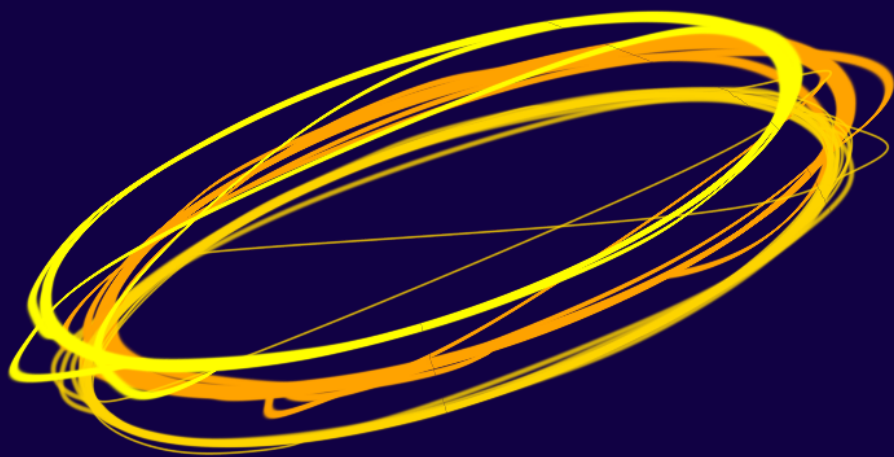


# Semiotica e santità

## Prospettive interdisciplinari

A cura di Jenny Ponzo  
e Francesco Galofaro



NeMoSancti







## **NeMoSanctI**

Studies in Religion and Semiotics



**CIRCe**  
Centro  
Interdipartimentale  
di Ricerca  
sulla Comunicazione

© 2019 CIRCe, Turin  
Via S. Ottavio 20  
10124 – Turin (Italy)  
[www.circe.unito.it](http://www.circe.unito.it)  
[www.nemosancti.eu](http://www.nemosancti.eu)

ISBN 978-88-94508-00-0



NeMoSancti si svolge presso il Dipartimento  
di Filosofia e Scienze dell'Educazione,  
Dipartimento di Eccellenza.

A cura di

Jenny Ponzio e  
Francesco Galofaro

# Semiotica e santità

Prospettive interdisciplinari



**NeMoSancti**

Studies in Religion and Semiotics



# Indice

Introduzione	7
Capitolo 1. <i>How to make a saint</i> G. Vissio	17
Capitolo 2. <i>Quattrocento anni di santi scritti</i> G. Marino	37
Capitolo 3. <i>Ildegarda di Bingen</i> M. Papisidero	73
Capitolo 4. <i>Teresa di Lisieux e Gemma Galgani</i> F. Galofaro	85
Capitolo 5. <i>Padre Pio apprendista mistico</i> F. Galofaro	109
Capitolo 6. <i>Il rapporto tra Padre Pio e Gemma Galgani</i> F. Galofaro	123
Capitolo 7. <i>Epifanie religiose e letteratura Profana nel Novecento</i> J. Ponzio	147

*Semiotica e Santità*

Capitolo 8. <i>I santi patroni d'Europa e la proposta cattolica di un'identità europea</i> J. Ponzio	165
Capitolo 9. <i>Santi, meme e identità</i> G. Marino, G. Vissio	187
Capitolo 10. <i>Adamo ladro a Ferragosto</i> J. Ponzio	203
Gli Autori	221



**HIPSTER ST IGNATIUS**

A portrait of St. Ignatius of Loyola, a Jesuit saint, depicted with modern hipster accessories. He is wearing a dark, textured beret and thick black-rimmed glasses. He has a goatee and is dressed in a dark, textured jacket over a dark shirt and tie. The background is a plain, muted greenish-grey.

**CANNONIZED BEFORE  
BECOMING A SAINT**

Immagine tratta dalla pagina Facebook "Catholic Memes" ([fb.com/CatholicMemebase](https://fb.com/CatholicMemebase)), 2017.

# Capitolo 9

## Santi, meme e identità

Gabriele Marino  
Gabriele Vissio

Come abbiamo già avuto modo di rilevare<sup>1</sup>, la santità si presenta come un fenomeno culturale polifonico e pluriforme. L'interesse nei confronti della santità, da parte di una pluralità di soggetti, ha prodotto – e tuttora produce – un gran numero di diverse forme testuali. Tra le più recenti i cosiddetti “Internet meme” sono forse uno dei casi più interessanti e ricchi di spunti, dal momento che costituiscono un punto di accesso privilegiato alla comunicazione online e a quei fenomeni che cadono, comunemente, sotto il concetto di “viralità”<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Cfr. il Cap. 1.

