



Brief stampa

LE MAFIE NELL'ERA DIGITALE

PREMESSA

La rivoluzione digitale ha cambiato il modo di comunicare delle mafie che hanno aggiustato, "addestrandolo" in maniera graduale, il loro codice di riferimento: oltre alle parole, la mafia oggi si nutre di segni grafici, foto, trend e tracce sonore. Facebook, YouTube, Twitter, Instagram e TikTok si sono impadroniti della rete, dei nostri computer e dei nostri smartphone creando una dimensione osmotica che integra - e spesso risponde - a quanto avviene nel mondo reale. Questo succede anche per le mafie che si raccontano e si (ri)specchiano nei post di denuncia dell'antimafia sociale: se gli esperti prima interpretavano il fenomeno organizzandone il racconto, ora si può assistere direttamente al reality show delle mafie semplicemente aprendo le nostre app e selezionando il flusso di contenuti suggeriti dagli algoritmi. O ancora, seguendo i trend virali degli hashtag o delle canzoni trap e neomelodiche. Per questo motivo si è reso indispensabile uno studio che analizzasse le dinamiche performative dei mafiosi online. Per capire meglio la criminalità organizzata attraverso i social media. Il metodo scelto si è sviluppato con un approccio "double talent", in grado cioè di coniugare conoscenze umanistiche e informatiche. In una prima fase sono stati analizzati manualmente 50 profili (pagine e gruppi) Facebook e 30 profili Instagram dei rampolli delle famiglie mafiose. Nello step successivo, sotto la lente di osservazione sono finiti temi e argomenti caratteristici del mondo mafioso (dal carcere al controllo del territorio, dalla rete degli affiliati al gergo criminale, dalla ricchezza accumulata alla violenza delle faide) con una ricerca prima semiautomatica e poi automatica che ha permesso - tramite i codici Python - di processare 20mila commenti a video YouTube, 90 GB di video TikTok (per un totale 11.500 video) e 2milioni e mezzo di tweet.

LE PRIME EVIDENZE

Possiamo dividere l'analisi del fenomeno mafioso in rete in tre fasi che vanno dal **2007 al 2020**. Fasi in cui il mondo digitale ha subito una grande accelerazione e anche i clan si sono dovuti adeguare. **Dal 2007 al 2012** i boss hanno usato Facebook e lo hanno fatto per motivi prettamente ludici, mostrando però anche poca capacità di uso del mezzo che a volte è diventato un boomerang a disposizione delle forze dell'ordine, permettendo la cattura di alcuni latitanti. Poi, così come accade nella vita reale, anche nel mondo virtuale la mafia si è organizzata e ha fatto un passo in avanti con la creazione di gruppi, pagine e profili fake di celebrazione dei boss, di promozione di film dedicati alla criminalità... Ma anche con la nascita di vere e proprie comunità apologetiche della mentalità mafiosa. **I social, prevalentemente Facebook, sono stati usati insomma come mezzo di auto promozione.** Crescendo la padronanza del digitale della mafia poi, è cambiata anche la finalità dell'uso dei social da parte della mafia stessa. E in rete si è diffusa una modalità di azione criminosa che ha usato la piattaforma come **strumento di comunicazione per amplificare la portata di minacce, avvertimenti e provocazioni.** Possiamo dire che questa è la fase (2012-2016) in cui ai



“pizzini” si sono affiancati i post. Dal 2016 al 2020 infine è sbarcata in rete la “google generation criminale”, ovvero quella generazione nata a cavallo tra i due secoli perfettamente in grado di sfruttare fino in fondo il social casting a nome dei boss o degli affiliati più anziani. È nato così **l’interreale mafioso**, ovvero quella dimensione in cui reale e virtuale sono un’unica cosa. Alla minaccia sui social può seguire per esempio l’agguato sul territorio. Le piattaforme diventano una specie di radar per seguire affiliati e nemici da sostenere o colpire. Le vedette che controllano il territorio fisico sono spesso le stesse che controllano quello virtuale, spiando i profili di amici e avversari. **Con l’arrivo di TikTok infine l’interreale mafioso si mette in mostra**, si ostenta perché il “tanto denaro” e il controllo, nel linguaggio criminale, sono sinonimo di potere. Come in un “Grande fratello della mafia” vediamo le case, le famiglie, i soldi guadagnati con lo spaccio, le minacce dirette ai nemici, la vita agli arresti domiciliari, i colloqui in carcere. Il tutto alla luce del sole con un linguaggio gergale condito di dialetto, doppi sensi e simboli grafici. O tatuaggi in bella vista: messaggi destinati a chi è capace d’intendere.

