

# IL PENSIERO MAZZINIANO

**Anno 74° - Nuova serie**  
**Maggio - Agosto 2019**  
**Quadrimestrale n° 2**

Periodico dell'Associazione  
Mazziniana Italiana - o.n.l.u.s.  
*Sede legale: Casa Mazzini - Via Lomellini, 11*  
*16124 Genova*  
*Domicilio fiscale: Via Don G. Verità, 33*  
*47015 Modigliana (FC)*  
C.F.: 9 7 0 0 4 7 6 0 1 5 9

e-mail: [ami.segreteria@libero.it](mailto:ami.segreteria@libero.it)  
[www.associazionemazziniana.it](http://www.associazionemazziniana.it)

*Presidente Nazionale A.M.I.:*  
Michele Finelli

*Direttore P.M.:*  
Pietro Caruso

*Caporedattrice:*  
Francesca Pau

*Comitato di redazione:*  
Pietro Finelli, Luca Platania,  
Mario Proli, Pietro Tedeschi

*Redazione "Il Pensiero Mazziniano":*  
Via Don G. Verità, 33 - 47015 Modigliana (FC)  
E-Mail: [pmazziniano@gmail.com](mailto:pmazziniano@gmail.com)

*Amministrazione e abbonamenti:*  
Via Don Giovanni Verità, 33  
47015 Modigliana (FC)  
Tel. 0546 942974  
E-Mail: [ami.segreteria@libero.it](mailto:ami.segreteria@libero.it)

Iscrizione al R.O.C. n° 729  
Registrato presso il Tribunale di  
Firenze il 18/02/1987 N° 3551

Poste Italiane spa - Spedizione in Abbonamento  
Postale DL. 353/2003 (conv. in Legge  
27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1 - CN/FC

Foto in copertina:  
*"Il Don Pirlone - 24.5.1849" - Un matrimonio  
segreto - Pio IX unisce Francia ed Austria.*

Stampa: Tipo-Litografia Fabbri s.n.c.  
Modigliana (FC)  
Finito di stampare in settembre 2019.

Realizzazione editoriale:  
A.M.I. - Segr. Naz.le: Nicola Poggiolini

**NORME PER I COLLABORATORI**

Per razionalizzare il flusso dei contributi si  
informano i collaboratori che gli scritti  
devono essere inviati per e-mail in forma  
definitiva. Vanno inviati all'indirizzo:

*Redazione "Il Pensiero Mazziniano":*

E-Mail: [pmazziniano@gmail.com](mailto:pmazziniano@gmail.com)

Non si restituiscono scritti, né bozze, che  
vengono corrette redazionalmente.

È consigliabile prendere preventivamente  
contatto con la direzione prima di inviare un  
testo, che comunque dovrà essere adeguato  
alle seguenti norme redazionali di base:

- le eventuali note o le bibliografie vanno  
poste alla fine del testo;
- i titoli dei giornali e le citazioni vanno  
poste fra virgolette ("XXX"); queste  
virgolette sono le uniche tipogra-  
ficamente ammesse;
- i titoli delle opere e dei libri devono  
essere composti in corsivo;
- il cognome dell'autore, in nota, deve  
essere sempre preceduto dall'iniziale del  
nome, seguirà il titolo dell'opera in  
corsivo, la città di edizione, il nome  
dell'editore, l'anno di pubblicazione.

Di questo numero sono state tirate  
copie 2.300

Italia Euro 12,00  
Estero Euro 18,00



Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana

# Sommario

*In questo numero:*

## **Editoriali e Commenti**

- 3 - La "banalità" dei social e le risposte della politica Michele Finelli  
6 - L'Unità d'Italia è migliore del microfederalismo regionalista Pietro Caruso

## **Mezzogiorno e Risorgimento**

- 8 - Introduzione Renata Di Lorenzo  
14 - Rivoluzione, controrivoluzione e conflitto civile Carmine Pinto  
20 - Nel Mezzogiorno risorgimentale. Cristina Trivulzio di Belgioioso  
e i volontari napoletani nelle rivoluzioni 1848-'49 Valerio Lisi  
29 - "Il principio santissimo della "libertà dei municipi": Rivoluzione  
repubblicana, autogoverno e radicalismo rurale nella Calabria del 1848 Antonio Buttiglione  
34 - Nella rete delle Due Sicilie. Neo borbonismo alla prova di Internet C. Calefati, A. Fiorio, F. Palmieri  
40 - Conclusioni Umberto Ranieri

