

Article

L'universo transmediale della mafia

MARCELLO RAVVEDUTO

Leggendo trasversalmente i contributi di questo numero monografico si può immediatamente notare che l'immaginario della mafia ha un'estensione globale fondata su precisi stereotipi narrativi che concorrono a determinarne l'identità, sovrapponendola a quella italiana, «in direzione di una coesione sociale forte»¹. Analizzare la mafia significa affrontare la sfida dell'immaginario². Una sfida cruciale se consideriamo che si presenta come un pozzo oscuro di reminiscenze e di riproduzioni in cui si alternano e si mescolano miti, leggende e componenti della coscienza popolare (proverbi, superstizioni, folklore). L'immaginario, nel suo divenire globale, ci mostra la mafia come parte integrante della società che l'ha prodotto, fissandone ruoli e comportamenti. Una piattaforma cognitiva su cui si formano e proliferano gli stereotipi che si innestano nella memoria collettiva, come deposito di immagini "primordiali" in grado di generare ricordi condivisi. Stereotipi e memoria collettiva selezionano le scene del passato garantendo la coerenza dell'immaginario nel presente. Una selezione che acquista valore perché è tramandata, attraverso le narrazioni, oltre il limite della vita biologica, ovvero diventa trasmissione culturale. I media, perciò, si comportano come amplificatori transgenerazionali che trattengono e replicano la memoria culturale del fenomeno mafioso collocandolo sul piano della mentalità, degli usi e delle narrazioni mitopoietiche³. È grazie al rispecchiamento nei media se l'ombra fantasmatica della mafia prende forma divenendo oggetto narrabile. Lo specchio dei media, però, non solo inverte la posizione dell'oggetto rivelato, ma può assumere forme diverse (piatto, concavo, convesso) o subire delle modifiche (inclinato, sbiadito, deformato) restituendo ogni volta un'immagine apparentemente nuova dello stesso oggetto. Il racconto delle mafie, nello scenario della globalizzazione, è il risultato di molteplici riflessi e rimbalzi tra specchi diversi per grandezza, forma e posizione che rafforzano la logica frattale delle narrazioni. Un'agglutinazione di testi, immagini e musiche che ne rafforzano il racconto con un gioco di rimandi, citazioni e rifrazioni, sempre più autoreferenziale, che delinea specifiche identità locali, nazionali e globali.

Nel corso del tempo – dalla letteratura al teatro, dalla fotografia al cinema, dalla musica alla radio, dalla Tv al web – i media, intersecandosi e integrandosi, hanno prodotto una mastodontica rappresentazione della mafia che continua a svilupparsi grazie all'addizione

¹ Francesca Anania, *I media motore della storia nel tempo presente*, in «Ricerche Storiche», maggio-dicembre 2009. Cfr. Id., *I mass media fra storia e memoria*, Roma, Rai-Eri, 2008.

² Cfr. Alberto Abruzzese, *L'intelligenza del mondo. Fondamenti di storia e teoria dell'immaginario*, Milano, Meltemi, 2001.

³ Cfr. Jan Assmann, *La memoria culturale. Scrittura, ricordo e identità politica nelle grandi civiltà antiche*, Einaudi, Torino, 1997.

dei supporti e alla moltiplicazione delle narrazioni. Un flusso che passa da una piattaforma all'altra e si aggrega in una seria infinita di catene di significato replicanti espressioni, situazioni e condizioni individuali o contestuali. Questo immaginario di lunga durata ha dato vita a stereotipi che si alimentano all'interno del circuito autoreferenziale dei media, fino a diventare soggetti autonomi intorno ai quali strutturare forme narrative. Veri e propri parassiti dell'immaginario: più lo stereotipo si nutre, maggiore è la sua capacità di influenzare il discorso pubblico interponendosi tra realtà, memoria e narrazione. Grazie alla lunga durata, e alla recente turbo-accelerazione del Web con la condivisione di contenuti, il patrimonio delle rappresentazioni offre maggiori occasioni di "rapina" nutrendo gli stereotipi a dismisura al punto da raggiungere uno stato di "maturazione ipermediale"⁴. Lo "stereotipo mafioso maturo" agisce, perciò, autonomamente dentro la narrazione dei media: da un lato riduce a livello di senso comune l'interpretazione del fenomeno; dall'altro influenza le rappresentazioni sintonizzandosi con le aspettative morali del pubblico. Uomini in carne e ossa si mescolano a personaggi di fantasia, eventi memorabili si confondono con le messe in scena: un vortice in cui reale e finzione partecipano egualmente alla costruzione di un unico immaginario. In virtù della natura parassitaria, gli stereotipi rimangono sempre potenzialmente attivi, ma possono essere inglobati e/o associati da nuovi stereotipi generati da traumi in grado di provocare sciami mediali capaci di aprire il varco a narrazioni originali, come è stato per le stragi del biennio '92-93 e della trattativa Stato-mafia.

