

I santi internauti



Esplorazioni agiografiche nel web

a cura di Claudia Santi e Daniele Solvi



viella

sanctorum

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

SANCTORUM.
SCRITTURE, PRATICHE, IMMAGINI

5

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

Esplorazioni agiografiche nel web

a cura di

Claudia Santi e Daniele Solvi

viella

Copyright © 2019 - Viella s.r.l.
Tutti i diritti riservati
Prima edizione: dicembre 2019
ISBN 978-88-3313-308-9 (carta)
ISBN 978-88-3313-309-6 (e-book)
doi:10.52056/9788833133096

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: Bernardo Daddi, *Arrivo di Sant'Orsola a Colonia*, Getty Center, Museum North Pavilion, Gallery N201 (courtesy of The J. Paul Getty Museum)



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

DANIELE SOLVI	
Prefazione	7
TOMMASO CALIÒ	
L'agiografia e il web. Note introduttive	11
GIUSEPPE CAPUTO	
I santi di Beppe Grillo: un leggendario contemporaneo	17
MARC LINDEIJER SJ	
Facebook Sanctorum.	
Clic, “mi piace” e condivisioni come indicatori di devozione?	35
MARCO PAPASIDERO	
Apparizioni mariane e YouTube: il caso di Medjugorje	51
CARMINE PISANO	
Una “santa pagana” sul web: Ipazia di Alessandria	69
ELEONORA RAVA, ROMINA DE VIZIO	
Wiki-agiografia: il caso di Rosa da Viterbo	83
MARIO RESTA	
Ognissanti <i>versus</i> Halloween: note sulle origini storiche di un conflitto reale e virtuale in Italia	95
ANTONIO SALVATI	
Le fanpage di Facebook dedicate ai santi	109
CLAUDIA SANTI	
Web, <i>New Age</i> e santità	127

MARCO PAPASIDERO

Apparizioni mariane e YouTube: il caso di Medjugorje

Il fenomeno delle apparizioni mariane, che accompagna tutta la storia del cristianesimo, guadagnando una rilevanza inedita tra Ottocento e Novecento, continua oggi ad attirare l'attenzione di fedeli e curiosi.¹ Tra i dispositivi narrativi e documentari che hanno iniziato ad avere un certo rilievo sul pubblico di tali manifestazioni c'è l'inserimento su YouTube di video che ritraggono particolari momenti riconducibili alla mariofania: da quelli più brevi e amatoriali, che attesterebbero fenomeni soprannaturali di carattere celeste – rotazione del sole, apparizione di segni nel cielo, movimenti di statue e simulacri, etc. –, alle più organizzate riprese delle apparizioni ai veggenti.

Tra le mariofanie che più hanno attratto e continuano ad attrarre l'attenzione, talvolta con ampie critiche, ci sono quelle della Regina della Pace a Medjugorje.² Secondo il resoconto dei veggenti, il 24 giugno 1981, nel

1. Sulle apparizioni mariane, in particolare sotto il profilo storico e antropologico, si veda: S.L. Zimdars-Swartz, *Encountering Mary. From La Salette to Medjugorje*, Princeton 1991; P. Apolito, *Il cielo in terra. Costruzioni simboliche di un'apparizione mariana*, Bologna 1992; S. Barnay, *Les apparitions de la Vierge*, Paris 1992; Y. Chiron, *Enquête sur les apparitions de la Vierge*, Paris 1995; J. Boufflet, Ph. Boutry, *Un segno nel cielo. Le apparizioni della Vergine*, Genova 1999 (ed. or. *Un signe dans le ciel. Les apparitions de la Vierge*, Paris 1997); P. Boutry, *Le "modèle tridentin" dans les mariophanies en France à l'époque moderne*, in *La circulation des dévotions*, a cura di B. Dompnier (= n. mon. di «Siècles. Cahiers du Centre d'histoire "Espaces et cultures"»), 12 [2000], pp. 115-131, in part. pp. 118-119; A.D. Foley, *Il libro delle apparizioni mariane. Influenza e significato nella storia dell'uomo e della Chiesa*, Milano 2004; G. Hierzenberger, O. Nedomansky, *Dizionario cronologico delle apparizioni della Madonna*, Casale Monferrato 2004.

2. Sulle apparizioni di Medjugorje esistono numerosissime pubblicazioni, principalmente di carattere devozionale. Si rimanda qui agli studi di taglio scientifico e a quelli utili per la ricostruzione dei fatti: S. Krajevic, *Les apparitions de Medjugorje. Récits et*

piccolo villaggio di Medjugorje, oggi in Bosnia ed Erzegovina, sei giovani, di età compresa tra dieci e sedici anni, Ivanka Ivanković (15 anni), Mirjana Dragičević (16 anni), Vicka Ivanković (17 anni), Milka Pavlović (12 anni), Ivan Dragičević (16 anni) e Ivan Ivanković (20 anni), assisterono all'apparizione di una giovane donna con un bambino tra le braccia, sul vicino monte Crnica, nella zona chiamata Podbrdo.

Il gruppo iniziale dei veggenti cambiò già alla seconda apparizione, il giorno seguente, perché due di loro, Milka e Ivan Ivanković, non si recarono più insieme agli altri nel luogo in cui era apparsa la Signora. Al gruppo si aggregarono invece Marija Pavlović (16 anni) e Jacov Čolo (10 anni). Quella fu la prima di una lunghissima serie di manifestazioni in cui la *Gospa*, Signora, in lingua croata, iniziò a dare loro messaggi e rivelazioni. Le apparizioni sono tuttora in corso e, se per i veggenti Ivan, Vicka e Marija sono quotidiane, per Mirjana, Jacov e Ivanka si verificano solo in determinate ricorrenze.

