

Il Rap e i diritti dei migranti

Summary: RAP AND THE RIGHTS OF MIGRANTS

Rappers tell stories through their music. This essay focuses on 2nd generation migrant hip-hop artists including Amir, Mike Samaniego, Zanko and their distinctive use of hip-hop as a tool of expressing their status of being in-between their ethnic heritage and Italian culture.

Keywords: hip-hop culture, marginalized group, second-generation immigrants, identity.

Il rap quale espressione culturale

Vi è un riconoscimento generale tra i critici e gli studiosi della cultura espressiva che la musica è parte della vita pubblica ed in modo significativo e potenzialmente progressivo può entrare nei processi di trasformazione politica e sociale. Musica quale sistema complesso che implica pensieri, emozioni, cognizioni, cultura con funzione politica, sociale, estetica. Musica quale *focus* tematico da approfondire che permetta di essere strumento di lettura dell'immagine identitaria di un territorio¹, di essere simbolo di popolazioni per mezzo del quale le etnicità e le identità siano costruite (Stokes, 1994, p. 5), di elementi di identificazione di luoghi e quindi di relazioni che si creano tra il vissuto emotivo e personale e le origini spaziali del compositore (Revill, 2000; Hudson, 2006; Caterina, 2008), dell'oggetto musica ma anche dei contesti dell'esperienza musicale sia di ascolto che di produzione (Marconi, 2001). La musica ha assunto il carattere di segno, d'identità, di rito, di espressione e di scambio ideologico, di linguaggio delle giovani generazioni ed inoltre mostra significativi punti di contatto con le pratiche sociali di un territorio (Turino, 2008, p. 7-9). Dalle funzioni cerimoniali a quelle d'intrattenimento, dall'alternanza delle ricorrenze civili o liturgiche, dai festival ai *rave party* spesso non può essere tematizzata senza riferimento al territorio in quanto espressione di un *genius loci* di un paesaggio (Vallega, 2003).

Il rap, genere musicale sorto negli Stati Uniti negli anni Settanta (Powell, 1991) ma oggi affermato e diffuso in tutto il mondo, è in forte espansione in termini di popolarità, tanto da riscuotere interesse sempre più rilevante anche da parte della letteratura scientifica. Per affrontare

l'argomento, occorre innanzitutto capire quali siano i valori e lo spirito che si cela dietro l'etichetta e che hanno fatto sì che questo movimento si sia evoluto dalle strade del *Bronx* a tutto il mondo, andando oltre le mode e barriere culturali e linguistiche di ogni tipo, senza mai perdere del tutto la forza originaria. La versione *underground* continua ad essere veicolo di idee, oltre ad avere capacità di denuncia sociale ma anche di mezzo educativo (Powell, 1991, p. 257) e quindi può significativamente, entrare nei processi di formazione dell'opinione pubblica, in particolare dei giovani (Forman, 2000), a maggior ragione se sono loro dedicati spazi pubblici o club e luoghi d'incontro che facilitano l'interazione culturale com'è avvenuto per la diffusione dell'hip hop tedesco (Hoyler e Mager, 2005, p. 252). Ma il rap è un genere musicale prima che un movimento sociale: una certezza che talvolta spesso sembra sfuggire nonostante siano disponibili testi che ricordano come, per esempio, la cultura hip-hop delle origini fosse essa stessa *a culture of entertainment and fun*, che da un punto di vista poetico deriva direttamente dalla tradizione afroamericana (Krims, 2000, p. 35).

Nel tempo, rap è diventato sinonimo di hip hop, ma la storia dell'hip hop è vasta come è profonda ed ampia la problematica del rap (Pope, 2005, p. 81-82): espressione culturale giovanile e alternativa dell'identità nera, esprime sia gioia e desiderio di divertimento, sia evidenze che esperienze di violenza, criminalità, marginalità, ovvero di mancanza di opportunità e di oppressione che hanno caratterizzato la storia e l'identità afro-americana rappresentando l'affermazione della critica all'ambiente socio-politico (Lang, 2000; Tyson, 2005). La commercializzazione o meglio l'influenza della globalizzazione e quindi



