

***Gomorra - La serie,* esempio di transmedialità incompleta**

Maria Grazia Falà

Ricercatrice indipendente

mariagrazia.fala60@gmail.com

Abstract

Numerous scholars have debated the transmediality of *Gomorra - The Series*, offering varying opinions. The thesis we aim to support is that this is a case of incomplete transmediality, primarily due to gaps in Sky Italia's promotional strategies, especially concerning social media. Even a spin-off like *L'Immortale* (2019) can be considered a makeshift and limited attempt. Simultaneously, it is possible to identify a «Saviano style» to describe the approach of the Campanian author to all his productions, creating a strong bond that connects them all, including his graphic novel *Sono ancora vivo*. However, in confirmation of the lack of transmediality of *Gomorra - The Series*, are the social media activities of its two main protagonists, Salvatore Esposito (Genny Savastano) and Marco D'Amore (Ciro Di Marzio), which focus more on the actor's persona than on their acting performances in the series. Weak transmediality is also confirmed by the activities of the fans that revolve around this product, but are hindered by the production, which, in two Facebook groups, has gone as far as banning clips from *Gomorra - The Series* not belonging to official channels.

Key Words

Adaptation; Extension; Intersemiotic translation; Facebook; Graphic novel.

Contents

Introduzione

1. La transmedialità dell'universo *Gomorra*
2. La transmedialità di *Gomorra - La serie* dal punto di vista della produzione
3. Roberto Saviano nel franchise *Gomorra*
4. Salvatore Esposito e Marco D'Amore, una presenza social anche oltre *Gomorra - La serie*
5. Un'attività *bottom up* bloccata da Sky Italia: i casi di *Gomorra Fans* e *Gomorra - La serie*
6. Conclusioni

Introduzione

Gomorra - La serie è stata una serie Sky, andata in onda dal 2014 al 2021 che, per il suo enorme successo, è stata venduta in circa 190 paesi (Benvenuti 2021) e ha riscosso anche un grandissimo apprezzamento dalla critica, accademica e no. Il suo *fandom*, d'altro canto, è ugualmente molto attivo, anche se, per lo meno per quanto riguarda la prima stagione, data in cui gli autori scrivono, soprattutto limitata all'ambito campano (Napoli e Tirino 2015; 2016).¹

Scopo del presente saggio è studiare le sue espansioni transmediali, e individuare se, per questa fiction, nonostante le innumerevoli campagne di marketing intraprese dalla produzione, ovvero da Sky Italia, si possa parlare di una compiuta transmedialità, capace di creare un mondo, come direbbe Jenkins (2006). Per *Gomorra - La serie* sarebbe più facile dire che si tratta di una narrazione transmediale incompleta, che non ha creato in modo compiuto uno *storyworld*, in quanto non sono stati ideati, o da una prospettiva *top down*, o anche *bottom up*, siti web, *mobisode*,² *webisode*,³ (video)giochi interattivi, o pagine wiki qualitativamente soddisfacenti e complete come è avvenuto per altre serie TV, ad esempio per *Lost*.⁴

Per dimostrare quest'assunto, sono state prese in esame sia le varie azioni della produzione (oltre alle campagne di promozione ufficiali), sia alcune produzioni «dal basso», focalizzandosi, in questo caso, su due gruppi Facebook. Pertanto, focus di questo studio sono state attività come quelle di Sky Italia su due social, YouTube e TikTok, che hanno dimostrato un'attenzione verso *Gomorra - La serie* «mescolata» con quella di altre fiction sempre della rete (quindi con una mancata focalizzazione sulla serie stessa, che è, forse con *The Young Pope* e *The New Pope*, quella più iconica del *broadcaster*), altre attività su canali social ufficiali, come quelli di Saviano (Facebook, YouTube, ecc.), che è il «collante» che tiene insieme tutto il *brand Gomorra* (libro, spettacolo teatrale, film, serie) (Benvenuti 2017), e che pertanto risulta una figura imprescindibile, considerando anche il suo graphic novel *Sono ancora vivo* (Saviano, Hanuka 2021). Poi, nel presente lavoro, sempre nello stesso semestre, è stato effettuato lo studio dei gruppi e delle pagine Facebook dei due personaggi fondamentali della serie, Ciro Di Marzio (Marco D'Amore) e Genny Savastano (Salvatore Esposito) che, grazie soprattutto a *Gomorra - La serie*, hanno poi brillato di luce propria, il primo come attore e regista, il secondo come attore e romanziere. Infine, l'analisi qualitativa, durata dal primo gennaio al 30 giugno 2023, di due gruppi Facebook, con produzioni *bottom up*, hanno dimostrato, ancora una volta, la miopia della produzione nell'eliminare clip di *Gomorra - La serie* postate dai fan perché violavano il copyright.

¹ I due saggi, anche se ovviamente datati, fanno pure un'interessante disamina dell'identità del *broadcaster* Sky. Sempre per un'analisi del modello produttivo Sky v. anche Scaglioni e Barra (2013) e, per una panoramica allargata alla fiction europea dei modelli televisivi premium (tra i quali, ovviamente, Sky), Barra e Scaglioni (2021).

² I *mobisode* sono (mini) episodi seriali pensati per il *mobile*.

³ I *webisode* sono brevi episodi finzionali ideati per il web.

⁴ Per questa serie esiste *Lostpedia*, un'enciclopedia partecipativa online (wiki) che tiene conto di tutti i personaggi e dei loro infiniti rivoli narrativi (Mittell 2017: 452, tr. it., *passim*).

1. La transmedialità dell'universo *Gomorra*

Si è molto discusso se *Gomorra - La serie* costituisse un esempio di transmedialità completa:⁵ molte sono state le voci per «sciogliere» il seguente rebus, e quelle più vicine cronologicamente alle prime stagioni, quando ancora il quadro non era ben delineato, sono state più inclini a considerarlo non compiuto, tanto che Lorenzato (2015) arriva a intitolare il suo saggio *Gomorra. Transmedialità vera o presunta?*, sostenendo, come Paolo Bertetti,⁶ che la trasposizione⁷ dal libro *Gomorra* al film omonimo di Matteo Garrone (2008) può essere considerata un adattamento più che un'espansione transmediale. In essa, la tipologia ibrida del libro, che è nella forma di narrazione-saggio, nel film viene resa più narrativa tramite il racconto di cinque storie in parallelo, «indipendenti ma corali» (Lorenzato 2015), dove tutte sono importanti allo stesso modo. Tuttavia, «Il potere transmediale, insito nell'orizzontalità della matrice letteraria e della sua trasposizione cinematografica [...], si perd[e] nella scelta di raccontare una saga familiare» (Lorenzato 2015).⁸

Infatti, proprio questo suo propendere, con più registi,⁹ verso una «regia corale»,¹⁰ avvicina sì *Gomorra - La serie* alle serie americane, ma nondimeno non riesce a sfruttare le possibilità che offre la convergenza dei media. Ovviamente, Lorenzato scrive quando era andata in onda solo la prima stagione della serie, e quindi il suo discorso potrebbe essere inficiato dal fatto che si era solo agli inizi. Tuttavia, la studiosa non manca di osservare come Sky non sia riuscita a mettere in atto strategie, come quelle della TV basic cable AMC, che ha cercato, per i suoi show di punta come *The Walking Dead* e *Mad Men*, di attuare delle strategie quali la creazione di profili Twitter per i suoi personaggi più importanti. Questo fatto, che lei nota già nel 2015, è ancora più significativo *ex post* perché anche adesso, si può vedere come la AMC su YouTube abbia una *playlist* dedicata solo a *Mad Men*, con 175 video al 2021, mentre il canale YouTube di Sky Italia ne ha una per tutte le serie che ha mandato e che manda in onda, e non specificatamente per *Gomorra - La serie*, a cui sono dedicati solo circa dieci video della stagione finale, *Gomorra 5*, per un totale di circa quindici in tutto.¹¹

⁵ Qui si utilizza, pur con tutti i suoi limiti e rendendosi conto che si tratta di una definizione empirica, *ex post*, la definizione di transmedialità data per la prima volta da Jenkins (2006) e poi rielaborata in molti suoi testi successivi. Per una discussione su questo punto si veda Bertetti (2020: 27-55).

⁶ Comunicazione personale.

⁷ Una *trasposizione* o *adattamento* (Jenkins parla solo di adattamento, ma *trasposizione* e *adattamento* sono sinonimi) «prende la stessa storia da un medium e la racconta di nuovo in un altro». Invece, «un'estensione (sc. transmediale) cerca di aggiungere qualcosa alla storia esistente quando muove da un medium a un altro. [...] Potrebbe essere meglio pensare ad adattamento ed estensione come parte di un continuum in cui entrambi i poli costituiscono solo possibilità teoriche e la maggior parte dell'azione ha luogo da qualche parte nel mezzo» (Jenkins 2011; mia, come tutte le altre, la traduzione).

⁸ Anche qui, come sopra, non è indicata la pagina.

⁹ Il regno di Pietro Savastano è affidato alla regia di Stefano Sollima, la vicenda di Donna Imma a Francesca Comencini, e infine la storia di Genny a Claudio Cupellini.

¹⁰ Numero di pagina omissso.

¹¹ Per un'analisi delle attività *top down* relative a *Mad Men* e alla sua rete, v. Falà (2021).