La grande frequenza di messaggi e la periodicità, spesso quotidianità, delle mariofanie hanno suscitato non poco stupore, talvolta sconcerto, talaltra vera e propria ostilità, in coloro che si sono interessati al fenomeno. Anche per questo motivo le apparizioni ottennero un'enorme visibilità da parte dei media nel corso degli anni.³

témoignages, Paris 1984; Chiron, *Enquête sur les apparitions*, pp. 370-382; É. Claverie, *La Vierge, le désordre, la critique*, in «Terrain», 14 (1990), pp. 60-75 (online: <http://journals.openedition.org/terrain/2971> [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]); J. Boufflet, *Medjugorje ou la fabrication de surnaturel*, Paris 1991; Boufflet, Boutry, *Un segno nel cielo*, pp. 475-483 (che però presenta un taglio molto critico nei confronti del fenomeno; utile la bibliografia alle pp. 539-540); É. Claverie, *Apparition de la Vierge et "retour" des disparus. La constitution d'une identité nationale à Medjugorje (Bosnie-Herzégovine)*, in «Terrain», 38 (2002), pp. 41-54 (online: <http://journals.openedition.org/terrain/1912> [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]); Ead., *Les guerres de la Vierge: une anthropologie des apparitions*, Paris 2003; Y. Chiron, *Medjugorje (1981-2006), constat de non supernaturalité*, Niherne 2006. Si segnala anche: R. Laurentin, L. Rupčić, *La Vergine appare a Medjugorje*, Brescia 1991 (ed. or. *La Vierge apparait-elle à Medjugorje?*, Paris 1984).

3. Il caso Medjugorje è stato ampiamente trattato da radio, giornali e televisioni, talvolta ospitando alcuni dei veggenti. In quest'ultimo caso, per l'Italia, citiamo la puntata di *Uno Mattina* nel novembre 1988, condotta da Piero Badaloni, in cui venne intervistata in studio la veggente Vicka (video caricato nel canale «XmpIII», intitolato *Vicka è invitata a 'UnoMattina' per parlare delle apparizioni*, <https://www.youtube.com/watch?v=MSBzC-Nj4VI> [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]). Per le radio, sarà sufficiente citare Radio Maria, le cui attività sono strettamente connesse ai fatti di Medjugorje, come emerge di frequente dalle parole del direttore, p. Livio Fanzaga.

1. YouTube e Medjugorje: quando l'apparizione diventa virale

Più di recente il caso è approdato anche su internet, con blog, siti web, portali e pagine Facebook ad esso dedicate.⁴ Uno dei mezzi virtuali che offre un numero maggiore di spunti è certamente YouTube, piattaforma web fondata nel 2005 e acquistata da Google nel 2006, attualmente il secondo sito più visitato al mondo dopo il celebre motore di ricerca.⁵

La presenza di Medjugorje sulla Rete è considerevole: digitando il termine “Medjugorje” su Google, i risultati forniti (SERP)⁶ sono innumerevoli e in diverse lingue, il che conferma la già nota celebrità del caso in questione a livello internazionale.⁷

4. Sulla Madonna e il web si veda: P. Apolito, *Visions mariales sur Internet à la fin du XX^e siècle*, in «Ethnologie française», 33, 4 (2003), pp. 641-647 (online: <https://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2003-4-page-641.htm>) [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]; Id., *Internet e la Madonna. Sul visionarismo religioso in Rete*, Milano 2002. Sulla religione e interne si veda: D.E. Cowan, *Religion on the Internet*, in *The SAGE Handbook of the Sociology of Religion*, a cura di J.A. Beckford, J. Demerath, London 2007, pp. 357-376; *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, a cura di H. A. Campbell, London 2013.

5. Su YouTube si veda: P. Grainge, *Ephemeral media: transitory screen culture from television to YouTube*, New York 2011; J. Hondros, *Ecologies of Internet Video beyond YouTube*, New York-London 2018; J. Burgess, J. Green, *YouTube: online video and participatory culture*, Cambridge 2018; A. Meneghelli, *Pratiche di re-interpretazione e logiche di replicabilità su YouTube: alcuni casi esemplari*, in *Viaggio nei social network*, a cura di N. Bigi, E. Codeluppi (= n. mon. di «E/C. Rivista online dell'Associazione Italiana Studi Semiotici», 5, 9 [2011]), pp. 83-100 (online: http://www.ec-aiss.it/monografici/9_social_network/EC_9_meneghelli.pdf) [ultima consultazione: 29 gennaio 2019].

6. Con il termine SERP (Search Engine Results Page) si indica la pagina dei risultati di un motore di ricerca. Nel nostro caso, tale denominazione può essere utilizzata sia per Google sia per YouTube.

7. Google.com (quindi la versione internazionale, che comunque offre gli stessi risultati di quella britannica, google.co.uk), alla keyword (chiave di ricerca, cioè parola immessa nel motore) “Medjugorje” restituisce una SERP con 11.100.000 risultati, mentre quella italiana (google.it) 8.620.000. È interessante però constatare che se si conduce la stessa operazione con il nome di altri celebri santuari mariani, il risultato di Medjugorje appare pur sempre abbastanza limitato. La keyword “Ourdes” restituisce 129.000.000 di risultati su google.com e 141.000.000 su google.it; “La Salette”, santuario noto ma in misura minore, 4.060.000 su google.com e 4.150.000 su google.it. Questi dati sono puramente indicativi (non tutti i risultati restituiti da Google sono necessariamente relativi alle apparizioni e possono riguardare anche altri temi di interesse per la località in questione), ma offrono un'idea della notorietà e della “richiesta” avanzata dagli utenti sul web. Molto più utili sono i dati relativi al numero delle volte in cui un utente effettua una ricerca contenente la

Anche per YouTube i risultati sono analoghi.⁸ I canali YouTube che contengono video relativi alle apparizioni della Regina della Pace sono numerosi, per il semplice fatto che le mariofanie di cui sono destinatari i veggenti sono spesso pubbliche e a cadenza regolare. La veggente Mirjana Dragičević, ad esempio, riceve le sue apparizioni pubblicamente, presso la “Croce blu”, ai piedi della collina del Podbrdo, il secondo giorno di ogni mese e in occasione del suo compleanno.⁹ È chiaro dunque che le persone che seguono le sue apparizioni partecipino personalmente – se si trovano a Medjugorje – o attendano che le riprese di questi momenti vengano pubblicate online.

Uno dei canali YouTube più interessanti, per qualità delle riprese e post-produzione, è quello della Stella Mar Films,¹⁰ compagnia di produ-

parola “Medjugorje” su Google. Il successo del santuario è più che evidente. Annualmente, in Italia, sono 1.353.000 le persone che digitano “Medjugorje” nel motore di ricerca, 611.000 quelle che digitano “Lourdes”, 201.000 quelle che digitano “Fatima” e 16.400 quelle che digitano “La Salette” (dati relativi all’impiego delle singole keyword per il 2018; fonte: SEOZoom). In vari casi abbiamo ommesso i dati relativi al santuario di Fátima per via dell’elevato numero di risultati non pertinenti – si pensi alla figura di Fatima nella religione islamica, e comunque la diffusione di tale nome nella cultura araba – restituiti da Google in particolare nelle ricerche internazionali. Tutti i dati presenti in questo studio sono relativi al 29 gennaio 2019.

