



«Tutto ciò che voglio lo prendo»

Il caso Corona: celebrity culture, sistema dei media, immaginario cinematografico

Se il divo è colui che è famoso semplicemente per avere “uno stile di vita”, anche discutibile, allora Fabrizio Corona è sicuramente un divo. Il fatto che alcune sue azioni pubbliche siano considerate disdicevoli aumenta questo status. Forse questo non c’entra nulla con il cinema. O forse sì.

Claudio Bisoni

Fabrizio Corona può apparire un soggetto quantomeno prosaico per un discorso tecnico sul concetto di celebrità. Tuttavia è innegabile che al suo profilo si adatta perfettamente la definizione accademica di Christine Geraghty, per la quale una *celebrity* è: «Someone whose fame rests overwhelmingly on what happens outside the sphere of their work and who is famous for having a lifestyle»¹. Anzi, si può affermare che il caso Corona intercetta alcuni dei nodi principali su cui lavorano i *celebrity studies*: i rapporti tra i media (vecchi e nuovi) nella definizione della celebrità², il valore commerciale delle *celebrity* come *selling devices*³, la riconfigurazione dell’opposizione ribalta/retroscena costitutivo dello stardom tradizionale e il passaggio da una cultura di rappresentazione del sé a una di «*presentation of the Self*»⁴.

Nelle pagine seguenti – concentrandomi sul periodo che va dalla prima uscita dal carcere di Fabrizio Corona (maggio 2007) al nuovo arresto avvenuto in Portogallo (gennaio 2013) – considero gli aspetti salienti del suo status di *celebrity* in relazione al panorama mediatico italiano attuale. In un secondo momento sono analizzati i rimandi tra la costruzione del personaggio e gli elementi dell’immaginario cinematografico del *gangster movie* sui quali questa stessa costruzione ha fatto leva.

Il contesto

Per ragioni di spazio procederò per punti schematici. Le principali peculiarità della *celebrity* in questione sono tre:

1. *Cattiva esemplarità*. Fabrizio Corona appartiene alle celebrità che devono il proprio status ad azioni considerate più o meno disdicevoli dall’opinione generale⁵. Nel nostro caso, la condanna pubblica è rilanciata come fonte di definizione identitaria dalla *celebrity* stessa. Dopo la prima uscita dal carcere, Corona diventa pienamente una celebrità in proprio. La disapprovazione che raccoglie viene incorporata nella sua immagine pubblica e la rende una risorsa mediale utilizzabile per vari scopi. Per esempio, una *celebrity* negativa come Corona consente al mondo dello spettacolo e del gossip di generare un codice di autocensura e regolazione morale. L’individuazione di un capro espiatorio, la condanna e la presa di distanza, gli atteggiamenti paternalistici che circondano le “bravate” di Corona sono occasioni in cui il sistema dei media – talvolta sotto accusa proprio perché giudicato responsabile delle più svariate degenerazioni



della vita pubblica – trova un punto di equilibrio precisamente dove sembra spaccarsi, un momento in cui diventa possibile marcire delle differenze, segnare dei limiti, stabilire fino a dove ci si può spingere e dove inizia l'illecito. Là dove, sui casi specifici, le opinioni divergono, la ratio che le sorregge parla una lingua comune: quella della necessità di un dibattito intorno ai comportamenti (disdicevoli) della celebrity negativa di turno. A propria volta, la celebrity può riappropriarsi di questa spinta moralizzatrice per contrasto e trasformarla in una sorta di capitale sociale antagonista, rinegoziando i parametri della propria vicinanza/estraneità/opposizione rispetto al sistema dei media e dell'opinione pubblica.