<sup>2</sup> Per una panoramica generale su diverse forme di questi fenomeni si veda Marino-Thibault 2016.

## 9.1 Che cosa sono gli Internet meme?

Introdotta dal biologo evolutivista Richard Dawkins (1976) per designare il concetto di «gene culturale», il termine “meme” ha presto cominciato a occupare uno spazio importante all’interno delle scienze umane e della cultura. Oggi, la parola indica soprattutto, almeno nel linguaggio comune, una tra le più popolari macro-tipologie di fenomeni virali, anche in ragione del suo carattere icastico e della sua disponibilità a processi di appropriazione e trasformazione.

Questi processi possono basarsi su tre funzioni fondamentali<sup>3</sup>, utili anche al fine di articolare una prima tipologia:

1. *Sharing*, ossia la condivisione, il “grado zero” del fenomeno. Si tratta della possibilità, da parte di un soggetto online, di “appropriarsi” di un meme già pronto e di dividerlo, contribuendo così a renderlo virale. Rientrano in questa categoria, per esempio, le cosiddette “*rage face*”, che vengono utilizzate – come le emoticon e le emoji – per esprimere stati d’animo, emozioni o reazioni a qualcosa di visto, letto o sentito.

---

<sup>3</sup> Rifacendoci a Frye (1957), potremmo parlare di tre “radicali memetici”.

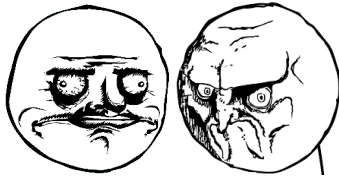


Figura 1: Qui a fianco “Me gusta” e “No.”, due tra i più noti esempi di *rage face*.

b. *Remixing*, ossia l’intervento su di un modello prestabilito e già noto o su di un template predefinito.



Figura 2: “Advice dog” è uno dei più popolari esempi di “image macro”, una forma di template sulla quale gli utenti possono intervenire, utilizzandola per veicolare i propri contenuti.

c. *Remaking*, ovvero il rifacimento, la riproposizione in una versione personale di un elemento virale. Insistono su questa funzione i *video fad*, i *flash mob* o le *challenge*. Tra i più famosi esempi in

tal senso si possono ricordare fenomeni come *Harlem Shake* o la *ALS Ice Bucket Challenge*<sup>4</sup>.

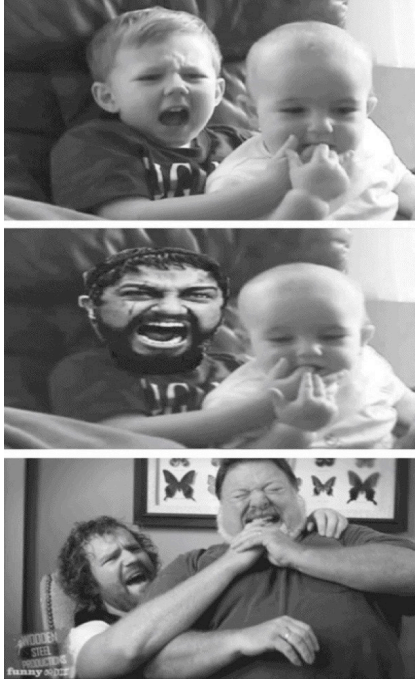


**Figura 3:** Fenomeni come l'ALS Ice Bucket Challenge sono stati oggetto di remaking anche da parte di personaggi famosi. Il QR code qui a lato rimanda, per esempio, al rifacimento di Bill Gates, divenuto virale a seguito di un massiccio *sharing*.

Naturalmente, lo stesso meme può essere oggetto di tutte e tre queste operazioni, come nel caso seguente, divenuto noto come *Charlie bit my finger*. Nell'immagine qui di seguito è possibile riconoscere, nell'ordine dall'alto verso il basso, la foto virale da cui è iniziato il fenomeno, un suo remix e una sua imitazione, in quello che è un vero e proprio processo di generatività memetica.

---

<sup>4</sup> La ALS Bucket Challenge è nata come campagna di sensibilizzazione e di *fundraising* sul tema della ricerca sulla Sclerosi Laterale Amiotrofica (SLA), divenendo poi un fenomeno in parte autonomo.