8. L’analisi dei dati di ricerca di YouTube risulta meno accurata. Ad ogni modo, si può rilevare che globalmente il termine “Medjugorje” viene inserito nel motore di ricerca del sito circa 27 milioni di volte ogni anno; “Lourdes” circa 20 milioni; e “La Salette” più di 1 milione e mezzo di volte (fonte: VidIQ.com). Anche in questo caso, dal momento che i dati ricavabili sono su scala globale, abbiamo escluso dall’analisi il santuario di Fátima.

9. Mirjana ha ricevuto apparizioni quotidiane dal 25 giugno 1981 al 25 dicembre 1982; successivamente, tali apparizioni sono continuate il 18 marzo, giorno del compleanno, e, dal 2000, anche il 2 di ogni mese. Il 25 di ogni mese anche Marija riceve un messaggio da divulgare. Cfr. anche Apolito, *Internet e la Madonna*, p. 42.

10. La Stella Mar Films (<https://stellamarfilms.com/>) ha l’obiettivo di produrre «powerful, life-changing films». Il nome è la combinazione delle parole latine e spagnole per *Star of the Sea*, «the title given to the Virgin Mary by ancient mariners who sought her protection during storms and perilous voyages» (<https://stellamarfilms.com/pages/about> [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]). Il canale YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCY1t3cDTUVsC1MsOQBgZsDw> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019)) conta 7.781 iscritti, 43 video caricati, quasi esclusivamente relativi a Medjugorje, con una media di 40.660 visualizzazioni circa per video. Chiaramente alcuni video, in particolare quelli che riprendono l’apparizione, hanno numeri molto elevati, ad esempio il più cliccato conta 684.630 visualizzazioni, ed è la ripresa dell’apparizione di Mirjana del 18 marzo 2018, giorno del suo compleanno; la veggente è la sola a essere presente nei video di questo canale. Il canale ha raggiunto 1.749.224 visualizzazioni complessive.

zione cinematografica indipendente. I video presenti sul canale sono curati nei dettagli, con una qualità dell'immagine e un'attenzione ai particolari, anche sonori, degni di nota, soprattutto se messi a confronto con molti altri filmati presenti su YouTube, dal taglio spesso amatoriale. Dalla visione dei video realizzati, e in particolare da quelli di nostro interesse relativi alle mariofanie, emerge subito l'intento dei produttori: documentare l'apparizione e offrirla agli utenti affinché possano farne la migliore esperienza possibile.¹¹

Seguiamo ad esempio il video caricato sul canale il 3 giugno 2018, relativo all'apparizione del 2 giugno ricevuta da Mirjana.¹² Parte della ripresa avviene con l'ausilio di un drone che permette di introdurre il filmato con immagini aeree, così da poter ben documentare l'afflusso dei pellegrini. La musica di sottofondo contribuisce a orientare positivamente l'utente, costruendo un'atmosfera di serenità, quasi a suggerire la celestività dell'evento ripreso. Subito dopo, l'inquadratura si sofferma su un prete che guida la preghiera in inglese e sui pellegrini accorsi, raccolti in silenzio. Particolare insistenza è posta sui sacerdoti presenti.¹³ Vengono inserite

11. La Stella Mar Films ha prodotto anche dei docu-film, tra cui *Apparition Hill*. Inoltre, organizza dei pellegrinaggi a Medjugorje.

12. *Medjugorje Apparition to Mirjana - June 2, 2018*, <https://www.youtube.com/watch?v=s4lhqtl0IMM> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019); visualizzazioni: 179.247; numero di commenti: 505.

13. Le apparizioni di Medjugorje non hanno ancora ricevuto un riconoscimento ufficiale da parte della Chiesa cattolica, anche se ultimamente sono stati compiuti alcuni passi che fanno intuire la volontà, da parte di papa Francesco, di voler gestire l'enorme afflusso di pellegrini: in particolare, la nomina dell'arcivescovo-vescovo emerito di Varsavia Henryk Hosier, nel febbraio del 2017, incaricato di approfondire l'aspetto pastorale della questione. Relativamente ai pronunciamenti sui fatti di Medjugorje è doveroso citare il giudizio negativo emesso dalla commissione della Diocesi di Mostar nel 1984, e la cosiddetta Dichiarazione di Zara del 1991, in cui i vescovi della Jugoslavia dichiararono la non soprannaturalità degli eventi in questione (*non constat de supernaturalitate*), in base alle indagini fino ad allora condotte (su questi aspetti più propriamente teologici si rimanda a G.A. Faccioli, *Ierofanie mariane: tra magistero e teologia. Il caso Medjugorje*, in *Ierofanie e luoghi di culto*. Atti del IV Convegno Internazionale (Monte Sant'Angelo, 21-23 aprile 2015), a cura di L. Avellis, Bari 2016, pp. 275-284). Nel 2010 è stata istituita una commissione di inchiesta e studio sulle apparizioni, presieduta dal cardinale Camillo Ruini; nel 2014 essa ha consegnato le conclusioni raggiunte alla Congregazione per la Dottrina della Fede. In un articolo su La Stampa (A. Tornielli, *Medjugorje, ecco le conclusioni della relazione Ruini*, in «La Stampa», 17 maggio 2017, <https://www.lastampa.it/2017/05/16/vaticaninsider/ ita/vaticano/medjugorje-ecco-le-conclusioni-della-relazione-ruini-1t73Aw7zVMvKQWPz-zWgVDL/pagina.html> [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]) viene sintetizzato quanto

immagini di altri pellegrini, dapprima in preghiera o commossi, poi che cantano e manifestano allegria, quasi a voler sottolineare le varie “anime” dell’esperienza delle apparizioni della *Gospa*. Segue l’inquadratura della veggente Mirjana, già in ginocchio in preghiera, in attesa della manifestazione soprannaturale.¹⁴ Al momento dell’apparizione, la folla cessa di pregare e viene sollecitata a rimanere in silenzio da una voce amplificata al microfono. La veggente appare “rapita”, come se tutta la sua persona fosse attirata e assorbita da qualcosa posto di fronte a sé, volgendo al contempo gli occhi al cielo; il suo volto diventa sorridente e la bocca scandisce silenziosa delle parole, come in un dialogo.

