

Semiotica del Natale 2020



A cura di Eleonora Chiais
Introduzione di Jenny Ponzo





NeMoSanctI

Studies in Religion and Semiotics

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.

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).



© 2020 CIRCe, Turin
Via S. Ottavio 20
10124 – Turin (Italy)
www.circe.unito.it
www.nemosancti.eu

In copertina
Babbo Nasale,
pittura digitale di Simone Maraffa
(fb.com/SMCaricature),
ideazione di Gabriele Marino,
dicembre 2020

ISBN 9788894508017



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

Semiotica del Natale 2020

A cura di
Eleonora Chiais

Contributi di:

Jenny Ponzo

Massimo Leone

Simona Stano

Bruno Surace

Gabriele Marino

Eleonora Chiais

Federico Biggio

Victoria Dos Santos

Magdalena Maria Kubas

Marco Papasidero



NeMoSancti

Studies in Religion and Semiotics

Indice

<i>Introduzione</i>	8
J. Ponzio	
Capitolo 1	16
<i>Pandemia. Consigli semiotici per il Natale del 2020.</i>	
M. Leone	
Capitolo 2	28
<i>Il Natale è servito. Miti, riti, traduzioni</i>	
S. Stano	
Capitolo 3	40
<i>Il Natale, simbologia e riti natalizi nella cultura del Sud-Italia</i>	
R. Gramigna	
Capitolo 4	56
<i>Alla faccetta irritante di Mara Wilson ho sempre preferito il ghigno di Krampus. Per una semiotica grinchiana del Natale cinematografico</i>	
B. Surace	
Capitolo 5	72
<i>L'uccisione sonora di Babbo Natale</i>	

G. Marino

Capitolo 6 102

Dagli abiti liturgici del Natale al look di Santa Claus. Appunti semiotici sul costume natalizio.

E. Chiais

Capitolo 7 116

Guida galattica per astrologi digitali

F. Biggio

Capitolo 8 130

Digital ritual. Searching for a sacred-space

V. Dos Santos

Capitolo 9 144

Il presepe e l'ecfrasi. Dal francescanesimo al fin de siècle

M.M. Kubas

Capitolo 10 154

Riflessioni storico-antropologiche e agiografiche sul corpo di san Nicola

M. Papasidero

Gli Autori 176

Ringraziamenti 186

Guida galattica per astrologi digitali

**Federico BIGGIO, Università di Torino;
Université Paris VIII**

La riflessione che proponiamo qui va pensata come un punto di arrivo per un ipotetico percorso di analisi più ampio, focalizzato specificatamente sulla rimediazione digitale di pratiche rituali e religiose che interessano la sfera della spiritualità e della magia (sia che fossero esistenti prima del digitale o sviluppatesi in Rete). Solo a quel punto può essere delineata una teoria solida che tracci delle relazioni pertinenti fra campo religioso/magico e campo dell'esperienza digitale, e che giustifichi, anche dalla prospettiva semiotica, l'interpretazione di fatti della cultura digitale come espressioni della spiritualità dell'utente.

Tutti sanno che i re magi erano (tre?) saggi e astrologi provenienti da Oriente e giunti a Betlemme per adorare il neonato Gesù nel giorno che la tradizione cristiana ha consacrato all'Epifania. Zoroastriani di religione, i magi erano gli unici a sapere che la nascita di quel bambino (e di quello soltanto) rappresentava l'incarnazione di una

divinità e, nello specifico, del re dei Giudei. Questo vantaggio gnoseologico e comunicativo, che nel discorso mitico è riferito all'apparizione della Stella di Betlemme, e che è a sua volta espressione di una volontà comunicativa da parte di forze divine trascendentali, oggi sembra essere promesso dalla mediazione digitale: da un lato i media digitali incrementano la conoscenza "razionale" del mondo, quella semplicemente *possibile*, "aumentano" come delle "protesi" la percezione naturale, e dall'altro si fanno carico di recuperare e alimentare una sensibilità affettiva e passionale attraverso la realizzazione di una congiunzione tra spazio ed esperienza reale e indessicale da un lato e spazio della virtualità dall'altro.