**Figura 4:** Charlie bit my finger (2007; l'esempio è tratto da Shifman 2013).

Tuttavia, quella appena presentata non è che una tipologia analitica, utile a fini classificatori e a fare un po' di ordine all'interno di una serie di fenomeni in realtà molto complessi e articolati. Nella maggior parte dei casi, infatti, lo stesso meme può essere oggetto di più interventi di sharing, remixing e remaking che intervengono l'uno sull'altro, stra-

tificandone la storia e complicandone i livelli di lettura.

## **9.2 Santità virale**

Il successo dei meme è spiegabile anche nella misura in cui essi costituiscono un potente mezzo di espressione per ogni tipo di contenuto culturale. Anche la religione, dunque, offre un ampio repertorio di materiali per i produttori di meme. Ovviamente, il contenuto religioso può essere lavorato e riproposto in una molteplicità di forme diverse, con risultati ed esiti molto differenti e questo anche a causa delle svariate ragioni per le quali un certo contenuto religioso può diventare virale. L'immaginario religioso può essere utilizzato nei meme in ragione del suo puro valore estetico, per fini di critica alla religione, di satira, ma anche di proselitismo<sup>5</sup>. I santi e le sante, con il repertorio di narrazioni, leggende, rappresentazioni e simboli che li accompagna sono, in tal senso, un elemento particolarmente interessante e sono stati oggetto di riprese di diverso genere.

---

<sup>5</sup> Sulla complessità dei messaggi veicolati dai meme, con speciale riferimento al tema religioso si veda Aguilar et al. (2016).

Attiva tra il 2009 e il 2013, la pagina web *LOL-saints.com* insiste, per esempio, sul proprio intento di «divertirsi con i santi», cercando di assicurarsi che ciò non venga confuso con il prendersi gioco dei santi. Il creatore del sito, Jeff Geerling, specifica infatti come l'intenzione della pagina non sia affatto quella di offendere il culto dei santi e le loro immagini, ma di utilizzarle per renderle fruibili ad “una generazione di utenti di Internet, che potrebbe non essere in grado di apprezzarle in altro modo”<sup>6</sup>.



**Figura 5:** *Nostra signora di Guadalupe*, anche nota come *Vergine di Guadalupe* che, secondo la leggenda, sarebbe un'immagine acheropita, ossia non dipinta da uomo, ma apparsa miracolosamente. Il dipinto, che la tradizione vuole essere apparso sul mantello di Cuauhtlatoatzin, un azteco convertito e poi divenuto santo con il nome di Juan Diego, è conservato presso la Basilica di Nostra Signora di Guadalupe.

Il meme di *LOLsaints* insiste precisamente su questo elemento e i suoi apparati paratestuali informano l'utente circa il senso dell'immagine (<http://www.lolsaints.com/saints/2009/painted-god>).

---

<sup>6</sup> <http://lolsaints.com/page/about-lolsaints>



Su *LOLsaints* tutti i meme sono accompagnati da elementi *paratestuali*<sup>7</sup> che ne chiariscono il senso e informano l'utente sull'opera d'arte che sta guardando, o sulla storia del personaggio che essa rappresenta, con un intento anche educativo. Finalità culturale e informativa è anche quella che sembra essere alle spalle della pagina Facebook *Tommy Aqua's Summa Memeologica*, che produce e condivide contenuti filosofici e teologici, con lo scopo di utilizzare i meme per “discutere” tali contenuti. Più esplicito l'intento evangelizzatore di *Catholic Memes*, online su Tumblr, Twitter e Facebook, che indica come proprio scopo quello di “evangelizzare per mezzo dei meme”, mentre la pagina Facebook italiana *Associazione Beato Bartolomeo Camaldolese* (che si propone come l'organo di social networking di un'entità associativa fittizia) si propone esplicitamente come progetto satirico e di vero e proprio *trolling*<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Per *paratesto* s'intendono tutti gli elementi accessori al testo che contribuiscono alla sua contestualizzazione e interpretazione (introduzione, appendici, indici, note, immagini, ecc.). Per un approfondimento si veda Genette (1982).

<sup>8</sup> I “troll” sono i “disturbatori di professione” delle interazioni online. Sul tema si veda Thibault (2016).

