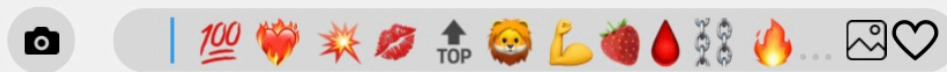




LE MAFIE NELL'ERA DIGITALE

Primo Rapporto



*Rappresentazione e immaginario
della criminalità organizzata,
da Wikipedia ai social network*

A cura di Marcello Ravveduto



LE MAFIE NELL'ERA DIGITALE

Primo Rapporto

Rappresentazione e immaginario della criminalità organizzata,

da Wikipedia ai social network

A cura di **Marcello Ravveduto**

ABSTRACT

Presentazione - Nino Foti, Presidente Fondazione Magna Grecia

Prefazione - Francesco Mantovani e Antonio Nicaso

Le mafie trasparenti - Marcello Ravveduto

Le mafie e le digital humanities

Dal broadcast al socialcast

L'immaginario delle mafie subdigitali

Se le mafie diventano trasparenti

La comunità dei simili

Gli influencer delle mafie

Tatuaggi emoji e fratellanza

Tre riflessioni conclusive

Le mafie nell'era digitale - La ricerca

L'analisi di Wikipedia

La stampa online

L'analisi dei Social Network

Youtube

Facebook

Twitter

Instagram

TikTok

Approfondimenti

Matteo Messina Denaro
Emanuele Sibillo
Niko Pandetta
Daniele de Martino

I casi di studio

Fraulella
Mafia Foggiana
Casamonica

Rapporti della DIA

Conclusioni abstract

Conclusioni del rapporto - Marcello Ravveduto
La logica mediale delle mafie

IL GRUPPO DI RICERCA

Roswita Candusso
Chiara D'Anzi
Raissa Pergola
Miriana Somenzi
Camilla Zucchi

Per visualizzare i contenuti del rapporto scarica il QR code:



Presentazione

Di *Nino Foti*

Mai come oggi vi è consapevolezza del ruolo strategico che la conoscenza, lo sviluppo del pensiero critico, il valore della cultura come fonte di identità e bene comune, rivestono per la qualità della crescita degli individui, e quindi della società, ma anche per lo sviluppo del Paese stesso. L'affermazione di tali qualità, in particolar modo fra i giovani, si misura con la capacità delle istituzioni e della politica di interconnettere le persone con il patrimonio culturale materiale e immateriale che hanno ricevuto in eredità, che in Italia corrisponde all'esito della stratificazione di diverse civiltà, culture, linguaggi.

Le tecnologie dell'informazione e l'affermarsi dell'intelligenza artificiale, e con essa della pervasività del ruolo degli algoritmi, incidono nella società, nella cultura e nell'economia globale colonizzando le pratiche della vita sociale, dell'istruzione, della politica, della sanità, della giustizia, influenzando scelte, azioni, relazioni. L'*algocrazia*, intendendo con tale termine proprio il governo degli algoritmi sulla vita privata e pubblica di ciascuno, incide, da un lato, sulla produzione di pensieri, opinioni e idee e, dall'altro, a seconda del modo con cui gli individui la subiscono o la gestiscono, rappresenta un tema che non può non interessare gli ambiti di studio e di ricerca di chi si occupa di cultura, della sua protezione, della sua rigenerazione, della sua diffusione.

La Fondazione Magna Grecia nasce come entità per lo studio, la tutela della cultura magno greca, che è alla base della civiltà occidentale, nel mondo e in Italia, con un naturale focus sul nostro Sud. E lavorare per lo sviluppo sociale e culturale del Mezzogiorno significa, inevitabilmente, trovarsi ad affrontare, anche, un discorso sulle mafie. Oggi, chi si occupa di cultura e del Sud d'Italia, non può non guardare anche alle narrazioni di soggetti che, purtroppo, sono protagonisti nella produzione di simboli e stereotipi correlati alle mafie, legati a doppio filo anche con la dimensione territoriale meridionale. Le mafie, i significati e i linguaggi ad esse correlati, hanno rappresentato e rappresentano una fonte inesauribile

di contenuti che può essere, a seconda, oggetto di denuncia, strumento di consapevolezza, spazio di analisi e di ricerca, ma anche luogo ideale di identificazione, riconoscimento e celebrazione.

Lo studio che abbiamo promosso investiga quanto, entrambi questi ambiti, siano presidiati sul web, e si pone l'obiettivo di definire i contorni e i contenuti delle modalità con cui le mafie vengono raccontate e si comunicano nel mondo digitale, anche perché siamo certi che sia fondamentale offrire strumenti di interpretazione e comprensione rispetto a tale nuovo "muoversi" della criminalità organizzata in un inedito intreccio tra reale e virtuale, ma anche rispetto al volume di informazione prodotta sul tema a livello mediatico. Gli esiti della ricerca ci restituiscono un insieme di dati che ci consentono da un lato di osservare il modo in cui gli individui parlano, rielaborano, interpretano il fenomeno mafioso attraverso i media digitali. Per altro verso, aprono una finestra sulle pratiche di autorappresentazione degli stessi protagonisti del fenomeno, siano essi membri dei clan, o affiliati o, semplicemente, simpatizzanti. Purtroppo, la massa di simboli collegati alle narrazioni e ai disvalori mafiosi, che vengono veicolati da tali soggetti, sono visibili al mondo intero e sono l'ossatura semantica di quel repertorio di metafore e di immagini che contribuisce ad alimentare l'"archivio del pregiudizio" nei confronti del Mezzogiorno d'Italia.

Il nostro studio fa emergere quanto, purtroppo, sul web, ma soprattutto sui social network, siano multiformi, invasivi e di tendenza le presenze e i contenuti correlati a identità in qualche modo vicine al mondo mafioso. Siamo in un momento storico in cui l'ideologia criminale viene comunicata, idolatrata, restituita, e non nella narrazione di finzione, filmica, ma dai protagonisti, sulle pagine social di ciascuno di loro. Lo stesso design su cui la tecnologia dei *social network* è progettata, funziona nella misura in cui è in grado di creare dipendenza e "connessione" cognitiva con ciò che gli utenti fruiscono, sfruttando le caratteristiche psicologiche strutturali del cervello delle persone.

Nella vita reale percepiamo le informazioni filtrandole in base ai nostri valori, alle nostre conoscenze pregresse, ai nostri gusti. Tuttavia, davanti alla massa di stimoli eterogenei, il nostro cervello è continuamente sollecitato a un atto di scelta, di selezione, di interpretazione. È qualcosa di faticoso, ma sicuramente di produttivo, che consente al

pensiero e alle conoscenze di ciascuno di evolvere. Gli algoritmi alla base del funzionamento dei social network, invece, in determinati casi selezionano al posto nostro, esponendoci prevalentemente a informazioni in cui tutto è già "scremato" in base alla rilevazione dei nostri gusti, tutto risulta già selezionato a monte. Ciò rende sempre più difficile l'esposizione degli individui all'eterogeneità, alla complessità, e impedisce una vera e propria crescita intellettuale, il formarsi di una sana capacità di appassionarsi alla diversità dei mondi, delle culture, dei pensieri.

Abbiamo, dunque, da un lato la produzione di contenuti negativi e dall'altro il funzionamento "riproduttivo" degli algoritmi, il pericolo insito dietro un'"algocrazia" senza etica. Per questo le strade da percorrere per attivare un cambiamento vanno ragionate sia con riferimento alla necessità di una inevitabile rivoluzione etica degli algoritmi, sia rispetto a una ri-evoluzione del modello di pensiero critico delle persone, soprattutto delle nuove generazioni, in grado di usare consapevolmente gli strumenti di conoscenza offerti dalla rete, senza tralasciare la necessità di promuovere la presenza di contenuti "altri", che producano evoluzione sociale, culturale e cognitiva, all'interno degli stessi media, e con il sostegno degli stessi algoritmi. Vanno invece rintracciati percorsi creativi in grado di sfidare la fascinazione che quei contenuti specifici, prodotti da individui a vario titolo legati alle mafie, attivano sulle fasce meno culturalmente e socialmente strutturate della popolazione. Contenuti che affidano la propria capacità di attrazione alla celebrazione del proibito, dell'illegale, della violenza, dello sfarzo, dell'eccesso.

Va promossa una riflessione su come è possibile sensibilizzare, soprattutto i giovani, a non riconoscersi in tali narrazioni, a disvelare i meccanismi artificiali e fallaci che ne riproducono il successo. Il sostegno a questo progetto di ricerca prende le mosse dalla convinzione che solo attraverso una conoscenza approfondita e strutturata di questi contesti, in cui tali forme di comunicazione si generano e si riproducono, è possibile costruire risposte improntate a una rinnovata e "attraente" narrazione della legalità, anche attraverso progetti di "reazione" che si radichino nella Cultura e nella capacità di produzione di contenuti, da parte della collettività, e soprattutto dei giovani, di "resistenza" a tali derive. Reazioni che vanno stimolate, e, laddove necessario, sostenute, strutturate e alimentate,

anche e soprattutto da chi, come noi, si occupa di proteggere e promuovere il patrimonio culturale, e con esso la crescita, di cittadini innamorati della propria terra e della legalità, in particolare nel Mezzogiorno d'Italia.

Bisogna lavorare senza sosta per riassegnare alla cultura il ruolo dinamico di agente catalizzatore di sviluppo personale e collettivo, cognitivo e relazionale, affinché ciascuna ragazza o ragazzo non abbia bisogno di affondare le proprie radici in narrazioni digitali collettive disfunzionali e criminali, ma nella coscienza di un'identità profonda, solidamente ancorata alla propria cultura.

Prefazione

Di *Francesco Mantovani e Antonio Nicaso*

Il mondo cambia e con esso, inevitabilmente, anche il fenomeno mafioso. La rapidità e la profondità del cambiamento del primo, da sempre, sono andati di pari passo con le trasformazioni che hanno in qualche modo influito sul secondo. E questo, tanto più oggi che l'entità e la celerità degli impatti di un progresso tecnologico a dir poco tumultuoso, incidono in modo così marcato e pervasivo sul modo di vivere, di lavorare, di relazionarsi e sulla quotidianità di ciascuno di noi. Lo stesso Tim Bernes Lee, ha sostenuto che il web, da lui inventato, non rappresenta una trasformazione tecnologica, ma una vera e propria trasformazione sociale.

Ben venga, pertanto, questo primo rapporto su "Le Mafie nell'Era Digitale", che sopraggiunge come una proficua, anzi necessaria, sollecitazione ad interrogarsi ed a sforzarsi nello sviluppo di nuove categorie utili a comprendere e, ove possibile, a proteggersi, dalle insidie di questo loro "muoversi" in un inedito intreccio tra reale e virtuale, e da una risemantizzazione sempre più ispirata ad una "visual culture", che ostenta lusso, capacità di facile ricchezza, al fine di sedurre, di ottenere consenso se non, addirittura, promuovere un vero e proprio reclutamento.

La parola d'ordine "condivisione" appare infatti ora come quella più indicata per far fronte alle nuove complessità di un mondo sempre più in bilico tra realtà analogica e virtualità digitale, dando persino vita ad una dimensione "terza", l'interrealtà, dove, in qualche modo, si mescolano le esperienze sia dell'una che dell'altra. Condividere diventa dunque, per tutti, la forma relazionale più efficace per conservare i caratteri di reciprocità e di dialogo propri di una socialità sempre più interattiva e come momento di costruzione del sé anche nel proprio contesto di riferimento, in un inesauribile scambio tra apparenza ed essenza.

Ed allora il digitale rappresenta il canale di comunicazione ideale anche per queste associazioni criminose in quanto ne riproduce, moltiplicandola, la dinamica sociale, dando

nuova linfa vitale a fenomeni di affiliazione negativa (cfr. i gruppi su Facebook, oppure i videogiochi e le serie tv in cui si finisce per parteggiare per i "buoni" mafiosi contro lo Stato sempre assente e lontano), assolvendo inoltre ad una funzione rievocativa di una iconografia e di gesta del passato ancora vivida, per riaffermare, al contempo, il potere in una contemporaneità non necessariamente violenta e, per certi aspetti, forse ancora più seducente.

Le organizzazioni criminali che da sempre per essere temute, essere considerate potenti e quindi per "esistere" hanno avuto bisogno di agire, anche in maniera cruenta, oggi potrebbero continuare a sussistere senza più necessariamente compiere azioni sanguinose, ma solo "ricordando a tutti di esserci e di poter ancora agire", e questo, attraverso uno strumento pervasivo e potente, il digitale appunto, in grado persino di assicurare una sorta di eternabilità.

Il concetto di mafia si è nutrito nel tempo e con continuità ininterrotta, di un inesauribile scambio tra apparenza ed essenza, così come "l'essere mafioso", dell'enfasi sull'onore, sull'omertà e sulla pretesa di rispetto, sempre governato da un codice e da gesti ampiamente canonizzati, in una inscindibile circolarità e coerenza tra gesto e parola.

La stessa definizione del termine "Mafia" riportata dal Nuovo Vocabolario Siciliano-Italiano di Antonino Traina (braveria, baldanza, tracotanza, pottata, spocchia), trova compiuta e sorprendente conferma nella narrazione dei numerosissimi video postati su TikTok e sugli altri social network.

Oggi, le mafie sono sempre più ibride, flessibili nella loro capacità di agire online e offline, sfruttando ogni opportunità offerta dalla tecnologia digitale in un mondo che, come aveva previsto Marshall McLuhan, ha ormai smarrito il suo carattere di infinitezza per assumere quello del villaggio globale. Grazie all'evoluzione dei mezzi di comunicazione, ciò che in passato aveva dimensioni e distanze enormi, ora è a portata di mouse, percorribile in lungo e in largo, anche in tempo reale.

Nel libro scritto con Quentin Fiore, *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*, quello che inizialmente era un refuso si è rivelato efficacemente utile per spiegare l'effetto che ogni nuovo medium ha sulla mente. Oltre a massaggiarla, la riassicura. Anche le mafie

oggi sono meno guardinghe rispetto all'uso delle nuove tecnologie, legate al mondo digitale. E lo sono per il carattere che, nel tempo, le ha portate ad adeguarsi ai cambiamenti, grazie proprio alla loro storica capacità di adattamento. I nuovi media non mettono a rischio la loro segretezza. Già in passato, le mafie hanno fatto sempre di tutto per farsi notare. I boss si annacavano, nel loro incedere vanitoso. C'era chi indossava un foulard rosso e chi abiti particolari che davano nell'occhio. Molti facevano uso di tatuaggi, spesso per contrassegnare il loro rango all'interno dell'organizzazione. Tanti altri parlavano in codice per non farsi comprendere, in una sorta di sistema simbolico gergale. Chi doveva capire, capiva. I boss dell'Ottocento non si muovevano sempre nell'ombra. Dal 1979 in poi con l'uccisione del giudice Cesare Terranova, la mafia ha usato metodi terroristici per comunicare. L'estetica della violenza è servita per affermare una sorta di potere tra poteri, attraverso una strategia criminale fortemente comunicativa, ma non vincente. Lo Stato, infatti, ha reagito in quella circostanza, soprattutto dopo le stragi del 1992-93, sgominando i corleonesi e le loro strategie mutate dallo stesso terrorismo e dal narcotraffico sudamericano.

