

# LA GOOGLE GENERATION CRIMINALE: I GIOVANI DELLA CAMORRA SU FACEBOOK

Marcello Ravveduto

**Title:** The criminal Google generation: The Camorra youth on Facebook

## **Abstract**

The present essay, after an introduction that reconstructs - through the news appearing in the media - the various stages of virtual rooting of the Camorra, focuses on the criminal Google generation. It is proposed, a research that applies the "historical gaze" (Gruzinski, 2016) to the use of Facebook by the boys affiliated to the Camorra clans. The author, in fact, presents a research that applies the "historical gaze" (Gruzinski, 2016) to the use of Facebook by the boys affiliated to the Camorra clans. From the survey of individual profiles, emerges the formation of a criminal "interreal" dimension. The practices of impression management and personal brand competing on the one hand to pass on the traditional mafia imaginary through online sharing of media content (now globalized), on the other hand to innovate the slang language through the use of images and iconic signs such as the emoji.

**Keywords:** Camorra, Facebook, Google Generation, Imaginary, Interreal

Il presente saggio, dopo un'introduzione che ricostruisce - attraverso le notizie apparse sui media - le diverse fasi di radicamento virtuale della camorra, si concentra su quella che viene definita Google generation criminale. L'autore presenta una ricerca che applica lo «sguardo storico» (Gruzinski, 2016) all'uso di Facebook da parte dei ragazzi affiliati ai clan di camorra. Dall'indagine dei singoli profili, emerge la formazione di una dimensione «interreale» criminale. Le pratiche di impression management e di personal branding concorrono da un lato a tramandare l'immaginario mafioso tradizionale attraverso lo sharing online di contenuti mediali ormai globalizzati, dall'altro ad innovare il linguaggio gergale tramite l'utilizzo di immagini e segni iconici quali le emoji.

**Parole chiave:** Camorra, Facebook, Google Generation, Immaginario, Interreale

I camorristi usano i social network? E se li usano quali modalità d'ingaggio praticano? Per rispondere a queste due domande dobbiamo fare un passo indietro e soffermarci su due aspetti preliminari. Il primo è di carattere metodologico. Serge Gruzinski suggerisce di reagire alla fugacità del contemporaneo sviluppando “una comprensione e una rappresentazione del presente attraverso i sensi, ma di un presente con tocchi di passato e accenni di futuro”<sup>1</sup>. Lo storico francese, osservando una foto che ritrae l'arco romano di Tazoult in Algeria, divenuta la porta di un improvvisato campo di calcio, restituisce profondità all'immagine sottraendola alla frammentarietà del presente: “Ridotto ormai da molto tempo nelle condizioni di rovina, l'arco sostituisce la porta, indubbiamente troppo costosa o troppo complicata da installare. Reliquia dimenticata di un passato remoto, l'arco è stato pertanto riciclato ai fini di uno sport che è diventato la punta di diamante delle attività più spettacolari e redditizie della globalizzazione”<sup>2</sup>.

Il reperto archeologico è una specie di portale multidimensionale giacché “stabilisce un legame tra la globalizzazione contemporanea e l'epoca di una romanità trionfante, lontano abbozzo di ciò che stiamo vivendo attualmente”<sup>3</sup>. È un simbolo che evoca una serie ininterrotta di invasioni, conquiste e rivolte di un'Africa passata attraverso colonizzazioni e decolonizzazioni nel lungo “arco” della sua storia.

“Infrangendosi sulla pietra, il pallone da calcio attraversa molteplici dimensioni della memoria, che risuonano di secolo in secolo. Locale e nazionale, antico e contemporaneo, coloniale e imperiale, africano e mediterraneo, pagano, cristiano e musulmano. Lo sfondo in cui si inserisce questa piccola scena “senza storia” è infinitamente più ricco di quanto la convenzionalità del soggetto non lasci immaginare”<sup>4</sup>.

Gruzinski ci invita a riflettere sulla possibilità di interpretare il presente attraverso “i frammenti preservatici dal tempo”, per individuare e contestualizzare i diversi “strati” che costituiscono un momento o una scena; per rintracciare “gli spazi e i tempi che convergono in uno stesso luogo, decifrando gli elementi fuori campo,

---

<sup>1</sup> Norbert Servos, *Pina Baush. Dance Theater*, K. Kaiser, Munchen, 2008, p. 15 in Serge Gruzinski, *Abbiamo ancora bisogno della storia? Il senso del passato nel mondo globalizzato*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2016.

<sup>2</sup> *Ivi*, pp. 13, 14.

<sup>3</sup> *Ivi*, p. 14.

<sup>4</sup> *Ivi*, p. 16.

accogliendo le reminiscenze evocate dall'immagine"<sup>5</sup>. Si tratta di saper "invocare" il presente con uno "sguardo storico", o, se si vuole, con lo sguardo dello storico capace di "collegare saperi lontani e vicini, giocando su dimensioni di scala multiple"<sup>6</sup>. Da questa prospettiva la sfera digitale si propone come un'unità prismatica dentro cui si riflettono, si scompongono e si rimontano le immagini del passato.

Il secondo aspetto è di carattere strutturale. Il rapporto *Digital 2018* ha rilevato che il numero degli utenti connessi ad Internet nel mondo supera i 4 miliardi di persone; più della metà della popolazione terrestre è online. L'utilizzo dei social media cresce insieme ai "connessi", con un numero di utenti superiore del 13% rispetto al 2017. Gli utenti attivi sono ad oggi più di 3 miliardi nel mondo e 9 su 10 accedono via device mobile.

"In Italia il 73% della popolazione è online (43 milioni di persone), con 34 milioni di utenti attivi sui social media. Durante il 2017 si è registrata una crescita di 4 milioni di persone connesse ad Internet (+ 10% rispetto all'anno precedente) e una crescita di 3 milioni di utenti social media (+ 10% rispetto all'anno precedente). Trascorriamo circa 6 ore al giorno online (quasi il doppio del tempo che passiamo davanti alla TV). Di queste ore, quasi 2 sono passate utilizzando una piattaforma social media"<sup>7</sup>.

La parte del leone spetta a Facebook che con i suoi oltre 34 milioni di utenti copre il 57% della popolazione italiana. La fascia di età tra i 25 e 35 anni (23%) è la più rappresentata, seguita da quella con età compresa tra i 35 e i 45 anni (22%). Quindi, le persone tra i 25 e i 45 anni raggiungono il 46% dell'intera base. La fascia dei teenagers (13-17 anni) è la meno presente, conta solo il 4% degli utenti<sup>8</sup>. Perciò, o i mafiosi sono tutti nel restante 43% della popolazione oppure sono amalgamati alla maggioranza del 57%. Come ha scritto Tonino Cantelmi:

"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 e che determina vere e proprie ristrutturazioni cognitive, emotive e sociali

---

<sup>5</sup> *Ivi*, p. 17.

<sup>6</sup> *Ibidem*.

<sup>7</sup> Cfr. <https://bit.ly/2siZC7m>, consultato il 30 novembre 2018.

<sup>8</sup> Cfr. <https://bit.ly/2vxwpXI>, consultato il 30 novembre 2018.

dell'esperienza, capace di rideterminare la costruzione dell'identità e delle relazioni, nonché il vissuto dell'esperire"<sup>9</sup>.

Pertanto, se il virtuale è un'estensione della vita reale anche l'esperienza criminale è parte integrante dell'ecosistema digitale. Il bullo, il delinquente, il mafioso cercano nei social un orizzonte culturale, una *weltanschauung* criminale da condividere attraverso i contenuti multimediali.

