

Giuliana Benvenuti, *Il brand Gomorra. Dal romanzo alla serie TV*, Bologna, Il Mulino, 2017, 205 p.

Recensione di Giulia Falistocco

Nell'epoca della convergenza *Gomorra* rappresenta il caso italiano per eccellenza per lo studio dei processi transmediali: un *franchise* che ha conquistato lettori e spettatori, analizzato in questo volume da Giuliana Benvenuti nelle sue versioni (libro, film, serie tv e pièce). L'indagine del successo del brand passa per l'analisi della sua genesi produttiva e per il suo funzionamento, per questo l'autrice sceglie di conciliare e integrare elementi testuali, in riferimento alle forme del racconto, con ciò che si trova ai margini del testo: «i modi di produzione di questi testi e i presupposti sociali» (p. 12).

Il caso di *Gomorra* è un esempio del rinnovamento culturale italiano, che «permette di mettere in luce la complessità del rapporto fra scrittore e mediatori culturali», «mostrando quali negoziazioni e quali contraddizioni siano caratteristiche della contemporaneità» (p. 197). Contrariamente alla vulgata critica che vede le forme contemporanee incapaci di veicolare una tensione etica, Benvenuti riflette sulla funzione performativa e sociale dei contenuti transmediali. Ciò comporta una discussione sul ruolo che la letteratura riveste nelle complesse dinamiche di contaminazione tra i *media*. Per quanto le modalità di produzione di *Gomorra* siano un prodotto sintomatico del tempo attuale, poggiano la loro logica in un contesto culturale che, nato negli anni '70, spinge verso l'internazionalizzazione e verso una predominanza della «cultura visuale» (p. 19). Questo, come spiega Benvenuti, può mettere in crisi la specificità dell'espressione letteraria, ma non deve traviare sulle potenzialità estetiche e civili dei nuovi mezzi.

Per comprendere le dinamiche dell'industria culturale contemporanea bisogna, inoltre, riflettere sul ruolo assunto dall'autore, ristabilire i contorni e la funzione di questa figura entrata in crisi. Il fenomeno *Gomorra* si lega, infatti, al fenomeno Saviano, il *fil rouge* che unisce libro, film, pièce e serie. Nei prodotti transmediali, l'autorialità è spesso minacciata sia per ragioni commerciali che produttive: si pensi al caso di *Star Wars*, i cui diritti sono stati venduti da George Lucas alla Disney che

ha ampliato diversi archi narrativi, o in maniera simile al caso della serie *Game of Thrones*, che ha ormai superato i libri, relegando George Martin in secondo piano. *Gomorra* ha seguito un percorso diverso: Saviano rimane un elemento costante, sia come sceneggiatore, sia per il ruolo di personaggio mediatico. Infatti, come nota Benvenuti, a determinare il boom di vendite del romanzo nel 2006, dopo un lento inizio, furono le vicende pubbliche di Saviano, messo sotto scorta in seguito alle minacce del clan camorrista dei Casalesi. Inoltre, le modalità di enunciazione, il suo «io so», sono garanzia dell'esistenza stessa di *Gomorra*, una presenza inalienabile dal brand. Entrato quindi a far parte del *transmedia storytelling*, Saviano guida «alla lettura della narrazione in tutte le sue declinazioni» (p. 175), stabilendo una singolare «trinità autore-narratore-personaggio» (p. 9). Dalla sua testimonianza diretta, perciò, derivano le istanze civili che hanno reso l'opera «un blockbuster morale» (p. 196), unendo comunicatività (che è anche intrattenimento nel senso migliore del termine) e critica sociale.

Nel primo capitolo, *Gomorra e la letteratura del suo tempo*, la studiosa tratta le dinamiche editoriali che hanno portato alla creazione del romanzo e il percorso che l'ha reso un best-seller internazionale. Già nella composizione del libro emerge perciò «quel complesso rapporto tra scrittore e mediatore culturale», a cui hanno contribuito editor della Mondadori come Helena Janeczek. Per Benvenuti questo è in linea con l'obiettivo comunicativo e sociale di Saviano, modulato attraverso l'uso di un italiano medio e la creazione di un rapporto diretto tra autore e lettore grazie alla rete: alcune parti del romanzo sono, infatti, apparse in blog come «Nazione indiana». *Gomorra* quindi «è nato all'interno di un progetto di condivisione che può condurci a ipotizzare che Saviano scrivesse convinto di essere parte di una comunità che ha nella rete il suo punto di aggregazione privilegiato» (p. 48). L'uso di un linguaggio comunicativo, condiviso dalla generazione di scrittori esordienti negli anni '90, si collega per Benvenuti con il cosiddetto «ritorno alla narrazione». La posizione di Saviano è, quindi, quella di rispondere alla fame di realtà attraverso una mediazione tra iperbole facile, pulp e splatter, con il fine di raggiungere un pubblico il più ampio possibile per sensibilizzarlo e scuoterlo sul problema della camorra. Si tratta di una situazione diversa rispetto a quella di altri autori, ad

esempio Scurati, in quanto non usa una «narrazione dell'estremo» per intrattenere il lettore con la violenza, ma per persuaderlo alla rivolta, poggiando il proprio statuto sulla testimonianza diretta, convinto che l'arte sia ancora uno strumento morale e politico. Nel capitolo *Gomorra nell'arena mediatica*, la forma romanzesca è associata con le istanze sociali e morali veicolate dall'opera. Saviano se da una parte si immette nel percorso pasoliniano di conoscenza antropologica, dall'altra riusa l'immaginario mediatico con un intento comunicativo e persuasivo: il caso più emblematico è quello di *Scarface*, quasi un ipotesto secondo Benvenuti. Al tempo stesso, però, riconoscendo il fascino esercitato dal film, disinnesca l'attrattiva della pellicola inserendo un eroe positivo, l'io-narrante appunto, per guidare il lettore nell'*underworld* camorristico.