Oggi, le nuove leve del fenomeno mafioso utilizzano la criptofonia, la comunicazione cifrata, le criptovalute. Per loro i social media sono come la muleta per i tori. Li utilizzano per reclutare nuovi affiliati, misurare il consenso, comunicare minimizzando il rischio di essere intercettati, pianificare le loro attività criminali, sfoggiare ricchezza come dimostrazione di prestigio sociale e minacciare gli avversari in una dimensione sempre più ibrida: digitale e analogica, virtuale e reale. Proprio come i protagonisti del film *The Matrix* di Lana e Lilly Wachowski che anticipava l'avvento di un nuovo ordine mondiale in cui la vita quotidiana si sarebbe svolta tanto nel mondo reale quanto sullo schermo di un computer. Il titolo stesso del film in latino significa grembo, quasi a presupporre che, con l'avvento del computer, la nascita degli esseri umani non sarebbe più avvenuta solo e soltanto nel ventre materno, ma anche in quello tecnologico.

Oggi, viviamo dentro un mondo che esiste solo nella nostra immaginazione, ma dal quale non riusciamo a sottrarci. La malia è irresistibile. I mafiosi, in questo senso, non sono molto diversi da noi. Anzi ci assomigliano come amava ripetere Giovanni Falcone.

I primi a comprendere l'importanza dei social media sono stati i cartelli messicani, dando sfoggio della loro potenza militare, ma anche della loro esasperata violenza. Su Youtube postavano i video delle loro efferatezze, simili a quelle dei jihadisti che decapitavano i loro nemici. Quei video hanno fatto da apripista. Nel vortice di una violenza sempre più ibrida, vistosamente comunicativa, sono finiti anche webmasters, cantanti neomelodici, rapper e trapper. Si è passati dalle ballate che raccontavano le gesta dei rivoluzionari messicani ai narcocorrido, le musiche popolari che descrivono, a volte celebrandole, le imprese dei narcos.

Oggi sui social media c'è di tutto. Senza più il filtro di un regista, di uno sceneggiatore, di un autore. Oggi sono loro a rappresentarsi, a raccontarsi, a celebrare il mondo dei nuovi ricchi che, grazie ai *narcopesos*, vestono Armani e girano in Ferrari al fianco di ragazze strepitose. Anche i mafiosi sono diventati *prosumer*, consumatori e produttori di quello che in Nord America viene definito "cyberbanging", ovvero l'esaltazione dei comportamenti, del tenore di vita di chi si è arricchito con i proventi delle attività criminali.

Questa importante ricerca, curata da Marcello Ravveduto e promossa e finanziata dalla Fondazione Magna Grecia, presieduta da Nino Foti, si è avvalsa della collaborazione della Direzione investigativa antimafia e del suo direttore, Maurizio Vallone. Nato dall'esigenza di capire per far capire, il primo rapporto delle mafie nell'era digitale cerca di far luce sul coinvolgimento della Google Generation Criminale in tutte le opportunità offerte dalla rete. Non solo sulle comunicazioni criptate e sul dark web, dove conducono anche molti dei loro affari, ma anche sui social media in tutte le loro declinazioni. Ogni organizzazione criminale oggi vive immersa nell'interrealtà, in quel mondo di mezzo sospeso tra reale e virtuale che rovescia ogni percezione di senso.

L'analisi realizzata grazie a una massiccia raccolta di dati da Wikipedia e dai principali social network, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter e TikTok, ha consentito di elaborare alcune tendenze che tracciano la partecipazione e l'intervento di mafiosi, affiliati e simpatizzanti nella sfera digitale. La ricerca, realizzata nel pieno rispetto della privacy, ha dimostrato che l'utilizzo dei social network rendono trasparenti i processi di comunicazione delle mafie in cui "fan", simpatizzanti promuovono il "brand" attraverso un'estetica del

potere che esalta il lusso e l'onore, e quindi il successo dell'organizzazione anche attraverso il ricordo di chi ha dato la vita e di chi ha patito il carcere per giungere a questo risultato. Oggi, le stesse reti dei trafficanti di droga, grazie alle applicazioni più diffuse su internet, sono ormai entrate nelle case dei consumatori. I contatti con gli spacciatori avvengono sempre più spesso online. La cultura dei Meme sta prendendo il sopravvento su quella dei pizzini, contribuendo a svecchiare i miti del passato e a creare nuove narrazioni. La crescente iper-connettività ha portato a una diluizione dei confini tra la vita online e quella offline, con conseguenze significative sulla nostra ontologia del presente. Si vive sempre più *onlife* in un'infosfera sempre più sincronizzata, delocalizzata e correlata: «ciò che è reale è informazionale e ciò che è informazionale è reale», afferma il filosofo Luciano Floridi riprendendo la celebre formula hegeliana. La realtà sta cambiando e per non rimanere passivi dinanzi a questo cambiamento è necessario, secondo Floridi, adottare nuovi linguaggi e definizioni, nuovi approcci capaci di conformarsi ad un mondo in costante trasformazione. È un invito che bisogna cogliere anche nella lotta contro le mafie che da anni popolano l'ecosistema digitale in un mondo virtuale diventato ormai un'estensione del reale.

E così al superamento dello stragismo violentemente sfacciato, da parte delle mafie, attraverso una più subdola e pervasiva penetrazione ai vari livelli del tessuto economico e sociale, si rende necessario contrapporre una evoluzione altrettanto penetrante ed ancor più efficace nell'azione di contrasto.

L'incessante azione della magistratura e delle forze di polizia può essere sorretta infatti da una rinnovata consapevolezza e capacità di discernimento opportunamente ingenerata nella società civile, utile a smascherare "forza di intimidazione e "condizione di assoggettamento" anche nei codici distintivi richiamati sui Social Network, come pure in un altrettanto temibile *volksgeist* mafioso (per dirla con Hegel) risemantizzato anch'esso.

Ed il rapporto "Le Mafie nell'Era Digitale" intende rispondere esattamente a questa esigenza.

Le mafie trasparenti

Di *Marcello Ravveduto*

Le mafie e le Digital Humanities

Il rapporto nasce dalla impellente necessità di colmare una lacuna nel campo degli studi sulle mafie: l'assenza di ricerche nell'ambito delle Digital Humanities. Nell'ultimo trentennio si sono sviluppati numerosi studi in diverse discipline¹ ma ancora mancava un lavoro che integrasse il tradizionale approccio delle scienze umane con la *computer science* attraverso il *Web approach*².

La squadra di ricerca è l'esito dell'unione fra competenze informatiche e umanistiche, che non si è tradotta in una mera giustapposizione di conoscenze, ma in un nuovo modo di configurare i profili scientifici. Non sarebbe stato possibile affrontare uno studio sull'evoluzione delle mafie nello scenario digitale senza poter contare su un approccio "double talent": umanistico e informatico. Tale caratterizzazione ha consentito di mettere a frutto, attraverso approcci metodologici e interpretativi interdisciplinari, concetti chiave come quello di *collaboration*, *user generated content*, *social*, *crowd*, *folksonomies* usando risorse condivise e partecipate in ambienti Web distribuiti.

La ricerca è stata svolta con la consapevolezza che i contenuti digitali rappresentano una nuova fonte per gli storici del futuro. I documenti pubblicati e condivisi sui social media rappresentano uno spaccato della società del nostro tempo ed è certo che costituiranno una fonte primaria per la comprensione e la ricostruzione dei fenomeni sociali, politici, culturali ed economici della primordiale civiltà digitale agli inizi del XXI secolo. Archiviare e conservare le interazioni tra utenti appartenenti a organizzazioni mafiose o a gruppi

¹ S. D'Alfonso, G. Manfredi, *L'università nella lotta alle mafie. La ricerca e la formazione*, Donzelli, Roma, pp. 49-67.

² Cfr. <https://labourlaw.unibo.it/article/view/5009>, consultato il 3 febbraio 2023.

conterminali è un'operazione che consentirà, un domani, di comprendere l'impatto della rivoluzione digitale su strutture criminali di lungo periodo³.

I social media, tuttavia, sono stati analizzati come fonte contenente un'interpretazione della realtà in quanto rappresentazione di un posizionamento interno alle logiche delle organizzazioni criminali. Questa scelta pone il rapporto oltre i limiti della cosiddetta «circolarità delle fonti». Siamo di fronte, infatti, a fonti primarie inedite che da un lato allargano il campo di studi sulle mafie con l'utilizzo di nuove competenze, dall'altro spezzano il circuito di saggi, documenti e rapporti istituzionali che si richiamano a vicenda, con riferimenti incrociati, nascondendo l'origine della fonte primaria.

Per queste ragioni il focus della ricerca è centrato sui *Social Network Sites* (SNS). In particolare, si è partiti dall'esame della divulgazione della conoscenza dei fenomeni mafiosi attraverso l'analisi delle voci presenti in Wikipedia (considerata in quanto comunità virtuale di scrittura collaborativa) su fatti e personaggi di mafia, per poi passare all'analisi e all'interpretazione dei contenuti presenti sulle piattaforme social: Youtube, Twitter, Facebook, Instagram e TikTok. Il lavoro di ricerca è stato preceduto e supportato, tuttavia, dall'estrazione di informazioni relative all'uso dei social network da parte dei mafiosi e della loro cerchia criminale⁴. Questo passaggio preliminare ha aiutato a comprendere quanto il tema in questione sia stato trattato, fino ad oggi, unicamente come un'emergenza comunicativa sollevata da alcune testate. Grazie al lavoro di alcuni reporter, specializzati nella lettura del territorio e in grado di individuare contenuti a sfondo mafioso, è possibile tracciare e mettere in evidenza l'attività di produzione e condivisione da parte di boss, affiliati o simpatizzanti.

L'utilizzo di specifici *tool* ha consentito l'estrazione di una mole enorme di dati, processati in maniera automatica, semiautomatica e manuale. L'elaborazione qualitativa ha dato luogo alla definizione di schemi reticolari che hanno permesso di ricostruire, attraverso le interazioni virtuali, le relazioni reali all'interno della comunità in cui i mafiosi e le loro

³ Cfr. <https://umanisticadigitale.unibo.it/article/view/15665>, consultato il 3 febbraio 2023.

⁴ Per approfondire si rinvia alla sezione del rapporto in cui è spiegato il metodo di ricerca e gli strumenti utilizzati per l'estrazione, l'analisi e l'interpretazione dei dati.

famiglie agiscono. La ricerca dimostra ampiamente come, dalle rappresentazioni/autorappresentazioni di affiliati e consimili, si arrivi a delineare la mappa non tanto dell'organizzazione criminale quanto dell'area di consenso generata dalla scia dei commenti. Si occupa, così, uno spazio digitale come se fosse uno spazio fisico, senza soluzione di continuità tra immaginario e realtà, definendo una comunità immaginata il cui fulcro è l'identità mafiosa dell'utente in piattaforma.

Dal broadcast al socialcast

Prima di cominciare a scrivere questa introduzione ho domandato a ChatGPT⁵: «Quale ruolo hanno le mafie nel mondo digitale?». La risposta è stata:

«Le mafie stanno cercando di espandere il loro potere e la loro influenza anche nel mondo digitale. Questo può avvenire attraverso l'utilizzo di tecnologie avanzate per commettere crimini, come la frode informatica e il traffico di informazioni sensibili. Inoltre, le mafie possono utilizzare il web per ricercare informazioni sulle vittime potenziali, monitorare le attività delle forze dell'ordine e mantenere i contatti con i membri dell'organizzazione dispersi in tutto il mondo. Il commercio di droghe e armi sul dark web è un'altra area in cui le mafie stanno cercando di espandere i loro affari. Queste transazioni avvengono in modo anonimo e sono difficili da tracciare, il che le rende attraenti per le organizzazioni criminali. Inoltre, le mafie possono utilizzare i social media per diffondere false informazioni e manipolare l'opinione pubblica, per mantenere il controllo sulle comunità locali e per intimidire le vittime e i testimoni. In generale, le mafie stanno utilizzando sempre di più le tecnologie digitali per sviluppare e consolidare il loro potere e la loro influenza, il che rende importante per le forze dell'ordine tenere il passo con queste evoluzioni e utilizzare le stesse tecnologie per contrastare la criminalità organizzata».

⁵ Un'intelligenza artificiale che interagisce in modo conversazionale <https://openai.com/blog/chatgpt/>, consultato il 2 febbraio 2023.

Incuriosito dall'argomentazione ho continuato: «I mafiosi usano i social network?». La replicata è stata:

«Esistono casi documentati di mafiosi e altri criminali che utilizzano i social network per comunicare e coordinare le proprie attività illegali, ma in generale, questi gruppi tendono ad utilizzare metodi di comunicazione più sicuri e criptati. Tuttavia, alcuni membri di organizzazioni criminali possono utilizzare i social network per scopi personali, come condividere foto e messaggi con amici e familiari. Le autorità di sicurezza pubblica monitorano costantemente l'attività online di gruppi criminali, collaborando con le società di social media per rimuovere contenuti illegali e identificare attività sospette. Le società di social media hanno anche implementato politiche per prevenire l'uso della loro piattaforma per scopi illegali, ad esempio vietando la promozione di droghe, armi e altri prodotti illegali. Inoltre, le autorità possono utilizzare le informazioni raccolte dalle attività online dei gruppi criminali per identificare membri sconosciuti dell'organizzazione e costruire casi legali contro di loro»⁶.

Il dialogo con ChatGPT cosa vuole dimostrare?

Primo: la rivoluzione digitale «è tale perché la tecnologia è divenuta un ambiente da abitare, una estensione della mente umana, un mondo che si intreccia con il mondo reale [...] capace di rideterminare la costruzione dell'identità e delle relazioni, nonché il vissuto dell'esperire»⁷. Pertanto, se il digitale è un'estensione del reale anche l'esperienza criminale è parte integrante dell'ecosistema algoritmico.

Secondo: il digitale non solo è il luogo in cui i mafiosi agiscono come qualsiasi altro utente producendo e condividendo contenuti, ma è anche un ambiente informazionale in cui il trasferimento della conoscenza può avvenire, e lo sarà sempre più, attraverso intelligenze artificiali in grado di evolvere attraverso l'autoapprendimento.

⁶ <https://chat.openai.com/chat/6cb785be-f0b5-4dd8-8ce3-32479009220c>, consultato il 3 febbraio 2023.

⁷ T. Cantelmi, *Educare nell'era digitale e tecnoliquida*, <https://bit.ly/2F3ppWD>, p.1, consultato il 19 febbraio 2023.

Dal punto di vista pratico che significa? Il racconto delle mafie, sin dalle origini, è stato opera di scrittori, giornalisti, sceneggiatori, attori, registi, politici, magistrati, poliziotti, docenti; una classe dirigente diffusa che ha assunto il compito di generare consapevolezza intorno a un'organizzazione criminale segreta. La storia di un fantasma la cui esistenza evoca una paura: la presenza di un mondo fuori dal controllo sociale; una porta di accesso all'imponderabile, dove le regole sono sovvertite; una dimensione parallela in cui l'immaginazione ha lo stesso peso della logica razionale. Accettare il fantasma significa ammettere l'esistenza di un altro mondo che vive nel riflesso del reale; un doppio che si reifica nella produzione dell'immaginario; un vissuto nascosto in piena vista; una presente assenza. I media digitali hanno destrutturato questa tradizionale forma di trasmissione del sapere: da un lato le piattaforme social stanno consentendo ai mafiosi di diventare autori di racconti autobiografici in presa diretta; dall'altro software collaborativi come i wiki e le intelligenze artificiali conversazionali stanno sottraendo agli specialisti la facoltà di mediare e dominare un sapere esoterico nell'arena pubblica. Non a caso, anche se in maniera dispregiativa, questi esperti erano definiti mafiologi. Se prima l'immaginario delle mafie era l'elaborazione intellettuale di un'élite culturale, oggi è sempre più il risultato di una duplice prospettiva: da un lato troviamo, senza differenza gerarchica, risposte automatiche, voci enciclopediche, podcast, video, blog, articoli, post e commenti di "non addetti ai lavori" che intervengono e interpretano i contenuti circolanti nella Rete; dall'altro si offre lo streaming del "sentire" mafioso nel format del *reality show*. Questi contenuti raggiungono i pubblici interconnessi sui *device* grazie alla rivoluzione dei *push media*⁸. Possiamo dire che oggi, a differenza del passato, le mafie sono parte di un «immaginario algoritmico» ovvero il modo in cui le persone immaginano e percepiscono il fenomeno nell'ambiente digitale; meglio ancora gli stati d'animo, gli affetti e le sensazioni che l'algoritmo contribuisce a generare rispetto al tema in questione⁹. Ciò significa che l'ambiente digitale è in grado di rimodellare gli spazi sociali e simbolici all'interno dei quali i mafiosi

⁸ J. D. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini, Bologna, 2002, pp. 255-261.