Anche Erbaggio (2015) esamina il problema della transmedialità di *Gomorra - La serie*, fornendone una interpretazione interlocutoria. L'autore, citando i canali ufficiali online di Sky (un sito web, una pagina Facebook e un account Twitter), come studio di caso si sofferma su Twitter: analizzando la convergenza dell'*audience* nell'hashtag ufficiale della serie (*#GomorraLaSerie*), egli lo vede come un crescente esempio di pratica di *second screen*¹² in Italia. Inoltre, prendendo in considerazione i messaggi di Saviano via Twitter sulla fiction, dimostra in che modo egli abbia un posto privilegiato, per il suo stato di *celebrity* entro i social, in questi discorsi, e come *#GomorraLaSerie* sia rimasto dopo la fine della prima stagione in quanto «uno strumento per proporre contenuto mediale generato dai fan basato sulla serie» (*ivi*: 336). *Gomorra - La serie* ha prodotto migliaia di tweet non solo con l'hashtag ufficiale, ma anche con altri, creati dai fan, come *#DonnaImma* e *#GennySavastano*, caratterizzando questa fiction come uno tra gli esempi più attivi della relazione tra televisione italiana e Twitter (*ivi*: 339).

Saviano, che è diventato un utente Twitter nel 2008, quando ha usato la piattaforma per annunciare la sua partecipazione alla trasmissione televisiva *Annozero*, dopo che è stato messo sotto scorta in seguito alle minacce dei clan camorristici, ha diminuito, ovviamente, la sua attività pubblica, ma ha aumentato esponenzialmente la sua presenza sul web. Sempre nel 2008 ha aperto una pagina Facebook, mentre possiede un canale YouTube e un sito web:¹³ in questi social utilizza tecniche di promozione per rimandare ai suoi articoli, agli interventi, alle apparizioni, e così ha fatto anche per promuovere la serie. Un'immagine ufficiale di *Gomorra - La serie* usata da Sky Atlantic è stata la sua immagine di copertina sia su Facebook che su Twitter (*ivi*: 341-342),¹⁴ e, attraverso numerosi tweet, ha rimandato i suoi follower al suo canale YouTube che contiene video di *backstage*, ecc. «In altre parole, Saviano ha usato Twitter come uno strumento per rafforzare la sua autorialità ed estendere il suo spazio narrativo al di là della fase di scrittura per lo schermo» (*ivi*: 342). Muovendo lo sguardo dallo schermo TV a quelli dei *device*, gli spettatori, sempre secondo Erbaggio (2015), possono fruire della piena esperienza narrativa dello scrittore napoletano che spiega la camorra.

Sebbene quest'uso di Twitter permetta alla serie di estendersi tra media e canali comunicativi, evito di proposito la categoria di Jenkins 'transmedia storytelling' perché non considero *Gomorra - La serie* come un oggetto culturale transmediale completamente sviluppato [...]. Piuttosto che costituire, come in produzioni transmediali come i *franchise* di *The Matrix* o *Harry Potter*, elementi narrativi discreti e indipendenti che contribuiscono a una macro-storia, i tweet di Saviano, mentre aggiungono carat-

¹² *Second screen* viene definita, collegata alla prima, la pratica di fruizione di contenuti che un utente ha su un secondo dispositivo (un *mobile*, un tablet, un laptop) mentre guarda la televisione.

¹³ Attualmente, rispetto a Erbaggio (2015), il sito web dello scrittore napoletano risulta chiuso e, andando su <www.robortosaviano.com> (online il 18 luglio 2023), si trova scritto: «Stiamo aggiornando il sito. Puoi rimanere aggiornato seguendo Roberto Saviano sui suoi social network. Lascia la tua mail, ti informeremo quando il nuovo sito sarà online». Invece, il canale YouTube è ancora attivo. Per una trattazione più compiuta del ruolo del «personaggio» Saviano, v. par. 3.

¹⁴ Attualmente le immagini di copertina non risultano più le stesse.

teristiche di un oggetto transmediale alla serie TV, possono essere categorizzati più precisamente come esempi di continuità narrativa. (*ivi*: 343)

Estendendo tuttavia il discorso, oltre che a quelle ufficiali, anche alle varie produzioni dal basso, tra cui spiccano i video parodici di The Jackal *Gli effetti di Gomorra - La serie sulla gente*,¹⁵ Erbaggio (2015: 346) conclude dicendo che forse *Gomorra*, con un libro, un film, una pièce teatrale, una serie, innumerevoli articoli, sebbene inavvertitamente, potrebbe trasformarsi in un oggetto transmediale.¹⁶

Anche Napoli e Tirino (2015) propendono, per quanto riguarda *Gomorra*, verso una *transmedialità “debole”*, con una mancata espansione narrativa coerente e compatta che accomuna i vari «prodotti» (cinema, tv, teatro, ecc.), resi coerenti tra loro solo dalla forte presenza autoriale di Saviano, accomunato da lacune da parte della produzione (mancata presenza di «web episode, spin off, interactive game o prodotti simili che solitamente sono pensati per il fandom» (*ivi*: 198), mentre rimane forte il lavoro *grassroots* del fandom (v. i video di The Jackal, a metà strada tra una creazione amatoriale e autoriale), limitato però per lo più all’ambito campano.¹⁷

Invece, Renga (2016)¹⁸ parla di transmedialità di *Gomorra - La serie tout court*, ma dandola come qualcosa di scontato, senza portare ulteriori evidenze empiriche in proposito. Introducendo infatti un numero monografico della rivista «The Italianist» su *Gomorra - La serie* (ci sono dei saggi dedicati, ognuno, a una puntata della prima stagione), che considera un esempio di *quality television*, Dana Renga dice solo le seguenti parole:

In Italia, la serie ha dato vita a molte derivazioni transmediali come blog, fanfiction, e parodie, e ha generato, richiamando il lavoro di Marta Boni su *Romanzo criminale: la serie*, diversi “paratesti” come app per iPhone, pagine Facebook, campagne di marketing, merchandizing [sic], trailer e recap, e siti web ufficiali e fan page, ognuno dei quali «riformula l’esperienza dell’universo finzionale, adattato ai tempi e ai contesti in cui appare». (Renga 2016: 287)

In modo più articolato, Dusi (2018), nello studio del fenomeno *Gomorra*, parla, nel passaggio dal libro al film, e dal film alla serie TV, della presenza di

¹⁵ Si tratta di video parodici di pochi minuti prodotti dai videomaker napoletani The Jackal che hanno avuto una diffusione virale: al secondo episodio ha partecipato anche Salvatore Esposito, al terzo lo stesso Saviano.

¹⁶ L’autore conclude mettendo in guardia dal rischio che la moltiplicazione dei contenuti possa comportare una trivializzazione del problema «Camorra» più che la promozione di risposte convincenti (*ibidem*).

¹⁷ Si anticipano qui delle osservazioni che saranno trattate nel par. 2, per fare un discorso unitario e cronologicamente coerente, dato che Napoli e Tirino (2015); (2016) si occupano della transmedialità di *Gomorra tout court*, non solo dal punto di vista della produzione. Sulle lacune di Sky nella promozione della serie v. anche Napoli e Tirino (2016: 107).

¹⁸ Renga (2019: 193-229) dice praticamente le stesse cose (ma solo in nota) in un altro articolo in cui indaga il fenomeno dei criminali «gradevoli (*sympathetic*)» per lo spettatore e le dinamiche di potere in relazione al genere presenti in *Gomorra 1 e 2*. Dei paratesti di *Gomorra - La serie* legati alla figura di don Salvatore Conte (Marco Palvetti), considerati come «estensioni» del testo *source*, ma senza ulteriori specificazioni, parla anche Scaglioni (2016).

molteplici meccanismi traduttivi, in un *continuum* che procede dall'adattamento a quello che Jenkins definisce «espansione» narrativa transmediale: mentre il film di Garrone opera una traduzione intersemiotica¹⁹ parziale del romanzo di Saviano, *Gomorra - La serie* usa il romanzo in modo transmediale, come se costituisse un *database* dal quale si possono reinterpretare dei frammenti. In questo senso, il romanzo diventa una *matrice d'invarianti* (corsivo nel testo) che formano uno *storyworld* specifico, fornendo le regole del gioco a partire dalle quali il film, e soprattutto la serie TV, apportano le loro innovazioni (*ivi*: 182). Dusi (2019); (2020) mantiene pressoché lo stesso punto di vista, sottolineando, anche, in modo analogo a Dusi (2018: 171), come effettivamente transmediali siano solo le stagioni di *Gomorra - La serie* successive alla prima, la quale mantiene ancora un sostanziale meccanismo traduttivo rispetto al film e al libro.

