicmemes.com/>.

36. fb.com/CatholicMemebase, 314k like c.a.

uCatholic.com, un circuito che si occupa di «diffondere contenuti cattolici tradizionalisti nel mondo moderno [...], raggiungendo le persone dove si trovano», ossia su Internet. La pagina Facebook di Scheel, oggi ribattezzata *Catholic Memes*, rappresenta un tassello importante nel raggiungimento di questa missione, dato che ogni settimana raggiunge con i propri contenuti in media un milione di utenti.³⁷ Questi meme cattolici attingono a piene mani dalla cultura pop contemporanea (la reliquia della mano destra di santa Teresa d'Avila, custodita a Ronda, in Spagna, viene accostata al Guanto dell'Infinito di Thanos, *villain* dell'universo Marvel)³⁸ e adoperano i formati più aggiornati, come quello a etichetta (un gatto che incarna gli scritti di san Tommaso D'Aquino sottomette un altro gatto che incarna le argomentazioni – giudicate, quindi, deboli – degli atei contemporanei)³⁹ per affermare, in maniera ludica, contenuti dottrinali, ideologici e identitari anche molto seri: una didascalia apposta al celebre ritratto di Benjamin Franklin – che cattolico non era ma attirava le simpatie dei cattolici – re-alizzato nel 1767 da David Martin, mette in bocca al celebre inventore, intellettuale e politico americano un argomento *pro-life* per cui la Costituzione non solo non sancisce il diritto all'aborto, ma vieta anzi allo Stato il diritto di privare qualcuno della propria vita (fig. 3).⁴⁰

Creata nel 2013, quella della fittizia *Associazione "Beato Bartolomeo Camaldolese"*,⁴¹ guidata dall'altrettanto fittizio padre Aldo Metelli, è una pagina troll, ossia mossa da un intento satirico ma «così ben riuscita da confondere chi la legge». ⁴² La pagina ha avuto una certa eco online propo-

37. A.J. Canta, *Catholics Are Sharing Memes online. Is this the New Evangelization?*, in «America-The Jesuit Review», 14 marzo 2018, <https://www.americamagazine.org/arts-culture/2018/03/14/catholics-are-sharing-memes-online-new-evangelization>.

38. <https://www.facebook.com/CatholicMemebase/photos/a.228269320656151/1268452346637838/>. Il paragone ha un precedente celebre nella somiglianza individuata tra l'Obi-Wan Kenobi di *Guerre Stellari* e Padre Pio (23 settembre 2013, <https://www.facebook.com/CatholicMemebase/photos/a.100239920125759/239253502891066/>).

39. 31 gennaio 2020, <https://www.facebook.com/CatholicMemebase/photos/a.228269320656151/1562136473936089/>.

40. «The constitution does not state abortion is a right. It does, however, say no state shall make a law depriving any person of life», 23 maggio 2019, <https://www.facebook.com/CatholicMemebase/photos/a.100239920125759/1287659788050427/>.

41. <https://www.facebook.com/Associazione-Beato-Bartolomeo-Camaldolese-359618330851017/>, 13k like c.a.

42. *La tapioca di Bartolomeo*, in «Butac–Bufale un tanto al chilo», 13 maggio 2014, <http://www.butac.it/la-tapioca-di-bartolomeo/>.

nendo una sorta di anti-canone di artisti, soprattutto musicisti, additati come anti-cattolici (secondo la formula “Oggi biasimiamo [Nome dell’artista]”) e alcune mini-crociate contro tutta una serie di fenomeni socio-culturali. Due dei primissimi post pubblicati recitano: «La musica rap allontana da Dio?» (25 ottobre 2013)⁴³ e «Halloween? No, grazie! Io sono cattolico!» (26 ottobre 2013).⁴⁴ Oltre a questo tipo di contenuto, che è il più apprezzato dagli stessi utenti-troll della pagina, gli altri post sembrano inquadrabili all’interno di una delle seguenti due categorie: orgoglio cattolico (la pagina ricarica o condivide immagini originariamente create o condivise da pagine cattoliche, tra cui quella del circuito Aleteia; cfr. *infra*) e racconti stravaganti (creazioni originali della pagina, come quello, delirante, sul “loppide infernale», datato 6 febbraio 2015).⁴⁵ La trappola comunicativa del “beato camaldolese”, spesso parossistica ma in alcuni casi non così esplicita nel rivelare la sua natura parodico-satirica, sembra essere indirizzata tanto ai credenti (che rischiano di dividerne i contenuti), quanto ai non credenti (che rischiano di fare lo stesso, ma con lo scopo contrario, ossia per farne oggetto di biasimo).

