

Presi in trappola? Recensione di *Birds in the trap*
di Emanuele Belotti. Ed. Bordeaux (2021)

Stefano Pontiggia

«Gli adulti scandalizzati concentrano la loro avversione e denuncia sui simboli e sullo stile della trap, così come su un modo di raccontare la realtà certamente crudo, cinico e disimpegnato. Il mercato musicale invece è intento a vampirizzare una schiera di ragazzini che mette a nudo senza filtri nei propri testi ansie, fragilità e senso di smarrimento in modi a volte poetici, a volte ingenui, a volte idioti e sbruffoni».

Nel 2020, Fulvia Antonelli chiudeva con queste parole un articolo dedicato alla trap e soprattutto ai giovani artisti che, come Side Baby, Ketama 126 o Sfera Ebbasta, sono tra i portavoce italiani più noti di questa derivazione del *southern rap* nato nei quartieri più impoveriti di Atlanta, Miami e altre grandi metropoli del sud degli Stati Uniti¹. Nel suo contributo, Antonelli si concentra molto sulla poetica della trap italiana e racconta il disagio e la voglia di successo contenuti nei testi degli artisti sopra citati, ma conclude con una apertura sui processi di produzione che idealmente si collega al testo *Birds in the trap* di Emanuele Bellotti.

Il breve testo, edito nel 2021 per la casa editrice Bordeaux, è lo sviluppo di una lezione patrocinata dal Museo delle Periferie di Roma, progetto di Roma capitale che si prefigge l'obiettivo di aprire spazi di confronto e dibattito sul tema delle periferie e delle dinamiche che, a livello globale, vi si possono rintracciare. L'analisi di Belotti è di stampo marcatamente marxista e si occupa di individuare delle linee di tendenza nel processo di produzione culturale che, se forse non possiamo considerare appannaggio della sola trap, sicuramente aiutano a cogliere i legami tra questo genere musicale, la musica rap da cui deriva e l'industria culturale.

La prima sezione del testo ripercorre rapidamente la storia dell'approdo del rap in Italia. Belotti descrive lo sviluppo delle prime *posse*, il suo saldarsi con istanze contestatarie espresse da una componente della società italiana di giovane età e di estrazione sociale medio-bassa, il suo trasformarsi da

¹ F. Antonelli, «La Trap, gli adolescenti e gli adulti», *Gli asini*, 18/3/2020. <https://gliasinirivista.org/la-trap-gli-adolescenti-e-gli-adulti/>.

fenomeno di nicchia (tra la fine degli anni '80 e gli anni '90) a prodotto culturale mainstream grazie all'avvento di una nuova generazione di rapper (Fabri Fibra, Club Dogo e Inoki tra gli altri) e la definitiva esplosione del genere a cavallo degli anni '10. È a partire dagli anni Duemila che Belotti individua l'inizio di un'evoluzione del rap (e della cultura hip hop in generale) che avrebbe portato questo genere musicale a essere «fattore chiave per la ristrutturazione dell'industria discografica» (pag. 29). E proprio il legame tra la scena trap e le dinamiche dell'industria culturale è al centro delle riflessioni di Belotti.

La sua posizione poggia su tre assunti di base, due dei quali esposti con maggior dovizia di particolari. Il primo pilastro della sua argomentazione traccia un parallelo tra l'esplosione del rap e della trap e una generale ristrutturazione dell'industria discografica che ha portato a una sussunzione degli artisti nelle dinamiche capitaliste del lavoro immateriale tramite una socializzazione verso il basso dei costi (e dei rischi) di produzione. Il secondo assunto è che questa dinamica è stata resa possibile dallo sviluppo di Internet, che ha modificato il ruolo delle etichette indipendenti rendendole poco più che una "cerniera di trasmissione" tra l'industria mainstream e degli artisti già in grado di produrre musica in autonomia. Il terzo perno di questa riflessione, meno sviluppato degli altri, si concentra sulla proposta musicale in sé e sulla sua capacità di dar voce a un segmento sociale, quello dei NEET (*Neither in Education Nor in Employment or Training*), escluso dai processi di inserimento nel mercato del lavoro e privo non solo delle risorse materiali, ma anche della possibilità di un più generale miglioramento della propria condizione sociale.

La prima argomentazione di Belotti prende spunto dalla crisi dell'industria musicale, apertasi negli anni Duemila grazie all'avvento di piattaforme di condivisione e download di contenuti digitali (*Napster in primis*). Le grandi etichette, dice Belotti, persero la guida nella distribuzione dei contenuti a vantaggio delle piattaforme digitali e si riconvertirono in aziende erogatrici di servizi puntando su pochi grandi nomi e rinunciando alla loro storica funzione di ricerca e sviluppo. Questo avvenne in parallelo all'emersione del rap italiano, che, con la sua organizzazione in *crew*, era già strutturato per sopperire alle mancanze delle grandi etichette sul piano produttivo. Inoltre, la diffusione di diversi software per la produzione musicale ha ampliato le

possibilità di creare musica da casa con costi contenuti (pag. 41). In una situazione in cui le grandi etichette non investono più sulla produzione né sulla ricerca e sviluppo, trovando al contempo nel rap e nella trap un'architettura produttiva in grado di realizzare musica in maniera quasi totalmente indipendente, l'inserimento degli artisti nel circuito musicale è avvenuto per sussunzione. Le major, afferma Belotti, sembrano quasi godere della rendita di uno sforzo produttivo al quale non hanno partecipato.