2. *Effetto di distinzione*. L'immagine di sé che Corona contribuisce a creare insiste sui segni tradizionalmente più convenzionali della ricchezza, del benessere, dei consumi d'élite: frequentazione di splendide donne (a loro volta celebri) e locali famosi, guardaroba fashion, abitazioni, auto e moto di lusso, ecc. Incontriamo qui una contraddizione su cui oggi lavorano spesso le celebrity. È vero che esiste un generale passaggio dall'aura della star cinematografica tradizionale al profilo di "amico mediale" tipico della celebrità televisiva e post televisiva attuale⁶. È anche vero che, in epoca di convergenza dei media, il mondo del gossip contribuisce sempre più a intensificare l'effetto di autenticità delle singole celebrity creando sensazioni di vicinanza e intimità con i personaggi famosi attraverso lo svelamento delle loro debolezze e dei loro lati nascosti⁷. Ma al contempo il caso Corona mostra quanto la celebrity debba continuare a mediare tra gli effetti di prossimità e il rifiuto di un'assimilazione completa ai valori e alle routine della vita ordinaria⁸.

3. *Agency circolare*. La celebrity pone problemi di agency. Il *celebrity management* richiede la collaborazione di diversi profili professionali e relative funzioni. Il fluire della celebrità attraverso i media alimenta un circuito in cui può sembrare che il personaggio famoso sia solo una parte di un meccanismo più ampio, senza reale controllo sul proprio status: è l'idea della celebrity come sostanza impersonale che esiste in virtù di scambi attivi in assenza di un agente centrale di coordinamento. Per questo motivo nascono pratiche che consentono al personaggio famoso di personalizzare/autorializzare la propria agency. Si parla, per esempio, di *extracurricular celebrity* per indicare i casi in cui certi vip escono dal proprio campo d'azione ordinaria per fare i registi di film o gli scrittori, o per scrivere i dialoghi dei personaggi delle fiction in cui compiono, ecc⁹. Corona rappresenta un caso diverso. Egli rifiuta la logica della professionalizzazione (dichiara apertamente di non essere un paparazzo e di non aver mai preso in mano una macchina fotografica). Eppure punta a un controllo diretto delle forze che presiedono all'alimentazione della celebrità. Anche facendo un uso limitato (o comunque non particolarmente creativo) dei social network, di fatto si trova nella condizione di utilizzare i media tradizionali all'interno di un meccanismo di sfruttamento personalizzato: le storie che lo riguardano offrono materiale alla stampa e alla televisione e allo stesso tempo la celebrity utilizza la stampa e la televisione per rilanciare o contestare l'immagine che i media hanno offerto di lei. Quando Corona si reca sulla scena di delitti e casi di cronaca per raccogliere esclusive viene accusato di trasformare episodi brutali in spunti di spettacolarizzazione del dolore. Ma l'oggetto del pettegolezzo, dello scandalo e del conseguente commento diventa soprattutto lui stesso. In tal modo produce una sorta di effetto di presenza circolare. O quanto meno occupa una posizione doppia (a monte e a valle) nel meccanismo di alimentazione della celebrity e del mercato della cronaca scandalistica. È al contempo produttore e prodotto. Motore e materia prima (vale a dire, argomento) del gossip. In questo doppio ruolo compare in radio e in televisione: così lo troviamo ospite di talk show in cui è presente sia in veste di personaggio famoso sia in veste di esperto di giornalismo scandalistico.

Richard Dyer ha sottolineato come lo stardom tradizionale abbia bisogno per alimentarsi di mettere in gioco il rapporto tra vita pubblica e vita privata della star, e come tale processo sia in gran parte affidato al sistema complessivo dei media¹⁰. P. David Marshall ha descritto il passaggio da una *representational culture* legata ai mezzi di comunicazione di massa a una *presentational culture* tipica dell'epoca dei social media, un passaggio nel quale le celebrity possono costruire, soprattutto online, la presentazione del *self* su tre piani diversi: un *public self* che in genere è l'immagine ufficiale offerta da una celebrità; un *public private self* che coincide con il