La pagina Facebook *Tommy Aqua’s Summa Memeologica*,⁴⁶ online dal dicembre 2017, crea meme dai formati molto aggiornati (per esempio quelli cosiddetti “fritti” – *deep fried* – ossia intenzionalmente caratterizzati da una forte compressione jpg e da effetti grafici come solarizzazione, posterizzazione ecc.) che parlano quasi esclusivamente di filosofia, etica, teologia e religione. Il livello di competenza su questi contenuti appare avanzato e l’ironia sembra in questo caso rivolta alla stessa erudizione di cui si fa sfoggio. Pagine di questo tipo, focalizzate su un contenuto specializzato e “di nicchia”, fortemente meta-linguistiche e auto-riflessive, sono un fenomeno in crescita.

L’ambiguità che caratterizza questi ultimi due esempi è tipica della comunicazione mediata e risulta particolarmente rilevante su Internet: i testi che circolano online sono come dei messaggi nella bottiglia, che

43. <https://www.facebook.com/359618330851017/photos/a.359682584177925/361214387358078/>.

44. <https://www.facebook.com/359618330851017/photos/a.359682584177925/361488300664020/>. Cfr. anche M. Resta, *Ognissanti vs Halloween: note sulle origini storiche di un conflitto reale e virtuale in Italia*, in *I santi internauti*, pp. 95-107.

45. <https://www.facebook.com/359618330851017/photos/a.359682584177925/661983887281125/>.

46. fb.com/unmovedmemer, 16k like c.a.

giungono agli utenti solitamente sprovvisti di istruzioni o indizi di lettura (sono anonimi, decontestualizzati rispetto alla loro destinazione originaria e rispetto all'evento a cui si riferiscono); non sappiamo chi siano i loro autori empirici (ma possiamo provare a ricostruirne gli autori modello), né con quale intenzione questi li abbiano creati (ma, cooperando con il testo, macchina pigra che dobbiamo interrogare, possiamo lanciarci in una scommessa interpretativa).⁴⁷ Questa potenziale ambiguità di fondo esplose quando i contenuti giocano sul filo del paradosso e rendono indecidibile il tono con cui leggerli: sono seri o ironici, o semplicemente ludici?⁴⁸

Esistono chiaramente numerosi altri siti e pagine che utilizzano i meme in chiave religiosa (e in chiave cristiano-cattolica),⁴⁹ ed esistono chiaramente altri usi possibili dei meme. Particolarmente interessante è il caso di Aletheia, probabilmente la maggiore rete comunicativa cattolica a livello globale; nella sezione *Inspiring Stories* del sito ufficiale⁵⁰ troviamo

47. La teoria della cooperazione interpretativa e le nozioni di autore e lettore modello sono esposti in: U. Eco, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano 1979.

48. Sull'ambiguità dei messaggi religiosi veicolati dai meme: G. K. Aguilar *et al.*, *Communicating Mixed Messages about Religion through Internet Memes*, in «Information, Communication & Society», 20/10 (2016), pp. 1498-1520. Massimo Leone ha parlato di una "svolta estetica" nei processi comunicativi che avvengono sui social network, intendendo identificare una modalità in cui prevale la pragmatica del gesto sulla semantica del testo (in cui, cioè, conta di più *il fare*, rispetto a *ciò che si dice*); cfr. M. Leone, *Il bastian contrario nella rete: pattern rituali di formazione dell'opinione nella semiosfera dei social networks*, in *Viralità/Virality*, pp. 173-210. Per descrivere questa tendenza alcuni osservatori hanno impiegato l'etichetta, ancora molto poco investigata da un punto di vista teorico, di post-ironia. Più in generale, si è molto parlato di un "pregiudizio confermativo" (*confirmation bias*), ossia della tendenza degli utenti online a dare credito ai soli contenuti che confermino credenze e valori già acquisiti; cfr. W. Quattrociocchi, A. Vicini, *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*, Milano 2016.