Il passaggio dalla civiltà industriale a quella informatica sta ristrutturando i processi cognitivi: l'alfabetizzazione digitale avviene per induzione ed autoapprendimento. Chi impiega Google, Facebook, Youtube o qualsiasi altro strumento della Rete mette a frutto le proprie capacità di intuito e di emulazione, ovvero abilità e talenti che non discendono dal grado di scolarizzazione individuale. Anche chi non ha raggiunto una sufficiente alfabetizzazione analogica può trovarsi a suo agio nell'esperienza virtuale; può far ascoltare la propria voce e prendere la parola senza dover passare per i canali dell'istruzione, del merito, della conoscenza, della professionalità o della competenza tecnico-scientifica. Ciò che conta non è il "sapere" ma il "saper fare", ovvero la "metatecnologia"<sup>10</sup>: la pratica che consente di assimilare l'uso individuale e sociale di una nuova tecnologia. Una prassi che segna una frattura con il passato: il trasferimento tecnologico, infatti, è la condivisione nel presente di un'innovazione che diventa consuetudine all'interno di un contesto relazionale. La "metatecnologia" è parte integrante della formazione empirica delle nuove generazioni. La diffusione della telefonia mobile, per esempio, ha trasformato la comunicazione attraverso l'uso massivo di messaggi di testo. Prima gli Sms, poi le App di *instant messaging* hanno convertito il linguaggio in una specie di "oralità scritta"<sup>11</sup>, con una struttura asintattica e spesso agrammaticale: "i messaggi testuali includono forme linguistiche particolari che hanno l'obiettivo di compensare la mancanza dei codici comunicativi, gestuali, mimici e prossemici"<sup>12</sup>. Chi non partecipa al "gioco" rischia di cadere nel baratro del "digital divide", un vuoto in cui la tecnologia perde significato

---

<sup>9</sup> Tonino Cantelmi, *Educare nell'era digitale e tecnoliquida*, <https://bit.ly/2F3ppWD>, p.1, consultato il 30 novembre 2018.

<sup>10</sup> Robert Wright, *Non-Zero: The Logic of Human Destiny*, Pantheon, New York, 2000.

<sup>11</sup> Giuseppe Mininni (a cura di), *Virtuale.com. La parola spezzata*, Idelson-Gnocchi, Napoli 2002.

<sup>12</sup> Giuseppe Riva, *Psicologia dei nuovi media. Azione, presenza, identità e relazioni nei media digitali e nei social media*, Il Mulino, Bologna 2012.

e diventa un problema, piuttosto che un'opportunità. Anche se, come spiega lo psicologo Giuseppe Riva, non è il dato anagrafico a identificare i "nativi digitali"<sup>13</sup> ma la loro capacità di usare la tecnologia in maniera intuitiva, rimane il fatto che sono soprattutto le generazioni dei nati tra la metà degli anni Settanta e i primi anni del Duemila ad aver diffuso globalmente, attraverso l'uso degli smartphone, la condivisione di contenuti pubblici e privati sui social network: "La facilità d'uso di questi dispositivi ha rimosso la barriera linguistica che ha rappresentato a lungo il principale requisito di base per accedere alle potenzialità dei nuovi media. Oggi per poter usare smartphone e tablet non è necessario saper leggere o scrivere, basta saper controllare le proprie dita"<sup>14</sup>. La contemporanea comparsa dei *mobile device* e dei social network (2007) ha decretato la nascita di un nuovo spazio sociale che è stato definito "interrealtà"<sup>15</sup> in cui reti digitali on-line e reti sociali off-line si fondano: "A caratterizzare l'interrealtà è lo scambio esistente tra le diverse dimensioni: il mondo digitale influenza quello reale e viceversa; la dimensione pubblica influenza quella privata e viceversa"<sup>16</sup>.

In questo riflesso di specchi la personalità dell'individuo, e quindi la sua quotidianità, diventa la somma delle azioni concrete praticate nel mondo reale e la condivisione di contenuti caricati nel Web. La percezione dell'io dipende allora dalla rappresentazione costruita attraverso le successive connessioni. Se questo vale per tutti gli utenti di Facebook, vale ancora di più per i mafiosi. Spesso, infatti, dimentichiamo che tra organizzazioni criminali e social media esiste un punto di contatto: il network. Una rete, materiale e immateriale, che definisce il "posizionamento sociale"<sup>17</sup> nella corrispondenza tra reale e virtuale. Perciò se l'utente interagisce nella realtà all'interno di una "comunità di pratiche"<sup>18</sup>, in cui si condividono esperienze, cultura e linguaggio, costruirà un profilo digitale che

---

<sup>13</sup> Marc Prensky, *Digital Natives, Digital Immigrants*, 2001, <https://bit.ly/2BR4LEU>, consultato il 30 novembre 2018.

<sup>14</sup> Giuseppe Riva, *Nativi digitali. Crescere e apprendere nel mondo dei nuovi media*, Il Mulino, Bologna 2014, p. 62.

<sup>15</sup> Jacob Van Kokswijk, *Hum@n, Telecoms, & Internet as Interface to Interreality*, Bergboek, Hoogwoud, 2003.

<sup>16</sup> Giuseppe Riva, *Nativi digitali, op. cit.*, p. 60.

<sup>17</sup> Rom Harrè, Fathali Moghaddam (a cura di), *The Self and Others: Positioning Individuals and Groups in Personal, Political and Cultural Contexts*, Praeger, Westport, 2003.

<sup>18</sup> Étienne Wenger, *Comunità di pratica. Apprendimento, significato e identità*, Cortina, Milano, 2006.

promuove la mafiosità nella dimensione “interreale”. Del resto, Riccardo Scadellari, esperto di marketing digitale, afferma: “La nostra identità digitale deve essere il più vicino possibile alla nostra vera identità. La costruzione del *personal branding* non significa creare un personaggio falso ed effimero”<sup>19</sup>. Perciò, se l’identità mafiosa reale è prevalente prenderà il sopravvento nella gestione del *personal branding* digitale: la credibilità e l’autorevolezza del profilo social derivano dalla reputazione criminale della persona reale che conquista lo status di mafioso “interreale”.

Eppure, ogni volta che la cronaca ha trattato l’argomento mafie e Facebook, ha assunto toni allarmistici demonizzando il social network quale strumento della “globalizzazione mafiogena”<sup>20</sup>. Il panico diffuso dai media svela lo “stereotipo progressista” secondo il quale la tecnologia dovrebbe produrre miglioramenti sociali, culturali, economici e civili con un andamento lineare ascendente che marginalizza i fenomeni di sottosviluppo. Le organizzazioni criminali, quindi, in un contesto dominato dalla logica degli algoritmi, sono relegate nell’immaginario dell’anacronismo irrazionale e i mafiosi considerati esseri primitivi incapaci di controllare la tecnologia digitale.

In realtà, come qualsiasi altro utente, i camorristi hanno attraversato tre fasi di apprendimento “metatecnologico” sperimentando limiti e potenzialità del web partecipativo. In un primo periodo (2007-2012)<sup>21</sup> hanno usato il mezzo in maniera ludica per raggiungere il popolo dei suggestionabili che naviga nella Rete <sup>22</sup>, ma, non essendo ancora abili, hanno messo a rischio la regola aurea dell’omertà. Sono stati arrestati, infatti, alcuni latitanti che avevano poca dimestichezza nell’uso della geolocalizzazione: la pubblicazione di fotografie private ha consentito alla polizia postale di rintracciare la loro posizione<sup>23</sup>. Si è disseminato, tuttavia, un primo immaginario “social mafioso”: in questa fase nascono gruppi, pagine fan e profili fake

---

<sup>19</sup> Riccardo Scadellari, *Fai di te stesso un brand. Personal branding e reputazione online*, Flaccovio, Palermo, 2014, p. 32.

<sup>20</sup> Umberto Santino, *Modello mafioso e globalizzazione*, <https://bit.ly/2TpKo9e>, consultato il 30 novembre 2018.