grado di vita privata che le celebrity stesse vogliono far filtrare sulla scena pubblica tramite social network come Twitter; un *transgressive intimate self*, che è il modo in cui le celebrity si presentano sulla scena pubblica fuori dal controllo del loro discorso o sulla spinta di affermazioni impulsive che fanno affiorare emozioni e sentimenti in grado di diffondersi attraverso i media contro la volontà dei soggetti direttamente interessati¹¹. Se nella costruzione delle celebrity contemporanee è in atto un incremento delle ultime due modalità di presentazione, in Corona si trova un passaggio ulteriore: ogni aspetto del retroscena della sua celebrity, anche in un primo momento non controllato, viene trasferito in un brand di ribalta. E il retroscena alimenta la ribalta di continuo, al punto che il *transgressive intimate self* è incorporato nei modi in cui la celebrity stessa gestisce il rapporto tra la propria immagine pubblica e la propria immagine privata, nell'arena dei media tradizionali. In altri termini, Corona riesce a innescare una circolarità tra il sé trasgressivo/incontrollato e il sé pubblico grazie al fatto di essere contemporaneamente oggetto rappresentazionale dei media e soggetto presentazionale nei media.

Il gangster/imprenditore: «Sono diventato un simbolo, come può essere Scarface-Al Pacino»¹²

All'intervistatore di un'emittente tv di provincia che chiedeva quali fossero gli impegni del momento, a Fabrizio Corona è capitato di rispondere con fare annoiato: «Non so se ricordi C'era una volta in America... quando chiedono a Robert De Niro: cosa fai nella vita? [Lui risponde:] vedo gente, incontro persone, faccio cose»¹³. Come (quasi) chiunque sa, nel film di Sergio Leone, la risposta pronunciata da Noodles/De Niro alla domanda «che hai fatto in tutti questi anni?» non è quella ricordata da Corona. È: «Sono andato a letto presto». Forse bisognerebbe resistere alla tentazione di leggere questo lapsus come un esempio di «ritorno del rimosso» in una celebrity che cerca di nascondere le proprie origini da buona borghesia progressista milanese ma cancella involontariamente l'ironia di una citazione proustiana messa in bocca a un gangster sostituendola con la citazione (storpiata) da un film di Nanni Moretti. Il fatto però quantomeno segnala un problema che Corona ha in comune con certi rapper italiani: l'assenza di un capitale subculturale credibile in quanto ben ancorato a un background «di strada», da esibire come base per una formazione spregiudicata e lontano dagli standard di comportamento ordinari. Più in generale il caso di citazione mancata è una delle tante referenze al mondo del crimine cinematografico fatte da una celebrity negativa nell'intento di individuare modelli subito riconoscibili per leggere e promuovere una condotta discutibile.

Il riferimento al gangster movie nella celebrity di Corona ha un'evidenza immediata¹⁴. Ed è individuabile attraverso diversi ambiti e su più piani. I due ambiti principali sono: 1. Quello dell'autorappresentazione della celebrità come fuorilegge moderno che punta a esplicitare con orgoglio il legame tra la figura del trasgressore della legge e l'imprenditore di successo. 2. Quello dei media che rilanciano questa stessa autorappresentazione. Se infatti le azioni di Corona possono essere oggetto di grosse differenze di punto di vista tra il soggetto che le compie e la comunità che le giudica, la presentazione di sé che Corona dà nei panni del fuorilegge compiuto è assorbita e moltiplicata dai media, spesso anche da chi adotta un punto di vista particolarmente critico¹⁵.

I richiami all'immaginario cinematografico del gangster movie sono rintracciabili soprattutto su due piani: figurativo e tematico. Il primo è il più facile da individuare, nonché quello gestito in modo più consapevole dalla celebrity e dagli apparati incaricati di dare forma alla sua immagine. Tra i tanti prelievi possibili consideriamo brevemente due esempi diversi tra loro, una fiction e un programma televisivo di infotainment. In *Squadra antimafia - Palermo oggi* Corona partecipa a due episodi della seconda stagione e ad altrettanti della terza. Veste i panni di Ivo Principe, detto il Catanese, un killer con un debole per gli stivali eccentrici e costosi. La narrazione lo presenta attraverso allusioni che rinforzano i rimandi tra il personaggio nella fiction e il profilo della celebrity-Corona nel sistema dei media. Dal punto di vista visivo, la sua prima immagine è quella di un carcerato mentre fa palestra in cella. Le scelte di regia e di illuminazione producono la versione glamourizzata di un'iconografia carceraria già precedentemente