Un dato interessante relativo ai video realizzati dalla Stella Mar Films è la sovraimpressione, mentre scorrono le immagini dell’apparizione, delle parole che la Vergine avrebbe rivelato alla veggente. L’espedito in post-produzione consente all’utente di vivere l’esperienza della visualizzazione del filmato in modo ancora più intenso, quasi come se fosse presente,

trapelato da tali conclusioni, e cioè che la Commissione avrebbe proposto per l’autenticità delle prime sette apparizioni – dal 24 giugno al 3 luglio 1981 –, mentre i pareri nei confronti dell’evoluzione del fenomeno sarebbero stati più critici. Al contempo, lo stesso pontefice ha lasciato più volte trapelare la sua perplessità sul caso Medjugorje, alludendovi in diverse occasioni: «Io conosco un veggente, una veggente che riceve lettere della Madonna, messaggi della Madonna. Ma, guarda, la Madonna è madre! E ama tutti noi. Ma non è un capo ufficio della posta, per inviare messaggi tutti i giorni» (14 novembre 2013); con riferimento a chi «aspetta i veggenti e la lettera che la Madonna spedisce alle quattro di questo pomeriggio» (9 giugno 2015); «capo di un ufficio postale che ogni giorno manda una lettera diversa, dicendo: “Figli miei, fate questo e poi il giorno dopo fate quest’altro”. No, non questa. La Madonna vera è quella che genera Gesù nel nostro cuore, che è Madre. Questa moda della Madonna superstar, come una protagonista che mette se stessa al centro, non è cattolica» (25 novembre 2016, *La Civiltà Cattolica*); «Preferisco la Madonna madre, nostra madre, e non la Madonna capo-ufficio telegrafico che tutti i giorni invia un messaggio a tale ora... questa non è la mamma di Gesù. E queste presunte apparizioni non hanno tanto valore. E questo lo dico come opinione personale» (15 maggio 2017). Chiara Amirante, consultrice presso il Pontificio Consiglio per la Promozione della Nuova Evangelizzazione, in un video amatoriale caricato sul canale YouTube «La luce di Maria», realizzato da un utente durante uno dei suoi incontri di evangelizzazione, dichiara di aver parlato con il pontefice e di aver da lui ricevuto indicazioni positive in merito alle apparizioni di Medjugorje, e in particolare rileva che papa Francesco vi avrebbe talvolta fatto allusioni non positive perché era stato male informato sulla vicenda (*Papa Francesco ha detto personalmente a Chiara Amirante che Medjugorje l’ha salvata Lui*, in «La Luce di Maria», <https://www.youtube.com/watch?v=-UHK2vKcQjE> [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]).

14. In qualche altro video, la veggente è ripresa anche mentre raggiunge il luogo delle apparizioni.

potendo leggere le parole del messaggio come se venisse comunicato in diretta.¹⁵ In verità, come si può rilevare da altri filmati presenti su YouTube, al termine di ogni apparizione, la veggente si dedica alla dettatura del messaggio ricevuto, che poi viene tradotto in altre lingue, letto pubblicamente e, una volta corretto e revisionato nella forma linguistica, diffuso attraverso i media.¹⁶ Tale attività sembra quasi avere i caratteri di un “rituale”, svolto appena l'apparizione ha termine, per consentire alla veggente, una volta ripresi dall'esperienza estatica, di poter far fissare su carta quanto appreso. Dalle riprese risulta ben chiaro che la veggente è costantemente supportata da alcuni collaboratori, che la accompagnano, la sostengono, si fanno largo tra la folla per far sì che possa arrivare alla Croce blu, controllano che tutto vada bene, predispongono l'assetto del luogo dell'apparizione. Inoltre, la veggente stessa, come si evince in alcuni filmati, permette alle persone di porsi al suo fianco.¹⁷

In alcuni dei video presenti sul canale, la donna viene ripresa mentre giunge nel luogo in cui riceverà l'apparizione, mostrando quindi l'interesse che i pellegrini accorsi manifestano nei suoi confronti, cercando di toccarla o comunque di entrare in contatto, visivo e verbale, con lei. In tutti i casi,

15. In realtà, questa esperienza non è possibile neanche a coloro che sono presenti accanto alla veggente, in quanto il messaggio viene da lei trasmesso solo al termine dell'apparizione. Ne consegue, dunque, che l'esperienza dell'utente online si configura più ricca e dettagliata di coloro che assistono *in praesentia*. La comunicazione di messaggi è l'elemento centrale delle apparizioni di Medjugorje. Dal 1° marzo 1984, venivano trasmessi ogni giovedì; a partire dal 25 gennaio 1987, invece, vengono affidati alla veggente Marija ogni 25 del mese, che li comunica alla parrocchia di S. Giacomo a Medjugorje. Inoltre, ci sono quelli comunicati agli altri veggenti in particolari ricorrenze (il 25 giugno per Ivanka, il giorno di Natale per Jacov), e quelli di Mirjana di cui abbiamo già detto.

16. Il processo di traduzione dei contenuti è ben organizzato e si serve di vari traduttori che, dagli uffici francescani e da quelli di un gruppo di Rinnovamento carismatico presente a Medjugorje, la Comunità delle Beatitudini, diffonde i messaggi in tutto il mondo (Claverie, *Apparition de la Vierge*).

17. È il caso, ad esempio, dell'apparizione del 2 ottobre 2018, in cui la veggente invita Meghan Schexnayder Greco, giovane ragazza affetta da tumore, a inginocchiarsi accanto a lei durante la mariofania; *Woman rekindles faith at Mirjana's Oct 2, 2018 apparition in Medjugorje*, <https://www.youtube.com/watch?v=b-85Cr2UFe4> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019); visualizzazioni: 99.004; commenti: 285. Relativamente alla triste vicenda della ragazza, morta nel gennaio 2019, la Stella Mar Films offre anche un video con una sua lunga intervista, rilasciata tempo prima: *Meghan's Medjugorje story in full*, <https://www.youtube.com/watch?v=jaqUSVXGohg> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019); visualizzazioni: 13.213; commenti: 63.

il punto di vista dell'utente – che è quello della videocamera che riprende la veggente durante l'apparizione – è privilegiato: la professionalità e l'ufficialità delle riprese vengono confermate dal fatto che la videocamera si trovi accanto o poco vicino alla statua della Madonna posta presso la Croce blu, di fronte alla quale la veggente si inginocchia.