<sup>21</sup> La fase di sviluppo di Facebook in Italia: gli utenti in un quinquennio passano da circa 200mila ad oltre 20 milioni.

<sup>22</sup> “La camorra di Pomigliano cerca adepti”: Gruppo su Facebook fondato da giovani, in “Corriere del Mezzogiorno”, 28 settembre 2009.

<sup>23</sup> Marcello Ravveduto, *Social mafia: il networking mafioso*, op. cit., p. 195.

che da un lato amplificano le imprese dei grandi boss del passato, dall'altro esaltano la potenza delle organizzazioni criminali nel presente<sup>24</sup>. Si passa, così, a una seconda fase di consolidamento (2012-2016) in cui si radica una specifica retorica mafiosa. I giovani camorristi, in particolare, imparano a sfruttare il *socialcasting* "il cui processo distributivo fa riferimento ad una community di persone che decidono in completa autonomia di aumentare la circolazione di un contenuto grazie alle opportunità di condivisione rese possibili dalle nuove piattaforme tecnologiche"<sup>25</sup>. Condividendo messaggi testuali e frammenti audiovisivi espliciti<sup>26</sup> si struttura "l'interrealtà" della camorra, che si manifesta concretamente tramite il corto circuito tra reale e virtuale. Il 16 ottobre 2014, infatti, Fabio Orefice, allora trentenne, è ferito nel corso di un regolamento di conti tra i clan del Rione Traiano a Napoli. Per niente intimorito sfida gli aggressori e posta su Facebook frasi inequivocabili: "il leone è ferito ma non è morto, già sto alzato. Aprite bene gli occhi che per chiuderli non ci vuole niente. Avita muriii [Dovete morire]". Il messaggio è accompagnato dalle foto che ritraggono i punti del corpo in cui è stato ferito. Aggiunge, inoltre, immagini di armi e munizioni. Sei giorni dopo due sconosciuti a bordo di una moto di grossa cilindrata sparano raffiche di kalashnikov contro il portoncino della sua abitazione<sup>27</sup>. Il clan rivale, che segue il profilo social di Orefice, reagisce realmente alle minacce virtuali. Il vissuto camorristico condiziona l'identità digitale che a sua volta soggiace all'influenza della realtà criminale. L'"interrealtà" mafiosa, dunque, tiene insieme reale e virtuale dando forma a una nuova dimensione spaziotemporale della criminalità organizzata. Si apre, a questo punto, la terza fase, quella attuale, dominata dalla "Google generation criminale"<sup>28</sup>, ovvero i nativi digitali della metà

---

<sup>24</sup> Andrea Meccia, *Ipse dixit. L'abecedario di Totò Riina*, 9 settembre 2010, <https://bit.ly/2F3jSPW>, consultato il 30 novembre 2018.

<sup>25</sup> Davide Bennato, *Sociologia dei media digitali*, Laterza, Roma-Bari, 2011, p. 6.

<sup>26</sup> Enzo Ciaccio, *Camorra, il boss grida vendetta su Facebook*, 17 agosto 2012, <https://bit.ly/2As15JY>, consultato il 30 novembre 2018; Simone 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; Aldo 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.

<sup>27</sup> *Camorra, lo feriscono: lui li minaccia e li sfida su Fb. Loro tornano a sparargli*, in "Repubblica", 23 ottobre 2014, <https://bit.ly/2RnlGZR>, consultato il 30 novembre 2018; Fabrizio Feo, *Camorra, la "posta" dei clan*, 19 novembre 2017, <https://bit.ly/2s9eT7S>, consultato il 30 novembre 2018.

<sup>28</sup> Marcello Ravveduto, "La paranza dei bambini". *La Google Generation di Gomorra*, in "Questione Giustizia", 14 gennaio 2017, <https://bit.ly/2shofyt>, consultato il 30 novembre 2018.

degli anni Novanta capaci di sfruttare in maniera intuitiva e senza sforzo le potenzialità dei social media. Vivono immersi nel liquido amniotico dell'“interreale” mescolando le esperienze devianti con le gesta dei *villain* cinematografici, televisivi e dei videogiochi *action-adventure*. Un processo di acculturazione criminale “metatecnologico” fondato sullo *sharing online* 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*<sup>29</sup> dell'epica mafiosa: un continuo andirivieni tra immaginario e reale che rovescia la percezione del vissuto. È stato scritto che “I giovani camorristi vanno pazzi per Facebook”, che sono “padrini della camorra 2.0” e che usano i “social come un'arma” per veicolare “messaggi mafiosi e dichiarazioni d'intenti”<sup>30</sup>. In realtà, come tutti i nativi digitali, sfruttano al massimo le potenzialità del mezzo indicando modalità d'uso ignote alle generazioni precedenti. Così accade che i boss più anziani chiedano alle giovani leve di controllare i movimenti dei nemici da colpire seguendo i profili Facebook o adoperino la trasmissione in diretta per comunicare con la rete degli “amici”<sup>31</sup>.

Se si vuole rispondere, perciò, alla domanda iniziale, bisogna entrare in contatto con questo mondo reale attraverso il canale digitale. Per tale ragione, chi scrive, ha condotto una ricerca attivando un profilo *fake* su Facebook. Grazie a una precisa strategia di *impression management*<sup>32</sup>, si sono condivisi contenuti adeguati al contesto sociale indagato, al fine di interagire con alcuni protagonisti della

---

<sup>29</sup> Enrico Menduni, *Prosumer*, in “Enciclopedia della Scienza e della Tecnica”, Treccani, Roma, 2008, <https://bit.ly/2jmdc0J>, consultato il 30 novembre 2018.

<sup>30</sup> Chiara Caprio, *Perché i giovani camorristi vanno pazzi per Facebook*, in “Vice”, 10 agosto 2016, <https://bit.ly/2RuDNwV>, consultato il 2 dicembre 2018; Cristina Zagaria, *I giovani padrini della camorra 2.0: social usati come un'arma*, in “Repubblica”, 6 maggio 2016, <https://bit.ly/2VuJZnR>, consultato il 2 dicembre 2018; Grazia Longo, *Camorristi di quarta generazione: kalashnikov, tatuaggi e Facebook*, in “La Stampa”, 7 settembre 2015, <https://bit.ly/2BZvHT9>, consultato il 2 dicembre 2018.

<sup>31</sup> Dario Del Porto, *I boss: “Cerca i nomi su Facebook”. Caccia ai nemici da colpire sui profili Social*, in “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”*, in “Corriere del Mezzogiorno”, 10 ottobre 2018, <https://bit.ly/2s6V3tK>, consultato il 2 dicembre 2018.

<sup>32</sup> Jenny Rosenberg, Nichole Egbert, *Online Impression Management: Personality Traits and Concerns for Secondary Goals as Predictors of Self-Presentation Tactics on Facebook*, in “Journal of Computer-Mediated Communication”, 17, 2011, <https://bit.ly/2sic3gH>, consultato il 2 dicembre 2018.