gestita in prima persona da Corona stesso (in occasione del celebre servizio fotografico illegalmente autoprodotto in cella durante la detenzione a San Vittore). La macchina da presa si soffrema sul corpo atletico dell'attore, in canottiera e jeans aderenti. Un mix di spietatezza, bella presenza e capacità di seduzione viene attribuito a un personaggio che si nutre degli stereotipi del mafia movie ma anche dell'immaginario dei servizi di moda dedicati all'abbigliamento sportivo maschile più metrosexual (nello stile delle copertine di riviste come «Men's Health»). Una variazione del legame tra immagine del gangster e iconografia fashion si trova in *Un giorno in pretura - Il caso Adriano*, in cui Corona compare come imputato a processo. In questo caso la regia risulta più asettica e povera di elementi immediatamente connotativi rispetto all'esempio finzionale precedente. L'attivazione di rimandi a un immaginario gangsteristico è affidata per intero alle scelte di comportamento e di controllo sulla propria stessa immagine effettuate direttamente dalla celebrity. Proprio su questo piano, nelle deposizioni davanti ai giudici effettuate da Corona si possono trovare elementi di una rivisitazione contemporanea (non importa quanto cosciente) del comportamento tenuto in tribunale da Al Capone/Robert De Niro in *The Untouchables* (*The Untouchables - Gli intoccabili*, 1987). Innanzitutto l'uso di un linguaggio disinvolto, tanto poco adeguato alla circostanza quanto gestito con irriferenza calcolata; inoltre, nuovamente, il sistema della moda: una serie di abiti di taglio sartoriale, tra i quali spiccano certe giacche in gessato con revers larghi che sembrano versioni aggiornate degli abiti indossati da De Niro nella ricostruzione di gusto antiquario offerta da Brian De Palma con l'aiuto, per i costumi, di Giorgio Armani. Questo tipo di rappresentazione trova una sintesi nell'immagine presente nel documentario agiografico *Il ribelle* (Giacomo Franciosa, 2010), in seguito riprodotta svariate volte dai media, in cui Corona viene ritratto a braccia allargate, seduto su una panca dell'aula del tribunale, in giacca attillata blu e camicia slacciata fino a metà del petto, tatuaggi in vista, mentre guarda corrucchiato verso l'obiettivo, subito dopo una sentenza di condanna: immagine nella quale si condensa l'idea del fuorilegge come indossatore, dell'aula di tribunale come passerella e spazio "divistico" della disubbidienza (in)civile.