2. La transmedialità di *Gomorra - La serie* dal punto di vista della produzione

Un atteggiamento più sfumato rispetto a quello di Renga (2016) e (2019: 193-229), e che soprattutto tiene conto del punto di vista produttivo (cosa che invece fa relativamente Dusi), è tenuto da Benvenuti (2017), la quale propone un'accurata disamina del brand *Gomorra*,²⁰ che comprende il libro, la pièce teatrale,²¹ il film, la serie. Lei afferma che molti studiosi (però non specifica quali) hanno sottolineato l'incapacità della produzione di sfruttare le potenzialità aperte dal film di Garrone, ma che forse la lentezza nello sfruttamento della rete e delle possibilità che offre risiede sia nell'incapacità della produzione, ancora in ritardo rispetto ai modelli americani, sia in un certo riserbo nel trattare temi delicati come quelli camorristici e mafiosi: di qui la (auto)censura a sviluppare videogiochi *ad hoc*, dovuta soprattutto all'aspetto qualificante del brand, che è appunto l'uomo Saviano, divenuto personaggio mediatico, che si presenta sempre come un simbolo della lotta antimafia (Benvenuti 2017: 182-183). Infatti, anche se ci sono, soprattutto ad opera della Rockstar Games, dei videogiochi ispirati alla Mafia, in modo particolare cinese e italo-americana, mancano del tutto videogiochi targati *Gomorra*. Sparuti tentativi di basso livello, alcuni anche ad alto tasso erotico, sono stati operati dai fan, criticati pure dagli utenti stessi. Inoltre non vi sono ARG²² come quelli sviluppati a par-

¹⁹ Dusi (2018) riprende il termine da Jakobson ([1966] 1985³: 57 tr. it.), che definisce la traduzione intersemiotica o *trasmutazione* come «[...] l'interpretazione dei segni linguistici per mezzo di sistemi di segni non linguistici».

²⁰ Per un'interpretazione del brand *Gomorra* come ecosistema narrativo complesso v. De Pascalis (2018).

²¹ Per la regia di Marco Gelardi, tale trasposizione ha debuttato il 29 ottobre 2007 nel Ridotto del Teatro Mercadante di Napoli.

²² Gli ARG (*alternate reality game*) sono «giochi a narrazione interattiva, fondati sul marketing esperienziale e su una concezione del mondo come piattaforma di gioco, vere e proprie «cacce al tesoro» i cui indizi sono reperibili online o nell'ambiente fisico e per le quali è previsto l'uso di diverse tipologie di *device* e strumenti (smartphone, QR Code Reader, siti, blog, chat). Lo scopo principale è [...] simulare la realtà e portare i fruitori a stretto contatto con il prodotto e con precisi pattern a esso riferiti» (Benvenuti 2017: 183-184).

tire da *Heroes* o *Lost* (ivi: 183). C'è un gioco di carte, *GomorraLand*, che nel 2015 ha avuto anche l'espansione *GomorraLand2*, in cui i giocatori assumono i ruoli di boss di camorra in guerra contro altri clan, ma per Benvenuti (2017: 184) neanche questo può essere considerato un accesso diretto al *franchise* di *Gomorra*. Tutto ciò torna a riprova del fatto che, «[...] se la narrazione comica della camorra può essere accettabile, perché demitizza la narrazione epica della vita del boss, non altrettanto può esserlo lasciare che un ragazzo giochi a fare il boss di camorra» (ivi: 185).²³

Videogiochi tradizionali pertanto mancano, nel mondo di *Gomorra - La serie*. Tuttavia, può essere ritenuta un'eccezione la realizzazione, a fini promozionali, di *Gomorra 360 VR*, un'esperienza virtuale che permette agli utenti di «viaggiare» entro il set, appunto, in modo virtuale, muovendosi in luoghi scelti da chi ha confezionato il prodotto (Giorgini 2020-2021: 44). Tale gioco riporta comunque l'espansione del mondo di partenza, presentandosi come un adattamento, e non come completamente nuovo. Si inserirebbe, insomma, in un quadro in cui ritorna soltanto l'allargamento della trama, e non viene sollecitato un atteggiamento di emulazione che potrebbe essere il punto debole di creazioni simili, come evidenziato da Benvenuti (2017). Il progetto fa parte di uno molto più grande, che si chiama *Gomorra VR – We Own The Streets*, che consiste in una specie di ampliamento dell'universo della serie, con lo spettatore che può vedere un cortometraggio di quattordici minuti tramite un visore che permette una visione in 3D, cosa che consente all'utente di vivere un'esperienza più coinvolgente ed immersiva (ivi: 44-45). «Il progetto è stato prodotto da Sky Italia, Sky VR Studio e Think|Cattleya, ed è stato presentato alla 74^o Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia in concorso nella sezione «film in realtà virtuale» [...]» (ivi: 45) nel settembre 2017.

Dunque, se Sky Italia si mostra debole sul piano del *merchandising*, limitandosi a produrre soltanto il DVD di *Gomorra - La serie*, si può dire che alcuni passi siano stati compiuti su altri fronti, come quelli dell'*advertising* tradizionale (si vedano, ad esempio, *trailer*, poster, locandine, ecc.), della *publicity*,²⁴ delle campagne di promozione come quella di «portare al cinema» la serie (cioè promuovere la sua visione anche in alcune sale cinematografiche), e dei giochi, anche se non in senso classico, come visto sopra. È forse in questo senso che Benvenuti (2021) ritorna sui suoi passi, riaffrontando il problema della transmedialità di *Gomorra - La serie*, considerandolo, questa volta, dal punto di vista più ampio del *noir* italiano, che, oltre a esser presente su altri media, è diventato un genere televisivo ampiamente esportabile, dove hanno fatto da padrone, insieme a *L'ispettore Coliandro*, le serie *Romanzo criminale*, *Gomorra* e *Suburra*. Queste fiction, che rientrano, appunto, nel cosiddetto «noir all'italiana», che indaga i rapporti corrotti tra apparati dello Stato e criminalità organizzata, «[s]ono tutte [...] parti di narrazioni transme-

²³ In questo senso, aggiunge Benvenuti (2017: 185), pur con le nuove forme della contemporaneità e con qualche contraddizione, si può dire che «*Gomorra* trasmette valori ed educa le future generazioni».

²⁴ Essa è «leggermente diversa dalla pubblicità, in quanto non è propriamente legata al pubblico, bensì agli organi di informazione che attraverso i loro mezzi puntano a pubblicizzare il prodotto parlandone negli articoli e aumentandone il valore culturale» (Giorgini 2020-2021: 35).

diali di crescente complessità e, tutte, produzioni o coproduzioni internazionali» (ivi: 8).

Gomorra - La serie, pertanto, si può ritenere una narrazione transmediale che si inserisce in un *continuum* che procede dall'adattamento all'espansione narrativa, dove la continuità proviene dalla creazione di personaggi a cui il pubblico può affezionarsi, e anche dai tratti caratterizzanti delle produzioni Sky, da sempre impegnate nel costruire una forte identità di brand, «con una strategia di marketing che punta sulla dimensione epica» (ivi: 13). Come per *Romanzo criminale*, sempre prodotto Sky, c'è stato un grande uso dei social e, tra una puntata e un'altra, il pubblico è stato sollecitato con quiz, curiosità sugli attori e anticipazioni (ibidem). «*Gomorra - La serie* si colloca, nel medesimo tempo, sia entro strategie di creazione di transmedia storytelling che rispondono alle logiche di marketing della serialità Sky, sia all'interno di una genealogia che trova nell'impegno politico la sua condizione d'esistenza» (ivi: 14). Il noir italiano, pertanto, sta creando sempre più narrazioni transmediali, che possono essere ritenute «avamposti di una modalità narrativa destinata a espandersi rapidamente in forme non facilmente definibili e prevedibili» (ivi: 15).

Pertanto, Benvenuti (2021) ritorna parzialmente indietro rispetto a quanto in precedenza affermato nel suo libro, anche se non riporta evidenze empiriche, come fa, appunto, pure Renga (2016), della quale cita il passo riportato anche da me. Forse, quanto sostenuto da Benvenuti (2021) sarebbe stato più pregnante se supportato da dati, come fa invece Giorgini (2020-2021), che però si sposta più propriamente sul piano del marketing e quindi ha bisogno di evidenze empiriche per esporre le sue argomentazioni.²⁵ Va tenuto presente che, per ragioni cronologiche, Renga (2016) non aveva visto lo *spin-off L'Immortale* (2019), diretto da Marco D'Amore, il *Ciro Di Marzio* di *Gomorra - La serie*, e quindi ha potuto dare un giudizio incompleto, mentre Benvenuti (2021) sì, ma parla di transmedialità della fiction a prescindere da questo evento significativo.

Invece, Lorenzato (2015), Erbaggio (2015), Renga (2016) e Dusi (2018); (2019); (2020) sono stati ricordati nel capitolo precedente in quanto, a differenza di Benvenuti (2017) e di Giorgini (2020-2021), non sviluppano il discorso in maniera ampia rispetto alla produzione Sky Italia, ma la toccano solo tangenzialmente.²⁶ Per fare un unico esempio, Lorenzato (2015) la nomina unicamente per contrapporla alla strategia utilizzata dalla AMC.

Un passo in avanti per considerare *Gomorra - La serie* come un caso di transmedialità potrebbe essere il film *L'immortale* (2019) che, ponendosi a cavallo tra la quarta e la quinta stagione, anche attraverso dei *flashback* narra la storia di *Ciro Di Marzio*, facendo vedere come questo sia sopravvissuto allo sparo che apparentemente ne ha concluso la vita ad opera di Genny alla fine della terza stagione. Ciò potrebbe essere ritenuto un tentativo, da parte di Sky, di colmare quel vuoto per cui molti utenti si erano sentiti «orfani» di questo

²⁵ Non per niente la sua tesi di laurea è in «Economia e marketing nei media audiovisivi».