La questione del linguaggio e la struttura dei personaggi sono le due differenze principali con le derivazioni transmediali cinematografiche e televisive, di cui tratta nel terzo e quarto capitolo: *Gomorra al cinema* e *Gomorra - La serie. Nascita di un franchise*. Il film e la serie optano per un uso mimetico della lingua attraverso il dialetto, da non interpretare come una forma di attardato neorealismo, ma come una «sconvolgente ri-costruzione» (espressione ripresa da Paolo Noto, p. 98). Se il napoletano permette allo spettatore un'immersione nel contesto sociale (agevolato dall'ausilio dei sottotitoli per la comprensione dei dialoghi), nel film la sottrazione affabulatoria del gangster movie, operata nel libro grazie al personaggio-testimone, avviene attraverso la visione quotidiana e prosaica della criminalità. Matteo Garrone, infatti, sceglie cinque storie di ordinaria violenza, che ruotano soprattutto intorno a personaggi giovani, ragazzi avviluppati intorno al sogno di diventare Toni Montana. Anche nella serie è assente l'autore-testimone e in sua sostituzione l'acuirsi della visione distopica (in parte già presente nel film) carica la narrazione di un'istanza etica. L'assenza del lieto fine, infatti, non determina un pessimismo di fondo che nega l'azione, ma anzi è un dispositivo che permette lo scatto di denuncia, ricordando allo spettatore che ciò «che vede continua ad accadere, ogni giorno» (p. 135). Nella versione teatrale, progettata prima dell'uscita del libro e rappresentata il 29 ottobre 2007 per la regia Marco Gelardi (che ha continuato la

collaborazione con Saviano ne *La paranza dei bambini*), invece, ritroviamo la triade autore-narratore-personaggio.

Per Benvenuti con *Gomorra -La serie* nasce propriamente il *franchise*. Questa, infatti, espande la narrazione, creando un'esperienza composita «in cui i frammenti di una storia vengono disseminati in diverse piattaforme, lasciando al fruitore il compito di ricomporli» (p. 127). Si stabilisce così l'autonomia del fruitore, lettore e spettatore, che «può fare il suo ingresso nel mondo *Gomorra* da una qualsiasi delle quattro produzioni e poi rivolgersi alle altre» (p. 127). Ogni forma narrativa, inoltre, modula il rapporto di *Gomorra* con la verità, così che a istanze diverse di realismo seguono modi differenti di denuncia e di rappresentazione, perché, come scrive Henry Jenkins, ciascun *medium* fa «quello che sa fare meglio» (p. 126). I prodotti transmediali, perciò, esercitano un'azione performativa sul pubblico sia per quanto riguarda l'interattività tra i prodotti, sia per la comprensione del rapporto opera-mondo-verità. Un'esperienza rara in Italia, oltre a *Gomorra* si può annoverare il caso di *Romanzo criminale*, ma che rappresenta la «direttiva dei grandi *media conglomerates* hollywoodiani» (p. 128). Per quanto, sottolinea Benvenuti, l'effetto performativo prodotto è complesso e contraddittorio. Infatti, se da una parte *Gomorra* spinge alla riflessione sul problema della criminalità organizzata, dall'altra «succede alla serie quello che era successo alle battute di Tony Montana in *Scarface*: i giovani della camorra citano le frasi celebri dei duri membri del Sistema rappresentati dalla serie» (p. 147). Nonostante ciò, l'importanza mediatica del brand, unita ai dispositivi di denuncia messi in atto, riducono le ricadute *cult*, inevitabili, ma arginabili.

Come dimostra Benvenuti, il brand *Gomorra* si inserisce a pieno diritto nel nuovo contesto culturale, in cui il rapporto tra opera originale e opera derivata non può essere più letto come adattamento, secondo quanto scritto da Linda Hutcheon in *Teoria degli adattamenti*, nonostante la sua riflessione sia nata già in un contesto culturale di apertura tra i media. *Gomorra* è l'espressione di processi di «ri-mediazione» che si sottraggono alla logica classica dell'originale. Il compito del critico quindi sarà quello di ricostruire i rapporti tra testo e *medium*, tenendo presente la connessione con gli altri prodotti del *franchise*. Un processo che si

complica anche dal punto di visto percettivo, dal momento che si instaurano dinamiche co-autoriali, così che un prodotto diventa «un meta-testo potenzialmente infinito e aperto alla creatività» (p. 114).

In conclusione, per Benvenuti il brand *Gomorra* non è sfruttato a pieno, sia per un ritardo delle produzioni italiane verso le nuove forme mediali, sia per le restrizioni imposte a una serie dedicata al tema della mafia (motivo tra l'altro della mancata produzione del videogioco). Nonostante ciò, rappresenta un esempio della nuova industria culturale contemporanea «in cui il lavoro della letteratura non può fare a meno — pena la sua sostanziale ininfluenza sociale — di contaminarsi e di espandersi in altri media, di cooperare con essi, e perciò di esplorare nuove forme di autorialità» (p. 197).