la “diluizione” della musica rap hanno permesso la diffusione della cultura hip hop a livello internazionale, dall’altro, a partire dal ciclo produttivo e continuando lungo tutto il processo, appare la netta sensazione che il fenomeno sia ormai affermato e “fuori controllo” (Chang, 2006). La visione dei tatuaggi prende vita al movimento dei muscoli, l’espressione dura e spesso colorata di nero che oscilla tra l’ironico ed il disprezzo nei confronti del sistema sociale, le rime delle canzoni recitate ad un ritmo incalzante spesso ripetitive e con uno sfondo musicale appena percettibile. Questi sono gli artisti rapper. Coloro che hanno abbandonato le ombre dell’*underground* per assurgere al ruolo di idoli di massa (Xie *et al.*, 2007). Coloro che privilegiano la lingua dei giovani alla stregua di una forma di cultura intesa come poesia moderna ovvero un mezzo con cui i giovani possano esprimere sentimenti e frustrazioni (Pipitone, 2006). In particolare è una forma da cui si originano le battaglie d’improvvisazione *freestyle*, un altro modo di fare poesia, a ritmo. Si tratta di poesia composta nel linguaggio della strada, rappresentativa di un vero e proprio codice (Kubrin, 2005, p. 375), centrata su tre fattori principali: la “violenza-misogena” ovvero la percezione che la musica rap rifletta l’immagine della violenza, criminalità e misoginia; l’energia ovvero la resistenza all’oppressione dell’ambiente sociale ed infine il valore estetico-artistico (Tyson, 2006). L’incontro tra cultura e suono come espressione del proprio disagio senza necessità di competenze musicali ma in realtà questo è lo stereotipo o un’icona del rapper: colui che non studia o che è violento o che ostenta certi modi di vestire.

Il rap è alla portata di tutti, per questo appare essere il genere che nasce nelle periferie del mondo, dove chi vive sofferenza o disagio può esprimersi purché abbia una rilevante padronanza del linguaggio, infatti la caratteristica principale appare la sua immediatezza di comprensione in quanto diretta principalmente ai giovani (Fredericks, 2014). “Il rap è la musica di chi non ha i soldi per studiare uno strumento o di andare a scuola di musica. È la cosa più facile da fare. Non c’è bisogno di saper cantare perché il rap è parlato” (Fedez, 2013²). Non a caso è una delle forme espressive di tutte le periferie del mondo, veicolo per esprimere dissenso politico o comunque *performance* musicale in una pratica di resistenza (dell’Agnese, 2015). I rapper sono perlopiù di sesso maschile (Smith, 1997), non si incontrano molte donne artiste rapper ma ciò non significa che il loro contributo sia secondario probabilmente perché il genere femminile ha

sempre svolto un ruolo strategico nelle lotte sociali ma senza però ricercare alcun tipo di visibilità anche alla luce della cultura popolare statunitense (Shabazz, 2014). Nella generalità dei casi, nei testi esprimono la glocalizzazione (Motley e Henderson, 2008) come superamento della globalizzazione, dove la territorialità coincide con la realtà di provenienza geografica del rapper spesso legato ad un “ghetto” inteso come spazio reale e immaginario (Hudson, 2006). La mondializzazione e la velocità delle mescolanze tra le culture non comporta la perfetta uniformazione e sparizione delle culture locali e delle tradizioni specifiche (Disotoe *et al.*, 2001). “Nel rap s’invincia presto, si tramonta, si passa il testimone, si diventa storia (...) “Il rapper è uno che dice quello che pensa” (Fedez, 2013). Ci troviamo di fronte a giovani, spesso appartenenti al sottoproletariato urbano, che si fregiano di indumenti specifici rappresentanti uno stile di vita e di comportamento: da pantaloni *over-size* a felpe scure, cappelli da baseball, *sneakers*, tatuaggi come segni di distinzione e non come espressione di arte o mera decorazione del corpo. Il collegamento tra *sportswear* e hip hop – e la moda e la musica in generale – è ormai consolidato nel popolare immaginario che si considera scontato (Turner, 2015). Il rap, e l’hip hop in generale come espressione culturale, si sviluppano nel quadro di una cultura anche digitale³ caratterizzata da schemi precostituiti qual è la cultura statunitense (Osunare, 2001). Il tutto crea business, sia delle case discografiche di registrazione sia delle aziende di accessori e abbigliamento, con profitti interessanti poiché la musica ovvero la cultura musicale è stata trasformata in a *viable commodity* – in un prodotto da vendere (Pipitone, 2006).