²⁶ Dusi (2018); (2019); (2020) parla di transmedialità del web, e porta, tra gli esempi, prodotti come i video dei *The Jackal*.

personaggio dopo che era stato fatto morire. Di questo parere è Maiello,²⁷ la quale, preferendo parlare di *mondo Gomorra* anziché di *storyworld*, vi include Saviano, il film di Garrone, la serie, il film di Marco D'Amore, e *Gli effetti di Gomorra - La serie sulla gente* di The Jackal.²⁸ Secondo lei, si tratta di un mondo assai ricco che ha creato molte narrazioni, alcune delle quali collegate da una logica transmediale. In questo senso, insieme a *Romanzo criminale*, *Gomorra* rappresenta il prodotto audiovisivo narrativo su cui più è stato possibile esercitare una logica di questo tipo. Si è creato, prosegue Maiello, un immaginario che è anche un brand, che è stato efficacemente oggetto di parodia da parte dei Manetti Bros nel loro film *Ammore e malavita*, quando, all'inizio del film, vengono mostrati dei turisti che vanno a Scampia per un tour. Inoltre, Sky si è inserita in una logica transmediale anche nella sua attività di rilocalizzazione del racconto seriale, come quando, per promuovere la terza e la quarta stagione, la serie era stata portata sul grande schermo, ma pure quando aveva realizzato, in occasione dell'uscita della terza stagione, un sito dedicato, *Spoiler Killers*, tramite il quale un utente poteva mandare a un altro, come afferma Maiello (2018: 36), «un messaggio intimidatorio di uno dei protagonisti della serie per mettersi al riparo da eventuali spoiler».²⁹

Invece, sia Casoli che Bertetti parlano, per *Gomorra - La serie*, di un caso di transmedialità mancata, in quanto ritengono che la produzione non sia riuscita a raggiungere pienamente questo risultato.

In particolare, Casoli,³⁰ applicando la sua tipologia di personaggio seriale a *Gomorra - La serie*,³¹ sostiene che *Gomorra* è un caso di transmedialità che si basa non tanto sul personaggio, quanto sul mondo narrativo, cosicché il libro, il film e la serie non condividono gli stessi personaggi; essi sono collegati dalla volontà di rappresentare un mondo in cui si mette in scena un affresco sociale, politico e umano. Per tale motivo, quella di *Gomorra* è una transmedialità difficile da portare avanti, perché i personaggi non riescono più di tanto a uscire dai testi e a colonizzare altri spazi mediali. Tra l'altro, *Gomorra - La serie* si basa moltissimo sulle relazioni interpersonali tra *Ciro* e *Genny*, che sono «personaggi individualizzati», ovvero personaggi con una individualità forte e complessa, sfaccettata, e con un sistema relazionale a metà tra quello «a sistema solare» (ovvero incentrato su una o al massimo due figure) e quello «a costellazione» (basato sulla corallità), in quanto, per così dire, loro due colonizzano la narrazione, costituita, peraltro, anche da personaggi secondari (di qui, appunto, la commistione tra relazione «a sistema solare» e «a costel-

²⁷ Comunicazione personale.

²⁸ Per la studiosa tutto ciò che rimane escluso dalla narrazione viene declinato tramite la partecipazione dell'utente, anche se questa, durante il corso delle stagioni, è andata un po' scemando.

²⁹ Un suo lavoro, che studia *Gomorra* ma non da un'ottica strettamente transmediale, è Maiello (2016), mentre la transmedialità di *Gomorra La serie*, da un punto di vista non necessariamente legato alla produzione ma a fenomeni di viralità della rete come, per esempio, quelli di *The Jackal*, è esaminata in Maiello (2017). L'autrice ritorna sul tema anche in Maiello (2022) dove, parlando dell'ultima stagione di *Gomorra - La serie*, sostiene che, nel suo insieme, la fiction, definibile come complessa, è riuscita a sviluppare un vero e proprio ecosistema transmediale.

³⁰ Comunicazione personale.

³¹ Tale tassonomia, che lei applica alla serialità statunitense, è contenuta in Casoli (2021).

lazione»³². Inoltre, va tenuto conto pure del fattore economico e produttivo: anche se, al di là de *L'immortale*, potrebbero essere create altre espansioni su personaggi secondari, Sky non ha le risorse per farlo. Infatti, gli universi transmediali più espansi sono quelli che hanno alle spalle dei conglomerati mediali che sono dei colossi, e che quindi hanno le capacità economiche per portarli a termine.

Riferendosi a quanto sostenuto da Maiello, e a favore invece di Casoli e Bertetti, si potrebbe obiettare che quello di *Gomorra - La serie* potrebbe essere considerato un caso di transmedialità incompleta, cosa altresì dimostrata dal fatto che essa possiede un'enciclopedia partecipativa poco soddisfacente e con alcuni «buchi» ed inesattezze, compresi alcuni (anche se pochi) errori ortografici e di battitura. Infatti, cliccando su <<https://gomorrah.fandom.com/it/f>>³³ si trova una pagina wiki su *Gomorra - La serie* che non ha un amministratore, solo persone che hanno postato dei contributi, e quando, sulla homepage, si va ai personaggi principali presenti, cioè *Ciro*, *Sangue Blu* (*Arturo Muselli*), *Pietro Savastano* (*Fortunato Cerlino*), *Scianel* (*Cristina Donadio*), *Genny Savastano*, *Salvatore Conte*, *Patrizia Santoro* (*Cristiana Dell'Anna*), *'O Track* (*Carmine Monaco*) e il clan *Savastano*, si trova che nessuno sotto ha aggiunto dei commenti e che c'è solo una photogallery, postata sotto «*Genny Savastano*»,³⁴ più una foto sotto «*'O Track*». In relazione a quanto qui osservato, sempre Casoli spiega questo fatto dal tipo di *fandom* della serie, piuttosto tradizionale, mentre le serie transmediali come quelle della *Marvel* ne hanno uno molto giovane, nativo digitale, e certamente più a proprio agio nel costruire espansioni *fandom* su Internet, come le pagine wiki.

In effetti, manca, da parte della produzione, una strategia social soddisfacente: Sky Italia non ha siti dedicati alla serie, i wiki creati dal *fandom* non sono stati tenuti in debita considerazione da quest'ultima, come è avvenuto invece, per esempio, in casi come *Lostpedia*, che per la sua accuratezza veniva tenuta in gran conto dai producer, che li consultavano per trovare informazioni in modo da creare una narrazione coerente, via via che procedevano le stagioni di *Lost* (Mittell 2017: 463 tr. it.). Inoltre, come già visto per YouTube, sono solamente cursorie, e non con canali dedicati, le attività su YouTube e su TikTok, che non ha una playlist (YouTube) o un *account* (TikTok) specificatamente creato per *Gomorra - La serie* ma, per quanto riguarda il primo social, soltanto uno generico per Sky Italia dedicato alle fiction prodotte dalla rete, mentre per TikTok c'è solo un *account* Sky Italia per tutti i suoi programmi, non esclusivamente quelli finzionali.³⁵

Anche Bertetti³⁶ condivide, in linea di massima, quanto sostenuto da me e da Sara Casoli. Per lui se, come già detto, tra libro e film si è di fronte a un

³² Non è un caso, infatti, sostiene Casoli, che la storia finisca quando muoiono entrambi.

³³ Online il 20 giugno 2023.

³⁴ *Gennyesoci.jpg* postato sotto «*Genny Savastano*».

³⁵ <<https://www.tiktok.com/@skyitalia?lang=it-IT>>. L'*account* ha 253.200 follower e 5,4 milioni di like (online il 18 luglio 2023), e ha l'hashtag #ÈPiùBelloTornareACasaConSky. Per le strategie utilizzate da Sky/Now su Instagram in contrapposizione a quelle di Netflix Italia e Amazon Prime Video, v. Giorgini (2020-2021: 76 sgg).

³⁶ Comunicazione personale.

caso di adattamento/trasposizione, si può affermare che la serie televisiva aggiunge nuovo materiale narrativo che espande il testo di partenza. Tuttavia, la transmedialità di *Gomorra - La serie* è alquanto limitata, perché è sì presente l'espansione dal romanzo e dal film in una serie, ma non c'è altro. In questo senso, infatti, sono stati fatti pochi sforzi da parte di Sky Italia, mentre nelle produzioni americane ci sono molti altri testi narrativi che accompagnano una fiction, come *webisode*, *mobisode*, videogiochi, fino ad arrivare ai fumetti e alle *action figure*.³⁷ Inoltre, Sky ha promosso la serie in modo piuttosto tradizionale e pertanto, anche se si può dire che *Gomorra* è un brand, la fiction si espande pochissimo, con l'eccezione de *L'Immortale*, che potrebbe originare ulteriori produzioni in media diversi da quello televisivo, ma che tuttavia, per la sua unicità, si può ritenere un tentativo piuttosto estemporaneo ed isolato.