49. Per esempio, il circuito *Cattonerd*, la cui pagina Facebook è attiva dal 2013 (fb.com/pg/cattonerd). Questo il *disclaimer* inserito nel *footer* del sito web: «Stanchi delle parodie grottesche che la cultura moderna ci propina del cattolicesimo, e stanchi della troppa serietà con cui per contro viene trattato lo stesso argomento, ci siamo rimboccati le maniche e abbiamo messo su questo sito. Senza mai mancare di rispetto verso quello in cui crediamo, siamo qui per proporvi il nostro punto di vista cattolico su tutto quello che il mondo ci propone, in leggerezza, come se ne parlassimo seduti davanti ad una birra ghiacciata... alla vostra!» (cattonerd.it).

50. <https://aletheia.org/2018/07/26/daily-catholic-memes/>.

alcuni *Daily Catholic Memes*⁵¹ a carattere motivazionale, nel senso che utilizzano contenuti, di natura religiosa e non (estratti biblici ed evangelici, citazioni famose ecc.), e figure celebri, religiose e non (santi, papi, attori, politici, scrittori, filosofi, scienziati ecc.), con lo scopo di “normalizzare” il cattolicesimo, ossia di mostrare la perfetta compatibilità di questa confessione con l’*American way of life*, ossia con la piena realizzazione personale e professionale.⁵²

5. Circolarità dell’agiografia popolare

Anche quelli religiosi e agiografici sembrano confermare la tendenza generalizzata dei meme a valorizzare, nel processo comunicativo, non tanto la componente che, sulla scorta di Roman Jakobson, chiamiamo referenziale (informazioni fattuali sul mondo, contenute nel messaggio), quanto piuttosto quella fàtica, relativa al contatto tra i soggetti coinvolti e che avviene per mezzo di un dato canale comunicativo.⁵³ Se siamo in grado di comprendere un meme che ci presenta un sant’Ignazio da Loyola occhialuto come “santo hipster”, poiché «*cannonizzato* prima di diventare santo»,⁵⁴ significa che conosciamo già il contenuto del messaggio che ci viene proposto, che finisce così per assumere una funzione tematica (relativa a una parte informativa che si assume come nota), piuttosto che rematica (relativa a una parte informativa presentata come nuova). Se capiamo il senso del “sant’Ignazio hipster”, significa che sappiamo già che: gli hipster amano anticipare le mode, essere i primi a fare qualcosa; che spesso indossano occhiali da vista a puro scopo estetico; che il processo attraverso cui la Chiesa di Roma sancisce la santità di una figura storica, dopo la sua morte, è definito canonizzazione; che una palla di cannone rimbalzata su un muro

51. È questo anche il nome di un account Instagram creato nel 2018 e seguito oggi da circa 12,5k utenti ([instagram.com/dailycatholicmemes](https://www.instagram.com/dailycatholicmemes)).

52. Devo le riflessioni sui meme di Aleteia al filosofo Gabriele Vissio, che se ne è occupato concentrandosi, in particolare, sul loro valore motivazionale e identitario.

53. Sul valore identitario/comunitario dei meme: A. Yadlin-Segal, *Communicating Identity through Religious Internet Memes in the “Tweeting Orthodoxies” Facebook Page*, in *Digital Judaism: Jewish Negotiations with Digital Media and Culture*, a cura di H. Campbell, London-New York, 2015, pp. 110-124.

54. 31 luglio 2013, <https://www.facebook.com/CatholicMemebase/photos/a.100239920125759/838487989634278/>.

colpi la gamba destra di Ignazio, chiaramente quando questi era ancora in vita e, quindi, prima che diventasse santo. Per chi è a conoscenza di queste nozioni e di questi fatti, ossia per chi è dotato di questa conoscenza condivisa che i semiologi, sulla scorta di Umberto Eco, chiamano enciclopedia,⁵⁵ questo meme può essere particolarmente divertente.

