

Cómo hemos llegado hasta aquí: la configuración del consenso mafioso a través de los medios de comunicación en la Argentina

María Soledad Balsas

Question/Cuestión, Nro.80, Vol.3, Abril 2025

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e971>

Cómo hemos llegado hasta aquí: la configuración del consenso mafioso a través de los medios de comunicación en la Argentina

How We Got Here: The Formation of Mafia Consensus through Media in Argentina

María Soledad Balsas

CONICET-UNTREF

Argentina

msbalsas@conicet.gov.ar

Resumen

Con relación a los países anglosajones, en el mundo hispanoparlante se registra cierto desfase en el estudio de la criminalidad organizada de tipo mafioso como problema de primer orden dentro de la agenda global. El caso de la Argentina resulta, en este sentido, paradigmático. Sin embargo, la institucionalización de un nuevo pacto político-discursivo de carácter filomafioso a partir de la asunción del presidente Javier Gerardo Milei señala la



necesidad de revisar lo que el relato hegemónico dejó tradicionalmente afuera. El análisis discursivo, tanto en diacronía como en sincronía, de los modos a través de los cuales se fueron configurando los imaginarios asociados a la presencia de las mafias, como a su negación, a través de los medios de comunicación aporta en este sentido interesantes perspectivas al debate sobre el derrotero que siguió el consenso social que las mafias necesitan para (re) producirse.

Abstract

In relation to Anglo-Saxon countries, the Spanish-speaking world shows a certain lag in the study of organized crime of the mafia type as a top-priority issue on the global agenda. The case of Argentina is, in this regard, paradigmatic. However, the institutionalization of a new political-discursive pact of a pro-mafia nature following the assumption of President Javier Gerardo Milei highlights the need to revisit what the hegemonic narrative has traditionally left out. The discursive analysis, both diachronically and synchronically, of the ways in which the imaginaries associated with the presence of mafias—as well as their denial—have been shaped through media provides interesting perspectives for the debate on the ways followed by social consensus that mafias need in order to (re)produce themselves.

Palabras clave: Mafia, Argentina, Medios de comunicación, Consenso, Milei

Key words: Mafia, Argentina, media, Consensus, Milei

Introducción

Las mafias se configuran como un problema de primer orden dentro de la agenda global. Sin embargo, en el mundo hispanoparlante, en general, y en América latina, en particular, se registra cierto desfasaje en el estudio de esta cuestión con relación a los países anglosajones. Si, como propone John Dickie (2019: 329), «*the public debate about the mafias, the ways they are imagined in broader culture, the tradition of academic analysis of them [...] are all an integral dimension of the history of the mafias themselves*» (1), analizar

los modos en los que se fueron configurando los imaginarios asociados tanto a la presencia de las mafias como a su negación a través de los medios de comunicación -la prensa, el cine, la televisión, la publicidad y las redes sociales- es un modo concreto de comenzar a acortar la brecha. La perspectiva adoptada para llevar a cabo esta tarea, basada en los principales hallazgos realizados hasta el momento, es de tipo discursivo.

En un contexto gobernado por el sistemático ataque a las instituciones democráticas, la proliferación de los discursos de odio, la institucionalización de la violencia y la propagación de las *fake news*, el interés por estas cuestiones en la Argentina vio incrementado con la llegada a la presidencia de Javier Gerardo Milei el 10 de diciembre de 2023. En el marco de un estilo que contradecía las buenas prácticas de comunicación institucional democrática, el primer mandatario asumió una inédita defensa de «valores» culturales mafiosos, síntoma de un nuevo pacto político-discursivo. Sin embargo, como se buscará argumentar en este trabajo, los orígenes de dicha configuración discursiva se inscriben en una tradición cultural que lleva más de un siglo de existencia.

Históricamente, la Argentina se caracterizó por una notable falta de conciencia pública sobre la criminalidad organizada de tipo mafioso, sobre todo después del asesinato del joven Abel Ayerza (Balsas, 2024a). Desde entonces, el escaso (re) conocimiento político, pero también científico-académico, de la existencia de las asociaciones mafiosas parece estar dado por la predilección local por una mirada macrosocial que puso el acento en la integración social que el modelo económico capitalista requería para su desarrollo local. No obstante, la irrupción de un discurso filomafioso obliga a revisar lo que ese relato hegemónico dejó tradicionalmente afuera. ¿Cuán útil resulta el discurso de información sobre el delito construido sobre la idealización de un pasado «seguro», al que se contrapone un presente plagado de riesgos para pensar el consenso mafioso a través de los medios de comunicación en la Argentina? (Kessler et al., 2021)

Por «mafia» se entiende en este contexto a la organización criminal basada en un sistema de relaciones dependientes, que pueden ser familiares o no, que apela a la violencia en la resolución de los conflictos, proyectándose sobre un territorio/actividad que tiende a dominar, y se diferencia de la criminalidad común por sus relaciones orgánicas con la política (Dalla Chiesa, 2015). Antes que un universal, se trata de fenómeno económico,

cultural y geográficamente situado, que asume características específicas según los contextos sociohistóricos y las oportunidades de negocio que cada uno ofrece (Sciarrone, 2022). La noción de «consenso mafioso» alude a la normalización de ideas, conductas y personajes relacionados con las mafias, sobre todo a través de los medios.