Un dato interessante che emerge è il ruolo del corpo e del volto della veggente, ben documentato dai video, in quanto l'inquadratura, durante l'apparizione, è fissa sul busto o sul viso di Mirjana, e permette di osservare attentamente ogni particolare. Prendendo come esempio il video dell'apparizione del 2 maggio 2018¹⁸ è possibile descrivere l'intera esperienza di questo corpo "performante".¹⁹ Dapprima la veggente giunge presso la Croce blu, dove si inginocchia; lì inizia a pregare con gli altri, ma già concentrata e parzialmente estraniata da ciò che la circonda; quindi il suo corpo comincia a vibrare, mentre le labbra continuano a mormorare le preghiere; infine chiude gli occhi per qualche istante e dopo li riapre, guardando verso l'alto e sorridendo. È cominciata l'apparizione. A questo punto il tremore cessa, le mani, prima raccolte alla vita, si sollevano all'altezza del petto, si congiungono, in preghiera, mentre continuano a stringere il rosario, il volto si illumina. Inizia il dialogo silenzioso con l'apparizione: la testa oscilla leggermente, in segno di stupore – probabilmente a comunicare la bellezza di quanto osservato –, la bocca è sorridente; poi annuisce, le mani a tratti si aprono leggermente, accompagnando, con pochi e accennati gesti, il senso della conversazione in corso; le labbra continuano a muoversi, come a porre domande; la fronte in qualche caso si corruga, il viso si inclina e l'aspetto diventa compassionevole o addolorato; segue un sospiro, il volto continua ad annuire, mentre la bocca, non più sorridente, è leggermente aperta, come chi ascolta e cerca di comprendere qualcosa; le mani si separano e i palmi vengono aperti e rivolti verso l'alto, con le braccia perpendicolari al corpo. Alcune lacrime rigano le sue guance (fig. 1). L'apparizione è sul punto di terminare: gli occhi della veggente sem-

18. *Medjugorje Apparition - May 2, 2018*, <https://www.youtube.com/watch?v=OlzGx7Fa-mk> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019); visualizzazioni: 202.254.

19. Sul corpo in chiave antropologica si veda: Th.J. Csordas, *Embodiment and Experience: The Existential Ground of Culture and Self*, Cambridge 1994; Id., *Body/Meaning/Healing*, Basingstoke 2002; U. Galimberti, *Il corpo*, Milano 2003; *Corpi*, a cura di U. Fabietti (n. mon. di «Antropologia», 3, 3 [2003]); *A Companion to the Anthropology of the Body and Embodiment*, a cura di F.E. Mascia-Lees, London 2011.

brano seguire per brevissimi istanti qualcosa che si sposta verso l'alto,²⁰ poi si chiudono, il volto perde il colorito luminoso e il corpo, colto da un leggero tremore, sembra perdere l'equilibrio.²¹ Il corpo di Mirjana, dunque, esprime in modo profondo un'alterazione frutto della relazione mariofanica in atto, in un processo di incorporazione dell'esperienza divina. In altre parole, l'apparizione produce una serie di effetti sul suo corpo (gesti, movimenti, luminosità del viso, lacrime, sorrisi) che perdurano vari minuti, fino al termine dell'esperienza mistica, conferendole tratti specifici e riconoscibili che accomunano, anche se con importanti differenze, i sei veggenti delle mariofanie della Regina della Pace durante gli stati di estasi. In termini generali, l'impressione che si ha, effettuando alcune ricerche relative ai video delle apparizioni di Medjugorje su YouTube, è che lo spazio maggiore sia dedicato alla veggente Mirjana. Sono presenti, infatti, anche filmati che ritraggono Marija – ma anche gli altri veggenti –, destinataria di apparizioni quotidiane e di quella del 25 del mese, ma comunque il numero delle visualizzazioni è in genere inferiore, così come quello dei video.²² La *performance*, intesa in senso antropologico, di Mirjana rimane comunque quella più suggestiva ed efficace, in particolare per chi osserva le registrazioni presenti online. Al contrario, l'esperienza di Marija somiglia più a una silenziosa conversazione – il che potrebbe spiegarsi, stando a quanto dichiarato dagli stessi veggenti, con il fatto che Marija vedrebbe la

20. Fin dai primi filmati dei momenti delle apparizioni, è chiaro che i veggenti ritengono di vedere, al termine dell'evento soprannaturale, la figura di Maria che si allontana verso l'alto; ciò è confermato dai loro sguardi che si alzano, come per seguire qualcosa che si allontana, e dal fatto che in alcuni casi esclamino contemporaneamente: «Ode!», che in croato significa «Se ne va!».

21. Se si confrontano i video degli ultimi anni con quelli delle apparizioni precedenti, si nota che il corpo della veggente sembra, adesso, più “performante”. Nei video più vecchi, infatti, non c'è traccia del tremore, così come le espressioni del viso e i gesti del corpo appaiono più sfumati; lo stesso si può dire per la reazione di straniamento alla conclusione dell'apparizione; cfr. due video presenti sul canale «Medjugorjeassisi», uno relativo all'apparizione del 18 marzo 1996 (<https://www.youtube.com/watch?v=CEuYmciXP0> [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]) e uno a quella del 2 settembre 2004 (<https://www.youtube.com/watch?v=ezk7zluBWeU> [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]). La motivazione di tale cambiamento, almeno relativamente al tremore, potrebbe essere connessa allo stato di salute della veggente.

22. Da quanto ci risulta, il video di un'apparizione a Marija con più visualizzazioni presente su YouTube è quello relativo all'11 giugno 2005, realizzato presso il santuario di Caravaggio, che ne conta 68.426: https://www.youtube.com/watch?v=_8KZJZBumGE (ultima consultazione: 29 gennaio 2019).