Il “disagio” dei migranti

Obiettivo di questo contributo è esplorare e discutere i temi dell’integrazione, della cittadinanza e dei difficili rapporti con il Paese in cui vivono o sono immigrati attraverso i testi dei *rapper* italiani di seconda generazione, figli di stranieri, che non sono ancora cittadini italiani o lo sono diventati solo con la maggior età. Quella della cittadinanza infatti è una delle problematiche ancora in corso di soluzione da parte del governo italiano in particolare per i diritti negati alle seconde generazioni (senza cittadinanza italiana) e l’identità come incontro di diverse culture. Osservando le statistiche la dimensione oggettiva dei giovani seconda generazione appare ammontare a circa 700.000 minori

quali figli di immigrati nati in Italia (Istat, 2012). Un dato in costante aumento ove l'incidenza delle nascite di bambini stranieri sul totale dei nati incrementa dal 4,8% del 2000 al 14,9% del 2012. La legge italiana sulla cittadinanza (n. 91/1992), basata principalmente sullo *ius sanguinis*, modificata più volte, appare controversa al punto da essere richiamata nei brani musicali dei rapper "di seconda generazione" insieme alla carica emotiva correlata al messaggio di mancata integrazione, modernità, multiculturalità e superamento dei luoghi comuni. La narrazione della problematica attraverso la musica rap s'imbatte in culture, costumi e percorsi umani differenti, per affermare che sotto gli abiti o colore di pelle è una sola la cultura di fondo, una sola l'umanità. In comune hanno la passione per la musica, il linguaggio da rapper quale espressione artistica e di confronto sociale, ma soprattutto una condizione: l'essere figli di immigrati residenti in Italia. Nati, cresciuti, impiegati in Italia e considerati stranieri. Un'immagine, un'etichetta in cui non si riconoscono e che hanno deciso di contrastare con la loro musica, descrivendo essi stessi e il loro disagio, le difficoltà d'integrazione agli occhi degli altri. E correndo il rischio di riprodurre uno stereotipo e alimentarlo intendendo invece combatterlo⁴.

Un esempio il milanese-siriano Zanko *El Arabe Blanco*; il romano-cino-filippino Mike Samaniego con la band The Nova; l'italo egiziano Amir; Antonio Di Stefano, in arte *Nashy*, "italiano di colore che dà colore all'italiano"; Maruego, di origine Marocchina o Karkadan (classe 1983) italo-tunisino, che con la loro musica e il desiderio di raccontare il mondo sociale e l'essere "nuovi" italiani fanno riflettere sul grado in cui essi, gli immigrati o più specificatamente i figli dell'immigrazione, rappresentano il non-nazionale, una condizione sociale e non solo uno stato giuridico-politico a titolo provvisorio (Sayad, 1996). Gli artisti sono numerosi, così anche la letteratura sull'argomento, in questa sede si è preferito scegliere e tenere in considerazione alcuni degli artisti più noti insieme alle loro canzoni di successo.

"... Un'intera generazione cresce e rischia di restare straniera nel paese che sente proprio, in cui è nata, si è formata, e nel quale intende restare per sempre. Un italiano non è necessariamente "bianco" ma può essere di carnagione scura, avere occhi a mandorla, avere capelli afro. L'Italia è il paese che amo, è dove sono nato e cresciuto... mia mamma era Italiana, da cui ho imparato usi costumi e tradizioni. Mio padre egiziano e di religione islamica. Io non sono musulmano ... sono nato a Trastevere e se dovessi andare in Egitto non saprei come muovermi" (Amir, 2012⁵).

Il messaggio dell'integrazione dei figli dell'immigrazione insieme alla rappresentazione dei simboli delle principali religioni, a sottolineare il rispetto per la libertà e diversità di culto è, dunque, nella richiesta del riconoscimento dello *Ius Soli* ai figli di genitori stranieri nati in Italia, utilizzando i testi *rap* come strumento di sensibilizzazione sia nei confronti della comunità italiana che della classe politica e quindi delle possibili ricadute sul territorio poiché *"non sono un politico, ma un artista che veicola i suoi pensieri attraverso la musica, l'arte e la creatività"* (Amir, 2012). Per questo nell'album del 2008 *-Paura di nessuno-* Amir ha sentito di dover precisare tutto questo con una canzone 'Non sono un immigrato' che ha fatto molto discutere.