Osserviamo più da vicino le peculiarità semiotiche della Stella di Betlemme. Le interpretazioni della cultura cristiana hanno associato la sua apparizione ad un miracolo, ad un presagio di profezia, che *ispira* i Magi e li guida, appunto, a Betlemme. Adottando la teoria di Greimas, al livello sintattico della narrazione biblica la Stella di Betlemme potrebbe occupare il ruolo attanziale dell'oggetto di valore per i soggetti Magi, i quali sono destinatari di una profezia, che è a sua volta espressione di una volontà divina anteriore (destinante) di manipolare il comportamento dei Magi. Ma a livello fisico-formale, l'enunciato | Stella di Betlemme| si

presenta come un corpo celeste, apparente nel cielo notturno in modo soprannaturale, che i Magi, in virtù delle proprie conoscenze in materia di astrologia e di strumenti di misura appropriati, interpretano secondo certi codici e un certo sapere scientifico.

Il parallelismo con i media digitali, e in particolare con quelli riconducibili ai paradigmi dell'ubiquitous e network computing, può essere avanzato a partire dallo studio della tensione proattiva che l'utente dei media digitali incarna nell'interagire con porzioni di spazio del mondo reale all'interno dei quali è possibile intercettare flussi di informazioni e contenuti indispensabili e/o necessari alla congiunzione o connessione. Nello scatto di John Stanmeyer (Fig. 1) un gruppo di migranti diretti verso l'Europa cerca con i propri cellulari un segnale dalla vicina Somalia per comunicare con le famiglie rimaste in patria. Nella seconda immagine (Fig. 2), invece, una campagna di marketing mostra come visualizzare un contenuto in realtà aumentata con l'applicazione Blippar, per rendere l'esperienza del Natale più pervasiva e coinvolgente.



Fig. 1 Stanmeyer, *Signal*, 2014
(<https://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2014/29628/1/2014-john-stanmeyer-ci1>)

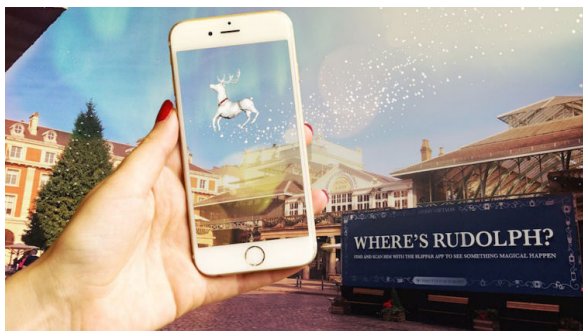


Fig. 2 *Una campagna di marketing utilizza la realtà aumentata per visualizzare contenuti virtuali nello spazio reale (www.blippar.com/blog/2018/09/25/3-augmented-reality-christmas-campaigns)*

Senza dilungarci sulla pragmatica dell'interazione, possiamo focalizzarci sulla dimensione figurativa e semantica della stella cometa e, di conseguenza, di tutto quel sistema di decorazioni e “apparizioni magiche” che, di anno in anno, concorrono a ricreare l'estetica del Natale.

A partire dalla descrizione biblica dell'astro guida, possiamo pensare una similitudine, prima formale che semantica, fra l'apparizione di un corpo celeste nel cielo (appartenente a una dimensione ultraterrena e interpretato come tale dai Magi), e l'*avvento* ricorrente ogni anno di luci, addobbi, esposizioni e contenuti esperienziali che, sebbene rispondano a logiche di marketing, sono determinanti nel processo di scrittura estetica della città durante il periodo natalizio. In questa sede vorremmo interpretare questa riscrittura come un processo eterogeneo ed indeterminabile che, tuttavia, nelle sue isotopie formali e tematiche, concorre a reiterare (annualmente e in modo inalterato) il vero significato (non solo cristiano) del Natale. In questa prospettiva, il senso della Natività emerge come la reiterazione di un'annuale annunciazione originaria (di una venuta al mondo),

che si rimedia in tutta una serie di strategie discorsive, dispositivi e tecnologie che si attualizzano e si danno un'espressione estetica coerente, e che inseriscono l'individuo (il cittadino) in un vortice di sensazioni in cui il desiderio di (ri-)congiunzione con la dimensione dell'esistenza infantile, il mondo dell'onirico e, più semplicemente, con i propri cari, si fa più esplicito. Ecco giustificato il titolo di queste pagine ed individuati gli "astrologi digitali".