Il racconto delle mafie nel XXI secolo è diventato parte integrante della «cultura convergente» in cui vecchi e nuovi media collidono, si incrociano e si integrano, dall'alto al basso e viceversa, espandendo le rappresentazioni da un mezzo di comunicazione all'altro con una produzione, distribuzione e consumo del patrimonio immaginario sempre più capillare, sempre più individuale⁵.

Questa convergenza, come si evince dai saggi di questo numero, si regge sulla natura transmediale dell'immaginario della mafia che si presenta come una trama complessa a cui non basta un singolo medium per potersi dipanare.

La mafia è un *media franchise*, un universo narrativo che si è strutturato, nel corso del tempo, come un marchio da cui prendono vita vari prodotti dell'industria dello spettacolo e dell'intrattenimento, in formati mediali diversi. 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

⁴ Sul concetto di «ipermediale» cfr. Jay David Bolter, Richard Grusin, *remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano, Guerini, 2002.

⁵ Henry Jenkins, *Cultura convergente*, Sant'Arcangelo di Romagna (RN), Maggioli, 2014.

soddisfare quei diversi segmenti di mercato - e se ogni opera offre esperienze nuove - allora si potrà contare su un mercato trasversale in espansione⁶.

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 le condizioni di 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 dell'universo transmediale sono parte di una continua attualizzazione del tema che apre la strada a nuove soluzioni narrative non ancora percorse. È il caso delle serie tv *Bang Bang Baby* (Netflix, 2022) e *The Bad Guy* (Amazon prime, 2022) che escono, grazie alla rottura creata da *Gomorra* (Sky, 2014), dalla zona comfort dell'immaginario sedimentato innescando una conversione narrativa con sceneggiature che rinunciano alla sacralità del paradigma vittimario dell'antimafia con lo sguardo laico di chi non crede più al racconto di buoni e cattivi. I protagonisti canonici delle serialità all'italiana subiscono una torsione: i ruoli non sono fissi si possono invertire e ristabilire a causa di una variabile esterna di rottura determinata dal contesto. Tuttavia, rimane ancora centrale la rappresentazione della violenza e della morte per catturare l'attenzione del pubblico. Questo ci rimanda a un'ulteriore questione: senza omicidi non ci sono mafie. Sono il lutto e la sofferenza, proiettati o messi in onda sugli schermi, ad averla resa un fenomeno visibile e, quindi, un'antagonista riconoscibile da contrastare. Pertanto, non è una meraviglia se la mafia, quando penetra attraverso le maglie del mercato in aree di non tradizionale radicamento, sia ancora "invisibile" e quindi considerata un fenomeno di scarsa rilevanza. L'assenza di violenza omicida ha consentito alla mafia di nascondersi dietro la circolazione del denaro. Senza lo spettacolo della morte la mafia non esiste. L'impalpabilità economica dell'organizzazione causa il rovesciamento dello stigma meridionale: la mafia non riguarda né il nord Italia, né i paesi stranieri in cui investono perché se non si "registrano" omicidi mafiosi non esistono. Così può capitare che quando si parla di percezione della mafia fuori dal Sud Italia, in Europa e nel mondo, ci si riferisca a essa come un fenomeno della Globalizzazione per indicare qualcosa di indefinibile e lontano che non riguarda chi vive fuori dal Mezzogiorno. La mafia, così, torna a essere un oggetto misterioso che si muove in una dimensione sconosciuta. In realtà, simili considerazioni sono spia dell'emersione di un nuovo stereotipo che replica l'immaginario della finanza globalizzata, rappresentata, anch'essa, come una piovra a cui tutti sottostiamo ma che nessuno è in grado di conoscere. Insomma, dire che la mafia è un fenomeno della Globalizzazione significa accettare una rappresentazione indefinita; una specie di grande fratello dalle mille facce la cui identità non è rintracciabile. Lo stereotipo della mafia "tara" del sud Italia è stato sostituito dalla mafia globalizzata, ma in entrambi i casi non restituisce una percezione consapevole del contesto criminale⁷.