Per aggiungere un ulteriore esempio rispetto a quelli fatti da Bertetti, si può dire che Sky non ha avviato campagne con cui instaurare contatti diretti con i fan, e non ha mai inviato ai suoi abbonati mail come quelle che *Amazon Prime Video* ha mandato ai suoi, il quale il 7 marzo 2023 ha scritto loro di aver istituito *Amazon Preview*, un programma che permette ai fan di «contribuire a creare nuovi film e serie TV», fornendo un'esperienza d'intrattenimento irrinunciabile. In quanto membro di *Amazon Preview*, viene scritto nella mail, l'utente potrà:

- AVERE ACCESSO ad anteprime sulla programmazione futura prima del lancio al pubblico su Prime Video
- ESSERE ASCOLTATO fornendo le [proprie] opinioni su vari concept, titoli, film, serie, episodi pilota, ecc.
- CONOSCERE l'impatto dei [propri] feedback sulle decisioni effettive di Amazon Prime Video
- ESSERE RICOMPENSATO con carte regalo e altri premi come prodotti Amazon Prime Video per la [...] partecipazione

Sempre nella mail, si invitava poi a partecipare a un sondaggio. A tutt'oggi, non sembra che strategie simili siano state messe in atto da Sky: se pertanto questo *broadcaster* si trova a un livello piuttosto avanzato per quanto riguarda altri tipi di marketing, quali ad esempio, come già detto, la *publicity* e l'*advertising* classico (Giorgini 2020-2021: 24-56), non altrettanto si può dire per quello dedicato ai social, come si vedrà anche in seguito, soprattutto per ciò che concerne il *feedback* dei fan che possono, per così dire, «influire» direttamente sul canale e condizionarne le scelte produttive fornendo le proprie opinioni. È pur vero che, come nota Giorgini (2020-2021: 50), tramite l'*account* di Now, servizio in *streaming* on demand di Sky, in occasione dell'ultima stagione della fiction è stata ideata una rubrica di *recap* sui personaggi di *Gomorra - La serie* delle varie stagioni con quiz e indici di gradimento per gli spettatori-utenti: nonostante ciò, manca un *account* ufficiale della serie.

³⁷ Sono pupazzetti snodabili che riproducono le sembianze di personaggi di film o serie TV.

3. Roberto Saviano nel franchise *Gomorra*

In pratica tutti gli studiosi concordano sulla forte presenza autoriale di Saviano,³⁸ che giganteggia su tutto il franchise *Gomorra*, non solo sul franchise della serie TV. Lo scrittore ha seguito con il suo *account* Twitter,³⁹ TikTok,⁴⁰ il suo profilo Instagram⁴¹ e Facebook⁴² le varie fasi della costruzione della serie, in funzione di accompagnamento, di spiegazione, di aggiunta di informazioni, non mancando mai al suo impegno civile. Inoltre, Saviano ha un canale YouTube, tra l'altro suddiviso in varie playlist, dove ha mantenuto sempre questa sua identità.

Su YouTube, infatti, è presente un suo canale,⁴³ con 208.000 iscritti, 38.308.678.540 visualizzazioni e 127 video⁴⁴ (data di iscrizione: 18 ottobre 2017), che viene definito come «Il canale ufficiale di Roberto Saviano. Reportage, inchieste, commenti sull'attualità, politica nazionale e internazionale, serie Tv, libri e film». È interessante il fatto che si presenti molto strutturato, con ben cinque playlist: *Processo Meloni* (un solo video, in cui si intervista Saviano in occasione del processo per diffamazione intentatogli da Giorgia Meloni nel giugno 2023),⁴⁵ *Braveheart* (8 video di circa 4-5 minuti, tratti da <www.fanpage.it>, sulle vite di personaggi significativi per il loro impegno civile, ma poco noti,⁴⁶ di cui Roberto racconta le azioni) *Gridalo*, 4 video, che sono *excerpta* da Saviano (2020), recitati da Saviano stesso, *Gomorra channel* (10 video),⁴⁷ *Kings of Crime*, 7 video caricati da Nove,⁴⁸ che nella stagione 2017-2018 ha mandato in onda il programma omonimo con lo scrittore napoletano, e dedicati alle vite di boss iconici. Va detto tuttavia che tali *playlist* sono piuttosto datate, in quanto i video caricati risalgono, in alcuni casi, addirittura a quattro-cinque anni prima (questo vale, tranne che per un video in entrambe le *playlist*, per *Kings of Crime* e *Gomorra channel*), con una media di uno-due anni per gli altri, escluso per *Processo Meloni*, ovviamente recente per motivi cronologici. Tuttavia, al di là delle *playlist*, lo scrittore napoletano appare comunque molto attivo nel postare parecchi altri video.

³⁸ V. *supra* (gli esempi sono stati fatti prima per mantenere un discorso coerente), e, in particolare, tra gli altri, Erbaggio (2015); Dusi (2018), (2019), (2020); nonché Benvenuti (2017).

³⁹ <<https://twitter.com/robertosaviano>>, che ha totalizzato 11.800 tweet e che ha 1,8 milioni di follower al 18 luglio 2023.

⁴⁰ <<https://www.tiktok.com/@robertosaviano>>, con 93.400 follower e 275.300 like (online il 18 luglio 2023).

⁴¹ <https://www.instagram.com/robertosaviano_official/>, con 3.280 post e un milione di follower al 18 luglio 2023.

⁴² <https://www.facebook.com/RobertoSavianoFanpage/?locale=it_IT>, che ha 2,5 milioni di follower (online il 18 luglio 2023).

⁴³ <<https://www.youtube.com/@robertosavianoofficial569>> (online il 18 luglio 2023).

⁴⁴ Dati aggiornati al 10 luglio 2023.

⁴⁵ La querela è stata intentata perché durante una puntata di «Piazzapulita», tenutasi su La7 il 3 dicembre 2020, lo scrittore, riguardo al tema dei migranti, l'aveva definita «bastarda».

⁴⁶ Unica eccezione: la storia dell'organizzazione *Amnesty International*.

⁴⁷ Questa playlist riguarda, si legge su YouTube, «Tutti i temi che Roberto Saviano affronta nel suo lavoro, ma senza mediazioni, in un rapporto alla pari con chiunque voglia interagire con i contenuti».

⁴⁸ Nove è un canale TV privato di Discovery Italia.

Anche per ciò che concerne i restanti social, l'attività di Saviano appare sempre molto vivace, in grado di mantenere un impegno forte, al di là della fiction, che pure a suo tempo ha accompagnato con *making of*, interviste, e altro ancora (per ulteriori particolari, vedi Benvenuti 2017, Giorgini 2020-2021). Al presente, ovviamente, l'attenzione verso *Gomorra - La serie* è praticamente scomparsa, e i suoi interventi sono molto più orientati verso l'attualità, come le polemiche contro il governo di centro-destra di Giorgia Meloni, l'impegno verso i migranti, la difesa delle ONG, dei giornalisti scomodi, ecc., ma la sua vita è sempre estremamente *politica* in senso ampio, spesso anche divisiva.⁴⁹

Tralasciando i social, un altro prodotto significativo che in pratica «riassume» tutta la sua vita, dalla lotta contro le mafie, all'esistenza sotto scorta, è il suo graphic novel *Sono ancora vivo* (Saviano e Hanuka 2021), che si offre come lavoro aggiuntivo al *franchise Gomorra*. L'uscita del libro, autobiografico, annunciata già da Benvenuti (2017: 192 sgg.), è avvenuta solo nel 2021 (si diceva che sarebbe uscito nel 2017, ma poi la pubblicazione sarebbe slittata, secondo le informazioni della studiosa, al 2018), ed è un prodotto che «costituisce l'accesso del mondo di *Gomorra* – inteso in senso lato, in quanto grande cosmografia – entro il perimetro di un ulteriore settore del mercato culturale» (*ibidem*). In aggiunta, per la sua storia personale anche l'illustratore israeliano Asaf Hanuka ha una «vocazione alla transmedialità» (*ivi*: 194), e il lancio è avvenuto tramite Facebook, in quanto social che si è rivelato uno strumento formidabile di promozione parallela a quella dei canali tradizionali. Non è infine un caso che Saviano abbia sentito l'esigenza di ritornare a forme comunicative come quelle dell'esordio, parlando di camorra con un artista, Hanuka, che ha già una storia di impegno civile (*ivi*: 196).

Un breve riassunto del contenuto di questo lavoro, uscito appunto molto tempo dopo quanto annunciato da Benvenuti (2017), può illuminare meglio la posizione di Saviano in relazione al suo *franchise* di autore-personaggio. In Saviano e Hanuka (2021) lo scrittore parla della sua infanzia, di quando suo fratello, infermiere, si è dovuto trasferire nel Nord Italia per via delle minacce mafiose perché suo parente, di un agguato camorristico a cui era stato presente quando aveva dodici anni, del suo appartamento-bunker da quando vive sotto scorta. Inoltre, rievoca la stesura del suo romanzo con le intimidazioni che ha comportato, la morte di Don Peppe Diana, racconta le reazioni contrastanti delle persone in relazione alla sua vita sotto protezione, il suo soggiorno a New York come docente alla New York University, i suoi amori resi impossibili dalla vita che conduce. Infine, in un capitolo intitolato «Esilio», parla del suo esilio e dei migranti, anch'essi esuli, e delle polemiche che lui ha avuto in proposito con Matteo Salvini, allora Ministro degli interni, che lo ha querelato su carta intestata del Ministero degli interni, perché lo scrittore lo aveva definito «Ministro della Mala Vita» (Saviano e Hanuka 2021: 118).⁵⁰ Infine, il libro si conclude con una nota di speranza, riportando la notizia della sentenza di condanna che il 24 maggio 2021 è stata emessa contro il boss casalese Fran-

⁴⁹ Si vedano, ad esempio, i numerosi *hater* presenti in molti commenti ai suoi tweet.