cosiddetta “paranza dei bambini”, divenuta famosa per il fenomeno delle “stese”<sup>33</sup>. Sono stati presi in esame 80 profili di giovani devianti o borderline dai 14 ai 24 anni. La rete di contatti si è sviluppata partendo da 5 nomi apparsi sugli articoli di cronaca locale nel 2017 per eventi delittuosi di stampo camorristico<sup>34</sup>. Il primo aspetto rilevante è il network relazionale: gli amici digitali sono scelti sulla base di un orientamento cognitivo di carattere affettivo che influenza la componente valutativa. In sostanza, le connessioni si stabiliscono tra persone reali che condividono emozioni e valori in una comunità chiusa di tipo localistico (*parochial*) e parentale replicante le dinamiche del contesto criminale<sup>35</sup>. La strategia di identificazione è intrisa di “cultura del narcisismo”<sup>36</sup>, esaltata dalla pratica del selfie. Mostrano i loro volti e i loro corpi in atteggiamento *glamour* adoperando un linguaggio esplicito di “frasi fatte” (tratte dai film, dalle fiction, dalle canzoni, dai libri, dalle massime di personaggi famosi ecc.), copiate in giro dal web e risemantizzate dall’accoppiamento tra immagine e parole. Per esempio Francesco, volto da adolescente imberbe, si mostra a figura intera sull’uscio di casa mettendo in evidenza la *mise* e scrive: “Sparami ma non sbagliare perché se tocca a me vi faccio male”, che è la storpiatura di un verso della canzone *Sparami* della rapper Baby K: “Sparami ma non sbagliare/ Che se tocca a me ti faccio male”. Ovviamente la frase, scritta sul profilo di un giovane appartenente al clan dei “Fraulella” di Ponticelli mentre esce di casa, acquista un valore completamente diverso dal testo originale che esprime la ribellione di una donna nei confronti del maschilismo. Questi ragazzi, nel 90% dei casi, indossano capi d’abbigliamento costosi di una specifica marca (Dsquared2) ostentata come elemento qualificante. In un primo momento viene da pensare che vogliano dimostrare il successo personale (deviante/criminale) attraverso l’esibizione di indumenti esclusivi, nel senso che chi non li indossa è fuori dal loro mondo. Ma questa è solo una parte del processo di identificazione sociale.

---

<sup>33</sup> Non è possibile citare in questa sede le centinaia di news, approfondimenti e opinioni sul fenomeno delle stese. In maniera puramente esemplare si riporta Roberto Saviano, *La paranza dei bambini nella guerra di Napoli*, in “Repubblica”, 08 settembre 2015, <https://bit.ly/2H56T1Z>, consultato il 2 dicembre 2018.

<sup>34</sup> La ricerca è cominciata nel settembre 2017. Trattandosi di una *cover research* non sarà possibile citare i nomi e le url e i profili su Facebook.

<sup>35</sup> Luigi Ceccarini, *La cittadinanza online*, il Mulino, Bologna, 2015, pp. 66-68.

<sup>36</sup> Christopher Lasch, *La cultura del narcisismo. L’individuo in fuga dal sociale in un’età di disillusioni collettive*, Bompiani, Milano, 1992.

Se si presta la dovuta attenzione, si può notare che nella scheda anagrafica del profilo, la parte riservata al lavoro svolto, è inserita la dicitura “lavora presso Dsquared2” oppure “manager presso Dsquared2”. Che significa? Un’ipotesi plausibile è che il *brand* commerciale simboleggi metaforicamente l’appartenenza ad un *brand* sociale. Si sfoggia la marca di un capo d’*élite* per sottolineare l’adesione ad un’organizzazione selettiva a cui possono partecipare in pochi. Inoltre, si stabilisce un preciso criterio gerarchico tra chi semplicemente “lavora” e chi detiene il ruolo di “manager”. Anche i narcos messicani usano l’abbigliamento e alcuni tipi di marche per indicare l’affiliazione a un Cartello<sup>37</sup>. Senza dimenticare che lo stile mafioso ha conquistato un suo spazio nel mercato del lusso<sup>38</sup>. Tuttavia, indagando nel presente digitale, allo storico non può sfuggire che questa rappresentazione del sé indica una superiorità morale derivante dall’appartenenza ad un’organizzazione criminale elitaria. Il camorrista (o chi orbita intorno al clan) non è un delinquente comune. Infatti, già agli inizi del Novecento Ferdinando Russo ed Ernesto Serao scrivevano: “I camorristi hanno avuto, nei tempi andati, costumi e fogge di vestire speciali, per modo da potersi riconoscere agevolmente tra loro”<sup>39</sup>. Si tratta, quindi, di una pratica di riconoscimento reciproco nella dimensione “interreale” che mantiene criteri d’identificazione tradizionali con modalità digitali.

C’è un’altra pratica che rimane immutata nel passaggio dal reale al virtuale: l’esposizione dei tatuaggi. Se nella realtà la pelle disegnata è visibile solo alla cerchia dei simili, su Facebook diventa un’attestazione pubblica del proprio essere, un marchio inciso direttamente sulla pelle. Così come si mostra il brand stampato sulla maglietta, allo stesso modo i ragazzi di un clan del rione Sanità esibiscono sul petto la scritta “LOVE” dove la prima lettera è una pistola, la seconda una granata, la terza un rasoio divaricato, la quarta un kalashnikov. Anche oggi, come in passato<sup>40</sup>, è

<sup>37</sup> Cfr. <https://bit.ly/2skuIZd>, consultato il 2 dicembre 2018.

<sup>38</sup> Cfr. <https://labellamafiaclothing.com/>. Si tratta di un sito e-commerce brasiliano con sede a Miami che vende abbigliamento sportivo, accessori e cosmetici usando questi slogan: “Lascia che il lusso venga da te”; “LabellaMafia è più di un marchio; è uno stile di vita”, consultato il 2 dicembre 2018; oppure l’azienda Barabas a Los Angeles, che promuove le camicie mostrando El Chapo Guzman mentre le indossa, <https://bit.ly/2RATUZV>, consultato il 2 dicembre 2018.

<sup>39</sup> Ferdinando Russo, Ernesto Serao, *La camorra. Origini, usi, costumi e riti dell’“annorata società”*, Bideri, Napoli, 1907, p. 21.

<sup>40</sup> Cfr. Abele De Blasio, *Usi e costumi dei camorristi. Storia di ieri e di oggi*, Edizioni Pierro, 1897.

diffusa la pratica dell'incisione di nomi di amici deceduti o di immagini religiose ma a questi si affiancano figure inaspettate come Joker - il cattivo del fumetto Batman - e Benito Mussolini. Nel primo caso si sta comunicando esplicitamente la propria collocazione nella società: sono coscienti di giocare un ruolo negativo a cui è associata la derisione verso chi si trova sull'altra "sponda"; nel secondo caso non c'è nessun riferimento ideologico: il duce è la trasfigurazione della capacità di comando, di mantenere l'ordine usando la violenza. In questa prospettiva il dittatore assume la qualità di un "grande boss" del passato che ha conquistato il potere sconfiggendo i nemici. Infatti, le sue massime sul profilo di *Ciro Marfè*<sup>41</sup>, condivise sotto forma di meme digitali<sup>42</sup>, non hanno una valenza politica ma sono inquadrabili come messaggi di avvertimento ai clan rivali. Il 26 agosto 2015 pubblica una foto, che ritrae il dittatore in divisa mentre stringe il pugno, su cui è montata la frase: "Se il destino è contro di noi peggio per lui"<sup>43</sup>; l'11 aprile 2016 pubblica l'immagine di una lastra di marmo in cui è inciso l'aforisma mussoliniano: "Noi non vogliamo la guerra ma non la temiamo"<sup>44</sup>. Walter Mallo, giovane boss emergente del quartiere di Miano, compensa postando, il 7 febbraio 2016, un meme di Fidel Castro: "¡Patria o Muerte, Venceremos!"<sup>45</sup>.

L'esibizione della violenza come metafora del potere è centrale nella costruzione dell'immaginario social della camorra. Nelle foto di copertina dei profili indagati, infatti, si alternano boss realmente esistiti e doppioni mediali, ma appaiono anche immagini allegoriche: la leonessa, il fuoco, le armi e personaggi di pura fantasia. In qualche caso (18 profili su 80) i contenuti più espliciti sono condivisi con profili *fake*: "Enrico Escobar (El Chapo)"; "El Padron Del Mal (Not-Rivals)"; "Tony Escobar (Cosa Nostra)"; "Loco Escobar". Dalla lettura dei nomi si può comprendere quanto abbia

---

<sup>41</sup> In questo caso si indica nome e cognome dell'utente Facebook perché *Ciro Marfè* è stato assassinato in un agguato nell'agosto 2016 e la stampa ha utilizzato i post presenti sul suo profilo social per descrivere la sua vita criminale; Melina Chiapparino, *Camorra, duplice omicidio a Napoli: "Dopo il raid fuochi d'artificio"*, in "Il Mattino", 4 agosto 2016.