D'altro canto, la dimensione immanente del digitale è continuamente esplicitata nei discorsi sociali: non solo nella realtà aumentata e virtuale, ma nei discorsi cospirazionisti sui rischi legati alla diffusione di tecnologie 5G o a quelli per la privacy, legati all'uso di dispositivi di domotica domestica, o sul cosiddetto "data-smog"¹. Laddove, in un caso, questa dimensione trascendentale si manifesta (e si discorsivizza) come *conseguenza*, spesso negativa, di un sistema tecno-materialistico divenuto sovraccarico (facendosi carico della responsabilità rivelatoria), in altri casi, tuttavia, è il digitale (i contenuti) a valorizzare positivamente la ricongiunzione fra la dimensione terrena e quella ultraterrena, indicando la strada propositiva per una rivelazione viva ed affettiva. In questo senso, il

¹ Shenk: 1997.

digitale agisce come forza trascendentale, di unione e di congiunzione (intesa come connessione), non solo fra individui, ma anche fra individuo e forme del mondo spesso anche reciprocamente idiosincratiche (es: terrapiattismo).

Quindi, anche fuori dall'ambito della cultura digitale, l'insieme delle manifestazioni natalizie nel contesto urbano concorre ad alimentare questa forza che porta a “vestire a festa” la città (almeno nella cultura Occidentale). Le luci e le decorazioni natalizie sulle vetrine concorrono a una valorizzazione estetica degli spazi di assembramento, e in particolare di quelli occupati dalle attività commerciali, così come gli alberi-bacheche nelle stazioni richiamano (e spronano) ad un nutrimento della spiritualità da operare tuttavia non in privato, ma comunitariamente (pensando come comunità la totalità della cittadinanza). Al di là del discorso ideologico sulla capitalizzazione del Natale, questi dispositivi risemantizzano i luoghi urbani nel periodo natalizio, agendo soprattutto sul piano esperienziale, e seguendo logiche formali e tematico-narrative inscritte in strategie di marketing (che si tratti di commerciale o istituzionale). Si tratta di un “reincanto tecnologico”², termine che usiamo per definire l'apporto emotivo ed affettivo che la

² Lughì e Suppini: 2015.

creatività digitale produce e ri-abilita nell'esperienza di interazione con i dispositivi mediatici, come conseguenza di un lento ma costante processo di addomesticamento dei media digitali da parte dei tradizionali comparti culturali. In questa direzione, ecco che una semplice immagine stampata su un biglietto di auguri può diventare, grazie alla realtà aumentata un media di riconciliazione e ricongiunzione – da una situazione iniziale di solipsismo digitale a una successiva – di risoluzione – in cui la ricongiunzione fisica si attualizza mediante una connessione collettiva con lo stesso contenuto digitale.





Fig. 3 Fotogrammi del trailer di Christmas AR
(screenshot dell'autore: <http://www.christmas-ar.com/>)

Ma cosa succede quando questi luoghi diventano impraticabili? La sfida del Natale contemporaneo a chi scrive è quella avanzata dall'impraticabilità degli spazi pubblici in seguito alla diffusione della pandemia del Covid-19. Mi astengo dall'avanzare qualsiasi previsione speculativa. Nel Regno Unito, e specie in Scozia, si è preannunciato un Natale digitale, in cui il distanziamento nega la base del Natale, cioè la possibilità di un ricongiungimento con i propri cari. Tuttavia, è immaginabile che assisteremo all'emersione di interessanti forme testuali e ambienti mediali atti a riproporre quella tensione proattiva che genera attesa verso il Natale. Non penso ai tradizionali cenoni, che potrebbero svolgersi in compagnia di tablet e pc sulla tavola