⁵⁰ L'allora Presidente del Consiglio (che era Giuseppe Conte, si era nel giugno 2018, *nda*), si precisa in Saviano e Hanuka (2021), non prese le distanze (*ibidem*).

cesco Bidognetti e il suo avvocato Michele Santonastaso per minacce contro Saviano con aggravante mafiosa.

Da ciò che si evince dal suo contenuto, Saviano e Hanuka (2021) è un'autofiction che ripercorre le tappe salienti della vita dello scrittore napoletano, che non menziona però *Gomorra - La serie*. Tuttavia, proprio perché si profila come un *fil rouge* che collega tutta la sua vita, questo *graphic novel* rivela la sua importanza, in quanto si rifà, anche se non alla fiction, comunque al *franchise Gomorra*, e al suo universo narrativo, perché è dal libro omonimo, come lui scrive, che tutto è cominciato. Saviano, perciò, appare forse il collante più stabile per legare questo *franchise* anche se, come si è già visto, non si può parlare di transmedialità per *Gomorra - La serie*, in quanto carente dal punto di vista della produzione: invece, è la presenza autoriale dello scrittore campano a fornire un'identità salda e politicamente orientata che fa propendere, per la serie, verso una transmedialità sì incompleta e insufficiente, ma in ogni caso orientata dallo «stile Saviano» in tutte le sue manifestazioni.

4. Salvatore Esposito e Marco D'Amore, una presenza social anche oltre *Gomorra - La serie*

I due protagonisti di *Gomorra - La serie* sono molto attivi sui social, sostituendosi a Sky Italia nella promozione del prodotto. Va tuttavia tenuto presente che essi si incentrano soprattutto sulla loro figura *tout court*, e non semplicemente come Genny Savastano e Ciro Di Marzio. Per brevità, nell'analisi sarà esaminato solo Facebook, sia a livello di gruppo che di pagina. È stata condotta un'indagine qualitativa, durata sei mesi (gennaio-giugno 2023), sul gruppo e sulla pagina Facebook ufficiali ideati per i fan di Salvatore Esposito e, tangenzialmente, su gruppi e su pagine Facebook di Marco D'Amore. Per quanto riguarda Marco D'Amore, la ricerca infatti è stata in parte limitata, in quanto sono stata ammessa nel suo gruppo Facebook, privato, solo intorno alla metà di giugno.

Salvatore Esposito ha un gruppo Facebook, *Salvatore Esposito & Friends*, privato, con 83.200 membri al 18 luglio 2023.⁵¹ Sotto la voce *Informazioni* c'è scritto «Gruppo ufficiale di Salvatore Esposito», e che esso è stato creato perché l'attore, «tra un ciak e l'altro si dedica con molta passione ai propri fans». Si potrà quindi, si legge sempre nelle informazioni, interagire con lui, venire a sapere in anteprima i suoi progetti, prendere parte a dei contest magari ricevendo, per la partecipazione, un autografo. Menzionando cursoriamente le attività contenute nel gruppo, il 29 marzo 2023 Carmela Colucci posta un video, tratto dall'*account* ufficiale di TikTok di Salvatore Esposito,⁵² che è una clip dal secondo video di The Jackal *Gli effetti di Gomorra - La serie sulla gente*, mentre il 20 aprile 2023 l'attore si spende in prima persona in quanto Andrea Snejder lo posta in un video dove Esposito interviene a favore di una raccolta fondi per l'operazione di un bambino disabile, indice, questo, che si impegna nel sociale in prima persona. Il 5 aprile, invece, l'attore si è recato al

⁵¹ <<https://www.facebook.com/groups/802334370115681>>, data di creazione: 1 febbraio 2019.

⁵² <<https://www.tiktok.com/@salvatorespositofficial>>, con 192.400 follower e 986.800 Mi piace (online il 18 luglio 2023).

polo universitario «Federico II» di Scampia (Napoli) per parlare agli studenti di Medicina dei suoi tre romanzi e dei problemi sociali collegati al capoluogo campano: l'8 aprile viene postato il link ad un suo articolo, a cura del suo staff,⁵³ comparso lo stesso giorno sul suo sito, <www.salvatore-esposito.com>, dove si parla dell'evento. Il 4 maggio viene postato un video in cui lo si vede festeggiare lo scudetto del Napoli: non ci sono altri post fino al 30 giugno.

Per quanto riguarda la pagina Facebook,⁵⁴ che si chiama come il gruppo (è definita «Pagina fan ufficiale gestita dallo STAFF di Salvatore Esposito»), essa è molto simile, nei contenuti, al gruppo Facebook *Salvatore Esposito & Friends*, con soprattutto foto dell'attore che lo vedono nei momenti più significativi della sua vita. In aggiunta a questi post, si può citare, in occasione della morte di Maurizio Costanzo, avvenuta il 24 febbraio 2023, una clip, postata sempre lo stesso giorno, tratta dal *Maurizio Costanzo Show* del 2016, in cui Esposito viene intervistato dal conduttore a proposito della sua vita da ragazzo di periferia che «si è fatto rispettare», scegliendo tuttavia la via giusta. Interessante è infine un post del 3 ottobre 2022, in cui si mette in guardia dai profili falsi, con persone che «addirittura avanzano richieste monetarie!», e si invita a non aderire a pagine o a gruppi di dubbia provenienza. Tale post è ben giustificato: da una ricerca fatta s.v. «Salvatore Esposito Fanpage» o, cercando, per i gruppi, «Salvatore Esposito», c'è infatti un proliferare di *item* con questo nome, e solo pochissimi di questi si riferiscono veramente all'attore:⁵⁵ un'unica eccezione sembra essere *Fans of Salvatore Esposito*,⁵⁶ pagina Facebook creata il 9 settembre 2016 che rimanda a <www.salvatore-esposito.com>, e che pertanto sembra essere supportata, in qualche modo, dal personaggio-attore-romanziero.⁵⁷ Come dire, tranne (forse) questo caso, l'attività dei fan va apprezzata e stimolata, ma sempre incanalata secondo una prospettiva *top down*.

È significativo che in queste attività venga citato, in alcuni casi, il suo sito, l'unico per quanto riguarda i personaggi e la serie: esso si presenta molto articolato e, per così dire, supplisce alle carenze di Sky Italia per quanto riguarda la creazione di siti web *ad hoc*. Il menù a tendina di <www.salvatore-esposito.com> (online il 18 luglio 2023) è molto ricco: vi sono le voci *Home*, *Biografia*, *Filmografia*, *Shop*, *News*, *Contatti*, *Friends Area*. Molto interessante è il fatto che s.v. *Shop* compaia una ricca e vivace attività di *merchandising*, in cui si vendono tazze, portachiavi, t-shirt, ecc., sia legate a *Gomorra - La serie*, sia più propriamente a Salvatore Esposito: infatti ci sono anche delle *gift box* nelle quali si vendono, insieme ad altri prodotti, pure i suoi

⁵³ Fonte: *Il Mattino*.

⁵⁴ <<https://www.facebook.com/salvatoreespositoandfriends>> (18.074 follower e 14.510 like al 18 luglio 2023). Esiste, in ogni caso, anche un'altra pagina Facebook ufficiale *Salvatore Esposito*, creata il 5 gennaio 2013, che, per brevità, si è deciso di non esaminare (<<https://www.facebook.com/SalvatoreEspositoOfficial/>>): essa ha un milione di follower (online il 18 luglio 2023) ed è divisa in sezioni, compreso il *merchandising*, che invece nel gruppo *Salvatore Esposito & Friends* manca (pure qui si rimanda a <www.salvatore-esposito.com>).

⁵⁵ In tutti e due i casi, in media hanno una decina di membri.

⁵⁶ <<https://www.facebook.com/SalvatoreEspositoActor>>, con 8.902 like e 9.033 follower al 18 luglio 2023.

⁵⁷ Va tuttavia notato che i post sono fermi all'8 ottobre 2022.

romanzi, che ovviamente con *Gomorra - La serie* non hanno nulla a che fare. Come dire, quella vendita di *merchandising* che manca del tutto per quanto riguarda Sky (v. *supra*).