I RISULTATI

- **Transmedialità è un concetto che ben si adatta a YouTube:** oltre 250 video analizzati, con 20mila commenti, restituiscono un sentiment negativo contro le mafie quando gli argomenti hanno un taglio divulgativo. È il caso dei canali degli organi di stampa, delle Tv – pubbliche e private (Tgcom 24 o Il Fatto Quotidiano, per citarne due) - e di quelli personali di utenti che trattano la fenomenologia mafiosa, come il canale di Simone Cicalone o di Gianfrancesco Coppo - Scena Criminis. Al contrario, la mafia ottiene seguito, se il tema è il contenuto di video musicali neomelodici o trap, dove spicca come elemento caratterizzante il ricorso al dialetto. Qualche esempio? Il canale di Daniele De Martino e di Niko Pandetta.
- **Facebook è il regno dell’immediatezza.** Sempre meno frequentato, è comunque caratterizzato da un gran numero di profili privati di mafiosi, pagine o gruppi dedicati alle organizzazioni criminali che strumentalizzano i diritti dei carcerati come il caso di “osistemaoriginale” (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100070079126474>). Ma è anche il luogo di promozione di cantanti (trap e neomelodici in primis) e delle loro strofe contro i pentiti oppure di esaltazione dell’onore, dell’omertà, del clan. Parallelamente troviamo – su questo come su altri social network - profili e pagine di attivisti e associazioni dell’antimafia che permettono di monitorare la reazione dell’opinione pubblica al fenomeno mafioso tramite l’analisi dei commenti o le reazioni ai post. L’arresto di Matteo Messina Denaro per esempio ha fatto registrare quasi il 53% di commenti a favore dell’azione dello Stato.
- **Da un’analisi di quasi due milioni e mezzo di tweet nel decennio 2012-2022** si nota una crescita costante di cinguettii collegati a tendenze riferibili ad argomenti mafiosi con un picco nel 2020 di 400mila tweet. Picco che cala nei due anni successivi probabilmente per l’emergere di nuovi temi come il Covid-19 e la guerra in Ucraina. Dallo studio degli



hashtag e delle parole maggiormente ricorrenti (come 'ndrangheta, camorra, arresti, mafia, narcos, criminalità ecc.) emerge in modo chiaro che istituzioni, organi d'informazione, politica e addetti al settore considerano la 'ndrangheta un'emergenza nazionale non rinviabile.

- **Instagram è l'ambiente privilegiato del glamour mafioso.** Dove, tramite l'ostentazione del lusso, si diffonde un senso di potere e quindi di controllo. E nascono accolti. I figli dei boss mostrano la ricchezza, promuovendo uno stile di vita sfarzoso: postano foto di auto, moto e barche. Fanno sfarzo di abiti di alta moda, accessori preziosi, luoghi di vacanza per milionari, locali di lusso, cibi squisiti, oggetti inutili ma costosi. Sono i rampolli del narcotraffico che raccontano il successo dell'impresa di famiglia. Le foto emulano la vita del jet set, di una élite globalizzata che, seppure confinata in territori periferici e marginali, controlla il secondo mercato mondiale più remunerativo dopo il petrolio. E applica, come se fosse una strategia di marketing, l'unico criterio possibile: chi ha i soldi comanda e deve essere rispettato.
- **Questo pilastro della comunicazione mafiosa è centrale anche nei video di TikTok** che consentono di cogliere alcuni elementi culturali intorno ai quali si costruisce l'identità post-moderna delle mafie: nei contenuti pubblicati troviamo un mondo alla rovescia in cui si formano "comunità di simili" che credono solo nella loro verità criminale, fondando una post-verità mafiosa il cui atteggiamento è simile a quello dei militanti fondamentalisti. E lo fanno in modo trasparente, sebbene sopravviva ancora la logica dell'omertà, tramite la visibile ossessione del denaro guadagnato con la droga, degli avvertimenti pubblici destinati a influenzare la cerchia di seguaci e simpatizzanti. E a spaventare la stampa più libera. Così come ricorrendo a storie di carcerati o a colonne sonore trap e neomelodiche.