"A volte mi rendo conto che si tratta di sfumature di colore: se io posso anche passare per un italiano con la pelle leggermente più scura, il mio amico "nero" si sentirà sempre chiedere 'da dove vieni?'. Io ho fatto parte e faccio ancora parte di un percorso di discriminazione. Ai miei tempi ero l'unico o quasi a scuola ad avere un nome strano, oggi è tutto molto diverso le classi sono naturalmente multietniche".

Recita ed invoca i propri diritti, nel 2008, Mike Samaniego, nato a Peschiera del Garda, da genitori di origine asiatiche, che interpreta le prospettive di vita degli immigrati ovvero simbolicamente il diritto ad avere una vita integrata:

"non importa chi le scrive, non importa chi decide, non importa chi le vive. Non importa se pensate che io sia un immigrato, dopo tutto lo è mio padre tanto sai ci sò abituato, parlo pure col dialetto. Sono nato in questo Stato, anche io ho studiato, conosco la cultura, questa lingua ed ho ragione se vi chiedo dei diritti ma nessuna distinzione".

Zanko (milanese di origini siriane) con il suo *Umano normale* (2008) racconta la società e le trasformazioni multiculturali "anormali" e per come sono in realtà. Dove le situazioni paradossali vissute in prima persona evidenziano che dal punto di vista istituzionale e politico ci sono resistenze e paure a proposito di integrazione, mentre da un punto di vista sociale, per quanto riguarda la vita quotidiana e i rapporti con le persone l'integrazione è affermata. Insomma, agli occhi delle seconde generazioni la classe politica "sminuisce l'immagine della società italiana". E non la rispecchia *"come se la normalità fosse una conquista eccezionale. Non dipende mai da te, ma dalla classe sociale"* (Zanko, 2008).

La metodologia utilizzata e i risultati conseguiti

Realizzata con approccio culturale audio-vi-



suale, l'analisi esplorativa condotta in questa sede utilizza uno schema originariamente proposto da Motley e Henderson (2008), che permette di ottenere informazioni sulla diaspora culturale utilizzando il genere rap (fig. 1), seppure con i dovuti adattamenti basati sull'uso di alcuni indicatori che meglio si proponevano allo studio.

I dati utilizzati sono tratti da interviste ad un gruppo di 77 giovani studenti di diverse culture ed origini (Sri Lanka, Mauritius, Tunisia, Italia), età compresa tra 19-24 anni, ragazze (59,7%) e ragazzi (40,3%). La presenza di 22 studenti senza la cittadinanza italiana (28,6%) ha contribuito al maggior approfondimento della tematica. Il lavoro è stato articolato in tre diverse fasi (individuazione di rapper italiani di seconda generazione, stesura del questionario a risposte aperte e raccolta ed elaborazione dati) secondo una metodologia qualitativa basata su interviste dirette, sia ai singoli sia a piccoli gruppi. Il periodo di osservazione e le relative rilevazioni sono state condotte nel mese di Gennaio-Febbraio 2015. Gli argomenti oggetto di analisi nel questionario sono stati strutturati in una parte generale di conoscenza sul genere musicale rap, ed in due parti specifiche, collegate alla musica dei rapper di seconda generazione. Con particolare riguardo alla descrizione generale dei dati raccolti si è proceduto attraverso il supporto di statistica descrittiva per ordinare, riassumere e presentare i dati raccolti. Dai risultati si evince quanto tra i giovani siano noti gli elementi ed i caratteri principali del genere musicale rap, percepiti come esperienze sempre più vicine al proprio quotidiano e alla propria cultura (Motley e Henderson, 2008).

Fig. 1. Schema metodologico seguito.

Globalizzazione → Adattamento → Localizzazione	
Come percepisci il rap?	Caratteri del genere rap Percezione del rap Acquisto di musica Conoscenza di rapper "migranti"

Fonte. Modello di Motley e Henderson (2008) riadattato.