Tuttavia, come sostiene Bertetti, con cui concordo, quest'attività del sito non costituisce un caso di espansione transmediale della fiction, perché è incentrata sulla personalità di Esposito *tout court*, non solo legata a *Gomorra - La serie*. Piuttosto, sempre per questo studioso si tratterebbe di quella che Eco (1994) aveva definito una serialità basata sul personaggio dell'attore, per cui il fatto di ripresentare lo stesso attore in film differenti, anche indipendenti tra loro, crea una sorta di effetto di serialità.⁵⁸

Un discorso leggermente diverso si potrebbe fare per Marco D'Amore, in quanto non ha un sito dedicato, anche se pure lui incentra le sue attività social sulla sua figura, non solo come protagonista della fiction (si presenta, in modo particolare, come regista). Ha un gruppo Facebook creato da fan, *Marco D'Amore Official FanGroup*,⁵⁹ privato, che mi è stato impossibile consultare compiutamente perché sono stata accettata solo a metà giugno, dove, si dice nelle regole del gruppo create dagli amministratori, ci si deve attenere ai seguenti principi: gentilezza e cortesia, nessuna attività di promozione o di spam, e accertamento della veridicità delle notizie che si pubblicano. A una sommaria analisi, risulta confermato quanto detto per l'altro protagonista,⁶⁰ e una affermazione analoga si potrebbe fare per la pagina Facebook *Marco D'Amore*,⁶¹ dove c'è scritto: «Unica Pagina Ufficiale dell'attore Marco D'Amore, gestita dal suo staff». Essa rimanda al sito <www.marcodamore.com>, che però al 18 luglio 2023 non risulta attivo. Invece, una *fanpage* dell'attore⁶² al 25 giugno 2023 non è più visibile.⁶³ Come dire, anche qui l'attività *top down* è quella che permane nel tempo, mentre le produzioni autonome dei fan sono soggette a obsolescenza oppure sono ferme, come nel caso di *Marco D'Amore Fanblog*,⁶⁴ un blog creato e gestito dai fan, al 2016 (anche se sono inserite pure delle pubblicità redazionali, una delle quali risalente al 20 giugno 2023), segno che le attività *bottom up* sono sempre un passo indietro rispetto a quelle ufficiali.

⁵⁸ Anche Andò e Mascio (2018) parlano del profilo Facebook di Salvatore Esposito/Genny Savastano, all'epoca meno definito (quando scrivono si era arrivati alla terza stagione della fiction), affermando che lui mescola aspetti privati e pubblici, creando negli utenti un «effetto di verità», e producendo «una sorta di schiacciamento del personaggio sull'attore» (*ivi*: 93-94). Ancora lo sguardo prevalente di Esposito era su *Gomorra - La serie*, e non, come osservato qui, sulla sua figura autoriale *tout court*.

⁵⁹ <<https://www.facebook.com/groups/313366868860132>>. Data di creazione: 20 gennaio 2015 (323 membri al 18 luglio 2023).

⁶⁰ Molto attivi, per esempio, sono i fan nel fare a D'Amore gli auguri per il suo quarantaduesimo compleanno, che cade il 12 giugno.

⁶¹ <<https://www.facebook.com/profile.php?id=100044628180318>>, che ha 555.404 follower al 18-7-2023.

⁶² <<https://www.facebook.com/marcodamore.fanpage> 17.896> (online il 18 luglio 2023).

⁶³ Quando si clicca sulla pagina, compare la seguente scritta: «Questo contenuto non è al momento disponibile. In questi casi, generalmente significa che il proprietario ha condiviso il contenuto solo con un gruppo ristretto di persone, ha modificato chi può vederlo oppure lo ha eliminato». Prima di questa data invece si trovava scritto: «Fanpage di Marco D'Amore: pagina gestita da fan e dedicata all'attore italiano Marco D'Amore. La pagina ufficiale dell'attore».

⁶⁴ <<https://marcodamorefanblog.wordpress.com/>> (online il 18 luglio 2023).

Una linea che andrebbe contro questo *trend*, in quanto più attiva, potrebbe sembrare quella mostrata dalla pagina Facebook dei fan di *Ciro Di Marzio*, *Ciro di Marzio - Gomorra La serie*,⁶⁵ creata il 30 maggio 2014, che in molti casi rimanda a <www.gomorraweb.com>, sito al 18 luglio 2023 non più attivo, e le cui clip sono ancora visibili, appunto, su *Ciro di Marzio - Gomorra La serie*, solo da metà luglio 2022.⁶⁶ Essa contiene tuttavia solo tre post del 2023: gli altri si riferiscono ai periodi precedenti, incentrati soprattutto, per quanto riguarda il 2022, su clip tratte da <www.gomorraweb.com> di alcune serie a tema mafioso⁶⁷ oppure su storie di criminali celebri. Per quanto riguarda l'altro protagonista, anche la pagina Facebook non ufficiale gestita da un fan, *Genny Savastano di Gomorra la serie TV*,⁶⁸ è ferma al 28 novembre 2021: quanto esposto si potrebbe leggere come uno spostamento, per Salvatore Esposito, dell'attività dei fan verso i canali ufficiali (v. anche *Fans of Salvatore Esposito*), mentre, per Marco D'Amore, un estendere il discorso anche a temi legati alla criminalità organizzata in senso generale, sempre però limitandosi alla contingenza della messa in onda di *Gomorra - La serie*, trasmessa per l'ultima volta in chiaro su TV8⁶⁹ alla fine del 2022.

5. Un'attività *bottom up* bloccata da Sky Italia: i casi di *Gomorra Fans* e *Gomorra La serie*

Vari sono i gruppi Facebook collegati a *Gomorra - La serie* (circa una ventina), ma per brevità e per dimostrare il mio assunto ne considererò solamente due, *Gomorra Fans*,⁷⁰ e *Gomorra La serie*,⁷¹ entrambi privati. Il primo, scrivono espressamente gli amministratori, è «nato per gli appassionati di *Gomorra* ma non solo», permettendo agli iscritti di condividere un po' di tutto, astenendosi però da volgarità e malintesi, nonché evitando contenuti porno e violenti. Si tratta di un gruppo di fan che non è inondato da «spazzatura», come i video sensazionalistici: non sono molto frequenti anche i post dedicati a informazioni sulla criminalità organizzata. Insieme a post stucchevoli che augurano il buongiorno, una Buona Pasqua, ecc., e anche a post di novax, ve ne sono altri su cantanti neomelodici o su illustratori dei personaggi della serie (che pubblicizzano i loro prodotti), oppure sullo scudetto del Napoli, ma

⁶⁵ <<https://www.facebook.com/cirogomorralaserie/>>, con 201.951 like e 295.322 follower al 18 luglio 2023. In essa si trova scritto: «pagina gestita da fan della serie in onore di *Ciro Di Marzio* (Marco D'amore [sic])».

⁶⁶ Online il 18 luglio 2023.

⁶⁷ Il 2 giugno 2023 viene postata una clip da <www.gomorraweb.it> sul finale della terza stagione di *Gomorra - La serie*, dove si fa vedere il momento della morte (apparente) di *Ciro Di Marzio* con una voce *over* che commenta.

⁶⁸ <<https://www.facebook.com/gennysavastanofanpage/>>, che ha 17.083 "Mi piace" e 17.051 follower al 18-7-2023. In questa si legge «Fanclub di *Genny Savastano*, boss di *Gomorra la serie tv*. Pagina non ufficiale gestita da un fan».

⁶⁹ Si tratta di un canale televisivo privato in chiaro edito da Nuova Società Televisiva Italiana, che è una società del gruppo Sky Italia.

⁷⁰ <<https://www.facebook.com/groups/1882570298657687/>>, con 48.364 membri al 18 luglio 2023. Data di creazione: 19 maggio 2017.

⁷¹ <<https://www.facebook.com/groups/1629395267280298/>>: ha 795 membri (online il 18-7-2023), ed è stato creato il 27 febbraio 2015.

non mancano anche delle promo o dei post umoristici. In questo panorama, molto attivo risulta, nel periodo preso in esame (1 gennaio-30 giugno 2023), Dino Minucci, sul cui profilo si legge semplicemente «libero professionista». Questo posta molte clip da tutte le stagioni di *Gomorra - La serie*, che però in molti casi sono state eliminate in quanto non rispettano il *copyright* (in molte si vede infatti il logo Sky Atlantic, tipico di una registrazione da cellulare o da videocamera), mentre in altri esse sono tratte da TikTok o da altri canali YouTube non ufficiali o semiufficiali,⁷² da trailer o da clip riprese da reti estere che hanno acquistato la serie, e quindi non sottoposte a violazione del *copyright* in quanto non afferenti direttamente a Sky Italia.⁷³

Un discorso altrettanto attinente al mio assunto si può fare per il gruppo Facebook *Gomorra La serie*. Qui praticamente è attivo solo Dino Minucci⁷⁴ (ci sono anche post, come nel gruppo precedente, di un disegnatore, che si fa chiamare “Pepe Illustratore”), che rimanda comunque a momenti di *Gomorra - La serie*, senza altri contenuti, e che invita a iscriversi al suo canale YouTube, che è stato chiuso perché violava i diritti proprietari di Sky Italia S.r.l.: al 18 luglio 2023 esso risulta ancora bannato. Cliccando infatti sulle clip del gruppo *Gomorra La serie* che rimandano a YouTube, si trova scritto: «Questo video non è più disponibile a causa di un reclamo di violazione del *copyright* da parte di Sky Italia S.r.l.», e le uniche rimaste sono tratte, anch'esse, da trailer, da canali YouTube appartenenti ad altri profili, o da video ripresi da reti estere che hanno comprato la serie e non afferenti a Sky Italia S.r.l. Come dire, anche qui la produzione fa un'operazione miope nei confronti dei fan, non rendendosi conto che comunque la pubblicazione di video non autorizzati permette una maggiore diffusione del prodotto e una maggiore fidelizzazione dello spettatore-utente.