<sup>42</sup> Cfr. <https://bit.ly/2VGZRDS>, consultato il 2 dicembre 2018.

<sup>43</sup> <https://bit.ly/2SzMJRW>, consultato il 2 dicembre 2018.

<sup>44</sup> <https://bit.ly/2BqsX1D>, consultato il 2 dicembre 2018.

<sup>45</sup> Anche in questo caso il nome è pubblico poiché all'attività social di Walter Mallo si sono interessati i media dopo l'arresto avvenuto nel maggio 2016; Leandro Del Gaudio, *Napoli. Preso il boss di Facebook Mallo. Lo sfogo delle mamme al telefono: "Stanno facendo tarantelle grosse..."*, in "Il Mattino", 6 maggio 2016.

inciso il successo della serie Tv *Narcos* e quanto sia ancora rilevante, dopo oltre trent'anni, il mito di Tony Montana interpretato da Al Pacino nel film *Scarface* (1983). Gli utenti devianti compongono un immaginario frammentato ma organico: prendono dalla rete immagini di natura diversa (cinema, Tv, blog, siti, social network) e le rimontano adeguandole al proprio *personal branding* con un *impression management* a sfondo criminale. Può accadere, allora, che insieme a Toto Riina, Raffaele Cutolo, Michele Zagaria e Pablo Escobar vi siano Tony Montana, Jenni Savastano, 'O Trac (personaggio delle serie Tv *Gomorra*), Michael Corleone, Bin Laden e Abu Bakr al-Baghdadi. Uno scenario globalizzato in cui realtà e immaginario, camorra e terrorismo si confondono producendo un messaggio violento originale e condivisibile in Rete. Ma anche il riferimento al terrorismo non è cosa nuova: in una sentenza del Tribunale di Napoli, agli inizi degli anni Ottanta del secolo scorso, si legge: la Nuova camorra organizzata (ovvero i clan guidati da Raffaele Cutolo) è il "terrorismo del nostro sottoproletariato che, abbandonandosi al più assoluto qualunquismo politico, ritrova la propria identità di massa"<sup>46</sup>. Senza dimenticare, come ha scritto Francesco Benigno, che già dopo l'Unificazione la camorra viene individuata come "setta criminale" eversiva delle "classi pericolose".<sup>47</sup> L'attuale riferimento all'Isis è piuttosto l'incorporazione dell'immaginario globalizzato e concorre, con uno sfacciato uso pubblico di immagini terrificanti, al rafforzamento digitale dello storytelling camorristico. Il 17 ottobre 2016, infatti, è stato arrestato dai Carabinieri, in un paese dell'hinterland napoletano, Diego Otavimenna con l'accusa di istigazione a delinquere, aggravata dall'apologia di terrorismo. Il trentenne, gestore di un ferramenta, ha postato sul suo profilo Facebook un video che mostrava la decapitazione di un prigioniero dell'Isis accompagnato da alcune frasi di consenso alla camorra<sup>48</sup>. L'esempio più calzante, in tal senso, riguarda il clan dei "Barbudos" del rione Sanità. Dal nome sembrano ispirarsi ai narcotrafficienti sudamericani ma nelle fattezze e nei proclami si richiamano agli jihadisti. Sui loro profili Facebook mettono in mostra i tatuaggi in

<sup>46</sup> Ordinanza-sentenza Abbagnale Agostino + 711, Tribunale di Napoli, 1983, p. 87.

<sup>47</sup> Francesco Benigno, *La mala setta. Alle origini di mafia e camorra 1859-1878*, Einaudi, Torino, 2015, pp. 33-128.

<sup>48</sup> Cfr. <https://bit.ly/2HVqamQ>, consultato il 5 dicembre 2018; cfr. <https://bit.ly/2UEWN9G>, consultato il 5 dicembre 2018.

arabo, si presentano con nomi di battaglia che richiamano quelli dei miliziani e postano citazioni tipo: “Sono l'ultimo prescelto”; oppure scrivono: “Io sono come l'isis, loro camminano col kalashnikov, io con un semplice coltello, loro sparano in testa alla gente, io gli do una semplice coltellata alla gola”<sup>49</sup>.

È possibile che i giovani camorristi, solcando i mari del Web, si siano immedesimati nelle azioni degli estremisti islamici riconvertendo il sentimento di emarginazione sociale e la mancanza di prospettive occupazionali in una identità etnica? Le guerre tra clan, come è noto, implicano conseguenze di ordine morale all'interno di una logica di profitto: “bonificare” il territorio, eliminando l'avversario, per controllare il mercato. Il conflitto fa emergere il bisogno di costruire una propria identità particolare. La guerra è il mezzo per radicalizzare la diversità, la violenza è il nesso che la giustifica: il disconoscimento dell'Altro come proprio “simile”. È necessario schiacciare, sottomettere e umiliare il nemico per affermare la propria superiorità. Si innesca, così, un meccanismo di azione e reazione con una catena infinita di omicidi in cui, di volta in volta, l'uno prevale sull'altro. La lotta tra clan è una guerriglia urbana senza regole che non lascia intatto e separato nemmeno il territorio d'appartenenza, anzi i cittadini sono avvinghiati e coinvolti, loro malgrado, nella dimensione della guerra permanente. Uccidere l'avversario, compiere atti bestiali, assassinare gli indifesi è l'evoluzione finale di una marginalità metropolitana che scatena migliaia di focolai urbani in cui gli amici di sempre, da un giorno all'altro, sono diventati nemici da abbattere senza pietà<sup>50</sup>. Chi vive questa condizione ha bisogno di giustificare la violenza e difendere il suo mondo dove conta la fratellanza di sangue:

“Il fratello di sangue è qualcosa da cui non si torna più indietro. I destini si legano alle regole. Si muore o si vive a seconda della capacità di stare dentro quelle regole. La 'ndrangheta ha sempre contrapposto i fratelli di sangue ai fratelli di peccato, cioè il fratello che ti dà tua madre peccando con tuo padre al fratello che ti sceglie, quello che non c'entra con la biologia, che non deriva da un utero, da uno spermatozoo. Quello che nasce dal sangue”<sup>51</sup>.

---

<sup>49</sup> Roberto Russo, *Il rampollo del boss di camorra e i suoi 5mila amici su Facebook*, in “Corriere del Mezzogiorno”, 20 aprile 2016; Marcello Ravveduto, *La mafia è una jihad o la jihad è una mafia?*, in “Fanpage”, 28 luglio 2016.

<sup>50</sup> *Ibidem*.

<sup>51</sup> Roberto Saviano, *La paranza dei bambini*, Feltrinelli, Milano, 2017, p. 178.