È innegabile che, a livello locale, esista la tendenza a un rafforzamento identitario sociale nella comunità di origine etnica in grado di tollerare e bilanciare la pressione dell'opposto tentativo di affermazione e presenza nella comunità italiana. Come afferma uno studente di origine tunisina:

"Sono arrivato qui a 5 anni e non ho la cittadinanza italiana. L'Italia è il mio Paese ma se avessi la cittadinanza potrei sentirmi integrato con gli altri miei amici italiani. Ascolto i rapper arabi per capire le mie origini ma anche i

rapper italiani. Per me integrazione non è solo condividere il luogo ma anche i pensieri, la musica, i divertimenti".

È sempre più accertata la presenza di un mondo globalizzato, dove gli individui sono continuamente interconnessi per mezzo della diffusione delle tecnologie per l'informazione e la comunicazione (ICT), dove l'esperienza virtuale ed i processi di scelta e acquisti (incremento dell'e-commerce) avvengono "on-line" anche talvolta con un impatto devastante a seguito del marketing virale (Hennig-Thurau *et al.*, 2004). Ma gli individui con le loro esperienze fanno parte di una comunità locale, appartengono e sono relazionati e intimamente legati con i luoghi di origine e/o residenza, a maggior ragione se "nativi", e con la certezza che media e migrazioni assumono il ruolo di motori della trasformazione sociale e culturale a seguito della globalizzazione (Appadurai, 1996, p. 2-3).

Al medesimo tempo traspare dalla voce degli studenti, la ricerca dell' "autenticità" dei rapper italiani come affermazione della credibilità della realtà ed appartenenza alla società italiana, nonostante talvolta il sottofondo musicale di brani italiani sia simile a quelli americani e le canzoni più famose siano accusate di essere troppo commerciali e poco "veritiere". L'artista è spesso un *self made man* che racconta delle sue difficoltà di vita e della realtà della società pertanto l'autenticità è fondamentale per essere accettati (Hess, 2005). Le parole chiave "globalizzazione e cosmopolita" si ritrovano nella percezione del genere rap da parte di circa il 70% degli studenti intervistati, anche se appare una contraddizione nella mancata volontà di seguire lo stile di vita "globale" dei rapper. Si riconosce l'appartenenza ad un gruppo, ma non ad un'icona.

"La musica rap mi piace perché è global. Lo stile che rappresentano i rapper non mi sembra della realtà italiana. Io ed i miei amici ascoltiamo musica rap ma non ci piace vestire come loro" (studentessa italiana).

Il carattere "global" traspare anche nel quesito: quanto il web influisce nella musica? Quasi la totalità conferma l'utilizzo di internet e dei *social network* per parlare con gli amici e *download* video ed ascoltare le novità musicali, a conferma dell'affermazione di un fenomeno culturale che si attesta attraverso la comunità globale e virtuale. Internet, video musicali, docufilm, corti, convalidano la diffusione della musica rap ma anche delle altre componenti della "filosofia" hip hop (*street art, break dance*, ecc.).

Solo una piccola parte degli intervistati (13%) ha confermato l'acquisto di CD di musica rap ma

prevalentemente per consumismo piuttosto che per collezionare l'oggetto quale simbolo di un genere musicale che piace. Questo dato è confermato dal Samsung Technomic Index⁶, che per l'appunto indica che gli italiani spenderebbero, in media, più dei loro colleghi europei per la musica, con una spesa media di 24 euro contro i 18 del resto d'Europa. In verità il dato è globale per tutti i generi musicali, bisogna però rimarcare che gli artisti rap sono imprenditori di se stessi e confermano l'uso del web come mezzo di diffusione e sviluppo della loro musica (Hess, 2005).