L'argomentazione è stimolante e solida, ma forse funziona al suo meglio se ci si limita alla situazione italiana e a quella della musica rap nel nostro Paese. Se si guarda all'estero, ad altri generi musicali e ad altri periodi storici, possiamo vedere che il rapporto tra major, artisti e industria culturale è molto complesso e vive di situazioni a volte contraddittorie. Guardando al fenomeno del punk e delle varie "generazioni" di artisti che si sono succedute, infatti, notiamo, da un lato, l'esperienza quasi "anarchica", nella sua indipendenza, dell'etichetta Epitaph Records, fondata nel 1980 da un giovanissimo Brett Gurewitz (chitarrista dei Bad Religion) e assurta nel tempo a vera e propria potenza nel campo del punk e dell'hardcore. All'altro lato dello spettro, abbiamo un processo di sussunzione produttiva e di vera e propria "creazione" di un fenomeno nella storia dei Sex Pistols, che prendono il nome dal negozio di anti-moda "SEX" gestito da Vivianne Westwood, il cui marito, Malcolm McLaren, già manager dei New York Dolls, aveva imposto l'ingresso di Johnny Rotten nella band. Questi esempi mostrano che le relazioni tra industria discografica e artisti è molto complessa e va analizzata nelle specifiche e concrete dinamiche osservabili sul terreno. L'ipotesi di un processo di sussunzione nell'industria, inoltre, corre forse il rischio di offuscare l'agency dei protagonisti, cioè degli stessi artisti, i quali a loro volta "sfruttano" le dinamiche del mercato nel tentativo di emergere.

Sicuramente rilevante è anche il secondo pilastro argomentativo del ragionamento di Belotti. Il ruolo delle etichette indipendenti, un tempo agenzie alla scoperta di nuovi talenti, si è ora riconvertito in quello di cerniera tra le major e un gruppo sempre più nutrito di giovani artisti che seguono altri percorsi per lanciare la propria carriera. Internet, dice l'autore, non ha infatti semplicemente provocato una ristrutturazione dell'industria culturale, ma ha anche funzionato da *medium* capace di creare un legame diretto e sempre più stretto tra artista e *fan base*. Il pubblico, grazie alle

piattaforme online, è sempre più protagonista grazie non solo alla possibilità di diffondere e condividere musica, ma anche di produrre contenuti tramite blog, siti internet e *reaction video* su YouTube. La capacità di autoproduzione dei gruppi e degli artisti, quindi, risiede anche in un lavoro di diffusione orizzontale della proposta musicale che viene intercettato dalle etichette indipendenti solo quando questa proposta ha già iniziato a circolare. Le indipendenti, di conseguenza, “puntano sul sicuro” investendo su quegli artisti già relativamente affermati, i quali possono poi essere messi sotto contratto da una major (un caso forse esemplare è la parabola di Ghali). Questa capacità di allargare, rafforzare e “istituzionalizzare” un rapporto diretto con una base di fan che va oltre la dimensione locale è probabilmente la maggior differenza rispetto a quando, poco più di vent’anni fa, chi scrive questa recensione faceva musica. Arrivando da un piccolo centro nella provincia di Como, l’idea di poter suonare un giorno a Milano sembrava già un grosso passo avanti nella storia della mia band.

Il terzo elemento portante dell’argomentazione di Belotti si concentra sugli artisti, sulla loro collocazione di classe e sulle aspirazioni che la loro musica esprime. Belotti afferma che il pubblico che ascolta la trap è, in maggioranza, parte dello stesso segmento sociale di chi quella musica produce. Dati alla mano, emerge come il pubblico della trap coincida “con una quota di popolazione caratterizzata da percentuali più elevate di individui in condizione di disoccupazione ed esclusione dai circuiti di istruzione e formazione professionale” (pag. 57). Si tratta dei cosiddetti NEET, persone che non studiano, non hanno un impiego e non stanno svolgendo una formazione al lavoro, ma che, proprio per questo motivo, hanno tempo per produrre, ascoltare e condividere musica. Emerge dai loro testi quella che può essere definita una tendenza “prepolitica”, che passa attraverso la rabbia e la disillusione che la loro condizione provoca. Belotti afferma che è questa manodopera “cognitiva”, disponibile a costi ridotti, a venire sussunta dall’industria musicale che ne estrae valore; tuttavia, questo processo si basa su una proposta musicale che descrive l’esito del processo di pauperizzazione che l’ha portata, paradossalmente, a partecipare dell’industria culturale. Il ragionamento è molto stimolante e apre la porta a un’analisi del fenomeno trap che vada oltre il giudizio di valore sull’ostentazione di ricchezza dei video e dei testi musicali e il

perenne riemergere di un panico morale verso quella che viene definita come una nuova classe pericolosa.

Il testo si conclude con una proposta di ricerca basata su tre principali assi di indagine: la relazione tra produzione musicale e sviluppo dell'economia di Internet; la relazione tra hip hop e processi innovativi alla base dell'intreccio tra intrattenimento e tecnologia; e la complessa dinamica di autoproduzione e sussunzione nell'industria musicale che Belotti vede al cuore della scena rap e trap italiana. Sono sicuramente dei percorsi di ricerca affascinanti e centrati, che, se sostenuti anche da un solido lavoro etnografico, potrebbero essere in grado di approfondire la conoscenza di quella vasta gamma di lavoratori cognitivi che spesso tendiamo a rappresentare come un gruppo sin troppo omogeneo e compatto in termini sociali e di classe.

Stefano Pontiggia è antropologo sociale specializzato in antropologia politica e dello Stato. Autore del libro *Revolutionary Tunisia: Inequality, Marginality, and Power*, ha pubblicato in tre lingue libri, articoli scientifici e capitoli in volumi collettanei. Attualmente è assegnista di ricerca in antropologia presso il Dipartimento di Architettura e Studi Urbani, Politecnico di Milano. stefano.pontiggia@polimi.it