⁹ Cfr. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2016.1154086>, consultato il 3 febbraio 2023.

configurano le loro aspettative, le loro visioni del mondo e i loro sentimenti, rimodulando gli stereotipi che influenzano l'immaginario collettivo. In altre parole, l'immaginario digitale delle mafie è condizionato dall'esperienza agita nelle piattaforme social che, a loro volta, plasmano l'algoritmo attraverso la condivisione delle *performance*¹⁰.

L'immaginario delle mafie subdigitali

Con ogni probabilità stiamo assistendo all'emergere di un fenomeno inedito in cui rappresentazione, autorappresentazione, *performance* e condivisione di contenuti concorrono in maniera paritaria alla creazione dell'interreale mafioso in cui la continuità tra reale e virtuale trasforma il *cyberspace* in *cyberplace*. Le piattaforme social sono territori digitali in cui convergono i contatti on-line e le reti sociali off-line: i comportamenti del mafioso, dell'affiliato o del simpatizzante nel mondo reale influenzano l'identità e la rete dei contatti nel social network; allo stesso tempo i comportamenti del mafioso, dell'affiliato o del simpatizzante nel social network influenzano l'identità e la rete sociale nel mondo reale. Nel *cyberplace* i *follower* tendono a coincidere con il network criminale e con la cerchia dei fiancheggiatori, trasportando le logiche di controllo del territorio dall'ambiente fisico a quello digitale.

L'interreale è il liquido amniotico delle "mafie subdigitali" che nelle piattaforme *ugc* si organizzano intorno ai profili di boss, affiliati e simpatizzanti. Sebbene la produzione di contenuti non risponda a un'unica regia, questi utenti agiscono e reagiscono sfruttando, anche in maniera inconscia, stimoli visivi, sonori e *sharing* on-line per replicare in forma digitale, come recita l'articolo 416 bis, la forza di intimidazione del vincolo associativo e la condizione di assoggettamento esercitate nello spazio urbano. Trattandosi, in fin dei conti, di una minoranza sociale, il più delle volte queste pratiche passano inosservate alle ispezioni dei social network per due motivi: 1) la lingua utilizzata è spesso il dialetto locale corredato da tracce sonore di uguale idioma e da simboli grafici (*emoji*) apparentemente

¹⁰ Cfr. <http://siba-ese.unisalento.it/index.php/h-ermes/article/view/24135>, consultato il 3 febbraio 2023.

innocui che assumono, però, valenza gergale all'interno del contesto criminale; 2) si condividono contenuti virali, associabili a *trend* consolidati (abbigliamento, cosmetici, moda, automobili, motociclette, barche, alcolici, orologi, ricordi, punti di vista, *mush up*, *challenge* ecc.), che passano nel flusso degli aggiornamenti. Perciò i contenuti condivisi da un lato sono realizzati per partecipare all'esperienza della piattaforma, dall'altro sono un'occasione per manifestare il potere mafioso come *remediation* dell'immaginario novecentesco.

Proviamo a chiedere a ChatGPT "Qual è la rappresentazione delle mafie nei media?"

*«La rappresentazione delle mafie nei media può variare notevolmente a seconda del contesto e della fonte dei media. In alcuni casi, la Mafia e le organizzazioni criminali sono rappresentate come entità romantiche e affascinanti, mentre in altri casi sono descritte come entità violente e spietate. Nella cultura popolare, come nei film, nelle serie televisive e nei libri di narrativa, la Mafia è spesso rappresentata come un'organizzazione con un codice d'onore, con un forte senso di lealtà e di comunità, e con membri che proteggono le proprie famiglie e le proprie comunità. Questa rappresentazione può essere problematica in quanto può portare a una romantizzazione [sic] della criminalità organizzata e ad una rimozione dei suoi aspetti negativi e distruttivi. Nella stampa e nei media giornalistici, la Mafia è spesso descritta come un'organizzazione criminale violenta e spietata, che si dedica al traffico di droga, al racket, al riciclaggio di denaro sporco e ad altre attività illegali. In questo contesto, la Mafia viene rappresentata come un grave problema sociale che causa sofferenze alle comunità e alla società nel suo insieme. In generale, la rappresentazione della Mafia nei media dipende dalla fonte e dal contesto in cui viene presentata. Tuttavia, è importante che la rappresentazione dei media sia accurata e completa, riconoscendo i danni causati dalle organizzazioni criminali e la necessità di combatterle per proteggere le comunità e la società nel suo insieme».*¹¹

¹¹ <https://chat.openai.com/chat/6cb785be-f0b5-4dd8-8ce3-32479009220c>, consultato il 3 febbraio 2023.

La convergenza dei media digitali rende disponibile in unico sito entrambe le versioni, quella romantica e quella spietata, che si alternano e si integrano costruendo un immaginario interreale. Le "mafie subdigitali" sono il risultato di un mescolamento (*mush up*) continuo tra esperienze devianti reali e performance mediali. Un processo di acculturazione fondato sullo *sharing* on-line di modi di dire e di vestire, di posture del corpo da tenere, di armi da usare, di oggetti *cult* da possedere, di frasi da ricordare, di foto da condividere, di dialoghi da tramandare, di clip da visualizzare. Sono i *prosumer* dell'epica mafiosa che nelle contemporaneità digitale intreccia immaginario e reale, rovesciando la percezione del vissuto.

Se le mafie diventano trasparenti

L'utilizzo dei social network ha paradossalmente reso «trasparente», per chi è in grado di riconoscerla, la rete sociale del contesto mafioso. La trasparenza è determinata dalla immediatezza, ovvero dall'assenza di mediazione nella creazione della rappresentazione. Il *socialcasting* implica la nozione che il medium possa cancellare se stesso. L'utente vive in presa diretta lo spettacolo della mafia. In senso psicologico, l'immediatezza restituisce a chi guarda la sensazione di trovarsi di fronte a qualcosa di autentico; allo stesso tempo, chi produce la rappresentazione parte dell'esigenza di costruire un'immagine credibile dell'identità personale. Una delle modalità per rendere efficace l'immediatezza è l'*impression management*¹² che funziona seguendo la logica del verosimile: «La nostra identità digitale deve essere il più vicino possibile alla nostra vera identità»¹³.

Se l'identità mafiosa è prevalente, nel reale deve essere immediatamente riconoscibile nella condivisione dei contenuti pubblicati. È questo che conferisce alla rappresentazione autenticità, risignificando la narrazione degli *old media* nell'immaginario autoprodotta dei social network. Ulteriore paradosso è che l'autenticità viene ricercata attraverso

¹² J. Rosenberg, N. Egbert, *Online Impression Management: Personality Traits and Concerns for Secondary Goals as Predictors of Self-Presentation Tactics on Facebook*, «Journal of Computer-Mediated Communication», 17, 2011, <https://bit.ly/2sic3gH>, consultato il 2 dicembre 2018.

¹³ R. Scandellari, *Fai di te stesso un brand. Personal branding e reputazione online*, Flaccovio, Palermo, 2014, p. 32.

l'ipermediazione che, a differenza dell'immediatezza, è sinonimo di opacità: la conoscenza del contesto mafioso ci raggiunge attraverso i media. È proprio grazie a questa consapevolezza che lo spettatore, divenuto anche autore, ha imparato ad apprendere il valore della mediazione per comunicare la propria identità: la cognizione della mediazione avvicina produttore e consumatore. L'ipermediazione è l'esperienza che lo «spettatore» vive in presenza dei media e della presenza dei media, divenuti parte della realtà. Pertanto, l'autenticità del contesto mafioso è il frutto della combinazione tra immediatezza e ipermediazione.

Grazie alla trasparenza possiamo ricostruire una storia della presenza di mafiosi, affiliati e simpatizzanti nel web partecipativo. In un primo periodo (2007-2012) i social network, essenzialmente Facebook, sono stati usati in maniera ludica mescolati tra gli altri al popolo dei suggestionabili, mettendo a rischio la regola dell'omertà: in questa fase sono stati arrestati diversi latitanti che avevano poca dimestichezza con il funzionamento della geolocalizzazione. Si è disseminato, tuttavia, un primo immaginario: nascono gruppi, pagine fan e profili *fake* che da un lato amplificano le imprese dei grandi boss del passato, dall'altro esaltano la potenza delle organizzazioni criminali nel presente. Si passa, così, alla fase di consolidamento (2012-2016) in cui si radica una specifica retorica mafiosa. I giovani dei clan imparano a sfruttare il *socialcasting*. Si struttura l'«interrealtà» mafiosa: si postano messaggi testuali e frammenti audiovisivi espliciti¹⁴ provocando il corto circuito tra reale e virtuale. Chi subisce un agguato, e rimane in vita, risponde sui social pubblicando contenuti minacciosi a cui si risponde con un nuovo raid come reazione alle intimidazioni virtuali. Il vissuto criminale condiziona l'identità digitale che, a sua volta, è influenzata dalla realtà criminale. Si apre, a questo punto, la terza fase (2016-2020) dominata dalla «Google generation criminale»¹⁵, ovvero i nati tra la fine dei Novanta e i primi del Duemila, capace di sfruttare in maniera intuitiva e senza sforzo le potenzialità dei social media indicando

¹⁴ E. Ciaccio, *Camorra, il boss grida vendetta su Facebook*, 17 agosto 2012, <https://bit.ly/2As15JY>, consultato il 30 novembre 2018; S. Di Meo, *Baby-camorrista, sparò a una volante della polizia. In posa su Facebook con fucile e coltello*, 13 gennaio 2014, <https://bit.ly/2R3SG9S>, consultato il 30 novembre 2018; A. Balestra, *Camorra. Il boss torna libero in permesso premio, sfida tutti su Facebook*, 8 marzo 2015, <https://bit.ly/2QitXti>, consultato il 30 novembre 2018.

¹⁵ M. Ravveduto, *“La paranza dei bambini”*. *La Google Generation di Gomorra*, «Questione Giustizia», 14 gennaio 2017, <https://bit.ly/2shofyt>, consultato il 30 novembre 2018.

pratiche e stratagemmi ignoti alle generazioni precedenti. Così accade che i boss più anziani si rivolgano alle giovani leve per spiare i profili dei nemici da colpire o per adoperare la diretta *streaming* e comunicare con la rete degli affiliati¹⁶. L'attività di spionaggio degli avversari, come virtualizzazione del controllo del territorio, e la produzione di contenuti rappresentativi del contesto criminale sono propedeutici allo sviluppo della quarta fase, avviata a partire dal 2020 con la rapida diffusione di Tik Tok. Questa nuova realtà ha spinto i social media antecedenti ad assumere peculiari caratteristiche che consentono la convergenza intermodale. Un po' come accadde al cinema e alla radio con la nascita della Tv. Così, mentre Twitter è diventato sempre più un'agenzia stampa per lo scambio di informazioni formali che orientano l'opinione pubblica, Facebook è andato a occupare lo spazio del medium generalista al quale ci si collega per entrare nel flusso di news che influenzano la percezione del reale: un tempo avremmo detto «l'ho visto in Tv», oggi diciamo «è su Facebook»; per questo è diventato il social delle generazioni assuefatte alla "dieta mediale" della televisione. Instagram, incentrata sulla condivisione di immagini con filtri fotografici, ha preso il posto del magazine patinato. La realtà è sublimata in un immaginario *glamour*: l'estetica del consumo, con corpi perfetti, abiti alla moda, accessori di lusso, cibi squisiti ha preso il sopravvento mostrando un mondo esclusivo a cui pochi possono partecipare ma tutti possono invidiare. Tik Tok, invece, è una piattaforma convergente che assegna priorità alla creazione di contenuti, più che alla loro condivisione. Non sempre attraverso il profilo si può identificare l'utente, piuttosto sono le performance, con i contesti di riferimento, che riflettono l'identità del *creator*. La convergenza avviene con la rimodulazione del *reality show*, un genere che ha ristrutturato la narrazione televisiva, aggregando comunità di fan pronti a divinizzare gli eroi del quotidiano. La struttura del *reality* ha reso ancora più trasparente il medium. La sovrapposizione tra *follower* e rete criminale, grazie all'ipermediazione, è immediatamente visibile, sia come rappresentazione, sia in quanto autorappresentazione dell'universo mafioso.

¹⁶ D. Del Porto, *I boss: "Cerca i nomi su Facebook". Caccia ai nemici da colpire sui profili Social*, «Repubblica», 28 giugno 2016, <https://bit.ly/2BXVvPv>, consultato il 2 dicembre 2018; *Camorra, l'ex boss pentito in diretta Facebook: «Chi è contro di noi deve schiattare»*, «Corriere del Mezzogiorno», 10 ottobre 2018, <https://bit.ly/2s6V3tK>, consultato il 2 dicembre 2018.

Il medium influenza il modo in cui pensiamo e agiamo. Plasma ciò che vediamo e come lo vediamo. Col tempo l'utilizzo cambia ciò che siamo, come individui e come società. Le mafie non fanno eccezione. Le organizzazioni maggiormente influenzate sono quelle che hanno una struttura bidimensionale, senza una spiccata verticalità di ordine gerarchico. Mafie che si sono sviluppate, per motivi storici e contestuali, come network orizzontali in cui la cuspide della piramide è sostituita dal centro, verso cui confluiscono i link del network. Organizzazioni criminali in cui il comando non si ottiene per eredità, ma si guadagna occupando il nodo della rete. Queste, proprio perchè condividono la stessa natura reticolare del medium, sono quelle più condizionabili dall'interazione continuata: con il passare del tempo, adeguandosi alle regole del mezzo di comunicazione, tendono a coincidervi.

La comunità dei simili

Come si articola la rete dei follower mafiosi? Il modello ricalca quello della comunità di pratiche in cui si condividono esperienze comuni espresse da uno specifico linguaggio. Vivere l'esperienza criminale off-line è fondamentale per comprendere e integrare, vicendevolmente, i contenuti condivisi on-line. La vita del mafioso «interreale» passa attraverso l'attuazione di pratiche criminali in cui i componenti della comunità riconoscono di avere in comune un impegno (*mutual engagement*), un'impresa (*joint enterprise*) e un repertorio di risorse interpretative (*shared repertoire*); ovvero un patrimonio di credenze, aspettative e conoscenze condivise (*common ground*) continuamente aggiornato. I social network consentono di elaborare questo patrimonio con la creazione di contenuti che riflettono i valori e le esperienze di un determinato contesto criminale, ridefinendo il ruolo del mafioso nell'interreale. Per esempio, non è detto che il profilo digitale di un boss sia centrale nella rete dei follower: l'anonimato, il rischio di essere geolocalizzato, di essere taggato o fotografato possono limitarne la presenza nel territorio virtuale, avendo così una scissione tra boss reale e fantasma digitale. Capita allora che i figli, la moglie o parenti prossimi incensurati e con maggiore dimestichezza del mezzo, occupino il centro della rete

assumendo la funzione di hub verso cui indirizzare commenti in attesa di consensi e dissensi. Il clan familiare organizza la sua cerchia come una comunità di simili che scambiano contenuti di solidarietà, affetto e rispetto in un gergo rafforzato da immagini e segni grafici (gif, meme, hashtag, emoji). Tuttavia, alla comunità dei simili corrisponde il suo opposto, quella dei differenti, gli avversari con cui si interagisce solo tramite avvertimenti minacciosi¹⁷. Si alimenta, così, la polarizzazione tra “un noi e un loro”, riflesso digitale del conflitto nello spazio fisico per il controllo del territorio. La violenza reale genera comunità digitali omogenee che difendono il *cyberplace* con «camere dell'eco»: il conflitto giustifica la propria visione del mondo con convinzioni morali che nascondono le reali motivazioni economiche, commerciali e di potere.