## **Ricerche e Studi. Figure del Republicanesimo**

- 46 - L'uomo dalle idee democratiche e moderne. Alessandro Biggi. Pierpaolo Ianni  
54 - Antonio Gaetani di Laurenzana (1854-1898) Armando Pepe  
57 - Evoluzione storica della bandiera nazionale Enzo Menconi  
62 - Irriducibilmente democratico. Il Circolo della cultura e delle arti  
di Trieste ai tempi del Governo anglo-americano Ivan Buttignon  
72 - Mario Rapisardi e la Repubblica Romana del 1849 Luca Platania

## **Secondo Risorgimento**

- 86 - La battaglia di Montecassino (1944), tra memoria e retorica Gianpietro Panziera

## **Contemporanea fra passato e futuro**

- 94 - Sul Republicanesimo Mazziniano di fronte alla società contemporanea Sauro Mattarelli  
99 - Lettera a Giulio Regeni Riccardo Tessarini  
102 - Per un'ecologia del creato. I Doveri dell'Uomo e la Laudato si' Fabio Caporali  
122 - Le prospettive dello studio e della comprensione della storia oggi Aldo Borghesi  
129 - Bosnia. Un mistero ancora nascosto Veronica Tumidei  
136 - Giovine Europa dopo il Congresso Ami di Roma e verso il futuro Michele Guglielmini

## **Società e Cultura**

- 138 - **Massmedia.** Il Traditore di Marco Bellocchio Pietro Caruso  
140 - **L'Approdo.** Amore, Pace e Bibbia. Chagall in mostra Alessandra Righini  
143 - **In scena.** La Romana Repubblica. Quando er popolo diventò sovrano Laura Biancini  
145 - **Recensioni** Giovanni Ottaviano  
149 - **Fra gli scaffali** P. Finelli e A. Sfienti  
161 - **L'Opzione.** Carlo Cottarelli, I sette peccati capitali dell'economia italiana Pietro Caruso  
164 - **Riletture.** Mazzini, la biografia e l'antidivismo Michele Finelli  
166 - **In ricordo** di Gennaro Zannelli Renzo Brunetti  
169 - Comunicati Ami

## MEZZOGIORNO E RISORGIMENTO

# Nella rete delle Due Sicilie Il neo-borbonismo alla prova di Internet\*

di Christopher Calefati - Antonella Fiorio - Federico Palmieri

### **L**e Due Sicilie rivivono sul web

La narrazione revanscistica neoborbonica ha sviluppato, negli ultimi anni, un importante processo di mediatizzazione. Il web, e i social in particolare, hanno agito da cassa di risonanza per le rivendicazioni di tutti quei movimenti e quelle associazioni di matrice sudista e/o reazionaria che abbiamo deciso di definire *neoborb*, non trattandosi sempre di soggetti neoborbonici *tout court*.

Per oltre un anno abbiamo dunque monitorato l'attività di siti internet, pagine e gruppi Facebook afferenti all'universo *neoborb*. Siamo partiti dall'analisi delle pagine web digitando sul motore di ricerca Google la parola "Risorgimento": da gennaio 2018 a gennaio 2019 i risultati restituiti da Google sono pressoché raddoppiati, da 425.000 a 780.000<sup>1</sup>. Successivamente ci siamo soffermati sui principali siti di riferimento. Il primo è, senza dubbio, quello del *Movimento Neoborbonico*, fondato nel settembre del 1993 a Napoli. Il Movimento ruota attorno a una visione nostalgica e perciò mitica del Regno delle Due Sicilie, ispirandosi a una tradizione tardo-ottocentesca, ultracattolica e reazionaria. A lungo le sue attività a favore di una maggiore conoscenza delle tradizioni d'età borbonica o tese al "riscatto" del Mezzogiorno sono risultate iniziative di nicchia. Dal 2005 il Movimento è presente anche sul web, segnalando gli eventi in programma e i risultati "identitari" ottenuti. Attualmente ha raggiunto quasi 12 milioni di visualizzazioni<sup>2</sup>. Altro sito molto attivo è *briganti.info* in linea con una certa storiografia marxista, da tempo superata, che vede nel brigante un contadino oppresso e perciò insorto; pagina sensibile verso tematiche "identitarie" o solidaristiche<sup>3</sup>. La rivista online *eleaml.it*, fondata nel 2000 da Nicola Zitara, giornalista calabrese, studioso non accademico di estrazione marxista e teorizzatore del "sud-colonia", conserva un vasto archivio digitale<sup>4</sup>.