Alla domanda: conosci ed ascolti rapper di seconda generazione? Il 75,3% ha dato risposta negativa; d'altronde l'ignoranza generalizzata nei confronti del tema "migranti seconda generazione" è denunciata anche da Amir, il quale esprime in metafore il disagio di essere "un mix", di non essere apprezzato ma odiato, un esempio di collettiva marginalità:

"Nato in Italia Amir scritto sulla sabbia prendi il mio nome e lo traduci principe d'Arabia, una voce che strilla da Roma fino a Taba in questa società fredda, cerco aria più calda, figlio dell'amore e del cuore di due persone, un mix di sangue culture, razze e religione, so' qui come porta-voce, scendo in missione contro la disperazione che affligge troppe persone seconda generazione"... "scrivo con la fame di chi non si rassegna, prendo il vostro odio e lo trasformo in questa penna, s.o.s. bilancio negativo se me chiamano straniero nel posto dove vivo" (Amir, Straniero nella mia nazione, 1993).

Altri approfondimenti sul tema "seconda generazione e musica" sono necessari; il contributo, pur limitato e sintetico nelle sue parti, intende far risaltare la necessità di una maggiore sensibilizzazione sulla questione.

Bibliografia

Appadurai A., *Modernity at large. Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, USA, 1996.

Appiah, K. A., *Cosmopolitanism: Ethics in a World of Strangers*, New York, Norton, 2006.

Caterina R., *Quando la musica emoziona*, in «Psicologia contemporanea», 2008, 209, pp. 16-20.

Chang J., *Across the Bridge*, in G. Pipitone (a cura di) *Bigger than hip hop*, Milano, Coox 18, 2006.

Dell'Agnese E., "Welcome to Tijuana": *popular music on the US-Mexico border*, in «Geopolitic», 20, 2015, pp. 171-192.

Disoteo M., Ritter B., Tasselli M.S., *Musiche, culture, identità*, Milano, FrancoAngeli, 2001.

Fredericks R., "The old man is dead": *hip hop the arts of citizenship of Senegalese youth*, in «Antipode», 46, 1, 2014, pp. 130-148.

Forman M., 'Represent': *race, space and place in rap music*, in «Popular Music», 19, 2000, pp. 65-90.

Hennig-Thurau T., Gwinner K.P., Walsh G., Gremler D.D., *Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what*

motivates consumers to articulate themselves on the internet?, in «Journal of Interactive Marketing», 18, 1, 2004, pp. 38-52.

Hess M., *Metal faces, rap masks: identity and resistance in hip hop's persona artist*, in «Popular Music and Society», 28, 3, 2005, pp. 297-311.

Hoyler M., Mager C., *Hip Hop ist im Haus: Cultural policy, community centres, and the making of hip hop music in Germany*, in «Built Environment», 31, 3, 2005, pp. 237-254.

Hudson R., *Region and place: Music, identity and place*, in «Progress in Human Geography», 30, 5, 2006, pp. 626-634.

Keyes C.L., *Rap Music and Street Consciousness*, Chicago, University of Illinois Press, 2010.

Krims A., *Rap Music and the Poetics of Identity*, Cambridge University Press, Cambridge, 2000, <http://catdir.loc.gov/catdir/samples/cam032/99036013.pdf>.

Kubrin C., *Gangstas, Thugs, and Hustlas: Identity and the Code of the Street in rap Music*, in «Social Problems», 2005, 52, 3, pp. 360-378.

Lang C., *The new global and urban order: legacies for the "Hip-Hop Generation"*, in «Race & Society», 3, 2000, pp. 111-142.

Motley C.M., Henderson G.R., *The global hip-hop Diaspora: Understanding the culture*, in «Journal of Business Research», 61, 2008, pp. 243-253.

Marconi L., *Musica Espressione Emozione*, Bologna, CLUEB, 2001.

Marino E., *Andarsene sognando. L'emigrazione nella canzone italiana*, Cosmo Iannone, Isernia, 2014.

Osumare H., *Beat streets in the global hood: connective marginalities of the hip hop globe*, in «Journal of American and Comparative Culture», 3, 2001, pp. 171-81.

Parker S., *Preface to a Debate on 'Street Music', Urban Ethnography and Ghettoized Communities*, in «International Journal of Urban and Regional Research», 2014, 38, 1, pp. 675-677.

Pipitone G., *Bigger than hip hop. Storie della nuova resistenza afroamericana*, Coox 18, Milano, 2006.

Pope H. L., *Protest into Pop: Hip-hop's devolution into mainstream pop music and the underground's resistance*, 13, paper 5, 2005, <http://preserve.lehigh.edu/cas-lehighreview-vol-13/5>.