### 9.3 Santi memetici e identità religiosa

Dietro ai diversi modi di associare meme e santità, è possibile scorgere diverse maniere di pensare il rapporto tra l'identità religiosa e la cultura "laica" all'interno di società fortemente pluraliste come le democrazie occidentali. In particolare, i casi di pagine e di siti riconducibili a gruppi cattolici statunitensi offrono un punto di vista interessante, dal momento che in quel contesto il cattolicesimo non rappresenta la principale tendenza religiosa e le comunità di cattolici costituiscono una minoranza. In generale, è stato notato come, in molti contesti online, le comunità di utenti tendano a polarizzarsi, provocando il fenomeno della cosiddetta *echo chamber*<sup>9</sup>, condizioni in cui le informazioni e i messaggi che circolano all'interno di un determinato gruppo tendono, per diverse ragioni, a rinforzarsi, a discapito dei contenuti provenienti dall'esterno. Processi di questo genere hanno come conseguenza quella di generare un certo senso identitario tra i membri delle comunità online, che tendono ad associarsi con altri individui che sono considerati "simili" sotto qualche particolare punto di vista (valori morali, stile di vita, orientamento politico, credo religioso, ecc.).

---

<sup>9</sup> Quattrococchi e Vicini (2016).

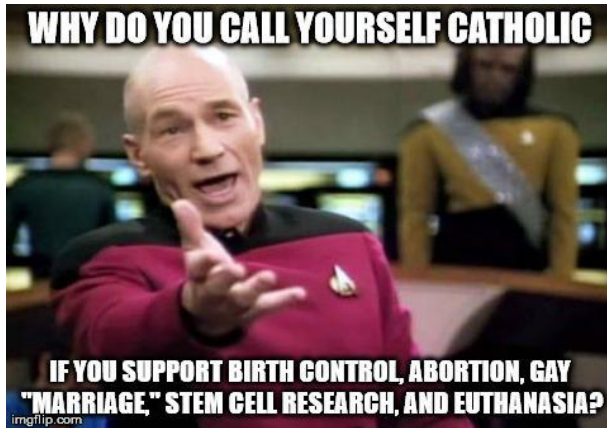
Anche i meme, in tal senso, sono insieme un'espressione e uno strumento di questi processi di rinforzo dell'identità delle comunità online. Per comprendere un meme è necessario che il *lettore* possieda quella che, per riprendere Umberto Eco, è una certa *enciclopedia*<sup>10</sup>. Si prenda il meme della pagina *LOLsaints* che parte dalla *Vergine di Guadalupe*: il messaggio sarebbe del tutto incomprensibile se non si possedesse, quantomeno, la conoscenza del fatto che quell'immagine è *acheropita* e se non si sapesse che cosa questo significhi. In realtà, i prerequisiti per la lettura di questo meme sono molti di più (conoscenze relative al cristianesimo, all'idea di Dio in generale, all'iconografia della Vergine, ecc.), ma queste sono sufficienti per mostrare come la comprensione di un testo – e dunque anche di un meme – necessiti una serie di conoscenze *comuni*. Gli apparati paratestuali di *LOLsaints* sono, in realtà, un modo di consentire l'accesso alla comprensione dei meme anche a persone che non possiedano, in principio, tutte le conoscenze enciclopediche necessarie a farlo, ma non sempre le cose funzionano in questa maniera. Nella maggior parte dei casi, al contrario, i meme sono oggetto di operazioni di sharing, remixing e remaking tra individui che condividono la medesi-

---

<sup>10</sup> Eco (1984).

ma enciclopedia e, ovviamente, possono risultare inefficaci nel loro intento (spesso ironico) o addirittura incomprensibili presso altri soggetti. Il diverso uso di meme a tematica religiosa, come quelli relativi ai santi e alle sante, può essere dunque un indice, un dispositivo rivelatore, del diverso atteggiamento che le comunità online a carattere religioso possiedono nei confronti del “mondo esterno”. Da un lato, alcuni gruppi cercano di proporre i contenuti religiosi secondo una strategia comunicativa che tende a utilizzare la forma meme e il carattere dell’ironia con lo scopo, più o meno esplicito, di integrarli con la pop culture: è il caso del sito *Aleteia.com*, per esempio, che propone una rubrica di meme giornalieri e mescola contenuti provenienti dal contesto cattolico con altri provenienti dalla cultura pop e generalista (attori, politici, esponenti di altre tradizioni religiose sono tutti chiamati in causa allo scopo di “ispirare” l’utente con i loro messaggi positivi). D’altro canto, invece, altri soggetti tendono a utilizzare i meme per veicolare messaggi che sottolineano ed esacerbano la distanza tra la comunità dei credenti e altri stili di vita presenti nella società contemporanea. Questi ultimi tendono a identificare l’adesione alla comunità cattolica in maniera esclusiva, con una opposizione *noi-loro* che restringe le possibilità di mediazione, anche privilegiando il

riferimento a temi controversi e problematici (è questo il caso di chi insiste su temi quali le questioni bioetiche o la morale sessuale).