I “social clan” attuano il «simile cerca il simile», autorafforzando la somiglianza, per indurre i simpatizzanti a schierarsi contro i nemici, sempre più estranei e distanti. Si comportano come le tifoserie di due squadre di calcio della stessa città. Il derby si gioca sul territorio e nella piattaforma adottando un'estetica dell'appartenenza: si pubblicano contenuti utili e rimarcare la distanza dall'avversario. Se appartieni al mio clan e alla mia cerchia usi solo certe marche o bevi solo un determinato champagne, insomma condividi gli stessi gusti dimostrando la tua identità di parte. Insomma, i social media rendono trasparenti anche le pratiche di affiliazione. Non ci sono santini da bruciare ma foto, video ed emozioni da condividere per farsi riconoscere come “giocatore” della stessa squadra.

La comunicazione digitale facilita il contatto con il simile, eliminando i vincoli spaziali, non inibendo ma anzi sostenendo la formazione di comunità chiuse, favorendo la «balcanizzazione» della mentalità mafiosa disintermediata.

Nel chiuso delle «camere dell'eco», i mafiosi comunicano per riaffermare costantemente gli obiettivi dell'organizzazione. Un ecosistema digitale che valorizza e fortifica l'appartenenza in contrapposizione agli avversari e alla società civile. Nel circuito dei messaggi scambiati, la cerchia del clan innesca un *loop* di autoconvincimento in cui ci si persuade di essere più forti dei nemici, di sfuggire alla repressione della legge e di vivere

¹⁷ <http://bit.ly/3XYBKzb>, consultato il 2° febbraio 2023.

una vita avventurosa. La verità è sottoposta alla forza dell'identità, delle visioni del mondo e del legame alla propria fazione. I social network hanno reso trasparente il processo di formazione della post-verità ideologica che connota l'interreale mafioso: affiliati e simpatizzanti seguono la verità del clan e rifiutano quella di chi vive fuori dalla logica integrale della violenza. Una ideologia che deve essere esibita. I video delle stese, con la colonna sonora trap, ci ricordano che la generazione Z delle mafie mette in scena la violenza come atto di comunicazione: la propaganda ricorda i modi e gli atteggiamenti delle organizzazioni terroristiche i cui attentanti hanno lo scopo di generare uno stato di insicurezza collettiva. Per strada e sui profili social, le nuove leve esibiscono aggressività per incutere timore, senza avere paura delle conseguenze delle proprie azioni, giocando con la vita e la morte come in un videogioco.

Si sentono eroi in un mondo alla rovescia ma non si accorgono che, nella comunità interreale, influenzati tanto dalle regole dell'organizzazione criminale quanto dalle pratiche del medium, si comportano come un gregge: la costante situazione di incertezza personale (il rischio del carcere, la possibilità di essere uccisi) li porta ad adeguarsi al comportamento prevalente: imitando gli altri è più facile essere accettati dal gruppo, in modo da diventare, a loro volta, un modello per chi viene dopo. Un destino incerto alla ricerca di un equilibrio tra due sistemi di regole diversi: uno che ti induce a far valere l'indole criminale, l'altro che ti spinge a creare contenuti di intrattenimento. Il compreso, il più delle volte, è la violenza come forma di spettacolo per attirare l'attenzione del pubblico.

Gesti e comportamenti si ripetono a cascata come una sorta di ecoprassia collettiva, incapaci di reprimere l'impulso a imitare: gli stessi abiti, le stesse auto, le stesse acconciature, gli stessi accessori e, ovviamente, le stesse emoji, gli stessi meme, le stesse gif, gli stessi hashtag. E ancora la creazione di contenuti fotocopia: il denaro contante, le corse in moto, la guida spericolata, le commemorazioni dei defunti, le scarcerazioni, gli arresti domiciliari, i video colloqui in carcere, la t-shirt con le sigle dei clan, i tatuaggi di Joker, le imitazioni di boss famosi e così via. Nella comunità dei simili ognuno osserva l'altro e desidera ciò che l'altro vuole; un gioco di specchi infiniti alimentato dal desiderio

mimetico: i giovani notano il lusso dei narcotrafficienti e introiettano quell'orizzonte pubblicando contenuti che trasformano l'immaginario in aspettative.

Ed è proprio questo desiderio mimetico che scatena la violenza tra simili: la storia dei conflitti mafiosi è attraversata da invidie e gelosie sgorgate dalla brama di avere ciò che l'altro desidera. Questo è uno dei motivi per i quali i beni lusso sono diventati così importanti nel racconto delle mafie. Il desiderio mimetico non ha fine. L'ossessione dell'esibizione sfarzosa unifica nel digitale i contesti locali in un racconto in cui i mafiosi sono lo stereotipo di sé stessi. Ancora una volta la trasparenza del medium ci aiuta a comprendere quanto i conflitti tra clan siano determinati dall'affinità contagiosa delle proprie aspirazioni: tutti vogliono la stessa cosa e quindi ognuno entra in competizione con l'altro. La battaglia si combatte nel contesto urbano e in quello digitale: da una parte si controllano le piazze di spaccio, dall'altro si crea l'immaginario imitativo della profezia che si auto-avvera.

Gli influencer delle mafie

La scelta di quali contenuti condividere attiene quindi alla promozione della propria individualità (*personal branding*) per sfuggire al contagio imitativo del gregge. Questa strategia consente ai rampolli delle famiglie mafiose di emergere: grazie alle risorse a disposizione possono differenziarsi dagli altri creando contenuti memorabili in cui la ricchezza è la metafora della sopraffazione. Il *personal branding* è la comunicazione delle proprie competenze: lusso e violenza esibiti impunemente. Sono gli ambasciatori della mentalità mafiosa e riaffermano la reputazione del clan esaltando la figura del genitore e di familiari in galera o deceduti. Il marketing dei rampolli unisce la cerchia reale del clan con la comunità digitale dei simili: aggregare on-line le persone che conosco dal vivo aumenta la possibilità di promuovere l'identità e la fama criminale senza preoccupazione di malintesi. Spesso i rampolli si lamentano di essere copiati – nello stile, nel tipo di foto pubblicate o nel genere di musica condivisa – dagli altri membri della comunità. Si tratta il più delle volte di un vezzo narcisista che segnala, dietro la lamentela, la prova di una certa

popolarità: chi mi copia, mi apprezza e mi desidera; o meglio desidera ciò che mostro nei contenuti. Tramite questo rispecchiamento il rampollo attiva un'economia affettiva che stimola la componente emozionale. L'esibizione di beni di lusso e dello stile di vita sfarzoso trasforma il clan in una *brand community*, mentre l'affiliato o il simpatizzante si comporta come un consumatore fidelizzato. I rampolli sembrano scimmiettare gli *influencer* che promuovono abiti e accessori firmati. In realtà, il flusso comunicativo è invertito: il *brand* promosso non è l'abbigliamento indossato ma l'identità mafiosa. Quando indossano capi d'abbigliamento costosi vogliono dimostrare il successo personale attraverso l'esibizione di indumenti esclusivi: chi non li indossa è fuori dal loro mondo. In realtà è il *brand* commerciale a simboleggiare l'appartenenza al *brand* criminale. Si sfoggia la marca per sottolineare l'adesione a un'organizzazione d'*élite* a cui possono aderire in pochi. La condivisione di emozioni e valori mobilitati dall'identificazione nel *brand* è intrisa di narcisismo, esaltata dalla pratica del selfie. Mostrano i loro volti e i loro corpi in atteggiamento *glamour* adoperando un linguaggio di «frasi fatte» copiate in giro dal web e risemantizzate dall'accoppiamento di immagini e parole.

L'autorappresentazione dell'ambiente digitale vuole mostrare una superiorità morale: il mafioso non è un delinquente comune. Quando condivide le performance applica una sorta di legge suntuaria che impone alla "corporazione criminale" un determinato abbigliamento per marcare la differenza con la delinquenza comune. La mafia si presenta come un'azienda la cui reputazione può essere definita dalla rappresentazione dei suoi dipendenti. Una multinazionale, con decine di sedi locali, il cui riconoscimento pubblico è il risultato di due diversi elementi: la fiducia e il coinvolgimento emotivo. Tra questi, la fiducia è sicuramente il più importante, in quanto tende a rimanere abbastanza stabile nel tempo e costituisce la base per costruire relazioni di lungo periodo.

I rampolli, come pubblicitari navigati, usano il lusso per veicolare in pubblico il potere di persuasione delle mafie. La logica è quella dell'espansione del *brand* che si misura attraverso l'impatto emozionale. Ovviamente l'espansione è tale solo se è crossmediale. Il messaggio valica la comunità di partenza e raggiunge altri pubblici che entrano in contatto con il "marchio" attraverso la creazione di contenuti di intrattenimento. La mafia viene

raccontata come un *lovemark* che guadagna "l'amore" e il "rispetto" dei "fidelizzati". La cerchia si comporta come una comunità di *fan* che promuovono il marchio come guardiani morali per difenderlo dagli attacchi dei non "fidelizzati". Gli *influencer* dei clan realizzano veri e propri piccoli spot pubblicitari della mentalità mafiosa attivando il "capitale emozionale" dei simili. Questo ruolo da *influencer* conferisce ai rampolli da un lato la celebrità "intracomunitaria", dall'altro li rende *broker* extra comunitari: sono il nodo strategico verso cui convergono e da cui si diramano le relazioni digitali. Sono *opinion leader* locali che non vantano alcuna competenza particolare ma, grazie al ruolo della famiglia/clan, hanno tesaurizzato il loro capitale sociale coltivando rapporti con tutti, conservandoli nel corso del tempo. A differenza della maggior parte della comunità dei simili hanno avuto occasione di viaggiare pur rimanendo strettamente radicati nella vita della collettività a cui partecipano off-line e on-line. Sono gli agenti che metabolizzano la globalizzazione della narcoeconomia nell'idioletto permeato dai valori e dai pregiudizi della comunità mafiosa, un linguaggio vernacolare e simbolico che impone le stimmate del potere attraverso l'estetica del lusso.

Guardando all'insieme dei profili dei rampolli possiamo notare come il loro attivismo rientri in almeno quattro delle otto categorie professionali *web oriented*:¹⁸

- 1) *Community Manager*: chi coinvolge e fidelizza gli utenti in social community. Il suo compito è attrarre gli utenti, coinvolgerli e renderli partecipi, gestire le critiche trasformandole in opportunità per il brand;
- 2) *All-Line Advertiser*: chi è in grado di ideare strategie di marketing e di promozione di beni e servizi all-line (online e offline); ovvero la capacità di intercettare l'utenza fisicamente utilizzando la rete dei *mobile device*;
- 3) *Digital PR*: chi sa attivare network di relazioni e sviluppare i giusti contatti;
- 4) *E-reputation Manager*: chi sa gestire i fenomeni di *brand reputation*, ovvero monitorare la *publicity* per le aziende per aumentare nella percezione pubblica il valore dell'azienda.

¹⁸Cfr. <https://umanisticadigitale.unibo.it/article/view/15665>, cit.

Tatuaggi, emoji e fratellanza

L'esposizione dei tatuaggi, nel passaggio dal reale al virtuale, funziona come messaggio brandizzante. Se nel quotidiano la pelle disegnata è visibile solo ad amici e conoscenti, su social diventa un'attestazione di *status*, un marchio inciso sulla pelle. Così come si mostra il *brand* stampato sulla maglietta, allo stesso modo si ostentano simboli, figure e parole che caratterizzano la loro affiliazione.

Centrale, nell'immaginario della comunità interreale, è anche la reinterpretazione dell'immaginario degli *old media*. Nei contenuti condivisi si alternano boss realmente esistiti e doppioni mediali. Appaiono anche immagini allegoriche: il leone, il fuoco, le catene e personaggi di pura fantasia. I contenuti più espliciti sono condivisi con profili *fake* in cui si compone un immaginario frammentato ma organico: prendono dalla rete immagini di natura diversa e le rimontano raccontando una Globalizzazione in cui mafie e terrorismo si confondono.

Nel linguaggio gergale dell'interreale hanno un posto di rilievo l'*emoji*. L'icona, unita al testo, dà un'intonazione tipica del parlato, una qualificazione concettuale che rafforza l'empatia della relazione. Ogni figura ha un significato diverso in base al destinatario del post. Si possono adoperare gli stessi simboli ma il senso del messaggio cambia a seconda dell'interlocutore. Inoltre, la frequenza d'uso di alcuni simboli è una risemantizzazione digitale del gergo mafioso: le *emoji* raffiguranti le armi appartengono all'iconografia dei videogiochi; i riferimenti alla fratellanza vengono dalla sfera dell'*hip hop*; altre ancora derivano dalla tradizione popolare o dalla simbologia cattolica.

Icone e testo danno tono al messaggio che, il più delle volte, è banale, stereotipato e frutto del contagio imitativo. Un *mush up* che attribuisce alla sequenza simbolica il carattere di comunicazione per la comunità dei simili. Le icone da tastiera acquistano, quindi, una funzione polisemica che racconta sia la mentalità individuale, sia quella del gruppo. La digitazione ibrida di parole e segni è un'innovazione della «Google generation» che sfrutta le *emoji*, partendo dal tradizionale gergo criminale, per tracciare i confini dell'etica mafiosa interreale. Del resto, il linguaggio non verbale è sempre stato centrale nella sfera

comunicativa delle mafie. Anzi, in questo caso, si rinnova grazie alla simultaneità, all'efficacia e alla esemplificazione di icone che trasmettono sensazioni difficili da esprimere con le parole. Le *emoji* sono lo snodo di un sistema di comunicazione bidirezionale: "parlano" all'interno del gruppo di simili (intra-comunicativo) e inviano messaggi minacciosi al mondo esterno (extra-comunicativo). In tal senso svolgono una funzione di mediazione tra la mentalità mafiosa e la cultura locale e nazionale.

Molti contenuti, inoltre, hanno come tema di fondo la fratellanza tra gruppi ristretti di affiliati che si manifesta con gesti di affetto plateale e *stories* esclusive: la pubblicazione del bacio in bocca "tra fratelli" è il segno distintivo di una compagine criminale interreale. La «Google generation» delle mafie sente l'urgenza di ostentare la vita dannata alla maniera delle gang americane: la violenza di strada, il conflitto tra bande, lo spaccio di droga, l'orgoglio della fratellanza, la morte prematura e persino la mania dell'hip hop. Non a caso sui loro profili sta diminuendo lo *sharing* di canzoni neomelodiche a favore del rap e della trap.