imbandita collegati in videochiamata con parenti fisicamente distanti, né ai tradizionali mercati natalizi virtualizzati, ma a nuove forme radicali che emergono con il digitale, volte a (ri)attualizzare la dimensione affettiva della congiunzione, pur in una condizione di socialità mediata. Sono numerosissime le offerte di “virtual party box”, che combinano la consegna fisica a domicilio di pietanze con un’esperienza online interattiva con familiari e amici dislocati in luoghi distanti, workshop online, database di laboratori e giochi per l’infanzia e così via. Tuttavia, un recente articolo del Guardian³ ha dichiarato che “un Natale digitale va contro il nostro istinto”: richiamando la teoria genetica di Richard Dawkins⁴, per la quale nel processo evolutivo l’uomo è stato più propenso ad essere altruista, nel senso di *volere e fare* gli interessi, dei parenti più intimi con i quali si condividono i tratti genetici, Robson sostiene che un Natale in regime di distanziamento non possa sussistere (e per questo chiama in causa studi sulla percezione del rischio di contagio che, in ambito familiare, è minore). Al di là delle questioni più prettamente antropologiche e psicologiche, è chiaro che il tipo di ricongiunzione di cui si parla sia quella inter-famigliare, e non quella

³ Robson: 2020.

⁴ Dawkins: 1976.

collettiva della città a cui abbiamo fatto riferimento prima. La sfida che attende i festeggiamenti del Natale nell'anno corrente sarà quindi quella di rimediare, in un regime digitale di distanziamento, il ricongiungimento affettivo della collettività.

Per concludere, vorrei richiamare un celebre esempio di “Natale rimediato” che fa pensare alla “convergence culture” come a un esempio di reincanto tecnologico e richiama alla congiunzione (mediante la viralità memetica) una comunità di utenti digitali incommensurabile, e non un gruppo circoscritto di familiari. Il video *The digital story of Nativity* ha spopolato sui social network nel 2012 ed è un classico esempio di *user-generated culture* riconducibile al quel processo di “contemporizzazione ironica” di un evento o di un personaggio, storico o immaginario (vedi la pagina *Se i Social network fossero sempre esistiti*). In questo video, sono rappresentate le principali sequenze narrative della Natività come se i diversi personaggi avessero potuto usufruire delle tecnologie digitali della comunicazione: l'Annunciazione diventa un sms, la comunicazione della stessa, da Maria a Giuseppe, una e-mail, il calcolo del tragitto da Gerusalemme a Betlemme (per sfuggire al Massacro dei bambini ordinato da Erode) una ricerca su Google e, ironicamente, l'acquisto di un asino su Farmville e così via. In questo caso, è il linguaggio

della narrazione (biblica) a venire rimediato in quello digitale, non solo a livello sintattico ma discorsivo, e a livello semantico il video può essere interpretato come la realizzazione di una congiunzione. Oltre che ironizzare sulla manipolazione della narrazione della Natività fatta dagli utenti (congiunzione sociale della *convergence culture*), gli *user-generated contents* di questo tipo realizzano una ricongiunzione affettiva tra il senso di una narrazione secolare, antica, ma comunque ancora determinante nella semiosi contemporanea, e il paradigma dei media digitali che, proprio grazie al procedimento ironico – attraverso il quale il senso diventa “manipolabile” – tipico della cultura memetica, aggiungono giocosità ed empatia, e realizzano una ricongiunzione (in questo caso temporale) fra il mondo dell’Allora ed il mondo contemporaneo.

Bibliografia

- Dawkins R. (1976), *The selfish gene*, Oxford University Press, Oxford.
- Lughi G. e Suppini A. (2015), *Creatività digitale*, Franco Angeli, Milano.
- Robson D. (2020), *Why a digital Christmas goes against our instincts*, www.theguardian.com/science/2020/nov/01/

why-a-digital-christmas-goes-against-our-
instincts.