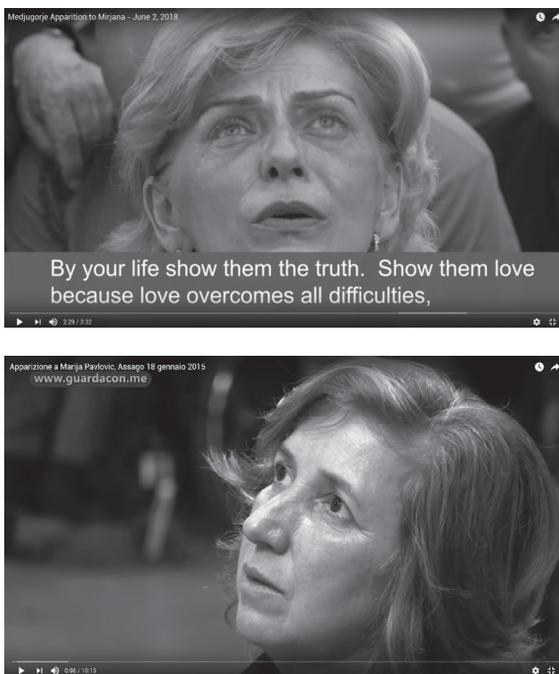


Fig. 1. La veggente Mirjana in un momento di commozione durante l'apparizione (foto tratta dal video YouTube della Stella Mar Films "Medjugorje Apparition to Mirjana - June 2, 2018", <https://www.youtube.com/watch?v=s4lhqtl0IMM> [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]).
 Fig. 2. Il volto della veggente Marija durante l'apparizione del 18 gennaio 2015 al Forum di Assago (foto tratta dal video YouTube del canale "GuardaConMe", "Apparizione a Marija Pavlovic, Assago 18 gennaio 2015", https://www.youtube.com/watch?v=m0g63HI_E-g [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]).

Madonna quotidianamente, e quindi potrebbe essere più abituata a "vivere" il momento della mariofania – : il volto, immobile, ha poche sfumature emozionali, così come quasi del tutto assenti sono i gesti (fig. 2); la sua bocca mormora qualche parola e, al termine dell'apparizione, volge gli occhi al cielo, vedendola allontanarsi. Lo stesso dicasi per le mariofanie di Ivan, Jacov e Ivanka.²³ I video relativi a Vicka, invece, propongono un'ap-

23. Si consideri ad esempio questo video, caricato sul canale «Vittoriobo», relativo all'apparizione del 29 marzo 2009, in cui sono presenti i veggenti Marija e Ivan, svoltasi al

parizione gioiosa, in cui la veggente è sempre molto sorridente, pronuncia silenziosamente molte parole, annuisce e fa qualche gesto, in particolare tenendo le mani giunte e allargando leggermente i palmi.²⁴

2. Gli utenti, le loro interazioni e l'esperienza del soprannaturale

Un altro canale YouTube dedicato alla diffusione dei messaggi di Medjugorje è «Reina de la Paz TV».²⁵ I video proposti presentano una buona qualità e sono incentrati sul momento dell'apparizione. La veggente, ritratta in primo piano, viene colta durante il suo dialogo soprannaturale, senza che il video riporti il messaggio. Il fatto che i filmati, pur senza la presenza del testo del messaggio, raggiungano decine o centinaia di migliaia di visualizzazioni, fa ipotizzare che l'interesse dell'utente sia, sì, quello di sapere cosa abbia rivelato in un determinato mese la Vergine, ma in particolare di fare esperienza del sacro, “partecipando”, anche se virtualmente, all'apparizione. L'attenzione al veggente e alla sua esperienza mariofanica è confermata anche dal fatto che i pellegrini che si recano personalmente a Medjugorje sono particolarmente attratti dalla possibilità di incontrare i veggenti, vederli, toccarli, presenziare al momento dell'apparizione.²⁶ Ciò contribuisce a conferire ai “fatti di Medjugorje” una dimensione spetta-

Palasharp di Milano: <https://www.youtube.com/watch?v=t7z7mlyTTdA> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019), visualizzazioni: 31.762.

24. Si veda ad esempio questo video, relativo all'apparizione del 25 agosto 2013 ricevuta a Betlemme, caricato sul canale «La luce di Maria»: https://www.youtube.com/watch?v=wy5_6-HBCjA (ultima consultazione: 29 gennaio 2019), visualizzazioni: 7.939.

25. Il canale (<https://www.youtube.com/channel/UC-xsL00e9f3qfeAQTF2prRw>) è stato aperto dall'Associazione senza scopo di lucro «Totus Tuus Reina de la Pax España» e ha l'obiettivo di diffondere la conoscenza dei messaggi e dei fatti di Medjugorje in ottemperanza a quanto comunicato dalla *Gospa* il 25 febbraio 1995, in cui invitava a divenire “missionari” dei suoi messaggi. L'Associazione intende inoltre essere un punto di riferimento online (il sottotitolo del sito web è «Medjugorje en internet») dal momento che «En internet o en otros medios pueden encontrarse informaciones diversas acerca de las apariciones de Medjugorje. Muchas de ellas no corresponden a la verdad» (https://reina-delapaz.tv/sitio_oficial [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]). Il canale conta 109.227 iscritti, centinaia di video, di cui solo una parte riguardano le apparizioni, per un totale di 33.230.893 visualizzazioni complessive.

26. In proposito e sul pellegrinaggio a Medjugorje si veda: É. Claverie, *Voir apparaître: les «événements» de Medjugorje*, in *L'Événement en perspective*, a cura di J-L. Petit, Paris 1991 (Raisons pratiques, 2), pp. 157-176.

colare e performante, in cui a essere primariamente rilevati dai pellegrini non sono i dati tradizionali del pellegrinaggio, consistenti nella preghiera e negli atti devozionali in genere, bensì gli atti performativi dei veggenti, in una sorta di esposizione e centralizzazione dell'evento miracoloso.

Tornando alla Rete, una riprova di quanto detto potrebbe essere fornita dal video dell'apparizione del 2 luglio 2018, caricato online il giorno stesso, e che ha raggiunto 212.651 visualizzazioni.²⁷ Nel filmato, come detto, non è riportato il testo del messaggio. Al contrario, questo è presente in un altro video successivo, caricato sul canale il 19 luglio – quindi a distanza di più di due settimane dall'apparizione –, in cui non è ripresa la veggente, ma Aránzazu Vázquez, direttrice del canale, che legge il messaggio in spagnolo e fornisce poi un commento. Il video conta solamente 9.335 visualizzazioni.²⁸ Lo stesso accade per l'apparizione del mese precedente: il video del 2 giugno che ritrae la veggente, caricato il medesimo giorno, conta 152.067 visualizzazioni,²⁹ il commentario, pubblicato il 7 giugno, ne conta 19.918,³⁰ mentre il video integrale di tutti i momenti precedenti alla mariofania, caricato l'8 giugno, ne conta 21.696.³¹

Sono molti, come abbiamo detto, i canali YouTube che propongono i video delle apparizioni di Medjugorje. In alcuni casi si tratta di filmati ripresi da canali differenti (come il già citato «Reina de la Paz TV»), in altri di video girati sul posto, talvolta anche con una strumentazione semplice o persino amatoriale (telefoni cellulari)³². Il canale «Medjugorjeassisi» contiene anche alcuni video delle apparizioni pubbliche di Mirjana. Prendendo in esame quello della mariofania del 2 maggio,³³ si nota l'uso della musica

27. *Medjugorje - Aparición a Mirjana del 2 de julio de 2018*, <https://www.youtube.com/watch?v=PH7KhM0JWpg> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019).

