

## Le mafie alla conquista dei social: su TikTok la nuova seduzione criminale.

### Gratteri: «Servono nuove competenze»

Dove un tempo parlavano i «pizzini», oggi comandano gli algoritmi: auto sportive, pistole dorate, mazzette di banconote e inni alla galera. Il Rapporto della Fondazione Magna Grecia che sarà presentato domani all'Onu, svela come la mafia affascina: la violenza diventa estetica, il potere diventa pop (Fonte: <https://www.corriere.it/> 15 ottobre 2025)



Nicola Gratteri, procuratore di Napoli

Auto sportive, orologi d'oro, mani tatuate che accendono un sigaro, pistole dorate sullo sfondo. La colonna sonora è trap, versi su rispetto, galera, fratellanza. In pochi secondi la violenza è diventata spettacolo, la prepotenza intrattenimento. La mafia non spara: va in streaming. Su social come TikTok, il crimine cambia pelle. Non si nasconde più nei codici di sangue, nell'omertà o nei «pizzini», ma in un linguaggio che parla la lingua dell'algoritmo: hashtag, remix, video da 15 secondi. È l'evoluzione più silenziosa e pericolosa del potere mafioso: la trasformazione in fenomeno culturale. Negli Stati Uniti, la tendenza corre parallela. Sui social spopola la moda e l'hashtag #mobwife ovvero delle mogli dei boss degli Anni Ottanta: sopracciglia scolpite, pellicce leopardate, occhiali scuri, un bicchiere di champagne. La caricatura oggi è diventata glamour, la trasgressione un accessorio da indossare.

Anche in Italia è la stessa estetica che, a Sud come a Nord, conquista i più giovani. Nel flusso video di TikTok – la «pagina per te» – la mafia diventa un hashtag, si insinua tra balletti e sfide fra auto sportive e mazzette di banconote bene in vista. Bastano pochi secondi e si trovano video choc come quelli di chi come Gaetano Maranzano, a Palermo, ha appena ucciso il ventenne Paolo Taormina. Poche ore dopo, pubblica su un video che ha lasciato attoniti gli inquirenti:

dialoghi fra Totò Riina e un poliziotto tratte dalla fiction «Il capo dei capi» che era una sfida agli agenti. Una clip che viene subito accolta con una valanga di cuoricini. Sullo schermo degli smartphone tutto si confonde: realtà e finzione, ironia e intimidazione, folklore e marketing. **Così nasce la mafiosfera, il mondo parallelo dove la criminalità si traveste da contenuto virale.** Le reliquie dei clan – fotografie, rosari, ritratti dei capi – migrano negli altari digitali: emoji, filtri, suoni. Nascono le reliquie digitali del potere: cuori, catene, leoni, corone. Simboli che parlano di fedeltà, forza, coraggio. Le «famiglie» non si riuniscono più nelle campagne o nei retrobottega, ma nei commenti e nei like. La paura diventa linguaggio, la violenza un'estetica. I magistrati segnalano che alcuni detenuti legati alla sacra corona unita usano TikTok per comunicare con l'esterno e mantenere il controllo sul territorio, «rivendicando gli attentati e continuando a dettare le regole di condotta mafiosa». Nella relazione della Dda di Lecce sulla Sacra corona unita si legge che anche la criminalità organizzata brindisina sfrutta la piattaforma video. Il procuratore generale facente funzione della Corte d'appello di Lecce, Giovanni Gagliotta, ha descritto il fenomeno durante l'inaugurazione dell'anno giudiziario del 25 gennaio: droga e telefonini, utili per accedere ai social, vengono recapitati in carcere con i droni, ormai mezzo abituale dei detenuti. Brindisi non fa eccezione: la Scu mantiene i contatti con gli affiliati e, secondo gli inquirenti, l'estate scorsa è emersa la pagina «Pentiti brindisini», dove, come riporta la relazione, sono stati «additati al pubblico disprezzo collaboratori di giustizia e parti offese» ritenuti colpevoli di aver «coraggiosamente reso testimonianza».

## Il rapporto

È dentro questo scenario che nasce il nuovo Rapporto «Le mafie nell'era digitale. Focus TikTok» - letto in anticipo dal *Corriere della Sera* - promosso dalla Fondazione Magna Grecia e curato da Marcello Ravveduto, professore di Digital Public History all'Università di Salerno. Sarà presentato domani 15 ottobre al Palazzo di Vetro delle Nazioni Unite, alla presenza del procuratore di Napoli Nicola Gratteri, del criminologo Antonio Nicaso e della presidente della Commissione parlamentare antimafia Chiara Colosimo, il Rapporto analizza oltre 6.300 contenuti digitali tra video, emoji, canzoni, brand e hashtag. Un viaggio dentro il cuore dell'immaginario criminale di nuova generazione, dove la mafia si è fatta brand e il brand si è fatto potere. Il lavoro introduce un concetto chiave: la mafiosfera. È un sottoambiente dell'infosfera – la sfera dell'informazione online – che ne copia la struttura per sovvertirne i valori. Là dove la rete dovrebbe garantire trasparenza e partecipazione, la mafiosfera costruisce opacità e manipolazione. Il Rapporto distingue tre livelli: uno endogeno, interno, dove circolano i rituali e i codici di affiliazione; uno esogeno, proiettato verso l'esterno per costruire reputazione; e uno interstiziale, il più insidioso, dove la mentalità mafiosa si fonde con la cultura popolare, normalizzandosi. Ma dietro la superficie glamour resta l'ombra. La ricerca descrive il dark web come il lato invisibile del sistema: lì si muovono traffici, contatti, criptovalute. **TikTok - secondo gli estensori del Rapporto - viene utilizzato per costruire consenso; la rete sommersa conserva il comando. È la nuova doppia**