La mafia en la prensa

A pesar de que el estudio sistemático de la prensa, sobre todo en papel, fue cediendo protagonismo a favor de nuevos problemas, géneros y soportes, como atestigua el análisis de las mafias (Smeriglio, 2022; Balsas, 2021; Sarno, 2014) el interés por este discurso dista mucho de haber sido agotado. La primera referencia a la mafia en *Crítica*, el diario dirigido por el uruguayo Natalio Botana, apodado el «Al Capone» del periodismo por su carácter de operador político oculto, pero también por sus métodos para conseguir auspiciantes y doblegar a sus detractores, se remonta a 1915. La publicación, que pregonaba un periodismo popular de carácter conservador, había salido por primera vez en 1913. El vespertino se erigía como interlocutor del poder, buscando influir en la opinión política de los sectores populares. En una nota breve, sin firma, incluida en la sección policial, escrita en lenguaje coloquial, se leía sobre la «mafia de proxenetas». La misma estaba ilustrada por un dibujo de un hombre no identificado que vestía sombrero, traje y chaleco. La inclusión de imágenes era uno de los rasgos distintivos del diario, que lo diferenciaba de los matutinos.

De 1916 es la primera fotografía sobre la mafia hallada en el mismo diario: el retrato de un tal «Antoniuccio», conocido entre los policías porteños por su firme negativa a hablar, según reza el epígrafe. Su perfil -hombre, joven, calabrés- presenta rasgos en común con otros mafiosos fichados por las autoridades en Buenos Aires en la misma época. Por entonces, *Crítica* era todavía un diario de opinión, antes que de información, que carecía no obstante tanto de una estructura partidaria que garantizara la venta por suscripciones como de una oferta atractiva para potenciales auspiciantes y lectores, cuya atención buscaba captar a través de la denuncia política, las noticias deportivas, el espectáculo y el relato del crimen.

También de 1916 datan las primeras noticias sobre la mafia en Rosario, Santa Fe, en el diario que instalaría en la década siguiente las bases del periodismo moderno en la Argentina. Lo interesante es que en *Crítica* no sólo aparece en la crónica policial, sino también se hallan referencias en las columnas de opinión que identifican a la mafia con los adversarios políticos. Siguiendo a Sylvia Saítta (2013), en sus primeros años de existencia *Crítica* era un diario que hacía de la intervención política facciosa su rasgo característico. De ahí que en «De cómo un candidato puede ser un mafioso», Lisandro de la Torre, descripto como cercano a Julio Roca, fuera relacionado con el secuestro de José Zapater. El delito había sido atribuido al clan liderado por el siciliano Giuseppe Cuffaro. El tono de la nota, que incluye una prominente ilustración en la parte superior, es paródico e irreverente.

A juzgar por un artículo sobre el presunto resurgimiento de la mafia en Buenos Aires, aparecido en *Crítica* en 1919, el asociacionismo mafioso ya era conocido por la policía porteña a inicios del siglo XX. Según se lee, en la Capital Federal estaba relacionado con la actividad portuaria; algunos de sus miembros se habrían desempeñado como estibadores. En los años veinte, el interés por la mafia en la prensa en la Argentina se sistematizó. El caso testigo es, sin dudas, el de *Crítica*, que se distingue por el empleo de grandes titulares, reconstrucciones gráficas que funcionan como una puesta en escena del crimen y la legitimación del discurso a través de estudios antropométricos. Siguiendo a Lila Caimari (2012; 2007), la prensa argentina, que había experimentado una falta estructural de experiencia y conocimientos para definir los términos simbólicos de los hechos mafiosos desde que comenzaron a registrarse a principios del siglo XX, se mostró permeable al modelo cinematográfico estadounidense por entonces en boga en el periodismo policial. Debido al alto potencial de entretenimiento que las historias criminales presentaban cuando incluían imágenes, a partir de la segunda década del siglo XX tuvo lugar una creciente espectacularización de las noticias por imitación de los grandes tabloides norteamericanos.

Pero la falta de *glamour* de los mafiosos locales contrasta con el potente estereotipo inspirado por Alphonse «Al» Capone. Si bien ya por entonces el tráfico de estupefacientes era abordado con cierta frecuencia en las crónicas policiales, como en Estados Unidos (Varese, 2018), en la Argentina no era todavía asociado con la operación de las mafias

italianas en las principales ciudades. El imaginario local sobre la mafia estaba entonces anclado casi exclusivamente en la violencia extorsiva, que requería una visión masculina del crimen organizado de tipo mafioso. En *Crítica*, las noticias describían una mafia generalmente individual y sin relación aparente con la política.

Si, como observa Saïtta (2013), el examen pormenorizado de la prensa diaria escrita en el siglo veinte resultaba hasta hace algunos años todavía incipiente, el análisis de la prensa publicada en lenguas extranjeras en la Argentina es aún hoy, salvo excepciones (Fotia y Cimatti, 2021; Toussonian, 2020; Sforza, 2019; Melella, 2016; Bertagna, 2009; Cattarulla, 2007; Blengino, 2007; Dore, 1985), una tarea en gran medida pendiente.