Tre riflessioni conclusive

La prima. L'analisi dei contenuti e dei network conferma l'assenza di una regia che controlla e decide i contenuti pubblicabili. È sempre il singolo utente ad agire. Non esiste, come invece accade in Messico con il cartello di Jalisco Nueva Generación¹⁹, un'attività centralizzata di propaganda tesa a rafforzare l'immagine pubblica dell'organizzazione criminale. Anche quando si genera una faida, i soggetti coinvolti agiscono singolarmente, sebbene in maniera congiunta e coordinata. La logica è quella dello *shit storm*. Non è il clan che organizza l'attacco virtuale ma è la cerchia che si mobilita intorno al leader moltiplicando la "potenza di fuoco".

La seconda. Le organizzazioni mafiose più trasparenti sono quelle che raggiungono un elevato grado di ipermediazione. Si mostrano al pubblico interconnesso come

¹⁹ <http://bit.ly/3IKluDr>, consultato il 3 febbraio 2023.

conseguenza di una specifica "cultura di strada" che si è formata nel continuum di frequentazioni tra ambienti delinquenziali sciolti e gang avvezze al sopruso dell'avversario. Per questo mondo la segretezza del contesto mafioso non è mai stata un valore: il comando si esercita imponendo la violenza in pubblico come disciplinatrice dei rapporti gerarchici che si strutturano attraverso una funzione estetica del potere, allo scopo di dimostrare visibilmente la propria superiorità. La piattaforma che maggiormente si presta a questi scopi è risultata essere Tik Tok. La mission del medium ben si adatta alla necessità di manifestare il potere in forma spettacolare al fine di confermare il ruolo di élite criminale in grado di controllare, agire e disciplinare la violenza anche nell'ambiente digitale.

La terza. Le mafie confermano di essere un organismo adattivo che si adegua agli ambienti e alle condizioni storiche. Tuttavia, nelle piattaforme, l'adattamento assume le caratteristiche di un *update*. Immaginate che le mafie siano il testo scritto di un foglio word. Ogni volta che è necessario si aggiunge una nuova parte oppure si corregge il testo già scritto e si salva aggiornando il file. Il digitale, con le sue pratiche, rende visibile e comprensibile il principio fondante di una struttura opaca di lungo periodo. Le mafie si muovono secondo una logica di costante aggiornamento al presente che si può definire *updatism*. Come i nostri device, si aggiornano incorporando i cambiamenti di contesto; si potrebbe dire che la tensione all'aggiornamento sia un terreno comune d'incontro tra mafie e piattaforme *ugc*. Entrambe sono scandite dall'esperienza del *real time*. Sono sempre attuali, conformandosi alle necessità del momento. Del resto, la tensione all'aggiornamento è un fattore tipico delle istituzioni ordinamentali di cui le mafie fanno parte, secondo la nota teoria di Santi Romano²⁰. Le mafie si dispiegano nel lungo periodo assumendo lo status permanente di contemporaneità²¹.

²⁰ G. Fiandaca, *La mafia come ordinamento giuridico. Utilità e limiti di un paradigma*, «Il Foro Italiano», v. 118, n. 2, febbraio 1995, pp. 21-22 e 27-28.

²¹ bit.ly/3XNvsCt, consultato il 3 febbraio 2023.

Le mafie nell'era digitale

«Lo storico di domani o sarà un programmatore o non sarà»²².

Emmanuel Leroy Ladurie

Che cos'è l'immaginario? La similitudine più calzante per descriverlo è l'energia: non si crea né si distrugge, ma si trasforma continuamente. L'immaginario, come la parola suggerisce, è la percezione mentale connessa alle esperienze personali di un determinato fenomeno, che avviene attraverso i media. Tale processo è all'origine della formazione dei significati e delle risemantizzazioni delle parole e della realtà intera. Per fare qualche esempio, l'immaginario legato alla mafia, alla malavita e alle azioni di contrasto a queste ultime, è costituito da elementi eterogenei: la famosa foto di Falcone e Borsellino di Tony Gentile scattata il 27 marzo 1992 ha rappresentato, e rappresenta, un'icona della lotta alla criminalità organizzata; altrettanto si può dire per la saga de *Il padrino*, cui si ispirano, soprattutto all'estero, locali del *made in Italy* e contenuti dei social network; lo stesso vale per le canzoni di Niko Pandetta, trapper che nei suoi brani richiama lo stile di vita e i valori della criminalità organizzata. Nessuno può sottrarsi al flusso persistente e pervasivo di immagini, suoni e parole che ogni giorno introiettiamo, anche passivamente. L'approdo al digitale si presenta come amplificazione del fenomeno: difatti, tale spazio si configura, da una parte, come lo specchio, dall'altra, come il motore dell'immaginario. Protagoniste di questa amplificazione sono le *millennial* e la generation z, che usano senza sforzo le varie risorse messe a disposizione dalla rete.

Il rapporto è un focus mirato sull'immaginario digitale delle mafie. Lo studio offre un'efficace base di dati di partenza che ha permesso di monitorare le pratiche e gli 'spostamenti' delle associazioni criminali nell'uso delle piattaforme virtuali. Va sottolineato

²² «L'historien de demain sera programmeur ou il ne sera plus», *Le Territoire de l'historien*, Gallimard, Paris, t. I, 1973

come la prassi di tali forme di presenza, nonché la produzione di significati orientati al sostegno e alla vicinanza a individui, non si sostanziano in riferimenti espliciti: si ricorre, frequentemente, a un codice non verbale, fondato, per esempio, sullo scambio di segni grafici e di immagini dotati di pregnanza simbolica in grado di esibire stili di vita emulativi, quali l'ostentazione della ricchezza e dello sfarzo al limite del kitsch e canzoni a sfondo criminale legate al contesto di appartenenza.

Per comprendere i processi analizzati, ma anche quelli emersi dallo studio, è utile inserire la nozione di mafie *subdigitali*: organizzazioni malavitose che agiscono e proliferano nell'ambiente digitale, facendo leva, in maniera indiretta, su stimoli visivi, sonori e comportamentali familiari a chi usa i social. Simili impulsi, nella maggior parte dei casi, sono troppo deboli per essere avvertiti a livello conscio, ma sono sufficienti a influenzare e condizionare la mentalità di alcuni individui. Si esalta, in questo modo, il ruolo dei media come veicoli, amplificatori e diffusori dei messaggi in codice. Così, crescendo il numero di followers, aumentano i potenziali emulatori e si diventa virali e "famosi". È la dimensione dell'*interreale* in cui virtuale e reale si influenzano a vicenda.

Metodologie e contenuti del Rapporto sono l'esito di un approccio di studio in cui le *Digital Humanities* si coniugano con la storia del tempo presente e le pratiche della *Public History*. L'estrazione dei dati rilevanti è stata effettuata con un triplice approccio: sono stati estratti manualmente 55 tra profili pagine e gruppi Facebook, 34 profili Instagram e 30 pagine Wikipedia, il metodo misto è stato applicato a 286 articoli di giornali, infine automaticamente sono stati estratti 90 GB (11mila e 500 video di TikTok), 2 milioni e mezzo di tweet e 20mila commenti ai video YouTube.

L'analisi di Wikipedia

L'enciclopedia più usata è Wikipedia: la possibilità di accedere alla rete, la sua semplicità di consultazione e la necessità di avere le informazioni nel minor tempo possibile la

rendono lo strumento privilegiato²³. Spesso si ricorre ad essa anche solo per avere un quadro d'insieme su specifica questione o per dirimere un dubbio: il primo *input* è sempre quello di *googlare* il termine che vogliamo chiarire e successivamente aprire la relativa pagina Wikipedia. L'enciclopedia è tra i siti meglio ottimizzati, cosa che ne facilita la fruizione per gli utenti che si fermano alla prima SERP (Search engine result page) nel percorso di ricerca di informazioni²⁴. Se, dunque, non si contano i primissimi risultati, la *Serp heat map* di *informational queries* inerenti ad argomenti storici e culturali è monopolizzata da Wikipedia. Qui di seguito due esempi, relativi a un per un boss e ad una vittima di mafia:

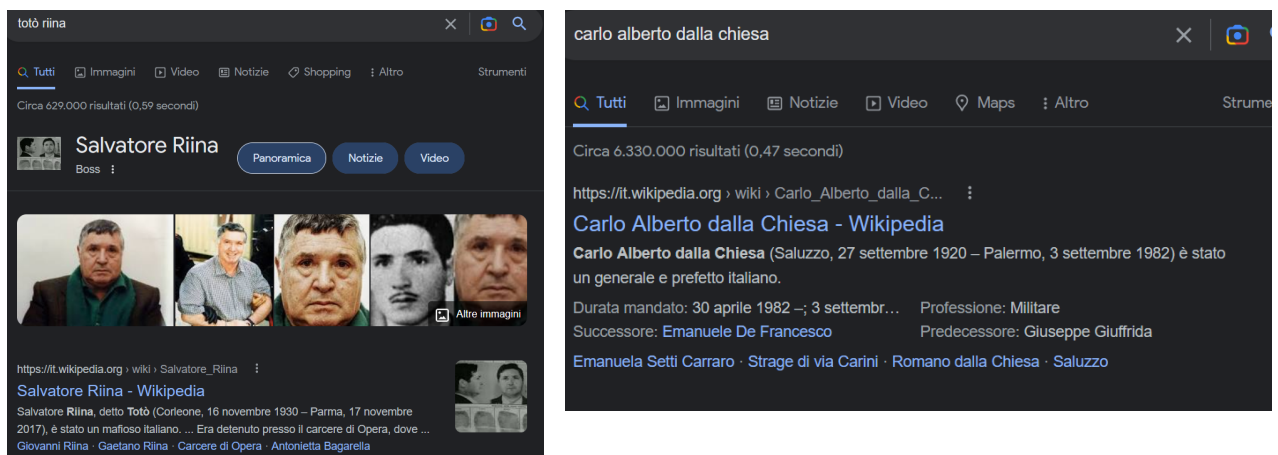


Fig. 1. Visualizzazione della posizione delle pagine Wikipedia all'interno della SERP [ultimo accesso 21/2/2023].

²³ Cfr. Gotor, Miguel "L'Isola Wikipedia. Una fonte elettronica" in Luzzatto, Sergio (ed.) *Prima lezione di metodo storico*, Laterza, Roma-Bari, 2010, pp. 183-202; Baldo, Tommaso. "Riflessioni sulla narrazione storica nelle voci di Wikipedia" *Diacronie XXIX* (2017/1) http://www.studistorici.com/2017/03/29/baldo_numero_29/; Baricco, Alessandro. *The game*, Einaudi, Torino, 2018; Pizzirusso, Igor. "Wikipedia: uno spazio per la Public History?" in Bertella Farnetti, Paolo e Dau Novelli, Cecilia (edd.) *La storia liberata*, Mimesis edizioni, Milano-Udine, 2020, pp. 197-216.

²⁴ Wikipedia, voce *SERP* https://it.wikipedia.org/wiki/Pagina_dei_risultati_del_motore_di_ricerca [ultimo accesso 21/2/2023]

La fig. 2 illustra concretamente la natura di una *serp heat map*: i colori più accesi indicano la maggiore attenzione e azione dell'utente.

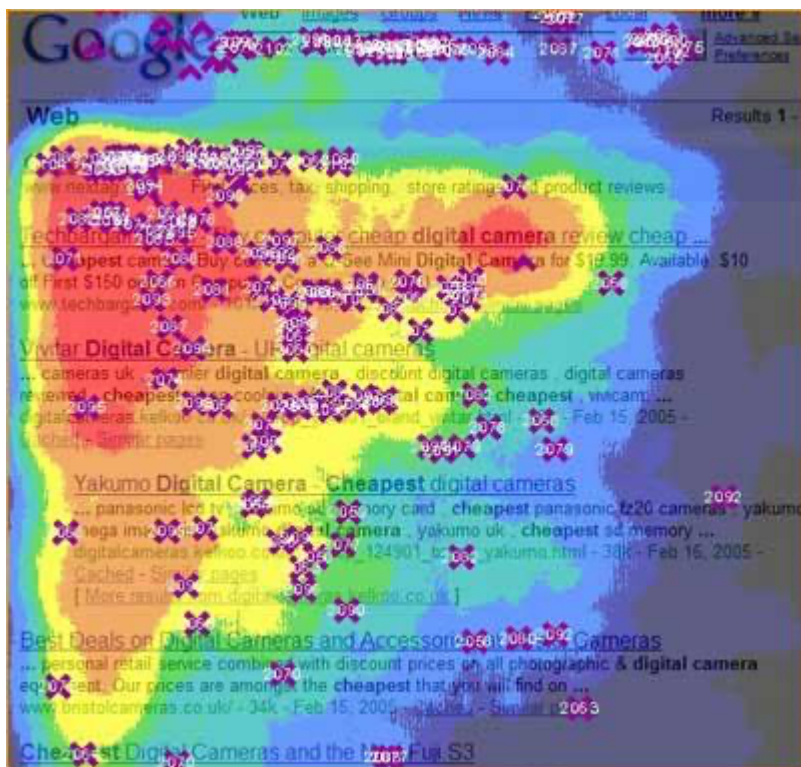


Fig. 2: cos'è una *Serp heat map*.

Il web 2.0 ha dato la possibilità agli utenti di essere allo stesso tempo *producer* e *consumer*, cioè "*prosumer*"²⁵. A creare e scrivere le pagine di Wikipedia sono gli utenti grazie al modello *wiki*²⁶. In questo modo, chi partecipa della scrittura di Wikipedia, può plasmare il senso comune, maneggiando fonti secondarie. Inoltre, non conta l'identità dell'autore: si possono apportare modifiche diventando utenti editori oppure si può solo visualizzare e rimanere utente lettore. Sono cinque i pilastri cui è richiesto di attenersi²⁷:

²⁵ Toffler, Alvin, *The Third Wave*, Morrow, New York, 1980, p.27.

²⁶ Paci, Deborah. "Conoscere è partecipare: digital public history, wiki e citizen humanities" *Umanistica Digitale X* (2021) DOI: <http://doi.org/10.6092/issn.2532-8816/12555>

²⁷ Manera, Enrico. "Wikipedia come storia pubblica. Com'è e come potrebbe essere" *Novecento.org* 22/03/2018 <https://www.novecento.org/uso-pubblico-della-storia/wikipedia-come-storia-pubblica-come-e-come-potrebbe-essere->

- verificabilità: ogni informazione deve essere già presente in una fonte edita;
- neutralità: Wikipedia rimane imparziale, riportando ogni versione o teoria relativa a un argomento in base alla sua validità scientifica e alla validità delle fonti a suo sostegno;
- libertà: chiunque, rispettando le regole, può inserire o cambiare una voce;
- codice di condotta: Wikipedia ha un codice di condotta che va rispettato per evitare battaglie interpretative;
- non ci sono altre regole oltre a quelle elencate.

La presenza di amministratori dovrebbe garantire una mediazione pacifica in grado di appianare le discussioni. Su argomenti particolarmente sensibili, possono scatenarsi delle vere e proprie *edit wars*, lo specchio dei diversi punti di vista presenti nell'opinione pubblica. Wikipedia, dunque, è un luogo privilegiato per osservare il fluttuare dell'opinione pubblica e quali sono i temi "caldi", proprio perché più volte pubblicati e discussi.