L'universo transmediale della mafia, dunque, è una costellazione di opere interconnesse, diffuse da supporti mediatici diversi, il cui contenuto deriva da una stessa matrice. Da questa discendono i significati manifesti e reconditi delle rappresentazioni delimitando

⁶ Ivi, p. 84.

⁷ Francesca Rispoli (a cura di), *Liberaidee. La ricerca sulla percezione e la presenza di mafie e corruzione*, EGA, Torino, 2018, pp. 15-41

lo spazio tra ciò che è narrabile e ciò che non può essere raccontato. Le diverse varianti letterarie, cinematografiche, televisive, musicali e digitali che hanno per oggetto la mafia sono attualizzazioni di un'unica matrice. Le opere, senza il legame diretto con il fulcro di questa rete di senso, perderebbero forza narrativa. Il che ci porta a pensare che l'universo transmediale può essere descritto come un ipertesto in cui è possibile navigare e scegliere tra diversi generi e modalità che ruotano intorno alla matrice. Così si ottiene una «narrazione sinergica»⁸ che sviluppa le potenzialità narrative della matrice: «ogni variante dell'universo transmediale racconta, dunque, ciò che le altre varianti non hanno raccontato (o non hanno raccontato appieno). Un universo del genere, come le pagine di wikipedia, è un labirinto rizomatico a percorsi multipli, il cui contenuto può svilupparsi o essere esplorato secondo le traiettorie più varie e in funzione delle prospettive più eterogenee, conformemente ai talenti espressivi o alle preferenze estetiche degli utenti»⁹.

Nei contributi pubblicati in questo numero, da Al Capone (Volle) a Gomorra (Canto), da Los Cubrepileta (Favero) a “La Gente d'Italia” (Smeriglio), da *La mafia* (Setton) alle donne di mafia (Gammaitoni), dalla stampa Argentina (Cimatti) ai paesaggi linguistici di Buenos Aires (Balsas, Cappelli), si intravede la struttura di una «narrazione sinergica» che basa la sua forza sulla rimediazione di opere diverse che trattano lo stesso tema¹⁰. Questo a dimostrazione del fatto che i continui rimescolamenti medialti hanno sviluppato un'autonomia narrativa e interpretativa della mafia tale da esaltarne la natura mediale. La mafia infatti, sin dalle origini, si comporta come un medium: l'omicidio e il rituale di degradazione sono atti di comunicazione con i quali si ammoniscono gli affiliati e, di conseguenza, la comunità circostante per impedire che agiscano fuori dal sistema di regole del fondamentalismo mafioso.¹¹ Ogni mutilazione e asportazione di organi, e la successiva umiliazione del corpo senza vita, corrisponde a un preciso significato, comunica qualcosa: la mano tagliata, posata sul petto, è il messaggio inviato ai ladri che operano nella zona del clan senza il permesso del boss; gli occhi cavati e chiusi nel pugno indicano un killer che ha assassinato una persona «protetta»; la pala di ficodindia al posto del portafooglio rappresenta la punizione per l'appropriazione di denaro dell'organizzazione e così via. Anche gli attentati dinamitardi e/o i danni procurati alla attività commerciali rientrano nelle dinamiche della comunicazione in quanto messaggi di avvertimento.¹²

Secondo uno studio realizzato dall'Eurispes nel 1992, si tratta di una comunicazione «esoterica» che si propaga a onde concentriche il cui diametro è inversamente proporzionale al livello di comprensione del messaggio.