Oggi, inoltre, c'è la possibilità di avere un quotidiano comodamente in tasca, scaricando un'*app* sul proprio smartphone, stessa cosa per i maggiori social network. E molto spesso succede che un giornale o un sito internet venga consultato

direttamente all'interno della stessa applicazione. Abbiamo perciò chiamato "siti megafono" quei portali che condividono articoli con temi forti della narrazione sudista e i cui link vengono caricati nelle pagine Facebook *neoborb*, solitamente accompagnati da titoli ad effetto. L'utente, incuriosito, clicca sul link aprendo il sito internet e approfondendo la notizia.

La maggior parte di questi siti funge da strumento di propaganda, di amplificazione della vulgata *neoborb*, oltre ad avere un ritorno derivante dal click-baiting. Tra i più attivi in questa campagna mediatica figurano *innuovivespri.it* che presenta una ricca sezione di storia e contro-storia, *altaterradilavoro.com*, piattaforma web di un'associazione identitaria che si occupa di territorio, tradizioni e cultura; *laveritadininonaco.com*, un sito di news in cui si ritrovano notizie di politica, economia e anche di "medicina alternativa".

Il passaggio successivo riguarda l'analisi dei gruppi social, vere e proprie *community* in cui gli iscritti si scambiano informazioni, mantenendosi sempre aggiornati, anche attraverso i link che rimandano ad articoli e notizie vicine alle tradizioni *neoborb*. Di recente si è avuto un *revival* dei gruppi, che hanno di fatto sostituito quelli che una volta erano i *forum* e i *blog*. Al primo posto vi è ancora il gruppo Facebook del Movimento Neoborbonico che ha all'incirca 18.000 membri. Il gruppo è stato fondato nel 2008, ma ha incrementato i propri aderenti negli ultimi mesi. Nelle prime due settimane di gennaio 2019 ci sono stati 900 nuovi membri e 496 nuovi post. I partecipanti alla discussione virtuale condividono materiali, notizie e iniziative sul territorio ogni giorno. Un altro gruppo è Fratelli Meridionali Uniti, che conta circa 6000 membri, 100 negli ultimi 30 giorni. Anche questo gruppo, fondato nel lontano 2011, è tornato attivo di recente, come pure il Regno delle Due Sicilie Borbone ieri e oggi, che, pur non professandosi gruppo di matrice nostalgica, ha nel titolo un richiamo esplicito ai sovrani dell'ultima dinastia che ha regnato sul trono di Napoli. Per essere visibili e generare consensi è necessaria un'ottima comunicazione, specialmente sul web, e quella *neoborb*, da questo punto di vista, è realmente impeccabile; il piglio narrativo è quello giornalistico, che ricerca continuamente la novità, mira a suscitare stupore e indignazione, raccontando una "vera storia", la storia che hanno sempre "taciuto". Lo stile è diretto e il contenuto estremamente semplificato: la storia si divide in buoni contro cattivi, non lasciando spazio a sfumature, ignorando quella complessità che caratterizza il metodo storico. In questo contesto, fertile per il rilancio del revanscismo *neoborb*, le fonti, il metodo e l'interpretazione risultano "vaniloqui per eruditi"<sup>5</sup>.

A una comunicazione pervasiva si accompagnano altre strategie che, nel tempo, si sono rivelate abbastanza efficaci. La principale riguarda il *mailbombing*, l'invio di un numero esorbitante di e-mail rivolte a chiunque non intenda allinearsi alla vulgata *neoborb*, quindi storici, giornalisti, trasmissioni TV, guide turistiche.

Non vengono contestate le tesi opposte sulla base di contenuti o di nuove ricerche, ma solo attraverso un pressante e aggressivo *shitposting*, e così facendo si riescono ad ottenere dei risultati. Se ciò non dovesse accadere parte un'operazione di boicottaggio, con l'invito a non acquistare il giornale, a non sfogliare la guida o a non guardare la trasmissione incriminata, con toni a volte *soft*, ma non di rado violenti. Una forma di boicottaggio è anche quella del Compra Sud in cui si sponsorizza l'acquisto di prodotti meridionali.