28. *Medjugorje - Mensaje del 2 de julio de 2018. Comentario*, <https://www.youtube.com/watch?v=lZpZrYdcrLM> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019). Il minor successo del video potrebbe essere ricondotto anche al caricamento online a più di due settimane di distanza dall'apparizione, quando l'interesse degli utenti potrebbe essersi già ridotto.

29. *Medjugorje - Aparición a Mirjana del 2 de junio de 2018*, https://www.youtube.com/watch?v=UdAY-e6oE_g (ultima consultazione: 29 gennaio 2019).

30. *Medjugorje - Mensaje del 2 de junio de 2018. Comentario*, <https://www.youtube.com/watch?v=hj-W3dpoOM0> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019).

31. *Aparición a Mirjana del 2 de junio de 2018 en Medjugorje. Versión extendida*, <https://www.youtube.com/watch?v=GgpiwGJMbco> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019).

32. Sui video amatoriali si veda: Burgess, Green, *YouTube: online video and participatory culture*, pp. 21-30.

33. *Medjugorje - Apparizione a Mirjana - 2 Maggio 2017*, <https://www.youtube.com/watch?v=Ic3m9OVz844> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019); visualizzazioni: 7.718.

e l'interesse del cameramen nel riprendere le persone in attesa dell'arrivo della veggente. Al termine dell'apparizione, il video si dilunga nel mostrare una collaboratrice che legge pubblicamente, con l'aiuto di un microfono, il messaggio rivelato, segnalando anche che la traduzione definitiva sarà disponibile poco dopo. Gli ultimi minuti mostrano il modo in cui Mirjana si rapporta con i pellegrini mentre scende dalla collina, donando loro dei rosari – che sarebbero stati benedetti dalla Madonna, insieme a tutti gli altri oggetti portati dalle persone, durante l'apparizione –, sorridendo e abbracciando in particolar modo quelli con disabilità. Nel video del 2 gennaio 2017,³⁴ oltre agli elementi consueti, viene anche testimoniato, attraverso l'audio del filmato, un presunto caso di possessione e di esorcismo. Una persona, durante l'apparizione, urla, grida e si dimena.

YouTube, oltre a essere un ricchissimo archivio di video impiegabili sotto il profilo storico ed etnografico, è anche uno strumento che permette un'interazione da parte dell'utente. È perciò interessante tenere in considerazione anche ciò che accade nello schermo, cioè nell'insieme di funzioni aggiuntive che l'esperienza mariofanica su YouTube comporta (condivisione di contenuti, commenti, apprezzamenti, ecc.).³⁵

La diffusione dei video che immortalano il momento in cui il veggente riceve l'apparizione coinvolge in modo molto intenso gli utenti, come dimostrano i numeri delle visualizzazioni. È però rilevante sottolineare che la "viralità"³⁶ di questi contenuti può suscitare la perplessità di chi, cattolico o non credente, esprime un giudizio di condanna nei confronti del fenomeno. Per tastare il polso di questi comportamenti della Rete, riflesso di quelli della società, è possibile, su YouTube, considerare due parametri. Il primo è il giudizio che un utente può esprimere in merito a un video: positi-

34. *Medjugorje Apparition-May2,2018*, <https://www.youtube.com/watch?v=OlzGx7Famk> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019); visualizzazioni: 202.096; numero di commenti: 651.

35. Molto utile in questo senso è l'analisi delle litanie su YouTube condotta da Gabriele Marino nell'articolo scritto insieme a Francesco Galofaro e Jenny Ponzio, *The semiotics of litanies from the Middle Ages to the YouTube era: Interpretative, intersemiotic, and performative issues*, in *Litany in the Arts and Culture*, a cura di F. Marsciani, W. Sadowski, Turnhout (in corso di stampa).

36. Sul tema della viralità si veda: S. Ford, J. Green, H. Jenkins, *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Santarcangelo di Romagna 2013 (ed. or. *Spreadable media. Creating value and meaning in a networked culture*, New York 2013); *Viralità/Virality*, a cura di G. Marino, M. Thibault (= n. mon. di «Lexia. Rivista di Semiotica», 25-26 [2016]).

vo (rappresentato da un pollice all'insù, *like*), e negativo (pollice all'ingiù, *dislike*). Se consideriamo i video presi in esame, notiamo che in genere si riscontra un maggior numero di apprezzamenti. In particolare, i video del canale Stella Mar Films ottengono un ottimo riscontro: quello dell'apparizione del 2 giugno ha ottenuto 1.644 *like* e solo 133 *dislike*, così come quello del 2 maggio conta 2.413 *like* e 163 *dislike*. Il secondo parametro è fornito dai commenti che gli utenti possono lasciare sotto il video. È questo il contesto più delicato, in quanto solo qui si evince quanto i pareri sui fatti di Medjugorje siano contrastanti. Accanto a una parte consistente di utenti che approva i messaggi e le apparizioni, lasciando dunque commenti che contengono preghiere, espressioni di ringraziamento, brevi testimonianze personali,³⁷ sono presenti anche commenti di condanna. In linea di massima i giudizi negativi provengono da cattolici che ritengono le apparizioni false o persino fraudolente, montate ad arte dai veggenti per ottenere un guadagno, e coloro che ci credono sono talvolta definiti "creduloni"; inoltre anche la presunta non "obbedienza" alla Chiesa o il fatto che essa non abbia ancora espresso un parere definitivo, al di là, chiaramente, della già citata Dichiarazione di Zara, suscita polemiche.³⁸

Talvolta, verosimilmente per evitare che gli utenti possano lasciare commenti negativi,³⁹ alcuni canali disabilitano tale funzione, facendo sì che le azioni di interazione dell'utente con il video si limitino alla semplice visualizzazione. Nei casi presi in esame ciò avviene sia con «Reina de la Paz TV» sia con «Medjugorjeassisi».