Dal punto di vista tematico, se si tralasciano le innumerevoli occasioni in cui Corona ha espresso ammirazione per i protagonisti di *Scarface* (1983) o *The Godfather* (*Il Padrino*, 1972), la presenza dell'immaginario del gangster movie nella costruzione dell'identità della celebrity è operativa in modi indiretti o al limite anche inconsapevoli. In primo luogo, e in termini generali, il gangster movie può essere visto in relazione al caso Corona come un giacimento di comportamenti e situazioni canonizzate in cui si trova la fascinazione per quell'egoismo niente affatto ben temperato già individuata da Robert Warshow, e in cui vengono celebrate le incondizionate possibilità d'azione del soggetto secondo il modello del *self-improvement*¹⁶. Corona appare come un individuo dal temperamento forte, dal "sangue caldo", in preda a demoni che lo fanno sbagliare o primeggiare in egual modo. La rivisitazione della mascolinità aggressiva (ma in questo caso non disturbata) del gangster propone orgogliosamente l'immagine di un individuo ossessionato dal danaro. In secondo luogo, il gangster protagonista della rivisitazione del genere operata tra anni '60 e '80 nel cinema nordamericano non è solo un fuorilegge ossessivo e consapevole d'esserlo. Tony Montana in *Scarface* è anche un criminale "autoriflessivo", che dichiara provocatoriamente: «È l'ultima volta che lo vedete un cattivo come me». Vale a dire, non si limita ad assumere fino in fondo il ruolo di fuorilegge, ma rilancia l'accusa di amoralità verso la società. È il grande tema dell'ipocrisia sociale di fronte alla quale il gangster reagisce riconoscendo e talvolta celebrando gli orrori commessi a fronte di una società corrotta che non riconosce le proprie colpe (cioè, in sintesi, non riconosce che il gangster è prodotto dalla stessa società che lo condanna). Siamo a un tratto tipico dell'ethos del gangster fatto proprio anche da Corona, e che nel suo caso ha una funzione importante nel gestire l'effetto di autenticità di cui la celebrity ha bisogno. Questo ethos si trova espresso al meglio, non a caso, nei videoclip e nei testi di Kalief, un rapper nostrano ammiratore di Corona, il quale canta: «Tradiscono mogli e mariti e poi siamo noi i guardoni pervertiti»¹⁷. Si tratta di un discorso che alimenta l'immagine della celebrity come un agente ancora una volta dotato di una doppia funzione. Da un lato abbiamo l'accettazione del ruolo dello sfruttatore cinico delle disgrazie/debolezze altrui («Il rigore etico nel mio lavoro



non esiste. La mia agenzia era spudorata e seguiva business e affari»¹⁸). Dall'altro l'accusa verso una comunità giudicata corrotta in sé. Così la celebrity fuorilegge si manifesta sia come occasione di crisi della buona condotta morale sia come soggetto moralizzatore verso il mondo delle altre celebrity fatto di «sorrisi finti, leccate di culo, falsità e pettegolezzi vari»¹⁹.

Infine va ricordato che da più parti si è insistito sulla natura composita delle rivisitazioni del gangster film dagli anni '90 in avanti. Un caso particolarmente studiato a riguardo è stato *I Soprano*. Per Marta Nochimson la serie è un ibrido tra elementi del gangster film classico ed elementi melodrammatici. Nella stessa direzione, secondo Ingrid Walker Fields, a Tony Soprano non riesce proprio ciò su cui si fonda l'autorità del Padrino nel libro di Mario Puzo: la creazione di un mondo parallelo e autonomo in cui i codici feudali della famiglia (amicizia, lealtà, onore) sono difesi contro i valori della società da un pater familias crudele ma autorevole. Al contrario, la famiglia dei Soprano è integrata nella classe media suburbana americana e al contempo proprio dall'ambito familiare giungono a Tony alcune delle principali minacce per la sua stessa sopravvivenza. Si ha quindi una drammatizzazione della classe media come vita mafiosa che mette in gioco una contrapposizione del tipo: logica criminale del profitto *versus* logica familiare²⁰.

Quando Corona dichiara di non essere certamente un buon padre ma di credere nei valori della famiglia e di volere che suo figlio sia orgoglioso di lui, sta in qualche modo riproducendo una contraddizione analoga. Non è possibile ovviamente tacere le differenze che intercorrono tra il personaggio di un gangster come Tony Soprano e una figura mediale come Corona. Basti ricordare che il primo appare estremamente più «performativo» del secondo sia sul piano criminale sia sul piano dei rapporti familiari. Tony si macchia di crimini di ogni tipo nella sua vita professionale mentre in famiglia il rischio del collasso è ovunque (i rapporti con la moglie e i figli sono tutt'altro che privi di problemi). Tuttavia l'uomo è un padre presente nella vita dei figli, occupa lo spazio domestico, esiste un ambito familiare effettivo, un tetto sotto il quale le varie contraddizioni possono esplodere per poi (non sempre) ricomporsi. Corona ha un profilo criminale estremamente più leggero e contemporaneamente ha esibito a lungo uno stile di vita incompatibile con i bioritmi di una piccola comunità familiare. L'aspetto per il quale Corona può essere accostato a Tony Soprano risiede nel modo in cui entrambi alimentano l'illusione che anche per il fuorilegge esista un nocciolo puro, non toccato dalla logica del crimine, in cui risiede la verità etica del soggetto criminale stesso. Corona, oltre a incorporare la parabola autodistruttiva di Tony Montana, ha qualcosa che lo porta ad agire come una sorta di *ethical manager* alla Tony Soprano, mediando tra le varie contraddizioni che costituiscono il suo profilo di celebrity: la critica al mondo del gossip *versus* il suo essere una celebrity dipendente da quel mondo, la provenienza borghese *versus* la retorica dell'imprenditore che «viene dalla strada», la difesa dei valori della famiglia, dell'onore e del rispetto *versus* l'accettazione delle regole più ciniche del mondo dello spettacolo.