### Un Regno da *social network*

La traslazione politica della vulgata neoborbonica si è tradotta nella formazione di movimenti politici locali che periodicamente si sono presentati alle tornate elettorali. Un esempio è fornito dal Movimento Duosiciliano che ha ottenuto lo 0,19% dei suffragi nel 2014 alle elezioni amministrative del comune di Bari<sup>6</sup>. Dalla micro-politica questa narrazione ha saputo spostarsi all'interno di partiti di più ampi consensi, che hanno portato le istanze *neoborb* presso le istituzioni locali e regionali. Il Movimento 5 Stelle pugliese ha proposto nell'estate del 2017 una mozione per il riconoscimento di una "Giornata della Memoria per le vittime meridionali dell'Unità d'Italia", accettata in un primo momento dal Consiglio Regionale della Puglia, e successivamente "cassata" in seguito a numerosi interventi di docenti dell'Università degli Studi di Bari.

La maggior parte delle iniziative neoborboniche nasce sul Web, in cui il social network Facebook figura come principale mezzo di divulgazione. Pertanto, la pratica del *bombing* informatico è evidente nella rapida diffusione dei contenuti attraverso pagine e gruppi che contano migliaia di *followers*. La pagina più seguita è Briganti, di più vecchia fondazione, con 322.320 *followers*: si occupa di varie tematiche riguardanti il Mezzogiorno, ma si è configurata come una vera e propria "testa di ponte" della narrazione *neoborb* attraverso un'ampia diffusione di contenuti. In seguito, Terroni di Pino Aprile, con 140.559 *followers*, nata nel 2011 in concomitanza con la pubblicazione dell'ormai celebre libro: è la prima a promuovere la campagna "Compra Sud", oltre che ad accentuare il discorso identitario meridionale in opposizione ad uno settentrionale. Segue la pagina ufficiale del Regno delle Due Sicilie che conta 71.839 *followers*, un'agenzia di stampa del Regno, come se fosse un'istituzione esistente "rispazializzata" all'interno del Web. Infine, il Movimento Neoborbonico, con 18.696 *followers*, pagina ufficiale dell'associazione neoborbonica<sup>7</sup>.

Un ruolo rilevante nel palcoscenico dei social network è svolto dalla comunicazione iconografica. In questo senso le pagine *neoborb* sfruttano le potenzialità delle immagini nel suscitare immediate reazioni negli utenti. L'immagine delle teste mozzate in gabbia ha diverse "declinazioni", fra cui quella di essere associata a

dei contadini meridionali, a briganti oppure a soldati borbonici “massacrati”. Se si fa una semplice ricerca iconografica su Google, si può notare come la raffigurazione sia il frammento di una foto scattata durante la rivolta dei Boxer, avvenuta in Cina alla fine del XIX secolo.

Un altro *leitmotiv* di questa narrazione è Angela Romano (diventata Angelina), una bambina - citata anche da Pino Aprile - morta nella provincia di Trapani in seguito a una rivolta popolare. La *fake martyr* è spesso associata all'immagine di Anna Frank, elevata a simbolo dell'eccidio perpetrato dai “piemontesi” nei confronti dell'inerte popolazione meridionale, come anche quella in cui assume le sembianze di una giovane vittima del conflitto mediorientale, smentita dalla versione non ritoccata della foto, in cui compare una bottiglietta di plastica, che rende impossibile la datazione al 1862.