vita della mafia: in superficie spettacolo, in profondità controllo. Il Rapporto amplia la prospettiva fino al Messico, dove i cartelli del narcotraffico sono stati pionieri della comunicazione criminale: prima su YouTube, poi su TikTok, hanno trasformato boss e sicari in icone virali. Le analogie con i clan italiani sono impressionanti: stessa estetica, stesso linguaggio, stessa economia del consenso. A sintetizzare la metamorfosi è Antonio Nicaso, autore della prefazione: «Oggi le mafie sono sempre più algoritmiche, avendo compreso l'importanza delle nuove tecnologie in un mondo sempre più interconnesso che richiede nuovi saperi e nuovi protocolli d'indagine», afferma. Poi rilancia la lezione di Falcone, aggiornata all'era digitale: «Lui suggeriva di seguire il denaro per comprendere, intercettare e contrastare le mafie. Questo Rapporto ci fa capire che non è più così. Le mafie non sono più soltanto denaro, trame e violenza, sebbene strategica: oggi si muovono tra server, blockchain, social media e flussi digitali. E chi vuole combatterle deve diventare cacciatore di flussi, lettore di sequenze nascoste, interprete dei mondi digitali visibili e invisibili. "Follow the Flow" potrebbe essere la nuova strategia nel contrasto alle mafie che sono sempre più ibride e algoritmiche». Un concetto che Nicola Gratteri traduce in azione: «Il crimine organizzato si evolve. Chi vuole combatterlo deve fare altrettanto, imparando a leggere i flussi, interpretare le sequenze, trasformare dati in strategie di contrasto. Bisogna contrastare le mafie nel dominio digitale: è fondamentale quindi svecchiare i protocolli d'indagine, aggiornandoli alle nuove sfide tecnologiche e criminali, e dotarsi di personale altamente qualificato dal punto di vista informativo. Solo attraverso un approccio professionale e competente è possibile raccogliere, analizzare e utilizzare i dati in maniera efficace. Parallelamente, è necessario omologare la strategia normativa, garantendo coerenza e continuità nell'azione di contrasto, evitando discontinuità che possano indebolire la capacità dello Stato di fronteggiare questo tipo di minacce».

## Il «mafioso»

A popolare questo spazio ibrido è il «mafioso», l'utente che interpreta la cultura criminale come identità da indossare. Non è affiliato, ma un prosumer – produttore e consumatore insieme – che trasforma il potere mafioso in fiction virale. La paura diventa merchandising. Ravveduto lo spiega così: «Oggi la mafia usa il linguaggio di un brand e, al pari di un brand, si fa pubblicità e si vende. Evoca il potere non tanto con la violenza, quanto secondo le logiche del mercato». Lo studio introduce due pratiche simboliche: *mobstering* e *mobinfluencing*. Il mobstering è l'esibizione: selfie con pose intimidatorie, video di sostegno ai detenuti («La galera è il riposo del leone»), canzoni neomelodiche come colonna sonora del rispetto. Il mobinfluencing è la fase successiva: mafiosi o simpatizzanti che diventano influencer, ostentano lusso, beneficenza, spirito di quartiere. Il potere si fa reputazione, la reputazione mercato.

Secondo Annamaria Giannini, docente di Psicologia alla Sapienza, il rapporto fotografa «con grande chiarezza i terreni su cui oggi la criminalità trasferisce i propri valori». Ma il nodo, aggiunge, è psicologico: «Perché affascina tutto questo? Perché molti adolescenti – e adulti rimasti adolescenti – aderiscono a modelli violenti, sedotti da immagini di forza e potere? Perché dietro c'è un

vuoto di valori sociali: cooperazione, rispetto, sacrificio. Valori difficili da trasmettere in un'epoca in cui i social catturano l'attenzione ventiquattr'ore su ventiquattro e offrono proposte facili, immediate, che parlano alle emozioni e annullano il senso critico». Per Chiara Colosimo, la sfida è anche culturale: «La mafia, la 'ndrangheta e la camorra veicolano sui social un messaggio deviante e distruttivo, soprattutto per i giovani. Bisogna contrastarlo utilizzando tutti gli strumenti digitali ed evitare l'effetto fascinazione. Per questo la Commissione antimafia ha firmato un protocollo d'intesa con TikTok: la lotta passa anche di qui». Il presidente della Fondazione Nino Foti chiude con un richiamo civile: «Se le mafie hanno imparato a usare la tecnologia per diffondere fascinazione e consenso, noi dobbiamo usarla per costruire libertà, legalità e fiducia». È evidente che le mafie del XXI secolo non scompaiono: cambiano habitat, linguaggio e pubblico. È dentro il flusso algoritmico dei social, nei video che scorrono sotto le dita di milioni di ragazzi. E la battaglia non si vince solo nei bunker giudiziari, ma nello spazio invisibile dove nasce la cultura. Perché oggi la verità non si insegue soltanto. Si deve imparare a scrollarla.

[Le mafie nell'era digitale. Primo Rapporto - Rappresentazione e immaginario della criminalità organizzata, da Wikipedia ai social network](#)