Shenk D. (1997), *Data Smog: Surviving the
Information Glut*, Harperone, San Francisco.

Gli autori

Jenny Ponzo

È Professoressa associata di Semiotica all'Università di Torino, Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione. Dal 2018, è la Principal Investigator del progetto “New Models of Sanctity in Italy (1960s-2010s) – A Semiotic Analysis of Norms, Causes of Saints, Hagiography, and Narratives”, finanziato dall'ERC (European Research Council, grant agreement No 757314, nemosancti.eu). È inoltre Direttrice del Centro Interdipartimentale di Ricerca sulla Comunicazione e Presidente del Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione e Culture dei Media presso l'Università di Torino. In passato, ha svolto attività di ricerca e insegnamento presso la Ludwig-Maximilians-University Munich (Germania, 2014-2017) e l'Università di Losanna (Svizzera, 2010-2014). Ha pubblicato tre monografie, la più recente delle quali si intitola *Religious Narratives in Italian literature after the Second Vatican Council: a Semiotic Analysis* (De Gruyter: 2019).

Massimo Leone

È Professore Ordinario di Filosofia della Comunicazione, Semiotica della Cultura e Semiotica

dell'Immagine presso il Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione dell'Università di Torino, Vice-Direttore per la Ricerca presso lo stesso Dipartimento, e Professore Ordinario a tempo parziale di semiotica presso il Dipartimento di Lingua e Letteratura Cinese dell'Università di Shanghai, Cina. È stato ricercatore invitato presso numerose università e centri di studi avanzati nei cinque continenti. Le sue ricerche al momento si concentrano sulla semiotica del volto nelle culture digitali. È autore di quindici monografie (in italiano, inglese, francese, cinese, etc.), oltre cinquecento articoli scientifici in varie lingue, e curatore di una quarantina di volumi collettivi. Dirige la rivista *Lexia* (SCOPUS, fascia A), la rivista *Semiotica* (De Gruyter, WES, SCOPUS, fascia "A") e le collane *I saggi di Lexia* (Aracne), *Semiotics of Religion* (De Gruyter) e *Face Studies* (Routledge). È risultato vincitore nel 2019 di un ERC Consolidator Grant, il più prestigioso e ambito finanziamento per la ricerca in Europa.

Simona Stano

Vincitrice di una Marie Curie Global Fellowship (progetto COMFECTION, 2019-2021), Simona Stano è Ricercatrice (RTD-B) presso l'Università degli Studi di Torino e Visiting Research Scholar presso la New York University

(NYU, US). È stata *Visiting Researcher* presso la University of Toronto (UofT, Canada – 2013), l'Universitat de Barcelona (UB, Spagna) e l'Observatorio de la Alimentación (ODELA, Spagna – 2015-2016). La Dott.ssa Stano svolge attività di ricerca nel campo della semiotica della cultura, dell'alimentazione, del corpo e della comunicazione, argomenti su cui ha presentato, organizzato e/o co-diretto conferenze in ambito nazionale e internazionale, nonché pubblicato numerosi articoli, capitoli di libro, curatele e due monografie (*I sensi del cibo. Elementi di semiotica dell'alimentazione*, 2018; *Eating the Other. Translations of the Culinary Code*, 2015).

Remo Gramigna

È ricercatore post-doc FACETS e docente di semiotica presso il Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione dell'Università degli Studi di Torino. Laureato in Scienze della Comunicazione a Roma, si trasferisce in Estonia, dove si specializza in semiotica presso l'Università di Tartu. Consegue il titolo di Dottore di Ricerca in Semiotica e Studi della Cultura presso lo stesso ateneo con una tesi sul problema filosofico del segno e della menzogna in Agostino. È stato Research Fellow presso l'Università di Tartu, Visiting Scholar presso l'Università di Siena e editore della rivista

internazionale *Sign Systems Studies*. Ha pubblicato numerosi saggi su riviste e pubblicazioni nazionali e internazionali. Tra le sue pubblicazioni più recenti, *Augustine's theory of signs, signification, and lying* (DeGruyter, 2020), *Imagining others: Deception, prediction, and disguised intentions in strategic interactions* (2020).