6. Conclusioni

Dall'indagine fin qui condotta si possono tratteggiare delle provvisorie linee guida: nonostante alcuni pareri contrari, per *Gomorra - La serie* si può parlare di una transmedialità incompleta, anche se ha manifestato una (prima) tendenza in questo senso, lo *spin-off L'Immortale*, che si pone come esempio di un tentativo, da parte della produzione, di venire incontro alla volontà dei fan (far resuscitare *Ciro Di Marzio*, morto alla fine della terza stagione). Le lacune più significative si trovano, al di là di campagne marketing piuttosto riuscite, nella strategia social di Sky Italia che si è dimostrata piuttosto carente, non creando, ad esempio, siti web *ad hoc*. In questo scenario, Roberto Saviano ha fatto comunque da forte collante a tutto il *franchise Gomorra*, tanto che si può

⁷² Per portare un unico esempio, il 30 aprile Dino Minucci posta una clip della serie tratta dal canale YouTube @SpettacoloEU, che ha 25.900 iscritti, e che rimanda a <www.spettacolo.eu>, che si propone, si legge sempre su questo social, come un «sito di informazione su Cinema, Teatro, Musica, Serie TV e tutto quanto fa spettacolo» (online il 18 luglio 2023).

⁷³ Intorno al 10 giugno anche David Napolitano posta alcune clip di *Gomorra - La serie*, di cui una tratta da TikTok, un'altra forse filmata con il telefonino, perché compare il logo di Sky Atlantic. Comunque, la sua attività appare sporadica rispetto a quella di Minucci, così come appaiono isolati i post analoghi di qualche profilo Facebook che compaiono sul gruppo.

⁷⁴ I suoi post sono fermi al 20 marzo 2023.

parlare di uno «stile Saviano», che ha coniugato la sua produzione letteraria, teatrale, cinematografica e televisiva con l'impegno civico. Inoltre, lo scrittore napoletano, con il suo *graphic novel Sono ancora vivo*, ha creato un prodotto che ha arricchito il materiale di partenza, prendendo l'avvio, per fare ciò, dal libro *Gomorra*, ovvero il lavoro da cui tutto ha avuto inizio, compresa la sua vita sotto scorta. D'altro canto, i due protagonisti della fiction, cioè Marco D'Amore e Salvatore Esposito, hanno costruito una serialità, come affermava Eco (1994), incentrata sul personaggio dell'attore, non solo quello di *Gomorra - La serie*, ma molto più vasto (il primo anche come regista, il secondo pure come romanziere). Infine, la miopia di Sky Italia si è manifestata anche nel limitare l'attività dei fan, chiudendo un canale YouTube che conteneva clip della serie non autorizzate dalla casa madre. Per avere un riscontro su tale strategia che si pone come «tradizionale», ancora chiusa, appunto, ai fan, si può confrontarla con quella di Amazon Prime Video, che invece, nel suo promuovere la sua identità di brand (tuttavia non di una serie specifica), arriva a sollecitare il loro apporto. Occorre verificare se, nel futuro, Sky Italia opererà un cambio di rotta.

Bibliografia

Andò, Romana; Mascio, Antonella

2018 «Leggere *Gomorra - La serie* nel frame della *celebrity culture: audience, fan, micro-celebrities*», in Guerra, M., Martin, S. e Rimini, S. (a cura di), *Universo Gomorra. Da libro a film, da film a serie*, Milano-Udine, Mimesis.

Barra, Luca; Scaglioni, Massimo (a cura di)

2021 *A European Television Fiction Renaissance. Premium Production Models and Transnational Circulation*, London and New York, Routledge.

Benvenuti, Giuliana

2017 *Il brand Gomorra. Dal romanzo alla serie TV*, Bologna, Il Mulino.

2021 «Le forme transmediali del noir all'italiana tra impegno, denuncia e mercato», *Italian Culture*, 39, 1, 4-18.

Bertetti, Paolo

2020 *Che cos'è la transmedialità*, Roma, Carocci.

Casoli, Sara

2021 *Le forme del personaggio. Figure dell'immaginario nella serialità televisiva americana contemporanea*, Milano-Udine, Mimesis.

De Pascalis, Ilaria A.

2018 «An Italian Ecosystem: *Gomorra*», in Brembilla, P.; De Pascalis, I. A. (a cura di), *Reading Contemporary Serial Television Universes: A Narrative Ecosystem Framework*, London and New York, Routledge.

Dusi, Nicola

2018 «De l'espace de la narration à la construction d'un *storyworld*. Traduction intersémiotique et transmédiat dans *Gomorra*», *Ecritures*, 10, 169-182.

2019 «Adapting, Translating, and Reworking *Gomorra*», *Adaptation*, 12, 222-239.

2020 «Mondi possibili autoriali e *storyworld* serializzati», in Giannitrapani, A. e

Marrone, G. (a cura di), *Forme della serialità. Oggi e ieri*, «Nuovi quaderni del circolo semiologico siciliano», 5, 93-109.

Eco, Umberto

1994 «L'innovazione nel seriale», in *Sugli specchi e altri saggi. Il segno, la rappresentazione, l'illusione, l'immagine*, Milano, La nave di Teseo, 2018².

Erbaggio, Pierluigi

2015 «#GomorrallaSerie: Converging Audience and Enhanced Authorship on twenty-first-century Italian Screens», *Modern Italy*, 20, 4, 335-349.

Falà, Maria Grazia

2021 «*Mad Men*, spazio, tempo lineare, espansioni transmediali», *Comparatismi*, 6, 308-324.

Giorgini, Matilde

2021 *Strategie di marketing e comunicazione: il caso Gomorra - La serie*, Tesi di laurea, Università di Bologna, a.a. 2020-2021.

Jakobson, Roman

1963 «Aspects linguistiques de la traduction», in Id., *Essais de linguistique générale*, Paris, Editions de Minuit; tr. it. «Aspetti linguistici della traduzione», in *Saggi di linguistica generale*, Milano, Feltrinelli, 1985.

Jenkins, Henry

2006 *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press; tr. it. *Cultura convergente*, Milano, Apogeo, 2007.

2011 *Transmedia 202: Further Reflections*, «Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins», 31 July, <https://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html>; online il 18 luglio 2023.

Lorenzato, Micol

2015 *Gomorra. Transmedialità vera o presunta?*, Master Internazionale in Film and Audiovisual Studies.

Maiello, Angela

2016 *Gomorra - La serie. La famiglia, il potere, lo sguardo del male*, Roma, Edizioni Estemporanee.

2017 *Fuoricampo transmediale*, «Fata Morgana Web», 4 dicembre, <<https://www.fatamorganaweb.it/fuori-campo-transmediale-gomorra/>>; online il 18 luglio 2023.

2018 «Essere immortale: tra narrazione e mediazione», in Guerra, M., Martin, S. e Rimini, S. (a cura di), *Universo Gomorra. Da libro a film, da film a serie*, Milano-Udine, Mimesis.

2022 *La variazione dell'identico*, «Fata Morgana Web», 8 febbraio, <<https://www.fatamorganaweb.it/la-quinta-stagione-di-gomorra-la-serie/>>; online il 18 luglio 2023.

Mittell, Jason

2015 *Complex Tv. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York, New York University Press; tr. it. *Complex Tv. Teoria e tecnica dello storytelling delle serie tv*, Roma, minimum fax, 2017.

Napoli, Antonella; Tirino, Mario

2015 «*Gomorra Remixed*. Transmedia storytelling tra politiche di engagement mainstream e produttività del fandom», *Series*, 1, 2, Winter, 193-206.

2016 «Senza pensieri. *Gomorra-La serie*: dal contesto produttivo alle audience della Rete, fenomenologia di un processo culturale transmediale», *Mediascapes journal*, 7, 102-114.

Renga, Dana

2016 «*Gomorra: La serie: Beyond Realism*», *The Italianist*, 36, 2, 287-292.

2019 *Making Men in Gomorrah 1 and Gomorrah 2*, in *Watching Sympathetic Perpetrators on Italian Television. Gomorrah and Beyond*, Columbus, Palgrave Macmillan.

Saviano, Roberto

2006 *Gomorra. Viaggio nell'impero economico e nel sogno di dominio della camorra*, Milano, Mondadori.

2020 *Gridalo*, Milano, Bompiani.

Saviano, Roberto; Hanuka, Asaf

2021 *Sono ancora vivo*, Milano, BAO Publishing.

Scaglioni, Massimo

2016 «1. 10: Reckoning with Don Salvatore Conte. The Camorrista Ascetic with the 'Double Life' ('Ora facciamo i Conte', Claudio Cupellini)», *The Italianist*, 36, 2, 339-344.

Scaglioni Massimo; Barra Luca (a cura di)

2013 *Tutta un'altra fiction. La serialità pay in Italia e nel mondo. Il modello Sky*, Roma, Carocci.

Maria Grazia Falà è ricercatrice indipendente, i cui principali interessi di ricerca sono: linguistica, semiotica, mass media, transmedialità. Fra i suoi scritti: «Il paradosso dell'osservatore. Quanto cambia in linguistica e nella *fanfiction* su web», *Comparatismi*, 2020, 5, 123-139 e «*Mad Men*, spazio, tempo lineare, espansioni transmediali», *Comparatismi*, 2021, 6, 308-324.