Le strategie di comunicazione adottate dalla vulgata *neoborb* risultano essere vincenti poiché riescono facilmente a permeare l'opinione pubblica. A tutto ciò contribuisce l'organizzazione di una serie di eventi di “massa” come lo spettacolo realizzato nel 2011 presso il Teatro Piccinni di Bari, con l'avallo di sponsor privati e istituzioni pubbliche. L'operazione “revisionista” svela il suo tratto legato al *merchandising* prodotto dalla narrazione *neoborb*. Sono stati inaugurati numerosi *store* specializzati nella produzione e vendita di gadgets con il logo delle Due Sicilie. Queste aziende utilizzano altresì le pagine neoborboniche come vettore di sponsorizzazione delle proprie attività e dei loro prodotti. Un ulteriore *step* nel “proselitismo” è la pubblicazione di “manuali scolastici” incentrati sulla narrazione pseudo-revisionista. Queste iniziative sono affiancate da incontri presso le scuole al fine di promuovere la vendita e l'adozione dei libri di testo da parte degli insegnanti. Oltre alle pagine neoborboniche, su Facebook agiscono anche delle pagine che cercano di frenare questa deriva anti-storiografica, attraverso la diffusione di contenuti accessibili a un pubblico più ampio. Queste non riescono a ottenere lo stesso *appeal* delle pagine “avversarie” in quanto il *gap* da recuperare nella quantità di utenti e profondità cronologica di azione è ancora molto alto. La pagina con più *followers* risulta averne circa 1/30 rispetto agli oltre 300.000 di Briganti<sup>8</sup>. Nonostante questi tentativi, lo scontro online si rivela spesso una corsa all'esaltazione dei martiri, che si distacca dalla corretta analisi storiografica operata attraverso il metodo storico.

### Orientarsi nella rete

Le riflessioni sin qui riportate sono il frutto di un'analisi condotta, a partire da dicembre 2017, per la partecipazione alla 7<sup>th</sup> AIUCD Conference 2018, *Cultural Heritage in the Digital Age. Memory, Humanities and Technologies* tenutasi a Bari. È stata monitorata una serie di siti web, sia generali che specialistici sul Risorgimento con annesso

pagine Facebook e canali YouTube, da cui sono derivate le conclusioni sopra esposte. Il dato significativo che emerge è il mancato aggiornamento dei siti specialistici sul Risorgimento e una frequenza e utenza maggiore dei siti che, generalizzando, abbiamo chiamato *neoborb*, proprio in virtù dell'efficacia comunicativa che essi hanno. Tuttavia, per l'indagine storica, talvolta essi risultano lacunosi di riferimenti bibliografici, di autorità o fondi archivistici quando vengono condivise e rese pubbliche delle informazioni o delle narrazioni.

Il metodo seguito per l'analisi è quello elaborato dal gruppo di ricerca composto dai professori Antonio Criscione, Serge Noiret, Carlo Spagnolo, Stefano Vitali nel volume *La storia a(l) tempo di Internet. Indagine sui siti italiani di storia contemporanea 2001-2003* (Pàtron Editore, Bologna 2004); articolato su tre blocchi fondamentali: identificazione, contenuti, struttura e linguaggi comunicativi. Le valutazioni tratte nel 2018 su un campione di 30 siti sono notevoli, perché il 65% dei siti analizzati risponde positivamente ai criteri. Questo dato è positivo, ma se si considera che la maggior parte dei siti erano professionali, questo fa aumentare la percentuale di quelli amatoriali, poco curati e poco attendibili. Molti siti di storia generale, inoltre, parlano di Risorgimento e di tematica *neoborb*, con una media di 40 articoli per sito (da un minimo di 20 a un massimo di 60) indice questo di aggiornamento, incoraggiante soprattutto se si pensa che la tematica non è delle più popolari. Volgendo lo sguardo alla grafica e all'impatto visivo fornito all'utente, è da rilevare che i siti *neoborb* sebbene appaiano meno ordinati, offrono la presenza in primo piano di *counters* che mostrano giornalmente il numero di visitatori della pagina e di condivisione dei contenuti. La necessità del nostro tempo presente di confrontarsi anche con dei metodi di comunicazione nuovi e più rapidi, ci ha indotti a sviluppare griglie di analisi nuove, più snelle, più immediate, che possono essere applicate alle pagine Facebook e ai canali di YouTube.

L'importanza di queste attività di analisi risiede soprattutto nell'applicazione didattica che esse possono trovare nelle scuole. È fondamentale al giorno d'oggi avviare progetti educativi nelle scuole che vadano verso una ricerca consapevole, che ponga i ragazzi sin da subito nelle condizioni di poter valutare autonomamente l'attendibilità del materiale che il Web restituisce alla sua ricerca.