Questo schema prevedeva una prima e vasta fascia, il “target nazionale”, priva degli strumenti analitici atti ad interpretare il messaggio, in grado di recepirne la “forma” ma non la “sostanza”. Una seconda fascia più ristretta, il “target locale”, comprendeva la popolazione del territorio originario dell'organizzazione criminale, che esprimeva capaci-

⁸ Cfr. Ivan Askwith, “A Matrix in Every Medium”, *Salon*, 2003 online in http://archive.salon.com/tech/feature/2003/05/12/matrix_universe/index_np.html, sito web non attivo.

⁹ Alessandro Leiduan, *Roberto Saviano e il problema dell'impegno politico nell'era della transmedialità*, Manuela Bertone, Céline Masoni (a cura di), *Mafie transmediali. Forme e generi del nuovo racconto criminale*, Soveria Mannelli (CZ), Rubbettino, 2021, p. 29.

¹⁰ Cfr. Jay David Botler, Richard Grusin, *remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano, Guerini, 2002.

¹¹ Cfr. Girolamo Lo Verso, *La mafia in psicoterapia*, Milano, FrancoAngeli, 2013.

¹² Michele Pantaleone, *Il sasso in bocca. Mafia e cosa nostra*, Bologna, Cappelli, 1971, p. 11-12.

tà culturali e linguistiche atte a recepire il “significato sostanziale” del messaggio ma non le motivazioni di fondo che lo avevano prodotto; una terza fascia comprendeva infine gli “affiliati”, i “fiancheggiatori” e i “simpatizzanti” dell’organizzazione criminale, che disponevano di tutti gli elementi atti a comprendere compiutamente l’aspetto formale, il significato sostanziale e le motivazioni di fondo del messaggio.¹³

Le rappresentazioni della mafia nascono proprio dalla sua capacità di comunicare attraverso un sistema simbolico gergale fondato sull’estetica della violenza attraverso «idiotmi e sottintesi», definendo rapporti di potere e posizionamento sociale/criminale all’interno dell’organizzazione e nei territori di appartenenza. L’universo transmediale è una sorta di «comunità immaginata»: gli spettatori non conoscono i mafiosi, né possono incontrarli eppure nella loro mente l’immagine della mafia è più che reale¹⁴. Un insieme di linguaggi, codici, credenze, ideali, pratiche, valori, riti, celebrazioni e associazioni mentali che la maggioranza del pubblico assimila unicamente attraverso il rispecchiamento dei media. L’audience plasma ed è plasmata dall’immaginario, grazie al quale, pur senza un’esperienza diretta, ha una precisa idea della mafia «come una solida comunità che si sposta giù (o su) lungo la storia»¹⁵. Nella sua natura mediale somiglia più a una nazione che all’ordinamento statale, secondo la nota teoria di Santi Romano¹⁶. Una «comunità immaginata» che assume consistenza grazie alla narrazione mediale. Appare, allora, plausibile la trasposizione: mafie/Italia, Italia/mafie. Del resto, i *White Anglo-Saxon Protestant*, pilastro della classe dirigente americana, hanno creato lo stigma degli italiani mafiosi definendoli, con disprezzo, «magiaspaghetti». Cibo e identità nazionale sono sussidiari l’uno dell’altra all’interno del sistema di rappresentazioni della mafia nel «Nuovo Mondo». È proprio qui che l’identità italiana, nella variante cinematografica dell’universo transmediale, è raccontata attraverso il paradigma della famiglia che si riunisce intorno alla tavola tanto per desinare quanto per discutere degli affetti, delle opportunità di lavoro, delle occasioni mancate, dei problemi economici, delle possibilità di intraprendere nuove avventure. È grazie alla tavola che la famiglia italoamericana diventa anche un’impresa d’affari. In molti fanno fortuna aprendo locali di cucina etnica, proprio come i loro connazionali mafiosi che nascondono *business* criminali dietro la facciata di ristoranti, pizzerie e ditte d’importazione di prodotti tipici. La conferma della sovrapposizione tra mafia e cibo italiano arriva dal *National Museum of Organized Crime & Law Enforcement*, altrimenti conosciuto come *The Mob Museum*. Nella sezione dedicata alla commissione di Cosa nostra, le città sono indicate con dei piatti di porcellana bianca in uso nei ristoranti. La grandezza varia a seconda dell’influenza che le famiglie hanno nell’organizzazione. Le stoviglie sono replicate anche in formato digitale su uno schermo *touch screens* da cui si accede ai contenuti multimediali. Infine, l’installazione che descrive la storia della famiglia Buonanno è un mobile che riproduce l’opera di Andy Warhol *100 Cans*. La pila di lattine della zuppa Campbell è stata però sostituita dai barattoli di pomodoro la cui marca è *Mob*¹⁷.