Tali premesse sono necessarie per comprendere il percorso di analisi effettuato. Un primo step di analisi è stato quello di utilizzare una pagina web del 2007 contenente una cronologia (1893-2007) costituita dagli episodi criminali legati agli ambienti mafiosi considerati più rilevanti, stilata dalla Commissione Parlamentare Antimafia. Si è verificato il grado di aderenza di Wikipedia alla suddetta cronologia: cioè se gli eventi e i personaggi protagonisti del documento fossero anche in Wikipedia. I riferimenti nella cronologia sono 310, su Wikipedia sono riscontrabili 207, con una percentuale di 66,7%. Successivamente, sono state individuate quattro categorie in cui suddividere gli argomenti prevalenti:

- boss, affiliati e collaboratori di giustizia;
- organizzazioni, clan e famiglie mafiose;
- stragi e vittime;
- personaggi coinvolti in attività mafiose o presunti tali.

[3082/#_ftn1](#) [ultimo accesso 4/1/2023]; Pizzirusso, Igor. "Wikipedia: uno spazio per la Public History?" in Bertella Farnetti, Paolo e Dau Novelli, Cecilia (edd.) *La storia liberata*, Mimesis edizioni, Milano-Udine, 2020, pp. 203-204; Wikipedia, voce *Wikipedia Cinque Pilastr* https://it.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Cinque_pilastr [ultimo accesso 21/2/2023]

Per la prima, la corrispondenza è del 57,6%, per la seconda 82%, per la terza 81%, per la quarta del 50%.

Gli aspetti considerati indicatori d'interesse all'interno delle voci Wikipedia, e quindi particolarmente interessanti, sono: la lunghezza e l'articolazione della pagina; la presenza della sezione *Discussione* o del paragrafo dedicato all'influenza del personaggio, o evento, nella cultura di massa; l'azione degli utenti, sia lettori sia editori in termini di visualizzazioni e interventi diretti²⁸; l'estensione di *Note* e *Bibliografia*. È interessante notare che in queste due sezioni la stampa è la fonte dominante sia per la categoria boss, affiliati e collaboratori di giustizia (a sinistra) sia per quella stragi e vittime di mafia (a destra):

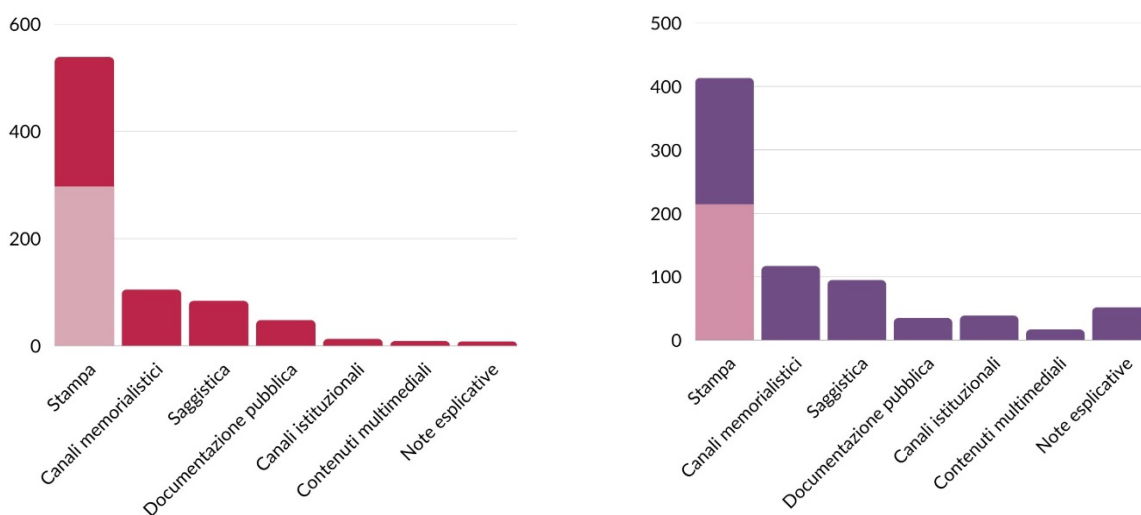


Fig. 3: fonti delle voci Wikipedia prese in esame – il colore rosa nelle prime colonne indica la presenza di articoli del giornale *la Repubblica*

Prendendo come metro di paragone l'indice del progetto *Vivi – Nomi da non dimenticare*, realizzato dall'associazione Libera²⁹, risulta nettamente più bassa, invece, la corrispondenza tra l'elenco di vittime innocenti del portale e quelle presenti in Wikipedia: circa il 19%.

²⁸ Strumento usato: [https://pageviews.wmcloud.org/?project=it.wikipedia.org&platform=all-access&agent=user&redirects=0&start=2021-01&end=2021-11&pages=.](https://pageviews.wmcloud.org/?project=it.wikipedia.org&platform=all-access&agent=user&redirects=0&start=2021-01&end=2021-11&pages=;) [ultimo accesso 21/2/2023]

²⁹ <https://vivi.libera.it/>, consultato il 3 febbraio 2023

Per dare l'idea di quali siano le voci maggiormente oggetto di revisioni, le voci con più revisioni, nel 2022 rispetto al 2021, sono quelle di Michele Greco, Piersanti Mattarella e Salvatore Contorno, mentre diminuiscono quelle relative a Giovanni Brusca, Salvatore Riina e Benedetto Santapaola (si rimanda al database *Mistificazioni* presente nel Rapporto per alcune particolari correzioni che esaltano la biografia dei mafiosi).

Le pagine più elaborate si confermano essere specchio e motore del senso comune. Infatti, le modifiche riguardano i criminali più noti e delle vittime più ricorrenti nella memoria pubblica e avvengono soprattutto in corrispondenza degli anniversari. Quando si è di fronte a modifiche frequenti, si può affermare che vi è ancora un interesse vivo per un determinato evento o personaggio, se le visualizzazioni sono negli anni costantemente alte ma con un numero basso di interventi, si può pensare ad una narrazione condivisa e pacifica.

La stampa online

Il primo passo nella direzione della comprensione del fenomeno è stata la ricerca di articoli inerenti alla tematica oggetto della ricerca. Il metodo applicato è stato misto: dapprima, si è attuata una ricerca organica e successivamente sono stati attivati Google Alert e Talkwalker Alert, impostati con parole chiave combinate: tipo di mafia + social. Il totale degli articoli captati ammonta a 286 articoli: 46 sono quelli trovati prima dell'attivazione degli alert; 240 quelli indicati dai tool. Appare chiaramente la tendenza al maggior utilizzo di TikTok e Facebook:

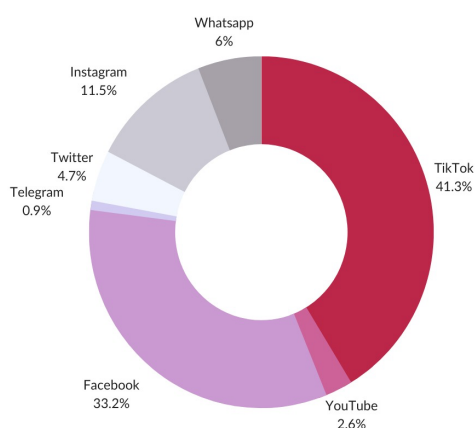


Fig. 4: social network più frequenti negli articoli

Sono, inoltre, tre le testate che si occupano maggiormente dell'azione delle mafie all'interno delle reti virtuali, *FanPage*, *la Repubblica* e *Il Mattino*, mentre, per quanto riguarda gli autori, spiccano i giornalisti Nico Falco, Luciana Esposito e Dario Sautto:

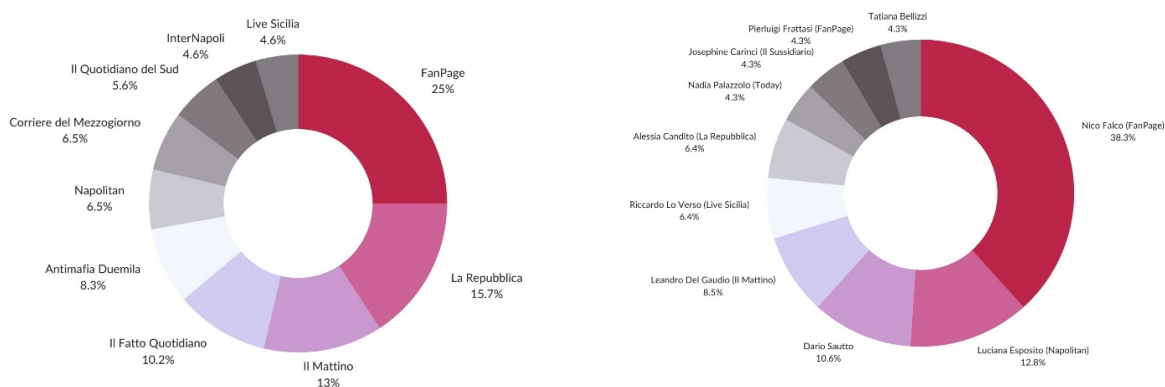


Fig. 5: giornali e giornalisti che maggiormente si occupano di tematiche del genere

I temi affrontati sono vari ed eterogenei. La presenza della voce trapper e neomelodici in seconda posizione ci aiuta a comprendere la centralità della performance nella promozione di contenuti a sfondo mafioso.

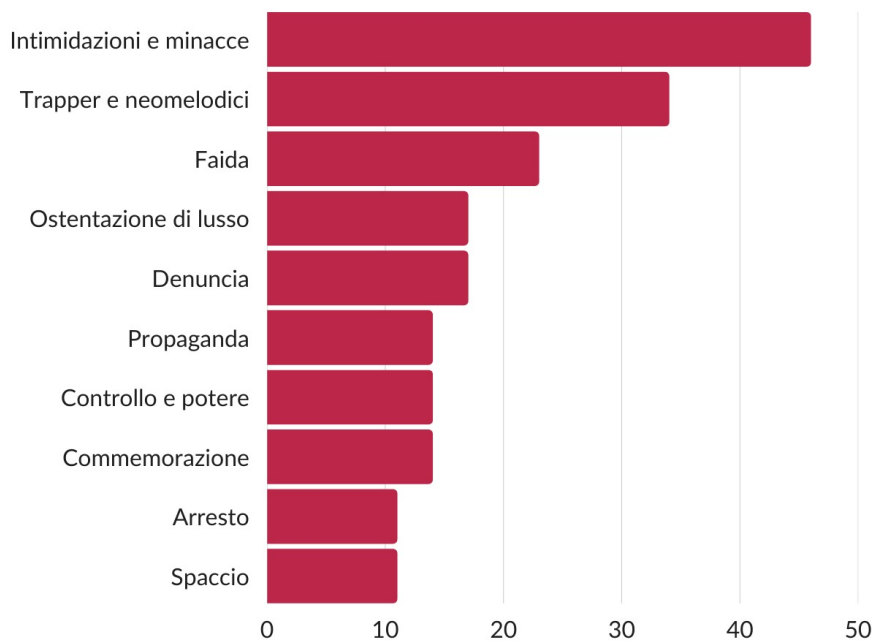


Fig. 6: temi più ricorrenti

Quanto alle città e ai quartieri, proponiamo di seguito un elenco dei più ricorrenti, che sembra indicare il primato online della camorra:

Città	Count
Napoli	33
Milano	17
Torre Annunziata	16
Corleone	10
Reggio Calabria	9

Quartiere / Rione	Count
Ponticelli	29
Pianura	20
Rione Poverelli	7
Rione Traiano	6
Secondigliano	4

Fig. 7: città e quartieri più presenti

L'analisi dei Social Network

I social network sono il grande palcoscenico mediatico degli ultimi quindici anni: permettono l'interazione immediata attraverso post, reazioni, commenti, storie, dirette live e messaggi privati istantanei, e, quanto all'oggetto della ricerca, restituiscono un'immagine molto aderente sia di ciò che l'opinione pubblica pensa del fenomeno mafioso sia di ciò che viene condiviso da parte di affiliati e simpatizzanti. La proliferazione di piattaforme ugc ha comportato la progressiva specializzazione dei diversi media. YouTube è veicolo di programmi tv e video musicali, Facebook di produzione di contenuti individuali e di gruppi privati, Twitter prevalentemente di comunicazioni ufficiali e istituzionali, Instagram è stato l'incubatore di *influencer* e *content creator* e oggi è una piattaforma *glamour* in cui si ostenta benessere e si pubblicizzano beni di consumo. Quanto al più recente TikTok, si presenta ormai come un centro nevralgico: utilizza tracce sonore, risemantizzate dall'utente, per costruire video in grado di raggiungere una diffusione virale. Naturalmente, nel loro insieme hanno cambiato il modo di relazionarsi delle persone e la loro visione del mondo.

Le organizzazioni criminali utilizzano i social network per comunicare, affermarsi ed espandersi, adeguandosi a questo nuovo palcoscenico. Le tracce sonore combinate ai contenuti, ad esempio, non sono mai casuali. Allo stesso modo, le *emoji* non sono solo corredo del testo, ma, spesso, propongono una lettura semantica pluricodice nota a mittente e destinatari. Attorno al leader che occupa il centro dei contatti, si costituisce una cerchia di individui che mostrano di essere simpatizzanti. Questa analisi è particolarmente utile e significativa in quanto permette di ricostruire il sistema di relazioni del network criminale. Pertanto, i social network rivestono un ruolo strategico per monitorare le attività dei mafiosi e della loro cerchia, che sono spesso il riflesso, il prosieguo o la risposta alla realtà.

YouTube

YouTube è l'esempio più rilevante e significativo di archivio transmediale, oltre ad essere una piattaforma di condivisione che consente anche l'interazione immediata attraverso commenti e *like/dislike*. Al suo interno vengono caricati sia video musicali sia video divulgativi, tratti da programmi tv o montati da appassionati. Ciò lo rende assimilabile ad un mezzo di informazione. Si è scelto di partire da un campione di cento video per entrambe le tipologie sopra citate, utilizzando parole chiave e l'algoritmo della piattaforma che suggerisce contenuti affini. Parallelamente è stata sfruttata la possibilità offerta da Google trends di visualizzare, da un lato, le tendenze di ricerca di quattro *keywords* (mafia, camorra, 'ndrangheta e sacra corona unita), dall'altro di far emergere i luoghi in cui le ricerche vengono effettuate evidenziando un interessante intreccio tra i termini e i contesti locali dei gruppi criminali.

Con riferimento ai video divulgativi, il campione finale casuale, spinto dall'algoritmo, cresce a 265 video. I contenuti analizzati provengono da varie fonti sia pubbliche sia private. Ne sono stati estratti e analizzati più di 10mila commenti, il cui *sentiment*, intendendo l'accezione semantica correlata al contenuto, è eticamente marcato in maniera negativa nei confronti delle mafie.

I video musicali analizzati riguardano canzoni che inneggiano alla malavita, agli "uomini d'onore", disprezzando "sbirri e infami". Si inseriscono quasi tutti nei generi della trap e del neomelodico, spesso associati ad ambienti mafiosi. I video, corredati da elementi visivi e stilistici ricorrenti, veicolano un immaginario che si ritrova anche negli altri social: abbigliamento streetwear di lusso, gioielli vistosi e pieni di oro e diamanti, macchine costose e vita notturna sfrenata. I commenti analizzati automaticamente, relativi ai video musicali, hanno un *sentiment* positivo e di incoraggiamento all'artista, mentre, nei video divulgativi, i commenti sono generalmente in italiano e più articolati. Dipende dal tipo di contenuto e dal target.

Facebook

Più volte dato per spacciato a causa dalla fama crescente dei concorrenti, Facebook è il più longevo dei social network. Il suo utilizzo è stato di immediata comprensione. Si possono scrivere post o pubblicare foto in modo facile e intuitivo, commentare quelli degli amici e inviarsi messaggi privati, con un processo di interazione elementare.