Essendo questo tipo di lavoro di *screening* un'analisi che continua nel tempo, è stato possibile notare degli aggiornamenti, dei cambiamenti e, monitorando la situazione, abbiamo riscontrato che è in corso una volontà di cercare una risposta in rete, una rete che non sia soltanto "duosiciliana". Nel momento in cui l'utente prova a digitare nella barra di ricerca su Google "neoborbonismo", il primo risultato che compare è la voce di Wikipedia, aggiornata adesso al novembre 2018<sup>9</sup>. Questa pagina rimanda poi ad altre voci Wikipedia come "Revisionismo del Risorgimento", divenuto il secondo risultato quando su Google si digita "Risorgimento vera storia",

mentre inizialmente era al nono posto, e “Interpretazioni revisionistiche del Risorgimento”. Voci adeguatamente filtrate dai gestori di Wikipedia, dato che molte volte vengono riportate tra parentesi quadre eventuali lacune di fonti. Soffermandoci, invece, ad osservare la fase del *ranking*, ossia la restituzione ordinata dei siti che offre il motore di ricerca agli utenti che lo consultano, si nota che immettendo la parola “neoborbonismo”, nei primi 10 link ne troviamo soltanto 2 favorevoli alla “causa *neoborb*”, precisamente al quinto posto il sito *neoborbonici.it* e al decimo *eleaml.org*<sup>10</sup>, proporzione che si mantiene identica per le pagine seguenti. Si inverte, invece, se la ricerca viene avviata scrivendo “revisionismo del Risorgimento” poiché lo *spider* di Google sarà andato “a caccia” di tutti i siti contenenti la parola *revisione*, restituendoli per primi. Ultimo dato importante da segnalare è il suggerimento mostrato da Google per le ricerche correlate: scrivendo “neoborbonismo” la prima voce suggerita è “falsità dei neoborbonici”, mentre digitando “Risorgimento vera storia” si avrà “il Sud prima dell’Unità d’Italia”, “motivi dell’Unità d’Italia” oppure “Garibaldi verità nascoste”. È evidente, quindi, una voglia di ricerca e una corrispondente necessità, da parte nostra, di affrontare questo tipo di fenomeni mediatici e di analizzarli con i rigori della metodologia storica.

## Note

\* L'intervento è stato progettato ed elaborato in comune dai tre autori, tuttavia Federico Palmieri ha redatto il paragrafo I. *Le due Sicilie rivivono sul web*, Christopher Calefati il paragrafo II. *Un Regno di social networks*, Antonella Fiorio il paragrafo III. *Orientarsi nella rete*.

- <sup>1</sup> Dati relativi all'ultima consultazione fatta nel mese di gennaio 2019 per la partecipazione alla giornata di studi su Mezzogiorno e Risorgimento, Napoli, Casina Pompeiana, 19 gennaio 2019.
- <sup>2</sup> Si rimanda al sito: [www.neoborbonici.it](http://www.neoborbonici.it)
- <sup>3</sup> Si rimanda al sito: [www.briganti.info](http://www.briganti.info)
- <sup>4</sup> Si rimanda al sito: [www.eleaml.org](http://www.eleaml.org)
- <sup>5</sup> E. FRANCA *Risorgimento conteso. Riflessioni su intransigenti, giornalisti (e storici)*, «Novecento», 8-9, gennaio-dicembre, 2003, p. 153.
- <sup>6</sup> La lista ha ottenuto in totale 335 preferenze. ([http://www.corriere.it/Speciali/Politica/2014/elezioni/SEAS/comunali/2014052500000\\_2\\_COMUNE\\_9\\_60.shtml](http://www.corriere.it/Speciali/Politica/2014/elezioni/SEAS/comunali/2014052500000_2_COMUNE_9_60.shtml))
- <sup>7</sup> Dati relativi all'ultima consultazione fatta nel mese di gennaio 2019
- <sup>8</sup> Dati relativi all'ultima consultazione fatta nel mese di gennaio 2019
- <sup>9</sup> Dati relativi all'ultima consultazione fatta nel mese di gennaio 2019.
- <sup>10</sup> Dati relativi all'ultima consultazione fatta nel mese di gennaio 2019.

**Christopher Calefati** ha conseguito la laurea magistrale in Scienze Storiche e della documentazione storica presso l'Università degli Studi di Bari “Aldo Moro” con una tesi in Storia del Risorgimento.

**Antonella Fiorio** ha conseguito la Laurea Triennale in Lettere Moderne nel 2016 e la Laurea Magistrale in Scienze Storiche e della Documentazione Storica nel 2018 presso l'Università degli Studi di Bari “Aldo Moro”.

**Federico Palmieri**, laureato in Scienze storiche e della documentazione storica all'Università degli Studi di Bari.