Bruno Surace

Bruno Surace è Ph.D in Semiotica e Media, assegnista di ricerca presso il progetto ERC FACETS, docente a contratto di Semiotica e di Cinema e Comunicazione audiovisiva presso l'Università di Torino. È vice-segretario della International Association for Semiotic Studies. Ha pubblicato articoli in numerose riviste peer reviewed, capitoli di libri scientifici, partecipato come relatore a convegni e seminari italiani, europei, in Cina e negli USA, organizzato conferenze in Italia e all'estero, intrapreso molte attività di terza missione. È stato visiting scholar presso lo UCC (University College Cork). È co-autore della rubrica semiotica #Semioboomer. È autore della monografia *Il destino impresso. Per una teoria della destinalità nel cinema* (Kaplan 2019). È co-curatore dei volumi *I discorsi della fine. Catastrofi, disastri, apocalissi* (Aracne 2018), *The Waterfall and the Fountain: Comparative Semiotic*

Essays on Contemporary Arts in China (Aracne 2019), *Western Japaneseness: Intercultural Translations of Japan in Western Media* (Vernon Press 2020).

Gabriele Marino

Gabriele Marino è ricercatore (RTDa) in semiotica presso l'Università di Torino, dove insegna Semiotica delle culture musicali. Si occupa di musica, comunicazione online, teoria semiotica. Ha pubblicato i libri *Briney canta Manson e altri capolavori* (Crac, 2011), dedicato alla critica musicale, e *Frammenti di un disco incantato* (Aracne, 2020), dedicato ai generi musicali. È stato assegnista di ricerca all'interno di NeMoSanctI (New Models of Sanctity in Italy) ed è membro di FACETS (Face Aesthetics in Contemporary E-Technological Societies), progetti entrambi finanziati da ERC.

Eleonora Chiais

Dottore di ricerca a Torino con una tesi in Semiotica della Moda, è assegnista *post-doc* all'Università di Torino all'interno del progetto ERC "*NeMoSanctI: New Models of Sanctity in Italy*".

Fashion studies, ritualità e analisi delle tendenze sono tra i suoi principali interessi di ricerca e, in questi ambiti, ha pubblicato svariati articoli su riviste

scientifiche nazionali e internazionali partecipando a convegni tanto in Italia quanto all'estero.

Insegna “Moda e Costume” presso il DAMS di Torino e “Forme e Linguaggi della Moda” presso CAM, Torino. Giornalista pubblicitaria affianca alla didattica e alla ricerca scientifica un'attività giornalistica più divulgativa collaborando con diverse testate locali e nazionali.

Federico Biggio

È un dottorando in Semiotica e Media dell'Università di Torino. Le sue aree di ricerca sono la semiotica delle culture dei media digitali, in particolare riferita alle tecnologie immersive e pervasive della realtà virtuale e aumentata. Si interessa inoltre di *digital humanities* e di filosofia della *datafication*. Nel 2020 ha curato insieme a Victoria Dos Santos e Gianmarco Giuliana il volume edito per Aracne *Meaning-making in extended reality*.

Tra le sue pubblicazioni: *Martiri a bassa intensità* (2019), *Augmented consciousness: Artificial gazes fifty years after Gene Youngblood's Expanded Cinema* (2020), *Toward a semiotics of augmented reality* (2020).

Victoria Vanessa Dos Santos Bustamante

Dottoranda in semiotica e media presso l'Università di Torino. Le sue principali aree di studio sono relative alle nuove religioni emergenti nello spazio digitale, paganesimo contemporaneo, umanità digitale, *human-machine communication*, studi in semiotica e media. Ha partecipato a diverse conferenze in Europa e America Latina. Nel 2014 si è laureata in Scienza della Comunicazione presso l'università Andres Bello (UCAB) di Caracas, Venezuela, dove è stata collaboratrice di ricerca nell'ambito del corso Teorie dell'immagine. La sua tesi dal titolo *“Disrupted: a documentary about design as activism”* ha ottenuto la dignità di stampa. Dopo la laurea ha lavorato per tre anni come giornalista presso differenti radio e TV, dedicandosi principalmente alla copertura di notizie politiche e sociali in Venezuela. Nel 2017 ha conseguito il titolo di Master in giornalismo, erogato dall'Università di Barcellona e dall'Università Columbia di New York, con un reportage sulla condizione delle donne nelle aree della Scienza, Tecnologia, Ingegneria e Matematica.