Un mondo che viene replicato su Facebook pubblicando le foto sugellanti il patto: un bacio in bocca a cui è associato l'*emoji*<sup>52</sup> che raffigura una siringa con la goccia di sangue. È la metafora della trasfusione che genera una condivisione di affetti e valori extra-familiari all'interno della ristretta comunità d'appartenenza. L'icona, unita al testo, dà un'intonazione tipica del parlato, una qualificazione concettuale che rafforza l'empatia collettiva della rete relazionale. Oltre alla siringa sanguinante, i simboli più usati sono: la bomba esplosiva, la pistola, il coltello, il pugno (o la rosetta tirapugni), il missile, l'angelo, la croce, il teschio, il fantasma, la foglia di marijuana, le tre scimmiette, le icone TOP, 100 e molte altre spesso associate all'immagine del cuore. 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: l'amico, il nemico, l'infame, l'ambiguo, il codardo, il ragazzo perbene, la comitiva, la paranza, la fidanzata, l'amante e così via. Inoltre, la frequenza d'uso di alcuni simboli è una risemantizzazione digitale del gergo mafioso: le *emoji* raffiguranti le armi (bombe, pistole, coltelli, il missile ecc.) appartengono all'iconografia dei videogiochi; i riferimenti alla fratellanza (il pugno, il sangue, la foglia di marijuana ecc.) vengono dalla sfera dell'hip hop; altre ancora derivano dalla tradizione popolare (il teschio, il fantasma, le tre scimmiette) o dalla simbologia cattolica (l'angelo e la croce). La somma delle icone, aggiunte al testo, modificano le intenzioni del messaggio che, il più delle volte, è banale, stereotipato e copiato da altri profili. Un *mush up* di oggetti e concetti che attribuisce alla sequenza simbolica il carattere di comunicazione a sfondo criminale. Le icone da tastiera acquistano, quindi, una funzione polisemica che racconta sia la mentalità individuale, sia quella della comunità di appartenenza: la digitazione ibrida di parole e segni è un'innovazione della "Google generation", all'interno dell'antica pratica gergale criminale, che sfrutta le *emoji* per tracciare i confini virtuali dell'etica mafiosa. Sono strumenti di contestualizzazione e di risonanza empatica: sottolineano le emozioni dello scrivente simulando un gesto, un'espressione facciale, un'inflexione della voce o una postura del corpo che non si possono ignorare. Dunque, il linguaggio non verbale rimane centrale nel simbolismo digitale

---

<sup>52</sup> Cfr. <https://bit.ly/2RDd0P8>, consultato il 5 dicembre 2018.

mafioso. Anzi, 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 giovani affiliati e ragazzi borderline (intra-comunicativo) e inviano messaggi minacciosi al mondo esterno (extra-comunicativo). In tal senso svolgono una funzione di mediazione tra la mentalità camorristica e la cultura locale e nazionale.

La fratellanza, in sostanza, è il fulcro della retorica simbolico-testuale dei camorristi digitali. La pubblicazione del bacio collega reale e virtuale tessendo la trama di una compagine criminale “interreale” che tutti devono conoscere. Il compagno di vita, con cui spartire la pericolosità del “mestiere”, è tale in entrambi i mondi e viene ribattezzato come “Bro”, cioè *Brother*, qualcosa in più del tradizionale “compare”. La “Google generation” della camorra sente l'urgenza di ostentare all'audience interconnessa la vita dannata dei “*nigger*” italiani, ovvero di giovani violenti pronti a condividere, allo stesso modo dei “fratelli americani”, la violenza di strada, il controllo del territorio, lo spaccio di droga, l'orgoglio della paranza, 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<sup>53</sup>, con annesse foto di Tupac Shakur e di gang metropolitane. Su uno dei profili *fake* dedicati al boss del clan dei casalesi Michele Zagaria è stata pubblicata, per esempio, la foto di un giovane di colore che ha nel palmo della mano destra una pistola e in quello della sinistra un Vangelo, ovvero la mano con cui si lavora spara, quella del cuore prega. L'originale<sup>54</sup> appartiene al repertorio fotografico del sito “[www.artcoup.com](http://www.artcoup.com)” che ritrae, tra le tante scene, anche quella delle gang jamaicane a Kingston<sup>55</sup>. La sintesi iconografica, ri-postata sul falso profilo, cambia completamente significato: da un lato costringe a fare un'associazione mentale sulla tradizionale compatibilità tra camorra, religione e violenza; dall'altro indica una precisa volontà di autorappresentazione dell'identità personale all'interno di una narrazione sociale

<sup>53</sup> Marcello Ravveduto, *Spaccio, omicidi, violenza: alla scoperta della musica “Trap” in terra di camorra*, in “Fanpage”, 1 febbraio 2017, <https://bit.ly/2D01eWD>, consultato il 5 dicembre 2018.

<sup>54</sup> Cfr. <https://bit.ly/2MRqZvD>, consultato il 5 dicembre 2018.

<sup>55</sup> Cfr. <https://bit.ly/2GqcP3E>, consultato il 5 dicembre 2018.

in cui l'essere giovane camorrista è assimilato all'immagine del gangster etnicamente marcato. Del resto, proprio come i neri dei ghetti, questi adolescenti degradano la lingua napoletana in *slang* da tastiera *qwerty* fondendo l'identità criminale in quella territoriale. Una lingua che non è quella della napoletanità di Salvatore Di Giacomo o di Eduardo De Filippo, né il volgare dell'antica capitale e nemmeno il dialetto sporco della napoletaneria di Raffaele La Capria<sup>56</sup>. È piuttosto un idioma glociale che salda territorio urbano, comunità locale e mentalità criminale alla sfera dei *new media* (incorporando l'immaginario degli *old media*). Se proprio vogliamo trovare una definizione per il napoletano della "Google generation", potremmo dire che si è passati dalla napoletanità al napoletanismo. L'immaginario e il gergo di questi giovani violenti è la manifestazione plastica di un integralismo culturale chiuso al confronto tra identità locale e dimensione nazionale, ma contemporaneamente aperto alle influenze della globalizzazione digitale. La loro Napoli è claustrofobica, serrata tra i vicoli di Forcella e i fortini di Ponticelli e San Giovanni. L'Italia è una terra straniera, odiata, che cattura e snatura i "fratelli" più deboli, incapaci di farsi spazio nel magma della metropoli. Cos'è allora il napoletanismo? Un fondamentalismo che traccia i confini tra il dentro e il fuori, che cementa l'identità territoriale alla identità marginale/deviante, rovesciando il vittimismo postunitario nell'orgoglio criminale della Globalizzazione. Nella dimensione "interreale" dei giovani camorristi, la modernità della globalizzazione coesiste con la classica strutturazione antropo-psicologica dell'essere mafioso, ovvero i membri dell'organizzazione restano fedeli, nonostante tutto, alla loro identità sociale che giustifica coercizione e uso efferato della violenza come strumento di potere<sup>57</sup>. Un'ossessione che ribadisce l'esistenza di un'identità formata all'interno di un "pensiero già pensato" e strutturata nella lunga sedimentazione del contesto camorristico. In Facebook emerge la dicotomia di un sentire "primitivo" che separa il "noi sociale" (nemico) dal "noi familiare" (amico): la "Google generation" replica gli stilemi dell'obbedienza "a priori" e diffonde pratiche di assoggettamento psichico che non ammettono pensieri divergenti, ambivalenti,

---

<sup>56</sup> Marcello Ravveduto, *Napoli... Serenata calibro 9. Storia e immagini della camorra tra cinema, sceneggiata e neomelodici*, Liguori, Napoli, 2007.

<sup>57</sup> Girolamo Lo Verso, *La mafia in psicoterapia*, Franco Angeli, Milano, 2013, p. 107.



critici e riflessivi ribadendo le logiche assorbenti e assolutizzanti della militanza mafiosa, molto simile, per caratteristiche psico-sociali, ai fondamentalismi religiosi o politici<sup>58</sup>. Si eccita, così, sul piano dell'immaginario collettivo l'idea di un terrorismo criminale, giustificato dall'idea stereotipata di un violento riscatto sociale che prova strumentalmente a unire la grandezza di Napoli, sfregiata dalla perdita dello status di capitale, al potere della camorra.