37. Qualche esempio: un utente sottolinea di essere stato a Medjugorje e che a suo avviso è un luogo di gioia e amore nei confronti di Gesù e della Madonna; un altro lo definisce un luogo di pace; un altro ancora ringrazia per la presenza del video, mentre un altro sottolinea di credere in Medjugorje e che Mirjana ha una grande fede (commenti relativi al video della Stella Mar Films, apparizione 2 giugno).

38. Qualche esempio dei commenti di questo tenore: un utente afferma che le apparizioni di Medjugorje sono false e che si tratta solamente di un business; un altro ricorda a tutti che si tratta di apparizioni non approvate dalla Chiesa e che i veggenti sono milionari; un altro che le apparizioni sono false. Un altro parla di pagliacciata e definisce creduloni coloro che seguono questo business (commenti relativi al video della Stella Mar Films, apparizione 2 giugno).

39. Purtroppo le piattaforme social, e YouTube in particolare, sono non di rado contraddistinte da un linguaggio aggressivo e volgare. Nel caso dei contenuti di ambito religioso, c'è anche il rischio che qualche utente che voglia manifestare il suo disprezzo scriva parole oscene o bestemmie.

3. Conclusioni

La diffusione dei filmati delle apparizioni su YouTube va sicuramente posta in stretta continuità con ciò che avveniva e in parte continua ad avvenire *in loco*, a Medjugorje. Se, infatti, uno dei momenti cardine dell'esperienza di pellegrinaggio nella cittadina mariana poteva e può essere appunto la "partecipazione" all'apparizione, e quindi una sorta di sperimentazione *in praesentia* del divino, con la trasmissione in Rete delle riprese – amatoriali o professionali che siano – assistiamo a un'estensione di tale meccanismo, a livello globale e anche in differita. L'apparizione non è solo il momento in cui essa avviene, ma è un evento ripetibile e rivivibile nel tempo. Ogni singola mariofania, indipendentemente dal fatto che verrà seguita da altre mariofanie del tutto simili nell'impostazione generale, ma differenti per il messaggio che verrà trasmesso, consente la partecipazione di decine o centinaia di migliaia di persone, che possono farne esperienza attraverso la Rete, seppur si tratti di un'esperienza, come visto, mediata e talvolta reinterpretata.

Nel corso del tempo la figura del "testimone" dell'apparizione è andata enormemente ingrandendosi.⁴⁰ Durante i primi anni, tale figura era rappresentata principalmente da coloro a cui era consentito entrare nella piccola stanza adiacente alla Parrocchia di S. Giacomo, a Medjugorje, di cui rimangono interessanti filmati (fig. 3).⁴¹ Successivamente, con lo svolgimento delle apparizioni in luoghi aperti al pubblico, in particolare con gli anni Duemila, il numero dei "testimoni" si è allargato, tanto che tutti, potenzialmente, possono fare esperienza di questo fenomeno. Negli ulti-

40. Cfr. Claverie, *Voir apparaître*, p. 172.

41. Dal gennaio 1982, le apparizioni avvennero con regolarità in un locale della chiesa parrocchiale di S. Giacomo, a destra del presbiterio, vicino alla sacrestia. Questo ambiente, tuttora considerato "la cappella delle apparizioni", venne utilizzato fino al marzo del 1985, quando, per via del divieto del vescovo di Mostar, venne impedito ai veggenti di ricevere le apparizioni in quel luogo. Dall'aprile 1985, i veggenti iniziarono a riunirsi nella canonica dei francescani. Si veda ad esempio il video dell'apparizione dell'8 dicembre 1983, caricato sul canale «Xmpllll» e intitolato *Medjugorje, Our Lady's apparition on December 8, 1983*, <https://www.youtube.com/watch?v=AxSBaguYGOw> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019), e quello del 31 dicembre 1984, caricato su «Mariamedjugorje» e intitolato *Medjugorje - Video storico dell'apparizione del 31/12/1984* <https://www.youtube.com/watch?v=oiBoZHzfWE> (ultima consultazione: 29 gennaio 2019). Nel video sono presenti solo cinque dei sei veggenti, in quanto le apparizioni quotidiane di Mirjana erano cessate nel Natale del 1982.



Fig. 3. I veggenti durante l'apparizione del 31 dicembre 1984 a Medjugorje. Nella foto sono ritratti cinque veggenti e non sei perché le apparizioni quotidiane di Mirjana erano cessate nel Natale del 1982 (foto tratta dal video YouTube del canale “mariamedjugorje”, “Medjugorje - Video storico dell'apparizione del 31/12/1984”, <https://www.youtube.com/watch?v=oiBoZHfwe> [ultima consultazione: 29 gennaio 2019]).

mi anni, e nell'ultimo decennio in modo particolare, le apparizioni sono diventate “virali”: i video caricati sui canali YouTube raggiungono talvolta centinaia di migliaia di visualizzazioni, permettendo così a un numero notevole di “testimoni” di “essere presenti” e constatare con i propri occhi quanto avviene. La novità della Rete, inoltre, sta proprio nel fatto che questa “partecipazione *in absentia*” non si verifica solo occasionalmente – video dei momenti delle apparizioni erano disponibili già negli anni Ottanta, anche se chiaramente non su YouTube –, ma mensilmente. Ogni apparizione del 2 del mese di Mirjana, ad esempio, è ripresa da più televisioni e canali YouTube e può essere seguita in tutto il mondo.⁴² La presenza dei video su YouTube potrebbe corrispondere, almeno parzialmente, a una sorta di “esperienza sostitutiva”⁴³, che viene arricchita di funzioni ed elementi

42. Ad oggi, a quanto risulta, non sembra essere messo in atto il meccanismo dello *streaming*, ovvero della diretta web del momento della mariofania.

43. Cfr. Galfaro, Marino, Ponzo, *The semiotics of litanies*.

narrativi che talvolta accentuano e intensificano l'esperienza mariofanica anche rispetto alla versione *in praesentia*, come visto, ad esempio, con la sovraimpressione delle parole pronunciate nell'apparizione durante il suo svolgimento. La rivoluzione messa in atto dalla piattaforma digitale, dunque, investe il modo di vivere la devozione che, sebbene contenga sempre il desiderio dell'utente di andare in pellegrinaggio a Medjugorje, così da poter provare ad assistere di persona alle *performance* miracolose, si è arricchita di nuove possibilità online di carattere esperienziale, che rappresentano un'altra modalità di sperimentazione del soprannaturale.