Magdalena Maria Kubas

Magdalena Maria Kubas è dottore di ricerca in Filologia, storia della lingua e letteratura italiana. Attualmente è assegnista di ricerca nell'ERC *grant*

NeMoSanctI (New Models of Sanctity in Italy, 1960s-2000s) in corso di svolgimento presso l'Università di Torino. Esperta di poesia femminile e letteratura religiosa, in passato ha condotto le sue ricerche presso l'Università per Stranieri di Siena (Scuola di dottorato) e l'Università di Varsavia (*post-doc*, Polonia). È membro del comitato di redazione della rivista *Quaderni del '900* (ANVUR classe A). Ha pubblicato numerosi articoli, capitoli di libri, fascicoli e libri co-curati con altri studiosi. Nel 2018, per Peter Lang, ha pubblicato una monografia intitolata *Litanic Verse. Italia*.

Marco Papasidero

Si occupa di storia del cristianesimo. Ha conseguito il dottorato di ricerca in “Storia delle forme culturali euromediterranee” presso l'Università di Messina. Nel 2017 ha ricevuto un assegno presso l'Archivio Generale dell'Ordine Carmelitano per lo studio della figura del beato Luigi Rabatà. Dal 2019 è assegnista postdoc all'Università di Torino, all'interno del progetto ERC “NeMoSanctI: New Models of Sanctity in Italy”. Per la tesi di dottorato ha vinto il premio “Istituto Sangalli per la storia e le culture religiose” 2018. Tra le sue più recenti pubblicazioni, i due volumi: «*A laudi Deu*». *Luigi Rabatà tra storia, memoria e pratiche devozionali* (2019, Edizioni Carmelitane) e *Translatio*

Sanctitatis. I furti di reliquie nell'Italia medievale (2019, Firenze University Press). Ha insegnato Storia del cristianesimo antico e medievale presso l'Università di Padova (2019/2020) e attualmente è docente a contratto del laboratorio "Fare e scrivere una ricerca di storia del cristianesimo" presso la Statale di Milano (2020/2021). I suoi interessi di ricerca riguardano il culto dei santi e delle reliquie, le pratiche di guarigione nei santuari, le apparizioni mariane.

Ringraziamenti

Questo libro si inserisce nelle attività di ricerca di due Progetti ERC (European Research Council) e nell'ambito delle azioni Marie Skłodowska-Curie Global finanziati dal Consiglio Europeo della Ricerca (CER) nell'ambito del programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione Europea.

I progetti sono: “NeMoSanctI: New Models of Sanctity in Italy (1960s-2000s) – A Semiotic Analysis of Norms, Causes of Saints, Hagiography, and Narratives” (convenzione di sovvenzione n. 757314); “FACETS - Face Aesthetics in Contemporary E-Technological Societies” (convenzione di sovvenzione n. 819649) e COMFECTION (convenzione di sovvenzione n. 795025).

Un sentito ringraziamento all'artista Simone Maraffa ([fb.com/SMCaricature](https://www.facebook.com/SMCaricature)) e all'ideatore Gabriele Marino che, per la copertina e la retrocopertina di questo volume, hanno realizzato (il primo) e immaginato (il secondo) l'opera *Babbo Nasale*.

Grazie di cuore anche a Bruno Surace e Gabriele Vissio per il loro prezioso contributo all'elaborazione grafica.

Ultima ma non per ultima, grazie a Jenny Ponzo che - oltre ad aver concretamente supportato la realizzazione di questo libello - è stata un'indispensabile alleata nella fase di rilettura e di *editing*.



ISBN 9788894508017



9 788894 508017