In conclusione dall'evidenza empirica dei profili Facebook possiamo rilevare che il *social network*, in quanto medium, conserva, replica e comunica, come un amplificatore transgenerazionale, la memoria culturale della camorra. Infatti, si può estendere al caso in questione l'analisi che Marco Santoro ha espresso in relazione a Cosa Nostra:

“Non c'è ragione di pensare che per la mafia non valgano i meccanismi psicosociali, cognitivi e istituzionali che presiedono alla formazione e trasmissione della “memoria culturale”. [...] Ma soprattutto, in quanto cultura di *status* la mafia è costituita da un sistema di segni rituali e strutture simboliche che la rappresentano in quanto entità distinta e distinguibile [...] Come tutti gli esseri umani, anche i mafiosi non sono delle semplici creature materiali ma dei produttori, dei fruitori e naturalmente dei manipolatori di simboli. E questa produzione simbolica non è necessariamente una creazione individuale né intenzionale, essa è anzi più spesso collettiva e irriflessa. [...] I termini di onore, lealtà, tradimento, amicizia, la stessa violenza nelle sue diverse modalità espressive – che sono essenziali al lessico e al cosmo culturale mafioso – rimandano tutti a questa struttura simbolica che organizza il mondo e la percezione che il “mafioso” ha di esso: una struttura simbolica che concede spazio tanto alla creatività sociale quanto alle idiosincrasie individuali»<sup>59</sup>.

L'immagine *glamour* della camorra e il ripetersi di alcune icone ci rimanda ad una visione dell'organizzazione criminale quale comunità estetico-affettiva: la condivisione di abiti, accessori, oggetti, rituali e simboli richiama l'adesione ai valori della comunità che connota esteticamente la sua identità. Si definisce, cioè, una corrispondenza simbolica tra beni di natura economica-commerciale e legami di

---

<sup>58</sup> Cfr. Innocenzo Fiore, *Le radici inconscie dello psichismo mafioso*, Franco Angeli, Milano, 1997; Girolamo Lo Verso (a cura di), *La mafia dentro. Psicologia e psicopatologia di un fondamentalismo*, Franco Angeli, Milano, 1998; Girolamo Lo Verso, *La mafia in psicoterapia, op. cit.*

<sup>59</sup> Marco Santoro, *La voce del padrino. Mafia, cultura, politica*, OmbreCorte, Verona, 2007, pp. 44-45.

natura morale ed estetica. Una corrispondenza che, all'interno alla stessa comunità deviante, genera

“una serie di significati sociali e personali che si legano direttamente alle dimensioni del sentimento, dell'auto-rappresentazione e dell'immagine morale, per cui la distinzione tra un buon prodotto e un cattivo prodotto non è strettamente governata da valori monetari e neanche dalla competizione, ma da altri elementi, fortemente condizionati dall'identità culturale condivisa»<sup>60</sup>.

Tale identità è il perno attorno a cui ruota la ribellione estetica che rovescia la vergogna dello stigma sociale in orgoglio criminale:

“Come i ghetti etnici e razziali, queste comunità rappresentano un paradiso di autodifesa e il luogo dove il deviatore individuale può apertamente sostenere di essere in fondo come tutti gli altri. Oltre a ciò, i devianti sociali spesso ritengono di essere non soltanto uguali alle persone normali, ma anzi addirittura migliori e che la vita che essi conducono sia assai migliore di quella che, secondo le previsioni, avrebbero dovuto vivere. Inoltre, i devianti sociali offrono modelli di vita ai normali insoddisfatti, riuscendo così ad attirarsi non solo la simpatia, ma a fare anche proseliti»<sup>61</sup>.

Un atteggiamento che si manifesta con tutta la sua prepotenza nel profilo di Lello Stolder<sup>62</sup>, rampollo di un'importante famiglia di camorra. Pur stando agli arresti domiciliari mantiene i contatti con la sua rete e scrive: “La difesa deve essere sempre legittima: questo è il nostro CODICE!” aggiungendo una foto in cui si vede una collana che ha un *pendant* a forma di pistola<sup>63</sup>. Dopo aver annunciato la fine degli arresti domiciliari, “Buongiorno a tutti di nuovo libero alla faccia di tutte le puttane e di tutti i cornuti che volevano il male mio e della mia casa”<sup>64</sup>, torna in circolazione e la prima fotografia che pubblica mette in evidenza gli acquisti realizzati: scarpe, pantaloni e magliette della nota marca e in quantità spropositata<sup>65</sup>. Due giorni dopo, rientrato nella routine, pubblica la seguente frase: “Come è bello sentirsi padrone di se stesso, sentirsi voluto bene da tanti amici e rispettato con reciproco rispetto di chi so che merita un mio saluto, ma la cosa più bella è vedere tanti cani di pecora abbassare lo

<sup>60</sup> Mariano Caiafa, *E si nun canto moro. L'industria della musica neomelodica a Napoli*, in *La canzone napoletana. Tra memoria e innovazione*, Anita Pesce, Marialuisa Stazio (a cura di), Cnr-Issm, Napoli, p. 459.

<sup>61</sup> Erving Goffman, *Stigma. L'identità negata*, Ombre Corte, Verona, 2010, p. 178.

<sup>62</sup> Attualmente il profilo di Lello non è più visibile per motivi di privacy.

<sup>63</sup> Il post è stato pubblicato il 25 luglio 2017 alle 2:24 senza geolocalizzazione.

<sup>64</sup> Il post è stato pubblicato il 4 agosto alle 11:30 senza geolocalizzazione.

<sup>65</sup> Il post è stato pubblicato il 6 agosto alle 22:24 con geolocalizzazione a Napoli

sguardo incrociando i miei occhi”<sup>66</sup>. Un messaggio inconfondibile per riaffermare il ruolo di comando che gli spetta, sottolineato dall’aggiunta di due emoji a forma di pistola e cinque braccia in tensione muscolare. Come si può notare parole e immagini sono tutte tese a ristabilire una trama in cui la comunità dei simili può riconoscersi attraverso un percorso simbolico prestabilito: la normalità ha le stimate del potere che è anche una questione di stile.

Lo “sguardo storico” nel presente digitale ci ha consentito di trovare un’identità collettiva di lungo periodo attraverso l’attivazione di una memoria culturale che reagisce allo stigma della separazione con l’orgoglio della diversità. Ma, allo stesso tempo, l’attivismo social comporta una conversione al conformismo di massa: questi giovani, come qualsiasi altro internauta, sono attratti dalla logica dei social media che ha trasformato gli utenti in merce da vendere sul mercato:

“Essi sono promotori di merci, e al tempo stesso le merci che promuovono. Sono la mercanzia e il suo agente commerciale, il prodotto e il suo commesso viaggiatore. [...] Tutti costoro, quale che sia la categoria in cui li inseriscono i compilatori di statistiche, abitano nello stesso spazio sociale chiamato mercato [...] l’attività a cui si dedicano è il marketing. La prova che devono superare per poter aspirare al riconoscimento sociale cui ambiscono li costringe a trasformarsi in merci, in prodotti capaci di suscitare attenzione e di attrarre domanda e clienti”<sup>67</sup>.

Seguendo le tracce dell’immaginario digitale possiamo, quindi, rispondere alle domande iniziali: la “Google generation” criminale usa Facebook senza rinnegare il proprio passato, anzi lo riafferma costruendo una memoria culturale “interreale” che grazie al web si globalizza seguendo la strada del social media marketing.

---

<sup>66</sup> Il post è stato pubblicato l’8 agosto 2017 alle 6:05 con geolocalizzazione a Napoli.

<sup>67</sup> Zygmunt Bauman, David Lyon, *Sesto potere. La sorveglianza nella modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari, 2013, pp. 17-18.

