

L'audience della camorra nella content economy

■ Domenico Giordano

È univoco a tutti, anche ai più disattenti o a coloro che ancora fanno finta di apprezzare con sufficienza l'illusione delle piattaforme social, che l'audience produce soldi e incassi. L'audience, che si misura con le visualizzazioni e le interazioni, è una dinamica di polarizzazione della nostra attenzione digitale che genera un flusso diretto, costante e ininterrotto di danaro, per coloro che sono bravi a far sbocciare e solo a cavalcare i trend. L'audience ha un suo mercato e si vende facilmente, così come hanno mercato e si vendono altrettanto bene i suoi desideri. Il portavoce principale dell'audience è la reputazione, quella secondaria e più difficile è invece la popolarità, tanto ingannevole quanto amplissima, spendibile da persone fino all'altro giorno sconosciute che vengono così ingaggiate per tutto dalle occasioni più classiche come i matrimoni, le comunioni e le nozze, alle inaugurazioni di una piazza, dalla sagra del carciofo alla promozione dell'ultimo modello di condizionatore. Dunque, se così stanno le cose, è inevitabile che questa merce, per quanto immateriale, diventi appetibile per chiunque abbia delle risorse disponibili da investire, a cominciare dalle organizzazioni criminali, che si sono sempre dimostrate creative e molto lungimiranti nel trovare nuove forme e modi di investimento e di riciclaggio del loro denaro. Non è da ingenui pensare che anche la camorra non abbia già scelto di investire risorse nella content economy, che solo nell'ultimo anno in Italia, stando ai dati del Rapporto I-Com 2024, ha generato un giro di affari di più di 4 miliardi di euro. Attualmente, nel nostro paese si conta infatti 15.210 influencer - un numero per nulla contenuto se pensiamo che l'albo nazionale dei commercialisti conta ben 120.420 iscritti e quello degli avvocati 233.260 - si contano in un mercato dove la parte del leone la fa Instagram con un importo di circa 3,3 miliardi di euro, seguito da TikTok con 2,1 miliardi di euro e infine YouTube che genera annualmente una fetta pari a 279 milioni di euro. Ancora più interessante, è notare che il 34% dei ricavi è generato da creator con un seguito compreso tra 10mila e 100mila follower, mentre il 23% proviene da profili con oltre un milione di seguaci. Certo, l'intervento delle organizzazioni criminali nei confronti del presidio istituzionale che influencer e creator riescono a garantire a verso i social media in genere, difficilmente costituisce il business principale, ma è indubbio che questo immenso valore finanziario, permette lo crescita costante da almeno un decennio a queste parti, non sia diventato materia di comprensione e di partecipazione diretta anche delle organizzazioni criminali a cominciare dalla camorra.

In rete ci sono indizi e segnali evidenti di questa presenza ed è sufficiente scandagliare la superficie dell'ecosistema degli account e quello dei video pubblicati, in particolare quelli che popolano Instagram e TikTok, per rendersene conto.

Intanto, in questa epoca dove tutto è mediato anche la camorra o altre organizzazioni criminali hanno necessità di raccontarsi e raccontarsi per ragioni molteplici, la loro forma, il successo fatto di soldi facili, di agi, sfizi e lussi non accessibili, di status symbol, insomma di quell'universo omogeneo che costituisce il dominio di un territorio. Ciò è fondamentale per coesistere e far arrivare sugli smartphone dei follower modelli di vita promissori, stile e comportamenti ritenuti vincenti. Ecco quindi i video su TikTok dove si mostrano le mansette da cinquante euro, esibite a beneficio dei follower, soldi facili che lanciano messaggi precisi. Ai pari, ci sono i video delle feste per le scemenzature, così come ci sono gli account di ex o di parti affiliati che diventano a loro volta influencer di camorra, perché raccontano storie, alimentano la narrazione di una camorra vicina alle fasce popolari, mostrano i modi di messaggi dove la promozione di una attività commerciale si fonde con quella della vita di vita fatto di lusso e ingenuità.