Powell C.T., *Rap music: an education with a beat from the street*, in «Journal of Negro Education», 60, 3, 1991, pp. 245-259.

Revoll G., *Music and the politics of sound: nationalism, citizenship and auditory space*, in «Environment and Planning D: Society and Space», 18, 5, 2000, pp. 597-613.

Sayad A., *Colonialismo e migrações. Entrevista concedida a Federico Neiburg*, in *Mana Estudos de Antropologia Social*, 1996, 2, 1, 155-170. Traduzione di G. Avallone in Abdelmalek Sayad. *Per una teoria postcoloniale delle migrazioni*, Roma, Edizioni Il Carrubo, 2013.

Shabazz R., *Masculinity and the mic: confronting the uneven geography of hip-hop*, in «Gender, Place & Culture: A Journal of Feminist Geography», 21, 2014, pp. 370-386.

Smith C. H., *Method in the Madness: exploring the boundaries of identity in hip hop performativity*, in «Social Identities», 3, 3, 1997, pp. 345-374.

Stokes M., *Introduction*, in M. Stokes (a cura di), *Ethnicity, Identity, and Music: The Musical Construction of Place*, Oxford, Berg Publishers, 1994.

Tyson E. H., *The Rap-music Attitude and Perception (RAP) Scale: Preliminary analyses of psychometric properties*, in «Journal of Human Behavior in the Social Environment», 11, 3/4, 2005, pp. 59-82.

Tyson E. H., *Rap-Music Attitude and Perception Scale: A Validation*, in «Research on Social Work Practice», 16, 2, 2006., pp. 211-223.

Turino T., *Introduction. Why Music Matters*, in Turino T., *Music as Social Life: The Politics of Participation*, Chicago, University of Chicago Press, 2008.



- Turner T., *German Sports Shoes, Basketball, and Hip Hop: The Consumption and Cultural Significance of the adidas 'Superstar', 1966-1988*, in «Sport in History», 2015, 35, 1, pp. 127-155.
- Vallega A., *Parchi letterari e genius loci: teoria geografica e prassi territoriali*, in «Geotema», 2003, 20, pp. 25-42.
- Xie P.F., Osumare H., Ibrahim A., *Gazing the hood: Hip-Hop as tourism attraction*, in «Tourism Management», 28, 2, 2007, pp. 452-460.

Note

¹ La letteratura sia nazionale che straniera sulle relazioni tra la musica ed il territorio è vasta. Una lettura del territorio attraverso i paesaggi sonori e quindi il patrimonio culturale musicale si può ritrovare nel testo di Cortesi G., Bellini N., Isiz E., Lazzeroni M., *Il paesaggio sonoro e la valorizzazione culturale del territorio. Riflessioni a partire da un'indagine sui luoghi pucciniani*, 2010, Bologna, Pàtron Editore.

² Fedez, nome d'arte di Federico L. Lucia, è al momento uno

dei più affermati rapper italiani considerando il numero di visualizzazioni su You Tube (intervista a Fedez, il 13/3/2013 su Corriere della sera, www.video.corriere.it).

³ Il rap rappresentativo di una generazione globalizzata trova il suo carattere di successo e diffusione per mezzo dei *social network*, infatti è rilevante e nota l'importanza del web come strumento pubblicitario di protesta esso stesso e di strumentalizzazione. E questo succede, all'improvviso e al ritmo di migliaia di visualizzazioni, *like* e condivisioni sui *social*.

⁴ Il gioco di specchi dell'autoetnografia (descrivere se stessi agli occhi degli altri) presenta il vantaggio di essere un esercizio critico ma anche un modo per alimentare non volendo il medesimo *clichè*. Nello specifico usare la descrizione del disagio menzionando opposizioni binarie: noi/loro, Nord/Sud, etc., anche attraverso l'arte e la musica, rischia di essere un buon esempio di emancipazione ma allo stesso tempo riprodurre stereotipi che si vorrebbero superare (Marino, 2014).

⁵ Dal sito ufficiale di Amir Issaa (www.amirmusic.it).

⁶ Dal sito <http://music.fanpage.it/per-la-musica-gli-italiani-spendono-piu-del-resto-d-europa/>, accesso il 14/5/2015.