¹³ Osservatorio permanente sulla criminalità in Italia (a cura di), *Il linguaggio della mafia. Una riflessione dell’Eurispes sui percorsi della “Comunicazione” mafiosa*, Eurispes, Roma, 1992, p. 2.

¹⁴ Benedict Anderson, *Comunità immaginate. Origini e fortuna dei nazionalismi*, Roma, Manifesto libri, 2009, p. 25.

¹⁵ Ivi, p. 42.

¹⁶ Giovanni 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.

¹⁷ Sono stato in visita al *National Museum of Organized Crime & Law Enforcement* il 21 aprile 2018.

Cosa nostra e cibo italiano sono perciò sinonimi, l'una traina l'altro e viceversa. L'equazione è semplice: la mafia è italiana; il cibo italiano è buono; la mafia è garanzia di qualità. Seguendo questa strada il termine diventa un sostituto dell'identità nazionale amalgamando in un unico indistinto l'immaginario cinematografico di Hollywood con quello dell'*italian sounding*¹⁸.

La mafia è un medium anche perché «è in mezzo»: un corpo intermedio criminale che interloquisce con le élites e con le classi popolari; svolge una funzione di intermediazione nei mercati economici, nelle relazioni sociali e nei rapporti con la politica e le istituzioni; si interpone nei processi di sviluppo e nelle strutture di potere; compone dissidi e mette in contatto organizzazioni diverse all'interno della sfera criminale; ha un universo simbolico e testuale attraverso il quale “parla” dentro e fuori il suo mondo; comunica una mentalità e una cultura ondeggiante tra competizione e accordo con lo Stato. Se ci pensate i grandi gruppi di comunicazione (*broadcast*) del pianeta sono definiti network perché la natura del medium è quella di essere il centro di una rete. Da questa posizione riesce a collegare o, usando un termine dei media elettronici, a connettere poli opposti in una struttura di lungo periodo. In ambito istituzionale ha coniugato Stato e società, potere e consenso, ordine e disordine, centralismo e decentramento, unità e frammentazione. Nella definizione degli assetti sociali ha saldato campagna e città, latifondo e quartiere, borghesia e classi subalterne, alfabetismo e analfabetismo, cultura classica e cultura popolare, beni materiali e beni immateriali. Nel settore economico ha congiunto pubblico e privato, monopolio e mercato, capitalismo e liberismo, industria e commercio, produzione e distribuzione, holding e franchising. Dal punto di vista storico si potrebbe dire che la mafia oscilla come un pendolo unendo passato e futuro nella forma del “sempre presente”. Sono sempre qui e ora, talmente visibili da essere invisibili. Sono diventate tanto simili al loro immaginario che si comportano come uno “stereotipo maturo”: succhiano le immagini del reale assorbendole senza eliminarle, alternandole senza escluderle. Sono protagoniste e spettatrici della realtà divenuta spettacolo.

¹⁸ Con questa espressione si identificano merci che sono associate a un elemento «tipicamente» italiano. In qualche caso richiamano il prodotto originale (ad esempio il Parmesan), ma più spesso il riferimento è contenuto nel nome della marca o nella grafica del packaging (l'uso del tricolore, il Vesuvio, la Sicilia).