En la década del treinta, comenzó a hacerse pública cierta naturaleza organizativa de la criminalidad mafiosa que la prensa antifascista vinculó al fascismo (Balsas, 2024a). En las crónicas del único diario italiano de orientación izquierdista impreso en la Argentina durante todo el período fascista (Bertagna, 2009), *L'Italia del Popolo*, se llegaron a identificar 98 mafiosos. No sólo aparecían apellidos sicilianos, sino también calabreses (Balsas, 2023b). *L'Italia del Popolo* había sido fundado en 1917 por el anarquista italiano Comunardo Braccialarghe, alias Folco Testena, pero no se interesó por la presencia de las mafias en la Argentina hasta 1925, año que coincide con la campaña para erradicar la mafia en Sicilia liderada por Cesare Mori (Coco, 2008). Las noticias sobre la mafia en *L'Italia del Popolo* eran breves, reiterativas y, a diferencia de *Crítica*, no contenían por lo general imágenes, aunque no por ello menos sensacionalistas.

Entre octubre de 1932 y febrero de 1933, el médico judío Jaime Favelukes y el joven Marcelo Martín, hijo de un acaudalado empresario, fueron secuestrados; el periodista Silvio Alsogaray y el joven Abel Ayerza, hijo de una familia perteneciente a la élite política local, asesinados. Los delitos, que conmocionaron a la opinión pública de la época, fueron adjudicados a la mafia. *L'Italia del Popolo* interpretó la presencia de clanes mafiosos como una consecuencia no deseada de la política de represión del fascismo, que habría encontrado en la (e) migración otro modo para «erradicar» la mafia en Sicilia. El asesinato de Abel Ayerza marcó un pico de impopularidad de la mafia en la prensa local, debido a la feroz oposición de los nacionalistas de derecha que presionaron para restablecer la pena de

muerte en la Argentina, lo que la habría forzado al ostracismo, aunque no a su desaparición (Balsas, 2023a).

Ante los acontecimientos protagonizados por mafiosos, el posicionamiento de la prensa en lengua italiana publicada en la Argentina no resultó en absoluto homogéneo; cada órgano periodístico privilegió la orientación político-editorial asumida en detrimento de una identidad basada en la imaginación de un origen étnico común. Con frecuencia, la política editorial con relación a la mafia resultó incoherente incluso al interior de una misma publicación. Tal es el caso, por ejemplo, de *Il Mattino d'Italia*, el brazo periodístico del fascismo en la Argentina fundado en 1930 por el empresario Vittorio Valdani y dirigido por Mario Appelius, que adoptó al menos tres estrategias editoriales diferentes con relación a las mafias durante su primer año de vida. Lo que dio como resultado un discurso articulado según intereses político-ideológicos, pero también comerciales, diferentes.

La primera estrategia se basaba en la negación total de la existencia de la mafia, la cual era presentada como un fenómeno feudal destinado a sucumbir ante los desafíos de la Modernidad. La proliferación de noticias en las que la mafia era protagonista, tanto en periódicos locales en castellano como en italiano, obligó al órgano del fascismo a reconocer, aunque de manera indirecta e hipotética, la evolución de la mafia en tiempos más recientes. Esta estrategia se empleó principalmente en la sección dedicada a la crónica policial para disputar con la prensa en castellano los significados asociados a la mafia. El enunciador construye aquí su identidad textual como portador de un saber que, por su condición de nativo italiano, lo ubicaría por encima del periodismo vernáculo. La segunda consistía en una operación de carácter opuesto, basada en una declarada labor propagandística destinada a crear una imagen paradisíaca de una Sicilia «sin mafia», en la que se entrelazan valores familiares, la naturaleza y el bienestar. Esta estrategia estaba dirigida a un lector siciliano en el extranjero, alimentado por el deseo de redimirse del estigma mafioso asociado a su tierra natal, sostenedor incondicional del régimen de Mussolini. En este sentido, la promoción turística se empleó como una alternativa útil para concebir la identidad política, nacional y local desde una perspectiva comercial. Finalmente, la tercera se centró en la exaltación de la figura de Capone. Esta fue la única estrategia que reconoció abiertamente la existencia de la mafia, aunque en términos despolitizados y guiada por

objetivos editoriales estratégicos orientados a la captación de nuevos sectores de público para una empresa editorial todavía poco afianzada comercialmente.

El «giro» cinematográfico

Según Caimari (2012; 2007), el cine influyó sobre los modos de narrar los acontecimientos mafiosos que comenzaron a registrarse en la Argentina en las primeras décadas del siglo XX. Pero también lo contrario es, al menos en parte, cierto ya que los delitos atribuidos a las mafias que poblaban las páginas de diarios y revistas de la época encontraron lugar privilegiado en la pantalla. El antes comentado caso Zapater fue narrado visualmente por el italiano Mario Gallo, pionero de la cinematografía en la Argentina. La película fue estrenada en Rosario en 1916 y contó con la colaboración de la policía de esa ciudad para su realización. Sin embargo, a tan sólo una semana de su primera exhibición fue censurada.