IL LINGUAGGIO

Le mafie comunicano sui social media soprattutto attraverso le emoji che assumono un significato diverso a seconda del contesto. Qualche esempio? Il leone: coraggio e forza; le catene: carcere e vincolo affettivo; il cuore nero: lutto, tristezza, malvagità; la siringa con la goccia di sangue: fratellanza. Sono tutti modi alternativi, meno tracciabili dall'algoritmo ma ben riconoscibili dai destinatari, che connotano la scelta dei contenuti pubblicati. Foto, frasi e citazioni unite agli emoji riscrivono il linguaggio virtuale della mafia, creando un nuovo gergo criminale digitale. Non solo, in un'eterna contrapposizione "noi-loro", l'appartenenza o la simpatia verso un clan, si dimostra indossando vestiti della stessa marca, spesso della linea streetwear, esibendo i medesimi accessori, ascoltando le stesse canzoni, usando gli stessi emoji, meme, hashtag.



SALTA L'INTERMEDIAZIONE TRA MONDO REALE E VIRTUALE

Lo studio dimostra inoltre come tramite i social siano caduti i del tutto i confini tra il reale e il virtuale. Questa grande novità permette da un lato una velocissima proliferazione del fenomeno mafioso in rete (e non solo), ma dall'altro potenzia la capacità di tracciamento dei clan. Dal profilo TikTok di uno dei componenti della cerchia di una famiglia, è stato possibile ricostruire il sistema di relazioni che ruota attorno a quel profilo e che reagisce ai contenuti pubblicati, stabilendo una sorte di affiliazione digitale e allo stesso tempo di controllo del territorio. In rete così come nella realtà. Prendiamo il caso dei Fraulella, ovvero il clan D'Amico di Ponticelli, che agisce su TikTok servendosi del soprannome come nickname e del numero 6 (la lettera F dell'alfabeto) per essere identificato dai propri seguaci. Grazie alla social network analysis dei commenti, è stato possibile giungere a un grafico che restituisce il "peso" delle relazioni convergenti sul profilo osservato. Lo stesso tipo di ricerca ha consentito di tracciare le connessioni tra le batterie della mafia foggiana, cioè delle diverse famiglie storicamente alleate o avversarie. Un'analisi, invece, più tradizionale è stata fatta sui Casamonica, facendo emergere connessioni con la camorra, tanto contenutistiche (canzoni neomelodiche e ostentazione del lusso), quanto di relazioni con specifici esponenti con cui si stabiliscono o rafforzano alleanze virtuali attraverso il sentiment positivo dei commenti.

Conclusioni

In definitiva, l'immaginario digitale delle mafie si alimenta in maniera circolare: i social sono lo specchio e il motore di costante aggiornamento (updatism) della cultura criminale mafiosa che risemantizza i vecchi immaginari, costruendo consenso attraverso una bulimica creazione di contenuti. La generazione Z dei clan e delle paranze sta cambiando il volto delle organizzazioni criminali, mostrando quanto sia necessario saper gestire la scena digitale per ottenere consenso ed essere riconoscibili - in quanto mafiosi - all'interno di una società in cui informazione e consumi rendono tutti uguali. Come navigati influencer, i rampolli delle mafie promuovono attraverso la ridondanza del lusso il successo del loro brand criminale.

Scarica [QUI](#) la sintesi slides