La religione rappresenta una materia ricchissima per la produzione di ogni forma di testualità, meme di Internet inclusi: i meme includono quelli religiosi tra i propri possibili contenuti e vengono impiegati per veicolare un messaggio che può anche essere di natura religiosa. Diverse sono le dimensioni in gioco, per cui un dato contenuto può essere, per quanto interessa qui, più o meno *memetico*, più o meno *religioso*: è in gioco una competenza nella produzione del meme con riferimento al suo formato (vi sono dei criteri di pertinenza non troppo dissimili da quelli con cui giudichiamo “ben formata” una frase prodotta da un parlante); il meme può ricorrere a immagini o testi verbali esplicitamente religiosi; possiamo essere in presenza di elementi paratestuali che ci aiutino nella decodifica del meme (loghi o informazioni relative al sito o alla pagina che ospita o ha creato il contenuto); possiamo essere in presenza della manifestazione, più o meno esplicita, di un determinato atteggiamento nei confronti del contenuto religioso presentato (condivisione dei valori proposti, propaganda, intento ludico, critica, beffa ecc.); possiamo identificare marche enunciative identitarie e comunitarie (per cui, per esempio, siamo in grado di individuare un “noi” che si oppone a un “loro”; come nel caso del meme di Benjamin Franklin); possiamo individuare un certo grado di relazionabilità, da parte degli utenti, rispetto al contenuto proposto (è probabile che il meme di S. Ignazio hipster abbia un pubblico potenziale più ampio rispetto a un meme che parli, in maniera seria, ludica o ironica, di questioni teologiche relative alla transustanziazione).

In conclusione, accenniamo brevemente a una ulteriore chiave interpretativa sul rapporto tra religione e meme, che ha a che fare con la genealogia profonda di questa forma testuale e prova a individuare delle affinità di fondo tra le due dimensioni. Proprio come tanti testi fondativi delle nostre culture i meme, come detto, sono spesso anonimi, senza autore, danno voce alla Rete oltre l'individualità del singolo, grazie all'autorità dell'im-

55. Sulla nozione di enciclopedia (già anticipata da quella di codice, così come elaborata nel *Trattato di semiotica generale* del 1975): U. Eco, *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Torino 1984.

personale, del “si dice” e del “si parla”, incarnando una sorta di nuova forma di tradizione o di mitologia diffusa.⁵⁶ Nella preistoria e nella storia parallela delle pratiche da cui nascono questi remix testuali che sono i meme – strumenti della partecipazione idiosincratica, del dire “io ci sono”, ma “a modo mio” – possiamo trovare: l’arte collaborativa (il cadavere squisito surrealista), anonima (il graffitismo) o anonimizzante (la pop art, Banksy), lo sloganismo della politica (dal già citato *Keep Calm and Carry On* agli #hashtag dei politici iperattivi sui social), le mille forme della parodia (da Aristofane al *culture jamming*, fino al contro-marketing del *subvertising*). E le mille forme dell’iconografia religiosa popolare: per esempio quelle delle *Andachtsbilder*, “immagini devozionali” pensate come ausilio per la preghiera e la contemplazione.⁵⁷ Quante versioni diverse conosciamo, per esempio, del Sacro cuore di Gesù, appropriato e personalizzato, nel rispetto di una griglia iconografica comune, da ciascuna comunità locale?

56. L’anonimato e lo svincolamento dalle logiche del copyright sono elementi importanti ai fini della diffondibilità (*spreadability*) dei contenuti online; cfr. H. Jenkins *et al.*, *Spreadable media: i media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Santarcangelo di Romagna 2013.

57. Per una riflessione filosofico-estetologica sulle “immagini devozionali” impiegate per la *propaganda fides*: N. Roelens, *Le tournant viral en philosophie contemporaine*, in *Viralità/Virality*, pp. 119-138.