Recién en 1933, se estrenó «En las garras de la maffia. El secreto del Dr. Favelukes», realizada por Alberto Garignani. Inscripto en el género policial, este corto de poco más de media hora de duración relata el secuestro en octubre de 1932 del prestigioso médico perteneciente a la colectividad judía. La inclusión de fragmentos de films de pistoleros, que dan cuenta de la influencia del modelo cinematográfico estadounidense, le valió una pésima crítica. Ese mismo año, se exhibió «Asesinos», de José García Silva. Durante su estreno en Rosario, la función debió suspenderse por el pánico generado entre el público presente ante el estallido provocado por la cámara de un fotógrafo que se encontraba cubriendo el evento, confundido con un atentado de la mafia. En Buenos Aires, nunca habría llegado a proyectarse. «Bajo las garras de la mafia», del precursor italiano Ugo Anselmi, fue filmada y estrenada en Córdoba en 1933. Tres años más tarde, llegó hasta Chubut. Tampoco habría sido exhibida en la Capital Federal puesto que fue secuestrada por orden policial durante su proyección en la ciudad de Lobos, en la provincia de Buenos Aires.

El alcance de la censura fue tan amplio y eficaz que la cinematografía argentina no volvió a ocuparse de las mafias hasta la década de los setenta. Acaso en respuesta a las *mafia movies* italianas (Morreale, 2020) que empezaron a llegar al país en los sesenta, destinadas a convertirse en clásicos, en 1968 el periodista Osvaldo Bayer y el abogado José Dominiani realizaron un guión cinematográfico basado en la investigación periodística del caso Ayerza, que fue vendido a dos empresas productoras. Que habrían desistido del rodaje por temor a represalias, según se lee en la prensa de la época.

Durante un breve período de apertura temática que experimentó el cine argentino a inicios de la siguiente década, el consolidado director Leopoldo Torre Nilsson basó su película «La mafia» en el mismo guión. Se estrenó el 29 de marzo de 1972. Pasquale Caligiuri, director de un periódico calabrés que se editaba en la Argentina, presentó un recurso de amparo, que no prosperó, para censurar dos escenas del más emblemático título que produjo el cine local sobre el tema en el que algunos mafiosos eran identificados como calabreses. La intensa campaña, transnacional y multimediática, que Caligiuri emprendió quedó opacada ante la llegada de «*The Godfather*», de Francis Ford Coppola, a las salas cinematográficas de Buenos Aires el 20 de julio de 1972.

Debido al éxito de taquilla, el tema mafioso terminó por consolidarse en años sucesivos también en el cine argentino. A «La mafia», de Torre Nilsson, siguieron varios policiales tales como «Paño verde» (1973), de Mario David, «La malavida» (1973), de Hugo Fregonese, «La flor de la mafia» (1974), de Hugo Moser, y «Los años infames» (1975) / «Proceso a la infamia» (1978), de Alejandro Doria, y «Contragolpe» (1979), producida por MBC, una productora cinematográfica local fundada por iniciativa de Antonio y Franco Macri y José Bertolucci en 1975 (Peña, 2024).

«Contragolpe» (1979), de Alejandro Doria, era el segundo film del exitoso director televisivo sobre la mafia, que bajo la producción de Gilberto Forti Glori había rodado en 1974 la censurada «Los años infames». En 1978, la ópera prima de Doria pudo finalmente ser estrenada en plena dictadura cívico-militar con el nuevo título – «Proceso a la infamia» e importantes cortes (Balsas, 2025a). Al año siguiente, el 15 de marzo de 1979, se estrenó «Contragolpe». Es otra de las películas argentinas de los setenta que volvió sobre la mafia

de los treinta, acaso como estrategia para evadir la implacable censura del Ente de Calificación Cinematográfica bajo la gestión de Miguel Paulino Tato (1974-1978).

Durante la dictadura cívico-militar, los relatos cinematográficos sobre las mafias no desaparecieron, como podría esperarse en función de la experiencia de la censura instaurada por los regímenes autoritarios en la primera mitad del siglo XX, que prohibían toda alusión a poderes concurrentes como el mafioso. Antes bien, se reconfiguraron en producciones que transformaron a la mafia en un fenómeno despolitizado, que incluso hacía reír. Así pues, películas de menor profundidad tales como «Don Carmelo il Capo» (1976), ópera prima de Juan Carlos Pellizza, «Las mujeres son cosa de guapos» (1981), de Hugo Sofovich, «Los parchís contra el inventor invisible» (1981), de Mario Sábato, monopolizaron el discurso audiovisual sobre las mafias. ¿Puede la risa considerarse como contrapunto a la censura para aliviar sentimientos penosos socialmente reprimidos? Aunque lo risueño suele ser un espacio de experimentación y renovación, también tiene la cualidad de ser conservador. Para Jost (2023), el «espectador indiferente» es en efecto una condición pragmática de la risa.

Podría argumentarse que el retorno de la democracia, y sus ideales asociados de «libertad de expresión», no significaron un salto cualitativo para el cine de mafia producido en la Argentina. De hecho, la mayor disponibilidad de fuentes de informaciones diversas no redundó, por sí sola, en una mejora de la situación heredada de la dictadura. A fuerza de permitir hablar de todo, el discurso social distrae la mirada de aquello que es «interesante» (Angenot, 2010). Como consecuencia, los relatos cinematográficos producidos en la Argentina en torno a las mafias habrían perdido toda capacidad de incidir en la (re) configuración de lo político que el cine argentino había demostrado en la primera mitad de los setenta. En las últimas décadas, el relato cinematográfico sobre las mafias parece estancado. A pesar de la proliferación de productos audiovisuales que tratan directa o indirectamente el tema, no se observan importantes innovaciones en los esquemas narrativos utilizados (Balsas, 2024b).