Conclusioni

Dunque, il fuorilegge come soggetto ossessivo e fuori controllo; il fuorilegge consapevole del proprio ruolo e dotato di una forza di controdenuncia rispetto alle ipocrisie del mondo circostante; il fuorilegge come mediatore tra istanze contraddittorie. Queste tre variazioni tematiche contribuiscono in modo bilanciato alla definizione della celebrity di Corona. Nei processi attivi in questa definizione, il rapporto tra la costruzione dell'immagine pubblica della celebrity e il patrimonio della storia del cinema entra in gioco secondo modalità che andrebbero ulteriormente approfondite. Oltre a tracciare i modi in cui la cultura della celebrity rappresenta un'evoluzione o un sovvertimento dello stardom tradizionale, o i modi in cui lo stardom contemporaneo si destreggia tra diversi profili, è anche possibile studiare come un set di immagini e situazioni proprio di un genere cinematografico popolare nel passato ma ancora oggi riconoscibile e oggetto di cicliche rivisitazioni viene incorporato nei meccanismi di alimentazione di una celebrity negativa esterna all'ambito del cinema italiano in senso stretto. Al di là dei giudizi che ognuno può legittimamente farsi sul personaggio in questione, spero di aver dimostrato che il caso Corona è adatto per questo tipo di analisi.