**Figura 6:** Questa versione del meme "Annoyed Picard" (in riferimento al personaggio della serie *Star Trek* Jean-Luc Picard) tende, in maniera piuttosto esplicita, a considerare l'appartenenza alla comunità cattolica come incompatibile con determinate posizioni politiche su temi etici e sociali.

Ovviamente, tra questi due poli esiste uno spettro di variazioni estremamente sfumato e differenziato, nel quale i meme e i fenomeni ad essi associati entrano in gioco in una varietà di modi diversi, che attendono ancora di essere analizzati e studiati in maniera sistematica e approfondita, alla luce di un approccio interdisciplinare, che inquadri in una cornice teorica complessiva analisi testuali, di sociologia dei gruppi e teoria della comunicazione.

Infatti, è proprio la capacità dei meme di evidenziare ed esplicitare strategie comunicative che insistono sull'appartenenza identitaria dei soggetti a una determinata comunità<sup>11</sup> che può consentire di mettere in luce dinamiche spesso difficili da cogliere, come i diversi atteggiamenti che emergono a partire dal complesso rapporto che esiste oggi tra il cattolicesimo e la cultura laica, in un mondo che – sempre di più – sembra vivere con difficoltà il processo di secolarizzazione e di pluralizzazione dei valori.

### **Riferimenti bibliografici**

Aguilar, Gabrielle K.; Campbell, Heidi A.; Stanley, Mariah; Taylor, Ellen  
(2016) “Communicating mixed messages about religion through internet memes”, in *Information, Communication & Society*, 20 (10), pp. 1498-1520.

---

<sup>11</sup> Sul rapporto tra identità e meme un interessante studio è stato condotto sulla pagina Facebook *Tweeting Orthodoxies* da Yadlin-Sega (2015). In generale sulla possibilità di utilizzare i meme come lente per analizzare i fenomeni religiosi si veda, per esempio Bellar et al. (2013).

Bellar, Wendi; Campbell, Heidi A.; Cho, Kyong James; Terry, Andrea; Tsuria, Ruth; Yadlin-Segal, Aya; Ziemer, Jordan  
(2013), “Reading Religion in Internet Memes”, in *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 2 (2), pp. 1-39.

Dawkins, Richard  
(1976) *The Selfish Gene*, London, Oxford University Press (tr. it. *Il gene egoista*, Bologna, Zanichelli, 1979).

Frye, Northrop  
(1957) *Anatomy of Criticism. Four Essays*, Princeton, Princeton University Press.

Genette, Gérard  
(1982) *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Parigi, Editions Du Seuil (tr. it. *Palinsesti. La letteratura al secondo grado*, Torino, Einaudi, 1997).

Eco, Umberto  
(1984) *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Torino, Einaudi.

Marino, Gabriele; Thibault, Mattia (a cura di)  
(2016) *Viraltà/Virality*, *Lexia* 25-26 (stampato nel dicembre 2017).

Quattrococchi, Walter; Vicini, Antonella  
(2016) *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*, Milano, Franco Angeli.

Shifman, Limor  
(2013) *Memes in Digital Culture*, Cambridge (MA), MIT Press.

Thibault, Mattia  
(2016) “Trolls, Hackers, Anons: Conspiracy Theories in the Peripheries of the Web”, in *Lexia* 23-24, pp. 387-408.

Yadlin-Segal, Aya  
(2015) “Communicating Identity through Religious Internet Memes, in the ‘Tweeting Orthodoxies’ Facebook Page”, in Campbell, H. (a cura di), *Digital Judaism: Jewish Negotiations with Digital Media and Culture*, London-New York, Routledge, pp. 110-124.









NeMoSanctI – New Models of Sanctity in Italy 1960s-2000s è un progetto di ricerca condotto presso l'Università di Torino. Il progetto studia come i modelli della santità cattolica sono cambiati dopo il Concilio Vaticano Secondo e, a tal fine, applica un innovativo approccio metodologico, basato sulla teoria semiotica, a un ampio corpus di testi normativi, giuridici e narrativi.

Questo volume intende esporre, in forma chiara e accessibile, alcuni tra i primi risultati di NeMoSanctI, presentati dall'équipe di ricercatori coinvolti nel progetto.

*This project has received funding from the European Research Council (ERC) under the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme (grant agreement No 757314).*

ISBN 978-88-94508-00-0



9 788894 508000