La ma(f)ia de la televisión

La visibilización de las mafias en la televisión argentina registra una importante aceleración en los últimos años. Hablar de mafias sirve a menudo, como en las primeras décadas del siglo pasado, para captar la atención de la opinión pública, instándole a reaccionar ante determinados acontecimientos. Que no siempre se ajustan a la noción clásica, lo que limita las posibilidades del cabal entendimiento de un fenómeno de por sí articulado y complejo. «Las operaciones de segmentación, fragmentación, dramatización, serialización y narración superficial de los hechos [...] contribuyen a la ampliación de los lectorados pero inciden negativamente en la calidad informacional de aquello que se publica.» (Martini y Luchessi, 2004, p. 161). En el marco de una agenda pública virada hacia la derecha, la represión de las mafias es construida a través de los géneros informativos como uno de los temas «calientes» dentro del debate más amplio sobre la (in)seguridad, que apela a una audiencia más emotiva que racional (Focás y Rincón, 2019; Kessler, Becerra, Aruguete y Raimondo Anselmino, 2021).

Pocas veces fue más evidente que en las últimas décadas que los temas críticos de la agenda global –como la criminalidad organizada– no entran en el imaginario social y la opinión pública sólo a través de las formas clásicas de la información, sino también, y sobre todo, a través de géneros y formatos de las industrias culturales cada vez más extendidos, como advirtió Ford (1999) hace ya varias décadas. A esta altura, no caben dudas de que tanto el noticiero, como la ficción y el «entretenimiento», participan en los modos en que los problemas públicos son percibidos y construidos socialmente.

En la Argentina, la ficción televisiva sobre las mafias tendió a centrarse en dos géneros: la telenovela y los programas humorísticos. En líneas generales, en ellos subyacen estereotipos mafiosos que resaltan aspectos anacrónicos de la mafia siciliana; no parece casual que expresiones criminales con presencia de larga data en el país, como la camorra y la 'ndrangheta, no hayan encontrado todavía espacio suficiente en la pantalla chica. «Cosecharás tu siembra», una telenovela coproducida por *Canal 9* de Buenos Aires y *Retequattro* en Italia, uno de los cuatro canales de la red televisiva *Fininvest*, propiedad del ex primer ministro Silvio Berlusconi, combinó historias de amor convencionales con los

tópicos de la guerra y la migración para postular la extinción inexorable de la mafia (Balsas y Smeriglio, 2022). La trama está ambientada en la primera mitad del siglo XX. En la Argentina fue emitida en 1991. Al año siguiente, el mismo del asesinato de los jueces antimafia Giovanni Falcone y Paolo Borsellino, fue doblada y transmitida también en Italia. «Hombres de honor» (2005) es otra telenovela argentina de época que gira en torno a la mafia y las migraciones. En la imagen de un pasado que parece estar lleno de acontecimientos y personajes heroicos (Buonanno, 2012), podría estar operando cierto ocultamiento del fenómeno mafioso en el «aquí» y el «ahora». Situado en Buenos Aires en los cuarenta, el relato se basa en el ancestral enfrentamiento entre dos familias criminales -los Paternostro y los Onorato- por el contrabando de alcohol, el juego y el negocio del sexo. Fue producida por *Pol-Ka* para *Canal Trece*.

Mientras en las ficciones televisivas sobre mafias, en especial en Estados Unidos, los roles de las mujeres se volvían cada vez más ambiguos y aumentaba la popularidad y la belleza de antihéroes criminales (Renga, 2021), y se incluían con frecuencia personajes mafiosos de origen migrante y/o *queer* (Renga, 2018), la serie televisiva «Casados con hijos», emitida en 2006 por *Telefé* durante el *prime time*, insistía en una imagen de la mafia basada en la violencia chauvinista para dar cuenta de la supervivencia de pesadas tradiciones socioculturales. Pepe Argento (Guillermo Francella) y su esposa (Florencia Peña) reciben la herencia de su amigo Ernesto -que resulta ser un «don»- a condición de que se hagan guardianes por un año de la castidad de la hija del difunto, criada en un internado, hasta entregarla en matrimonio a un noble de origen florentino. El *sketch* humorístico transmite una imagen hace tiempo superada de las organizaciones mafiosas como presuntos productos del atraso cultural.

Mecanismos similares ya estaban presentes en «Los Cubrepileta», el *sketch* del programa «Cha Cha Cha» protagonizado por Alfredo Casero que fue emitido por *América TV* en los noventa (Favero, 2023). Se trata de una parodia de la mafia en la Argentina, que apela al disparate, el surrealismo y el absurdo mediante *gags*, chistes y frases hechas en evidente relación intertextual con películas y novelas, centrada en la figura de un mafioso de origen calabrés anclada en la familia. Siguiendo a Fraticcelli (2023), lo cómico supone una asimetría entre quien se ríe y el blanco de la burla. El humor, en cambio, funciona sobre

una relación simétrica entre enunciador y enunciatarios que se ríen de sí mismos. Para Várnagy (2021), el humor es una especie de máscara de impulsos inaceptables que permite expresar tensiones sexuales y agresivas de manera socialmente tolerable.