Riguardo la nostra analisi, si evidenzia, accanto all'esistenza di profili personali, la presenza di pagine e gruppi, facili da esplorare quando non impostati con limitazioni della privacy. Le pagine che hanno destato maggiore attenzione sono quelle dei fan di cantanti trap e neomelodici come Niko Pandetta e Daniele de Martino oppure quelle di personaggi pubblici che denunciano la malavita, come Francesco Emilio Borrelli, Giovanni Russo, Josi Della Ragione. Dai contenuti condivisi da questi ultimi, si sono potute analizzare le reazioni nei commenti, che si alternano tra disprezzo degli episodi criminosi e inviti reiterati all'autore all'indifferenza omertosa. Dall'osservazione dei gruppi, invece, è emerso che la maggioranza ha uno status di privato e, quindi, inaccessibile, se non per informazioni di base. Sono stati osservati undici gruppi, che hanno con un range tra gli 8 e 17mila membri. Fra i più significativi, è sicuramente quello dedicato al già citato cantante trap-neomelodico Niko Pandetta, il gruppo "Niko Pandetta Gruppo Ufficiale", con 809 iscritti.

Twitter

La natura rapida dei tweet, che prevedono un massimo di 280 caratteri, fa della piattaforma il luogo in cui ci si informa in tempo reale seguendo *trend topic*. Sono quasi 4 milioni gli italiani iscritti a Twitter. Nel corso del tempo si è caratterizzato come il social degli *opinion maker* per commentare fatti ed eventi.

Ai fini del rapporto, sono stati estratti 2 milioni e mezzo di tweet attraverso alcune parole chiave in grado di restituirci il pensiero dell'opinione pubblica su episodi o personaggi legati alle organizzazioni mafiose. È opportuno notare che la decrescita dei tweet riferibili al tema della ricerca non è associabile al minor utilizzo della piattaforma. Infatti, nell'anno 2020 assistiamo, da un lato, a un drastico calo di contenuti relativi alle mafie, dall'altro, all'apice nell'uso della piattaforma. Molto probabilmente questo fenomeno è legato alla pandemia da SARS-CoV-2.

Dal 2012 ad oggi si nota che tra i dieci utenti più produttivi in termini di tweet sono *@concentrazione*, per Concentrazione Antimafia, e *@infoitinterno* per Informazione interno. Nell'arco temporale si sono analizzati anche i messaggi più ritwittati, i cui autori sono per lo più personaggi noti come Roberto Saviano, Erri De Luca, Matteo Renzi, Laura Boldrini o testate giornalistiche, per esempio *la Repubblica*. Successivamente, accorpendo il testo dei tweet di anno in anno, si è effettuato il calcolo delle parole più frequenti: spiccano con continuità "ndrangheta", "camorra", "mafia" e "boss". Le prime tre sono già contenute nella *query* di partenza. Queste ultime sono state confrontate su Google Ngram Viewer nel periodo 2012-2019, dove si può notare che la parola "mafia", seppur in decrescita, stacca nettamente le altre due. Va, tuttavia, rilevato che la parola mafia, spesso, si comporta come un ombrello semantico.

Instagram

Confluito anch'esso da qualche anno nel gruppo Meta, Instagram rappresenta il luogo ideale dove condividere le proprie foto con una breve descrizione a volte accompagnata da hashtag. Dopo l'esplosione di TikTok, è stato reso possibile anche su Instagram girare e montare video performance, chiamati *reel*. Di natura completamente diversa rispetto a Facebook, Instagram è il primo social network pensato esclusivamente per *mobile*. Con la sua comparsa, si è affermata la professione di *influencer* e *content creator*, che realizzano contenuti ad hoc per promuovere prodotti alla luce della loro popolarità. Anche i mafiosi agiscono e si offrono grazie a questa piattaforma allo sguardo di utenti e follower mostrandosi in atteggiamenti *glamour* con oggetti di valore, automobili costose, accessori di lussi e vestiti esclusivi della linee streeturban. Quasi sempre, i loro profili sono privati e consentono l'interazione solo a persone fidate. Sottolineiamo che solo in questo caso troviamo una spasmodica attenzione alla privacy poiché alcuni affiliati che hanno un profilo privato su Instagram, mantengono un profilo pubblico su altri social.

TikTok

TikTok è nata nel 2016, è la più giovane tra quelle analizzate ed è anche la più interessante. I contenuti sono video che hanno una durata da un minimo di 15 secondi a un massimo di 10 minuti. Possono essere provvisti di una rapida descrizione e consentono di raggiungere una fama effimera a chi li produce se compaiono nella sezione dei "Per te" diversa per ciascun utente. Gli autori dei video che diventano virali acquisiscono lo status di *content creator* e possono monetizzare il proprio successo. Più video si producono, più trend si seguono, più si ha la possibilità di diventare virali. I video possono essere dei *mash up* con tracce sonore e immagini risemantizzate oppure performance originali.

Per la nostra ricerca, sono stati selezionati, attraverso gli hashtag, 11mila e 508 video ed elaborati 70mila kiloByte di dati. L'impennata dei contenuti correlati ai nostri hashtag inizia nel 2020, forse favorita dalla pandemia, e continua ancora nel 2022, soprattutto nel mese di luglio. Molto probabilmente, questo dato può essere messo in relazione alla frequenza di hashtag relativi ai giudici Giovanni Falcone e Paolo Borsellino (*#falcone*, *#borsellino*), in funzione del trentennale della strage di via D'Amelio. L'hashtag *#mafia*, come già detto, ha funzione di ombrello semantico: raccoglie, infatti, contenuti di personaggi verosimilmente legati alle organizzazioni mafiose ma anche montaggi con foto o spezzoni di film divenuti parte dell'immaginario collettivo; per esempio, *Scarface*, *Il padrino*, *Gomorra*. Altri hashtag rimandano alla vita in carcere o ai domiciliari e non di rado sono accompagnati da canzoni neomelodiche o da *emoji* che hanno un preciso destinatario in grado di coglierne il significato recondito. Il cuore, le catene e il leone sono le *emoji* più frequenti e vengono utilizzati spesso per comunicare rispettivamente affetto, detenzione e orgoglio. Le tracce musicali che accompagnano questi TikTok, dando un significato preciso al video, attingono a piene mani all'universo neomelodico e trap dialettale: si va, ad esempio, da "Rispetto 'e libertà" di Nello Amato e "Nu carcerato" a "Pistole nella Fendi" di Niko Pandetta, che, come si evince dal titolo, mescola vita criminale (pistole) e lusso (Fendi). Non marginali sono il ruolo e l'attività dei profili di coppia, spesso gestiti dalla compagna del carcerato che, con estrema devozione, gli dedica video e canzoni in attesa del ritorno.

In linea generale, emergono alcuni filoni predominanti nei video TikTok: quello commemorativo per gli affiliati morti – si veda, nel rapporto, l'analisi dell'interessante caso di Emanuele Sibillo –, quello celebrativo per chi è in carcere o ha un ruolo apicale nel clan, infine, quello che può essere definito propagandistico e denigratorio dei rivali. Nel loro insieme, questi filoni sono portati avanti dai simpatizzanti della cerchia criminale. Si riscontrano, dunque, delle linee di tendenza: i video spesso ritraggono elementi di lusso e ricchezza o anche tatuaggi con richiami specifici; si parla spesso in dialetto con un sottofondo di canzoni neomelodiche e trap; alcuni sono accompagnati da *emoji* e rappresentano scene con riferimenti al carcere e/o all'arresto e si prestano a diventare occasioni di commemorazione. TikTok si offre, perciò, insieme ad Instagram, come piattaforma di marketing orientata prodotti ma alla promozione/celebrazione di un certo stile di vita associabile all'immaginario delle mafie.

Tra le varie organizzazioni criminali, la camorra, ad oggi, sembra essere la maggiore produttrice di contenuti sulla piattaforma. Tuttavia, molti elementi trascendono l'appartenenza al singolo clan: ad esempio, il lusso e il ricorso a musiche neomelodiche sono comuni anche nei contenuti che si avvicinano di più alla malavita romana dei Casamonica. Superano, invece, la barriera linguistica, diventando così un codice transnazionale, sia le *emoji* sia il lusso-*kitsch*, elemento in comune con i narcotrafficienti sudamericani.

La cattura di uno dei boss più pericolosi e per questo più ricercati, non solo in Italia, della mafia siciliana, avvenuta il 16 gennaio 2023, ha avuto ripercussioni anche nel mondo virtuale immediatamente. Al fine di cogliere il *sentiment* degli utenti social sull'arresto, sono stati estratti in maniera automatica e analizzati 2.780 commenti provenienti da post pubblici su Facebook e 1.530 commenti provenienti da video divulgativi pubblicati su YouTube. Le parole più frequenti e semanticamente rilevanti per quanto riguarda questa piattaforma sono: "arrestato", "boss", "Baiardo"³⁰. Baiardo è il cognome di Salvatore, ex tuttofare dei fratelli Graviano che, nel corso di una partecipazione alla trasmissione televisiva *Non è l'arena*, andata in onda su La7, prima dell'arresto di Matteo Messina Denaro, ne aveva anticipato l'eventualità. Qui, il *sentiment* è di tipo negativo, velato di complottismo. I token più frequenti e semanticamente rilevanti, per quanto riguarda il campione di Facebook, invece, sono i seguenti: "malato", "clinica" e "vittoria". In questo caso, il *sentiment*, è positivo. La stessa tendenza, per estremi, si ritrova anche in alcuni esempi di commenti su Instagram e TikTok.

L'attenzione è stata richiamata anche dall'enorme produzione "memetica". Per meme si intende un contenuto con alto grado di replicabilità³¹, sia esso una foto, un disegno o un video. I meme sono un tipo di codice, connotato da una profonda vena ironica, che non tutti sono in grado di cogliere: per questo, è importante segnalarne la produzione e la circolazione, per comprendere quanto il racconto dell'arresto sia divenuto centrale all'interno dello scambio di contenuti dei social network e quindi fruibile in maniera trasversale a diversi livelli di interpretazione.

³⁰ Per il resto si rimanda al report

³¹ Treccani, voce *meme*

https://www.treccani.it/vocabolario/meme_%28Neologismi%29/#:~:text=s.%20m.%20Singolo%20elemento%20di%20una,sito%20internet%2C%20ecc (ultima visualizzazione 22/02/2023)

Emanuele Sibillo

ES17 è la sigla che rimanda a Emanuele Sibillo, capo della paranza dei bambini, ucciso giovanissimo nel 2015. Il 17 è la cifra che corrisponde alla lettera S ed è anche il tatuaggio che Emanuele aveva sul petto. La sua giovane età e il suo ruolo di baby boss lo hanno reso un mito ed è divenuto oggetto di culto con murali, documentari, video, altarini. Anche il suo aspetto estetico è stato emulato: la barba folta e lunga ricorda da vicino i combattenti dell'ISIS, pronti a immolarsi in nome della fede. L'eroizzazione della sua figura, all'interno del processo di celebrazione della sua morte, si è trasferita nel digitale, mutuando il lessico e la tipizzazione dalla sfera della lotta antimafia, in particolare da quella afferente alle vittime e al loro ruolo paradigmatico. Così l'hashtag #es17, sia su Instagram che su TikTok, permette di risalire a contenuti con dichiarazione di rispetto e amore nei suoi confronti anche da parte di ragazze che, seppur estranee alla sua vicenda, lo venerano per la sua storia d'amore con Mariarca Savarese, eretta ad archetipo di romanticismo. In questo modo, le sue citazioni servono ad esaltare il coraggio e lo stile di vita dei giovani affiliati ai clan di camorra.

Niko Pandetta

Vincenzo Pandetta, conosciuto come Niko, nipote del boss catanese Salvatore Cappello, è l'*influencer* del mondo trapper-neomelodico associato ad ambienti mafiosi. Il suo canale YouTube conta più di 600mila iscritti e le sue canzoni sono molto imitate e visualizzate. I testi delle canzoni più note, come *Pistole nella Fendi* e *Dedicata a te* (allo zio boss carcerato *nda*), chiamano in causa un immaginario già ampiamente descritto: lusso e crimine, orgoglio e ricordo-celebrazione di chi è carcerato. Abilissimo nello sfruttare i social, in particolare Instagram e TikTok, oltre a YouTube. Più volte si è detto estraneo agli ambienti

mafiosi, per quanto moltissimi elementi remino in senso contrario alle sue affermazioni come, ad esempio, alcuni video in risposta alle trasmissioni dell'emittente La7, che frequentemente ha fatto servizi su di lui. Non diversamente dai personaggi mafiosi, anche Pandetta viene emulato: numerosissime le pagine Facebook, gli hashtag o i profili fan con il suo nome. Molto simili a quelle usate dagli affiliati ai clan sono le *emoji* utilizzate nei contenuti che lo riguardano, cioè leone, cuore e bomba. A dimostrazione della fama del personaggio, si è diffusa fra i giovani utilizzatori di TikTok una "nikopandettachallenge", in cui ci si sfida per testare la conoscenza delle sue canzoni.

Daniele de Martino

Cantante neomelodico palermitano, Daniele de Martino da anni è sulla scena e i testi delle sue canzoni, quali *Si nu pentito* e *Comando io*, attaccano i pentiti ed esaltano la resistenza dei criminali in carcere e l'onore mafioso. Elemento in comune con Niko Pandetta è la stessa casa discografica, mentre il rapporto tra i due ha avuto alti e bassi. A differenza di Pandetta, il target di riferimento sui social è diverso. De Martino ha infatti meno seguito e sfrutta le piattaforme principalmente per promuovere i propri concerti a feste private. Ciononostante, seppur in misura minore, anche lui ha hashtag e profili dedicati sia su Instagram sia su TikTok.

Nome in codice, che in napoletano ha il significato di fragolina. È il *nickname* del clan D'Amico di Ponticelli, da sempre nemico del clan De Luca Bossa. Si tratta di un caso peculiare poiché, al vertice dell'organizzazione ci sono diverse figure femminili, tra cui Annunziata D'Amico, uccisa dal clan rivale dei De Micco nel 2016. Le sorelle, successivamente, hanno raccolto il testimone. La ricerca parte naturalmente dalla parola chiave "fraulella": se n'è cercata la corrispondenza nei social manualmente, con un focus su TikTok. Al *nickname* è associato il numero 6, che è ricorrente negli account del clan, questo perché il numero equivale alla lettera f. I commenti ai video all'interno del network Fraulella non contengono hashtag ma prevalentemente *emoji*; la fragola, ovviamente, è il segno grafico più diffuso. Tramite l'analisi automatica dei commenti, avendo come campione 15 video, siamo riuscite a ricreare il grafo rappresentante la rete di relazioni che si crea nelle interazioni tra utenti.

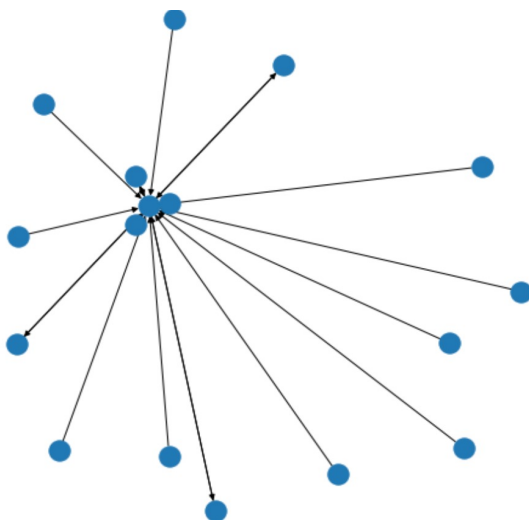


Fig. 8: grafo delle relazioni Fraulella

Quest'immagine ci racconta l'occupazione del territorio virtuale da parte del clan in cui il ruolo apicale non è più la cuspide della piramide ma quello centrale della rete.