## Bibliografia

- Balestra Aldo, *Camorra. Il boss torna libero in permesso premio, sfida tutti su Facebook*, 8 marzo 2015, <https://bit.ly/2QitXti>
- Bauman Zygmunt, *Lyon David, Sesto potere. La sorveglianza nella modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari, 2013, pp. 17-18
- Benigno Francesco, *La mala setta. Alle origini di mafia e camorra 1859-1878*, Einaudi, Torino, 2015, pp. 33-128
- Bennato Davide, *Sociologia dei media digitali*, Laterza, Roma-Bari, 2011, p. 6
- Caiafa Mariano, *E si nun canto moro. L'industria della musica neomelodica a Napoli*, in *La canzone napoletana. Tra memoria e innovazione*, Pesce Anita, Stazio Marialuisa (a cura di), Cnr-Issm, Napoli, p. 459
- Camorra, lo feriscono: lui li minaccia e li sfida su Fb. Loro tornano a sparargli*, in "Repubblica", 23 ottobre 2014, <https://bit.ly/2RnlGZR>
- Camorra, l'ex boss pentito in diretta Facebook: "Chi è contro di noi deve schiattare"*, in "Corriere del Mezzogiorno", 10 ottobre 2018, <https://bit.ly/2s6V3tK>
- Cantelmi Tonino, *Educare nell'era digitale e tecnoliquida*, <https://bit.ly/2F3ppWD>, p.1
- Caprio Chiara, *Perché i giovani camorristi vanno pazzi per Facebook*, in "Vice", 10 agosto 2016, <https://bit.ly/2RuDNwV>
- Ceccarini Luigi, *La cittadinanza online*, il Mulino, Bologna, 2015, pp. 66-68
- Chiapparino Melina, *Camorra, duplice omicidio a Napoli: "Dopo il raid fuochi d'artificio"*, in "Il Mattino", 4 agosto 2016
- Ciaccio Enzo, *Camorra, il boss grida vendetta su Facebook*, 17 agosto 2012, <https://bit.ly/2As15JY>
- De Blasio Abele, *Usi e costumi dei camorristi. Storia di ieri e di oggi*, Edizioni Pierro, 1897
- Del Gaudio Leandro, *Napoli. Preso il boss di Facebook Mallo. Lo sfogo delle mamme al telefono: "Stanno facendo tarantelle grosse..."*, in "Il Mattino", 6 maggio 2016
- Del Porto Dario, *Il boss: "Cerca i nomi su Facebook". Caccia ai nemici da colpire sui profili Social*, in "Repubblica", 28 giugno 2016, <https://bit.ly/2BXVvPv>
- Di Meo Simone, *Baby-camorrista, sparò a una volante della polizia. In posa su Facebook con fucile e coltello*, 13 gennaio 2014, <https://bit.ly/2R3SG9S>
- Feo Fabrizio, *Camorra, la "posta" dei clan*, 19 novembre 2017, <https://bit.ly/2s9eT7S>
- Fiore Innocenzo, *Le radici inconsce dello psichismo mafioso*, Franco Angeli, Milano, 1997
- Goffman Erving, *Stigma. L'identità negata*, Ombre Corte, Verona, 2010, p. 178
- Harrè Rom, Moghaddam Fathali (a cura di), *The Self and Others: Positioning Individuals and Groups in Personal, Political and Cultural Contexts*, Praeger, Westport, 2003
- "La camorra di Pomigliano cerca adepti": Gruppo su Facebook fondato da giovani*, in "Corriere del Mezzogiorno", 28 settembre 2009.
- Lasch Christopher, *La cultura del narcisismo. L'individuo in fuga dal sociale in un'età di disillusioni collettive*, Bompiani, Milano, 1992
- Longo Grazia, *Camorristi di quarta generazione: kalashnikov, tatuaggi e Facebook*, in "La Stampa", 7 settembre 2015, <https://bit.ly/2BZvHT9>

- Lo Verso Girolamo (a cura di), *La mafia dentro. Psicologia e psicopatologia di un fondamentalismo*, Franco Angeli, Milano, 1998
- Lo Verso Girolamo, *La mafia in psicoterapia*, Franco Angeli, Milano, 2013, p. 107
- Meccia Andrea, *Ipse dixit. L'abecedario di Totò Riina*, 9 settembre 2010, <https://bit.ly/2F3jSPW>
- Menduni Enrico, *Prosumer*, in *"Enciclopedia della Scienza e della Tecnica"*, Treccani, Roma, 2008, <https://bit.ly/2jmdc0J>
- Mininni Giuseppe (a cura di), *Virtuale.com. La parola spezzata*, Idelson-Gnocchi, Napoli 2002
- Ordinanza-sentenza Abbagnale Agostino + 711*, Tribunale di Napoli, 1983, p. 87
- Premsky Marc, *Digital Natives, Digital Immigrants*, 2001, <https://bit.ly/2BR4LEU>
- Ravveduto Marcello, *Napoli... Serenata calibro 9. Storia e immagini della camorra tra cinema, sceneggiata e neomelodici*, Liguori, Napoli, 2007
- Ravveduto Marcello, *La mafia è una jihad o la jihad è una mafia?*, in "Fanpage", 28 luglio 2016
- Ravveduto Marcello, *"La paranza dei bambini". La Google Generation di Gomorra*, in "Questione Giustizia", 14 gennaio 2017, <https://bit.ly/2shofyt>,
- Ravveduto Marcello, *Spaccio, omicidi, violenza: alla scoperta della musica "Trap" in terra di camorra*, in "Fanpage", 1 febbraio 2017, <https://bit.ly/2D01eWD>
- Riva Giuseppe, *Psicologia dei nuovi media. Azione, presenza, identità e relazioni nei media digitali e nei social media*, Il Mulino, Bologna 2012
- Riva Giuseppe, *Nativi digitali. Crescere e apprendere nel mondo dei nuovi media*, Il Mulino, Bologna 2014, p. 62
- Rosenberg Jenny, Egbert Nichole, *Online Impression Management: Personality Traits and Concerns for Secondary Goals as Predictors of Self-Presentation Tactics on Facebook*, in "Journal of Computer-Mediated Communication", 17, 2011, <https://bit.ly/2sic3gH>
- Russo Ferdinando, *Serao Ernesto, La camorra. Origini, usi, costumi e riti dell'"annorata società"*, Bideri, Napoli, 1907, p. 21
- Russo Roberto, *Il rampollo del boss di camorra e i suoi 5mila amici su Facebook*, in "Corriere del Mezzogiorno", 20 aprile 2016
- Santino Umberto, *Modello mafioso e globalizzazione*, <https://bit.ly/2TpKo9e>, consultato il 30 novembre 2018.
- Santoro Marco, *La voce del padrino. Mafia, cultura, politica*, OmbreCorte, Verona, 2007, pp. 44-45
- Saviano Roberto, *La paranza dei bambini nella guerra di Napoli*, in "Repubblica", 08 settembre 2015, <https://bit.ly/2H56T1Z>
- Saviano Roberto, *La paranza dei bambini*, Feltrinelli, Milano, 2017, p. 178
- Scandellari Riccardo, *Fai di te stesso un brand. Personal branding e reputazione online*, Flaccovio, Palermo, 2014, p. 32
- Servos Norbert, Pina Baush. Dance Theater, K. Kaiser, Munchen, 2008, p. 15 in Gruzinski Serge, *Abbiamo ancora bisogno della storia? Il senso del passato nel mondo globalizzato*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2016
- Van Kokswijk Jacob, *Hum@n, Telecoms, & Internet as Interface to Interreality*, Bergboek, Hoogwoud 2003
- Wenger Étienne, *Comunità di pratica. Apprendimento, significato e identità*, Cortina, Milano, 2006.

Wright Robert, *Non-Zero: The Logic of Human Destiny*, Pantheon, New York, 2000.

Zagaria Cristina, *I giovani padrini della camorra 2.0: social usati come un'arma*, in "Repubblica", 6 maggio 2016, <https://bit.ly/2VuJZnR>