En 2021, *América TV* redobló la apuesta. Lanzó al aire un ¿magazine? titulado «*TV nostra*». Pretendía ser, según se lee en el sitio oficial del canal en *YouTube*, «una mirada irónica y disruptiva sobre la realidad que, contada a través de informes, invitan al televidente a reírse y divertirse.» El mismo fue conducido por el famoso presentador televisivo Jorge Rial, identificado en el rol de «jefe». En la identidad visual del programa, centrada en un sillón de cuero rojo con tachuelas, Rial ocupaba el centrado de la escena, compartida por un joven actor (Diego Ramos) en el rol de lugarteniente y dos panelistas -una rubia y una morocha (Marina Calabró y Ángela Lerena)- que le susurraban al oído. La puesta escenográfica recreaba un espacio urbano nocturno, en el que predominaban las luces blancas y de neón sobre fondos negros y rojos, monitoreado a través de una suerte de panóptico. La cortina musical era «*Centro di gravità permanente*», del siciliano Franco Battiato, un ícono del centroizquierda italiano.

La mafia según la publicidad

La mafia no sólo hace reír a través del cine y la televisión en la Argentina; paradójicamente también «vende». A inicios del siglo XXI, Ford (2005) llamaba la atención sobre lo que consideraba una fuerte tendencia de época a la normalización mediante las industrias culturales globalizadas de los problemas más críticos que afligen a buena parte de la población mundial en dispositivos para causar impacto a través de los procesos de construcción de la marca en la publicidad, entre otros procedimientos discursivos. ¿Es lícito utilizar los temas más sensibles de la agenda pública -como lo es el de las mafias- para vender algo a alguien, sea salsa de tomate o un nuevo modelo de auto?

Desde entonces, estas tendencias no habrían hecho más que multiplicarse y profundizarse. Ya no se trata de una operación exclusivamente «desde arriba»; la búsqueda del impacto de



marca se concreta, no sólo en la Argentina por cierto, también a través de restaurantes, pizzerías, cervecerías, heladerías, mercados, peluquerías, barberías y empresas de transporte de carga “de barrio” que hacen uso de temas mafiosos como parte de su identidad comercial. En la Argentina, estas presencias contrastan con la ausencia de topónimos— nombres de calles, parque y/o instituciones públicas— que vuelvan visible la lucha contra las mafias (Balsas y Capelli, 2022).

Siguiendo a Dagnino y Lo Presti (2024), el consumo supone la apropiación simbólica de los signos distintivos de la marca para expresar mejor quiénes somos, a qué grupo social pertenecemos o qué valores compartimos. Para atraer la atención en un escenario publicitario saturado, se llega a apelar deliberadamente al poder violento, la irresponsabilidad social, la irracionalidad, el enriquecimiento a costa del prójimo, la avaricia, el crimen, etc. Las «marcas negativas» son construidas cada vez con mayor frecuencia sobre sistemas identitarios de valores, incluidos los mafiosos, que aprovechan la contraposición entre el «bien» y el «mal», lo lícito y lo ilícito, lo moral y lo inmoral, favorecidos por la fascinación por la muerte, el interés por lo macabro y la atracción por lo prohibido.

Aunque son todavía pocos los estudios que investigan las marcas que utilizan asociaciones mentales vinculables a las mafias, por lo general se pueden reconocer por la combinación de colores (negro, blanco, rojo, dorado), el uso del italiano/inglés, la referencia a personajes ficticios (Marlon Brando, Al Pacino, Robert De Niro) o bien reales (Al Capone, Matteo Messina Denaro); el uso de símbolos icónicos como la rosa, el cigarro, la navaja, el sombrero, el bigote, la sangre, la copa, la ametralladora, el lujo, etc. Muy a menudo, la construcción de marcas mafiosas negativas se ve reforzada por la cinematografía internacional, que proporciona imágenes memorables, eficaces e intuitivas. Otras veces, se basan en acontecimientos periodísticos que provocan emociones intensas y causan controversia. En ambos casos, se apunta a la esfera emocional para crear las condiciones de un atractivo y un nivel de recuerdo elevados, sin los cuales la marca resultaría poco emocionante. En la Argentina, estas transformaciones discursivas son reconocibles en los últimos años también en el marketing político. A partir de 2017, el entonces ignoto Javier Milei comenzó a exaltar la imagen de Al Capone en redes sociales. «El extraño

“piropo” de Milei a los mafiosos: dijo que los evasores de impuestos “son héroes” y se volvió viral», tituló *El Cronista* el 7 de octubre de 2019. En el marco del descontento generado por la crisis sanitaria por el covid-19, la analogía con Capone –que logró capitalizar el apoyo ante una medida antipopular y las oportunidades comerciales abiertas por el prohibicionismo– se radicalizó, adquiriendo vetas reivindicativas de su capacidad de eludir la ley, su éxito económico y su controvertido «liderazgo».