Mafia foggiana

La mafia foggiana è una delle organizzazioni più attive e violente del panorama italiano. Di recente formazione, il suo modello emula quello di cosa nostra e gli affari si dividono principalmente tra tre gruppi di clan ("batterie"). In mancanza di una parola chiave precisa, l'esplorazione relativa al tema è stata manuale: da qui si è giunti all'account del figlio di un pregiudicato per spaccio, Angelo Bruno, dove spiccano video celebrativi di defunti con una ritualizzazione mutuata dal contesto delle vittime di mafia. Parallelamente, sono stati evidenziati contenuti inneggianti all'ostentazione del lusso e avvertimenti minacciosi verso i nemici, spesso corredati di commenti a sostegno. A partire dall'analisi di questi commenti, secondo lo stesso procedimento utilizzato per il network Fraulella, abbiamo ricostruito le relazioni tra esponenti di diverse batterie. Il caso in questione si presenta come particolarmente interessante, poiché all'interno del network sembrano esserci connessione tra famiglie criminali storicamente avversarie.

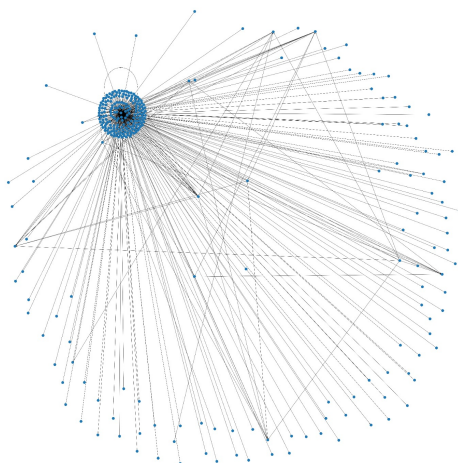


Fig. 9: grafo delle relazioni della mafia foggiana

Nato sotto la Banda della Magliana, il clan dei Casamonica è diventato preponderante a Roma e nelle zone periferiche. Di origine rom, da tempo è protagonista di azioni criminose nella Capitale, che vanno dallo spaccio all'estorsione fino all'associazione a delinquere di stampo mafioso. Effettuando un'analisi di TikTok attraverso la parola chiave "casamonica", è emerso un numero considerevole di risultati. Similmente a quanto detto per la camorra, ritornano l'elemento sonoro neomelodico e l'ostentazione del lusso, che, però, sottende una morale contraddittoria che chiama in causa l'umiltà. In particolare, in alcuni video promozionali del clan familiare, vengono ripresi neonati con accessori di lusso.

Rapporti della DIA (Direzione Investigativa Antimafia)

Mondo offline e mondo online hanno concorso insieme, in questi ultimi anni, alla proliferazione di attività criminali legate ai contesti mafiosi. Nello studio, si è pensato di ricostruire quanto il mondo online sia citato nei rapporti della DIA tra il 2011 e il 2021, attraverso termini specifici in grado di indicare una tendenza. Pur sempre improntata all'aumento, la presenza di queste *keyword* spicca in maniera particolare nell'anno 2019 e, per quanto riguarda i social, Facebook compare come mezzo di denuncia di attività illecite o luogo di minacce; Instagram, invece, come piattaforma di sostegno ad azioni criminali; gli altri non sono ancora menzionati.

Conclusioni abstract

I mafiosi si sono impadroniti delle modalità di comunicazione dei social network, con capacità di gestione sempre maggiori del medium. Tramite tecniche miranti all'esaltazione o al ricordo o alla autopromozione, oppure sfidando i nemici, il virtuale è diventato il teatro privilegiato per l'invio di messaggi in codice che, se non hanno un destinatario esplicito, si rivolgono al pubblico degli utenti, non sempre in grado di decodificarli ma spesso capaci di apprezzarne l'*appeal*.

Tra l'altro, queste piattaforme non sono estranee a contaminazioni, si tratta, infatti, di ambienti osmotici che si intrecciano costantemente: ad esempio, all'inizio Facebook era solo per gli individui più alfabetizzati alla tecnologia, poi, mano a mano che la familiarità con la rete ha preso piede, è aumentato il numero degli iscritti. Col tempo, la comparsa di nuovi social non ha minato il dominio di Facebook, ma ne ha delimitato meglio la funzione. Ciò ha comportato una maggiore attenzione anche ad alcuni tipi di comunicazione, favorendo la migrazione dei profili dei mafiosi nei nuovi social. Così Instagram si è consolidato come il palcoscenico per chi vuole sfoggiare il lusso, mentre TikTok come il regno delle performance autoesaltanti e celebrative. È bene, inoltre, sottolineare che tutti i contenuti dei social possono convergere passando da un social all'altro. Ovviamente, non è possibile ricostruire il viaggio che ciascun messaggio compie, spostandosi tra i vari social e anche nelle app di messaggistica istantanea.

Nel suo complesso, alla luce delle evidenze restituite, si è dimostrata possibile e, soprattutto, particolarmente efficace l'applicazione delle *Digital Humanities* ai *Mafia Studies*, disegnando una linea interpretativa che può aiutare a capire meglio come avviene la comunicazione tra mafiosi e di quali elementi essa si serve.

La logica mediale delle mafie

Conclusioni

Di *Marcello Ravveduto*

Nel Novecento il racconto delle mafie è diventato sempre più «convergente»: i vecchi e i nuovi media si sono incrociati e integrati, dall'alto al basso e viceversa, espandendo le rappresentazioni da un mezzo di comunicazione all'altro con una produzione, distribuzione e consumo dell'immaginario sempre più capillare, sempre più individuale³².

Questa convergenza ha esaltato la natura transmediale dell'immaginario delle mafie che si è strutturato nel XX secolo come un *media franchise*, un universo narrativo da cui prendono vita vari format dell'industria dello spettacolo e dell'intrattenimento.

Una storia raccontata su diversi media, per la quale ogni singolo testo offre un contributo distinto e importante all'intero complesso narrativo. Nel modello ideale di narrazione transmediale, ciascun medium coinvolto è chiamato in causa per quello che sa fare meglio – cosicché una storia può essere raccontata da un film e in seguito diffusa da televisione, libri e fumetti: il suo mondo potrebbe essere esplorato attraverso un gioco o esperito come attrazione in un parco-divertimenti. Ogni accesso al franchise deve essere autonomo [...]. Ogni singolo prodotto diviene così una porta d'ingresso al *franchise* nel suo complesso. [...] Media diversi attraggono differenti nicchie di mercato. Con tutta probabilità, il cinema e la tv si rivolgono a un pubblico molto variegato mentre fumetti e giochi hanno il pubblico più ristretto. Un buon franchise transmediale cerca di attrarre pubblici differenziati proponendo i suoi contenuti in modo un po' diverso per ciascun medium. Se però c'è abbastanza materiale da soddisfare quei diversi segmenti di mercato – e se ogni opera offre esperienze nuove – allora si potrà contare su un mercato trasversale in espansione³³.

³² H. Jenkins, *Cultura convergente*, Sant'Arcangelo di Romagna (RN), Maggioli, 2014.

³³ Ivi, p. 84.

L'universo transmediale della mafia non è tautologico: le opere appartengono allo stesso ceppo tematico ma ognuna lo declina e lo interpreta in modo originale. Le rappresentazioni, migrando da un medium all'altro, si arricchiscono di nuovi significati, si espandono in contenuti interdipendenti, creando una comprensione additiva (*additive comprehension*) del contenuto narrato: grazie a questa amplificazione semantica si possono ottenere decodifiche del fenomeno che superano le aspettative autoriali. Le molteplici varianti mediali sono parte di una continua attualizzazione del tema che apre la strada a nuove soluzioni narrative non ancora percorse.

Nel corso del tempo l'universo narrativo delle mafie si è talmente espanso da diventare un vero e proprio «mediorama», ovvero un panorama mediale globalizzato che fornisce agli spettatori del pianeta vasti e complicati repertori di immagini, musiche e narrazioni in cui il mondo delle merci si mescola a quello delle notizie e della politica. Milioni di spettatori nel mondo "sperimentano" le mafie come un repertorio interconnesso di stampa, celluloidi, schermi elettronici e ambienti digitali. Nel «mediorama» delle mafie il confine tra realtà e finzione tende a essere sfumato così che quanto più gli spettatori sono lontani dall'esperienza diretta della vita criminale, tanto più è probabile che costruiscano immaginari ricalcando il modello vincente della società dei consumi. Si è strutturato, così, un *format* mediale globalizzato incentrato sulla sovrapposizione di narrazioni ed esperienze. Questo insieme offre elementi (personaggi, trame e forme testuali e audiovisive) per realizzare sceneggiature verosimili di vite immaginate che per alcuni spettatori sono la realtà. Sceneggiature che danno vita a un complesso sistema di metafore e stereotipi che modellano il mafioso in quanto altro da sé. Una germinazione di vite possibili in cui si alternano paura e desiderio³⁴. Il panorama mediale delle mafie è una sequenza di immagini, immaginati e immaginari che si riferiscono a specifiche pratiche sociali diventate riconoscibili attraverso le rappresentazioni collettive riflesse dal prisma dei media.

³⁴ Per approfondire il concetto di mediorama cfr. A. Appadurai, *Modernità in polvere*, Meltemi, Milano, 2007

Un «*network of remediation*» che alimenta la tensione dialettica tra «nuovi» e «vecchi media», integrando e rimodellando i *format* narrativi. Un processo che esalta, grazie alla diffusione capillare dei media digitali, la logica dell'immediatezza: la realtà delle mafie assomiglia sempre più alla natura del medium che le racconta. Per certi versi la *remediation* valorizza il ruolo di medium delle organizzazioni mafiose: queste, ponendosi «in mezzo» tra i soggetti interagenti, sostituiscono l'esperienza diretta dell'altro con una percezione indiretta (mediata). Il loro essere medium obbliga chi entra in contatto con il medium ad adattarsi alle sue caratteristiche: fisiche, in quanto organizzazione di persone con specifici valori e interessi; simboliche, come veicolo di significati autonomi attraverso un linguaggio gergale non immediatamente comprensibile a chi non ne fa parte; pragmatiche, in quanto sistema di regole la cui conoscenza è necessaria per poter interagire efficacemente.

Le mafie stabiliscono sempre una relazione bidirezionale: chi ne fa parte o chi collude supera i vincoli della legge ma deve modificare il suo rapporto con l'ambiente esterno. Come ogni medium, le mafie obbligano i soggetti che le usano ad adattarsi ai loro scopi. Attraverso questo processo cambiano i comportamenti e cambiano i significati attribuiti al medium; un mutamento che è tanto individuale quanto sociale, connotato da pratiche condivise.

Le mafie sono il prodotto di una mediatizzazione di lungo periodo al punto da presentarsi agli occhi degli stessi mafiosi come oggetto che esiste ed è legittimato in quanto rappresentazione pubblica di un'organizzazione segreta. Da questa prospettiva le mafie sono sempre state, sin dall'origine, un oggetto narrativo che si comporta come un medium: già nell'Ottocento gli omicidi e i rituali di degradazione erano atti di comunicazione con i quali si ammonivano gli affiliati e, di conseguenza, la comunità circostante.

Le mafie sono, inoltre, un medium perché si strutturano come corpi intermedi criminali che interloquiscono con le élites e con le classi popolari svolgendo una funzione di intermediazione nei mercati economici, nelle relazioni sociali e nei rapporti con la politica e le istituzioni. Si interpongono nei processi di sviluppo e nelle strutture di potere, compongono dissidi, mettono in contatto organizzazioni diverse all'interno della sfera criminale, hanno un universo simbolico e testuale attraverso il quale "parlano" dentro e

fuori il loro mondo; comunicano una mentalità e una cultura ondeggiante tra competizione e accordo con lo Stato.

La natura mediale è determinata, inoltre, dal sistema di relazioni che assume la forma del network, ovvero la struttura intorno alla quale si sono sviluppati i media broadcast. Questa consonanza, o sovrapposizione, con il modello reticolare (da almeno trent'anni la sociologia utilizza la network analysis per studiarle) induce a riflettere sulla necessità di interpretare i fenomeni mafiosi attraverso la *media logic*. Infatti, proprio come la politica, la religione, lo sport e la scienza, le mafie sono pervase della logica dei media nel loro modo di pensare e di agire. Gli stessi mafiosi sono permeati dalla dominanza dell'ambiente mediale al punto che l'esperienza di vita criminale è vissuta nella prospettiva della mediatizzazione: non è un caso che nei covi dei boss latitanti, come recentemente confermato con l'arresto di Matteo Messina Denaro, ci siano riferimenti espliciti alla rappresentazione mediale delle organizzazioni mafiose e di personaggi verosimili o di fantasia, quasi a simboleggiare il transfert tra realtà e immaginario.

Leggendo le mafie attraverso la lente della *media logic* riusciamo a indagare le ragioni di un potere che si propone come autonomo, ossia auto-legittimante e operante sul fronte simbolico-culturale in modo indipendente dagli interessi e dalla volontà delle forze sociali con cui interagisce e compete.

La logica dei media, soprattutto nell'ultimo quindicennio, con l'affermazione dei social network, è una chiave di interpretazione delle mafie nella contemporaneità; un'occasione per verificare i cambiamenti intervenuti in una struttura di lungo periodo esposta agli effetti della mediatizzazione in quanto oggetto e soggetto della comunicazione, interpretata e messa in atto dai pubblici. Pubblici in cui risiedono anche i mafiosi. La logica dei media ci aiuta, quindi, ad analizzare la logica delle mafie poiché tutti i gruppi che aspirano al potere cercano influenza e legittimità attraverso i media.

Attraverso lo studio dei social network si possono ricostruire sia le rappresentazioni sia le autorappresentazioni del contesto mafioso, con un cortocircuito tra percezione pubblica del fenomeno e autopercezione dell'ambiente criminale. Una duplice prospettiva che sposta il racconto del vissuto mafioso verso il senso comune della realtà che, a sua volta,

sostiene la normalizzazione dell'agire mafioso. Le piattaforme *user generated content (ugc)* forniscono alle mafie lo strumento per condividere un'esperienza sociale "normalizzata". Lo stile con cui si ottiene questo risultato è l'intrattenimento, il cui scopo è quello di provocare reazioni emotivo-affettive. Tradizionalmente i media sono stati sempre una fonte di divertimento e gli spettatori "vivono" i media come un veicolo di intrattenimento il cui fine ultimo è catturare il pubblico.

Le mafie come medium sono una fonte di legittimazione autoreferenziale che trasforma in "realtà definitiva" ciò che era cominciato come "rappresentazione mediale". È una vera e propria lotta per conquistare legittimità nell'arena pubblica affermando una propria visione di società. Una visione che riguarda anche la ricostruzione del passato in cui le mafie e i mafiosi sono giustificati come un soggetto storico conflittuale in grado di incidere nel presente attraverso la drammatizzazione mediale. Un processo di autolegittimazione in cui l'opinione pubblica è chiamata a testimoniare la loro capacità di influenzare la vita collettiva al punto da divenire fattore di identità nazionale.

Una «comunità immaginata»; un insieme di linguaggi, codici, credenze, ideali, pratiche, valori, riti, celebrazioni e associazioni mentali che il pubblico assimila grazie al rispecchiamento dei media. L'audience plasma ed è plasmata dall'immaginario che costruisce una precisa idea delle mafie «come una solida comunità che si sposta giù (o su) lungo la storia»³⁵.

³⁵ B. Anderson, *Comunità immaginate. Origini e fortuna dei nazionalismi*, Manifesto libri, Roma, 2009, p. 42.