1. Christine Geraghty, *Re-examining Stardom: Questions of Texts, Bodies and Performance*, in Sean Redmond, Su Holmes (ed. by), *Stardom and Celebrity. A Reader*, Sage, Los Angeles 2007, p. 99 («Qualcuno la cui fama si basa prevalentemente su ciò che accade al di fuori della sfera del lavoro e che è noto per il proprio stile di vita», traduzione nostra).
2. James Bennett, *Television Personalities. Stardom and the Small Screen*, Routledge, London and New York 2011; Graeme Turner, *Understanding Celebrity*, Sage, London 2004.
3. Graeme Turner, *Approaching Celebrity Studies*, «Celebrity Studies», 1, 2010, pp. 11-20; Tyler Cowen, *What price fame?*, Harvard University Press, Cambridge (Ma) 2000.
4. P. David Marshall, *The Promotion and Presentation of the Self: Celebrity as Marker of Presentational Media*, «Celebrity Studies», 1, 2010, pp. 35-48.
5. Cfr. Pramod K. Nayar, *Seeing Stars. Spectacle, Society, and Celebrity Culture*, Sage, London 2009, soprattutto pp. 112-145; Barry King, *A Strain of Heroes*, «Pacific Journalism Review», 19, 2013, pp. 12-24; Chris Rojek, *Celebrity*, Reaktion Books, London 2001, soprattutto pp. 143-179.
6. Cfr. James Bennett, Sue Holmes, *The "Place" of Television in Celebrity Studies*, «Celebrity Studies», 1, 2010, pp. 65-80.
7. Cfr. Kim McNamara, *The Paparazzi Industry and New Media: The Evolving Production and Consumption of Celebrity News and Gossip Websites*, «International Journal of Cultural Studies», 14, 2011, pp. 515-530.
8. Questo rifiuto si basa spesso su strategie retoriche che giustificano le disuguaglianze (economiche e di potere) e che altrettanto spesso sono accettate anche dal pubblico delle celebrity. Cfr. Laura Harvey, Kim Allen, Heather Mendick, *Extraordinary Acts and Ordinary Pleasures: Rhetorics of Inequality in Young People's Talk About Celebrity*, «Discourse & Society», 26, 2015, pp. 1-17.
9. Misha Kavka, *Hating Madonna and loving Tom Ford: gender, affect and the "extracurricular" celebrity*, «Celebrity Studies», 1-2, 2014, pp. 59-74.
10. Cfr. Richard Dyer, *Stars*, Bfi, London 1998.
11. Si veda ancora P. D. Marshall, *The Promotion and Presentation of the Self*, cit.
12. In *Videocracy - Basta apparire* (2009).
13. L'intervista è consultabile qui: https://www.youtube.com/watch?v=H_4WuHqU75s (ultimo accesso: 6 aprile 2015).
14. È appena il caso di ricordare che il gangster movie è quasi sempre considerato un genere particolarmente adatto a gestire, per via diretta o metaforica, i conflitti interni alla società. Cfr. Jack Shadoian, *Dreams & Dead Ends: The American Gangster Film*, Oxford University Press, New York 2003 (ed. it. *Il cinema gangsteristico americano. Sogni e vicoli ciechi*, Dedalo, Bari 1984); Fran Mason, *American Gangster Cinema. From Little Caesar to Pulp Fiction*, Palgrave Macmillan, New York 2002.
15. Per esempio, in *Videocracy* vediamo Lele Mora scandalizzarsi per i comportamenti più recenti del suo ex pupillo. In questo modo il film sposa lo stereotipo narrativo dell'eroe fuori legge che si ribella ai propri maestri, superandoli nel loro stesso campo. In altri termini descrive il rapporto Corona/Mora secondo il medesimo pattern narrativo che usano Howard Hawks e Brian De Palma per mettere in scena le coppie Tony Camonte (Paul Muni)/Johnny Lovo (Osgood Perkins) e Tony Montana (Al Pacino)/Frank Lopez (Robert Loggia) rispettivamente in *Scarface* e nel suo remake.
16. Cfr. Robert Warshow, *The Gangster as Tragic Hero*, in Id., *The Immediate Experience*, Atheneum, New York 1975, pp. 127-133.
17. <https://www.youtube.com/watch?v=EVy75pHBqh0> (ultimo accesso, 4 aprile 2015).
18. Dichiarazione rilasciata durante un'intervista condotta da Alba Parietti: <https://www.youtube.com/watch?v=tL9qZtGyfkc> (ultimo accesso, 4 aprile 2015).
19. Fabrizio Corona, *Mea Culpa*, Mondadori, Milano 2014. Il primo capitolo, senza numerazione delle pagine, è consultabile qui: <http://www.fabriziocorona.it/> (ultimo accesso 10 aprile 2015).
20. Ingrid Walker Fields, *Family Values and Feudal Codes: The Social Politics of America's Twenty-First Century Gangster*, «The Journal of Popular Culture», 4, 2004, pp. 611-633.

Claudio Bisoni insegna Ricezione e consumo dei media e Storia e metodologia della critica cinematografica presso l'Università di Bologna. Si occupa dei rapporti tra critica, estetica e processi culturali. Tra le sue pubblicazioni: *Brian De Palma* (2002); *La critica cinematografica. Metodo, storia e scrittura* (2006); *Gli anni affollati. La cultura cinematografica italiana - 1970-1979* (2009), Elio Petri. *Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto* (2011). Si è occupato delle nuove forme narrative nel contesto dei new media. Ha curato (con Veronica Innocenti), *Media Mutations. Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo. Spazi, modelli, usi sociali* (2013). Suoi saggi e articoli sono apparsi in volumi collettivi e su varie riviste.



Riccardo Scamarcio, diplomato nel 2002 - foto di Gian Paolo Falso