Más recientemente, lo reidero asociado a las mafias encontró nuevas formas de expresión en los *memes* que toman prestados del cine de mafia, sobre todo del estadounidense, escenas y personajes. En una primera aproximación, un *meme* es una imagen o secuencia de imágenes fijas -dibujos y fotografías- o en movimiento -videos- que resultan de la creación o la transformación de una imagen o de una serie de imágenes anteriores que circulan en Internet, donde se propagan, se reproducen y también mutan con extrema rapidez. Su tono puede ser lúdico, irónico, satírico, aunque también serio. Aportan información de forma simplista y, en algunos casos, no hacen más que reforzar creencias. Se presentan particularmente eficaces en el ámbito de una forma de hacer política que invierte la clásica jerarquía entre los medios y el público. Parafraseando a Jost (2023), funcionan como máquinas para fabricar comunidades de intereses. En piezas afines a las dos primeras fuerzas políticas durante la última campaña presidencial en la Argentina se volvieron socialmente reconocibles diversos rasgos típicos del imaginario mafioso cinematográfico, adjudicados a los oponentes. De manera interesante, esta disputa dejó por lo general afuera al tercer candidato presidencial -Javier Milei- que resultó ganador apelando incluso a la explícita identificación con los intereses de la mafia en X: «entre la mafia y el Estado prefiero a la mafia. La mafia tiene códigos, la mafia cumple, la mafia no miente, la mafia compite.»

Conclusiones

El análisis diacrónico de los medios de comunicación en la Argentina pone de manifiesto que la presencia -no sólo siciliana sino también calabresa- de las mafias en el país se

remonta a inicios del siglo XX. En este sentido, el relato sobre un pasado «seguro» no encuentra fundamento. Sin embargo, el hecho que estuviese menos ligada a la propiedad de la tierra, como en origen, que a las zonas y actividades aledañas al puerto, centro neurálgico del modelo económico agroexportador, habría probablemente dificultado el (re) conocimiento de sus principales características en el nuevo contexto. La censura habría dilatado por largos períodos dicha comprensión. A partir de la última dictadura cívico-militar, esta resultó paradójicamente menos estratégica que la elaboración de una narrativa despolitizante centrada en el entretenimiento. Que ni el retorno de la democracia habría logrado hasta el momento revertir.

El análisis sincrónico muestra, en cambio, que más allá de las diferencias étnicas y/o ideológicas que puedan identificarse en la prensa durante las primeras décadas del siglo XX, la configuración de la mafia como tema de interés en la sociedad argentina no estuvo exenta desde el principio de cierto uso comercialmente orientado, observable luego en el cine. Desde esta perspectiva, la denuncia política quedó, salvo puntuales excepciones, relegada a un segundo plano de atención. En mayor o en menor medida, tanto la prensa, el cine, la televisión y la publicidad apelan a una audiencia emotiva, políticamente indiferente, antes que racional. De este modo, se fue fraguando una experiencia cultural de la criminalidad mafiosa en la Argentina que combina mentalidades y sensibilidades específicas resistentes al cambio (Garland citado por Kessler et al., 2021, p. 10). Que el marketing político no habría hecho más que capitalizar. Situar el debate sobre las mafias en un plano discursivo radicalmente distinto -serio, comprometido, informado- parece ser condición indispensable para comenzar a entender las implicancias del problema.

Referencias bibliográficas

Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.

- Balsas, M. S. (2021). «El país que no miramos». Las mafias italianas según *Clarín* (1997-2020). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(4), 1035-1042.
- Balsas, M. S. (2023a). The Mafia in the Italian Ethnic Press in Argentina. En D. Mantovani & F. Fauri, (ed.) *Past and Present Migration Challenges: What European and American History Can Teach Us*. Cham: Palgrave.
- Balsas, M. S. (2023b). Mafiosos citados en la crónica policial de *L'Italia del Popolo* (1925-1938). Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (dataset). <http://hdl.handle.net/11336/211347>.
- Balsas, M. S. (2024a). Hacia una definición conceptual de la mafia italiana en la Argentina. Análisis de la crónica policial en *L'Italia del Popolo* (1925-1932). *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, 28. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/9639>
- Balsas, M. S. (2024b). Qué hizo el cine argentino reciente con las mafias (2010-2019). *La cifra impar*, 3, 4-24.
- Balsas, M. S. (2025a). ¿Todo pasado fue mejor? El cine de mafia en la Argentina en la encrucijada. Análisis del caso de Los años infames/Proceso a la infamia. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, en prensa.
- Balsas, M. S. y Capelli F. (2022). Qué ves cuando las ves: las mafias italianas en los paisajes lingüísticos de la Ciudad de Buenos Aires. *Comparative Cultural Studies. European and Latinoamerican Perspectives*; 7, 15, 3, 15-34.
- Balsas, M. S. y Capelli, F. (2023). La Mafia Mozza: un caso-studio sui paesaggi linguistici a tema mafioso in Argentina. En M. Bertone, y L. Perrone (ed.) *Out of Italy. Immagini e racconti delle mafie del mondo*. Cosenza: Pellegrini Editore.
- Balsas, M. S. y Smeriglio, G. P. (2022). Entre la realidad y la ficción. La mafia en la telenovela «Cosecharás tu siembra». En M. E. Cruset y M. Ruffini (ed.) *Migraciones de ayer y de hoy. Perspectivas y Nuevos Desafíos*. Santiago de Chile: Ariadna.

- Bertagna, F. (2009). *La stampa italiana in Argentina*. Roma: Donzelli.
- Blengino, V. (2007). La marcha sobre Buenos Aires (Il Mattino d'Italia). En E. Scarzanella (comp.) *Fascistas en América del Sur*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Buonanno, M. (2012). *Italian Tv Drama & Beyond. Stories from the Soil, Stories from the sea*. Bristol: Intellect.
- Caimari, L. (2007). Sucesos de cinematográficos aspectos. Secuestro y espectáculo en el Buenos Aires de los 30. En *La ley de los profanos. Delito, justicia y cultura en Buenos Aires (1870-1940)*. FCE-UDESA.
- Caimari, L. (2012). *Mientras la ciudad duerme. Pistoleros, policías y periodistas en Buenos Aires 1920-1945*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Cattarulla, C. (2007). «¿Qué le diría a Mussolini si tuviese la oportunidad de hablarle?»: una encuesta para *Il Mattino d'Italia*. En E. Scarzanella (comp.) *Fascistas en América del Sur*. Fondo de Cultura Económica.
- Coco, V. (2008). Dal passato al futuro: uno sguardo dagli anni trenta, *Meridiana*, 63, 117-134.
- Dagnino, G. B. y Lo Presti, L. (2024). *Negative Brand e strategie di comunicazione. Fenomenologia dei mafia brands*. Milán: Franco Angeli.
- Dalla Chiesa, N. (2015). Editoriale, *Rivista di Studi e Ricerche sulla Criminalità Organizzata*, 1, 1-9.
- Dickie, J. (2019). Historicizing Italy's Other Mafias: Some Considerations. En D. Renga (ed.) *Mafia Movie*. Toronto: Toronto University Press.
- Dore, G. (1985). Un periódico italiano en Buenos Aires (1911-1913). En F. Devoto y G. Rosoli (comp.) *La inmigración italiana en la Argentina*. Buenos Aires: Biblos.
- Favero, B. (2013). *La última inmigración. Italianos en Mar del Plata (1945-1960)*. Buenos Aires: Imago Mundi.

- Focás, B. y Rincón, O. (2019). *(In)seguridad, medios y miedos. Una mirada desde las experiencias y las prácticas cotidianas en América Latina*. Buenos Aires: Imago Mundi.
- Ford, A. (1999). *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Ford, A. (2005). La construcción discursiva de los problemas globales. En *Resto del mundo. Nuevas mediaciones de las agendas críticas internacionales*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Fotia, L. & Cimatti, B. (2021). *Un periódico "fascista": Il Mattino d'Italia y la sociedad argentina*. Cosenza: Pellegrini.
- Fraticelli, D. (2023). *El humor hipermediático. Una nueva era de la mediatización reidera*. Buenos Aires: Teseo.
- Jost, F. (2023). *Dígallo con memes. De la parodia al mundo digital*. Buenos Aires: La Crujía.
- Kessler, G.; Becerra, M.; Aruguete, N. y Raimondo Anselmino, N. (2021). *El delito televisado. Cómo se producen y consumen las noticias sobre inseguridad y violencia en la Argentina 2016-2020*. Buenos Aires: Biblos.
- Martini, S. y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos.
- Melella, C. (2016). Prensa gráfica de migrantes en los siglos XIX y XX. En *Migrantes de países andinos en la Argentina. Prensa gráfica, redes virtuales y construcción identitaria*. Buenos Aires: Biblos.
- Morreale, E. (2020). *La mafia imaginaria. Sett'anni di Cosa Nostra al cinema (1949-2019)*. Roma: Donzelli.
- Peña, F. M. (2024). *Cine argentino. Hechos, gente, películas 1896-1958*. Buenos Aires: Luz Fernández Ediciones.

- Renga, D. (2021). Il mafioso televisivo come “delinquente accattivante”. En M. Bertone & C. Masoni (ed.). *Mafie transmediali. Forme e generi del nuovo racconto criminale*. Soveria Mannelli: Rubbettino.
- Renga, D. (2018) Suburra. La Serie as “Patrimonio internaziona-le/International patrimony”, *International Journal of TV serial narratives*, 1, 65-80.
- Saïtta, S. (2013). *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Sarno, F. (2014). Italian Mafias in Europe: Between Perception and Reality. A Comparison of Press Articles in Spain, Germany and the Netherlands, *Trends in Organized Crime*, 17, 313-41.
- Sciarrone, R. (2022). Fare ricerca sulle mafie. En Ingrascì, O. y Massari, M. (comp.) *Come si studiano le mafie. La ricerca qualitativa, le fonti, i percorsi*. Roma: Donzelli.
- Sforza, N. (2019). Italianos en la Argentina del Centenario según *La Patria degli Italiani*. En M. S. Balsas (comp.) *Italia en la Argentina. Desafíos actuales en la investigación social*. Buenos Aires: IDES.
- Smeriglio, G. P. (2022). ¿Adónde se habrá metido Mafiopoli? Las mafias italianas según *La Gente d'Italia. Comparative Cultural Studies European and Latin American Perspectives*, 15, 59-69.
- Toussonian, C. (2020). Consumo, género e italianidad en *Il Mattino d'Italia* (Buenos Aires, 1930-1940). *Confluenze*, 12 (2), 378–399.
- Varese, F. (2018). *Mafia life. Amor, muerte y dinero en el corazón del crimen organizado*. Barcelona: Malpaso.
- Várnagy, T. (2021). Filosofía y humor. En Burkart, M.; Fraticelli, D. y Várnagy, T. (coord.) *Arruinando chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico*. Buenos Aires: Teseo.



Notas

- (1) «el debate público sobre las mafias, los modos en los que son imaginadas en el contexto cultural, la tradición académica de su análisis [...] son todas dimensiones integrales de la historia de las mafias» (Traducción de la autora del artículo)