

LA VALLE DELL'EDEN

SEMESTRALE DI CINEMA E AUDIOVISIVI

n. 35
2019

Direttore responsabile

Grazia Paganelli (Museo Nazionale del Cinema).

Direttori

Giaime Alonge (Università di Torino), Giulia Carluccio (Università di Torino), Luca Malavasi (Università di Genova), Federica Villa (Università di Pavia).

Comitato scientifico

Paolo Bertetto (Università di Roma La Sapienza), Francesco Casetti (Yale University), Richard Dyer (King's College London), Ruggero Eugeni (Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano), Tom Gunning (University of Chicago), Giacomo Manzoli (Università di Bologna), Enrico Menduni (Università di Roma 3), Catherine O'Rawe (University of Bristol), Peppino Ortoleva (Università di Torino), Guglielmo Pescatore (Università di Bologna), Francesco Pitassio (Università di Udine), Jacqueline Reich (Fordham University), Rosa Maria Salvatore (Università di Padova), Antonio Somaini (Université Sorbonne Nouvelle Paris III), Pierre Sorlin (Université Sorbonne Nouvelle Paris III), Veronica Pravadelli (Università di Roma 3).

Comitato direttivo

Silvio Alovisio (Università di Torino), Alessandro Amaducci (Università di Torino), Luca Barra, (Università di Bologna), Claudio Bisoni (Università di Bologna), Gabriele D'Autilia (Università di Teramo), Raffaele De Berti (Università di Milano), Ilaria De Pascalis (Università di Bologna), Damiano Garofalo (Università di Roma La Sapienza), Michele Guerra (Università di Parma), Ilario Meandri (Università di Torino), Andrea Minuz (Università di Roma La Sapienza), Emiliano Morreale (Università di Roma La Sapienza), Mariapaola Pierini (Università di Torino), Franco Prono (Università di Torino), Chiara Simonigh (Università di Torino), Andrea Valle (Università di Torino).

Redazione

Teresa Biondi (Università di Torino), Lorenzo Donghi (Università di Pavia), Riccardo Fassone (Università di Torino), Giuliana Galvagno (Università di Torino), Ismaela Goss (Università di Genova), Andrea Mattacheo (Università di Torino), Matteo Pollone (Università di Torino), Gabriele Rigola (Università di Torino), Hamilton Santì (Università di Torino), Bruno Surace (Università di Torino), Jacopo Tomatis (Università di Torino), Sara Tongiani (Università di Genova), Deborah Toschi (Università di Pavia).

Coordinamento redazione

Cristina Colet (Università di Torino), Giulia Muggeo (Università di Torino).

Stampato con il contributo di

Dipartimento di Studi Umanistici, Università degli Studi di Pavia – Fondi Dipartimenti di Eccellenza 2018-2022, Università degli Studi di Torino.

In copertina

Heather Dewey-Hagborg, *Stranger Visions*, allestimento presso il Saint-Gaudens National Historic Site (Cornish, New Hampshire), 6 settembre 2014

In quarta di copertina

Server room (immagine tratta da <https://www.partech.it>)

La Valle dell'Eden

Semestrale di cinema e audiovisivi

© 2019, Scalpendi editore, Milano

ISBN: 978-88-32203-33-2

ISSN: 1970-6391

Progetto grafico e copertina

© Solchi graphic design, Milano

Montaggio e post produzione

Roberta Russo

Alberto Messina

Caporedattore

Simone Amerigo

Redazione

Manuela Beretta

Adam Ferrari

Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo elettronico, meccanico o altro senza l'autorizzazione scritta dei proprietari dei diritti e dell'editore. Tutti i diritti riservati. L'editore è a disposizione per eventuali diritti non riconosciuti

Prima edizione: dicembre 2019

Finito di stampare nel mese di dicembre 2019 a cura di

Scalpendi editore S.r.l.

Printed in Italy

Scalpendi editore S.r.l.

Sede legale:

Piazza Antonio Gramsci, 8

20154 Milano

www.scalpendieditore.eu

info@scalpendieditore.eu

Registrazione presso il Tribunale di Torino

n. 5179 del 04/08/1998

SOMMARIO

Nota introduttiva: il Sé permeabile <i>Federica Villa</i>	7
Data Selves: More-than-Human Perspectives. Introduction <i>Deborah Lupton</i>	11
Datafied Self: identità, rappresentazione, cura nell'era dei Big Data. Coordinate del dibattito <i>Deborah Toschi</i>	27
Embodied avatar. Autorappresentazione e incorporazione nella realtà virtuale dal VR cinema al VR arcade <i>Adriano D'Aloia</i>	37
Dare un volto al codice. Il "ritratto" fenotipico <i>Lorenzo Donghi</i>	47
La dimensione perturbante del <i>quantified self</i> . L'incorporazione del digitale, tra <i>biohacking</i> e <i>Black Mirror</i> <i>Nicola Martellozzo</i>	57
Intimità sociali: diari, narrazioni e strategie di autorappresentazione digitale <i>Laura Busetta</i>	65
Pregnancy time-lapse e performance del sé su YouTube <i>Francesco Toniolo</i>	75
Scontro di civiltà, scontro di selfie. Identità fondamentalista e condizione postmoderna nella dimensione performativa dei social <i>Dario Tomasello</i>	83
«Non sono stato me stesso mai»: rappresentazione, autenticità e racconto del sé nelle digital identities dei trap boys italiani <i>Gabriele Marino, Jacopo Tomatis</i>	93
Dell'impossibile io. Nuove tecnologie del Sé in Motus, MDLSX <i>Giada Cipollone</i>	103
Building App Gender. Queering the Self through New-Media Technologies <i>Martina Panelli</i>	111
Correspondence: Lee Ming-Yu/Laura Rascaroli <i>Lee Ming-Yu, Laura Rascaroli</i>	123
Abstracts	132

Gabriele Marino, Jacopo Tomatis

1. Introduzione: trap italiana e dimensione self-mediale¹

Declinato in seno allo studio della popular music contemporanea, il tema della dimensione self-mediale² sembra configurarsi come fertile punto di partenza per problematizzare alcuni paradigmi dati per assodati e riflettere, quindi, sulle modalità con cui le tecnologie influiscono sulla fruizione e sulla valutazione della musica, andando oltre le ovvie considerazioni sul cambiamento di medium e sulla digitalizzazione delle pratiche di produzione e ricezione. Il caso della trap italiana è particolarmente significativo rispetto a questo mutamento in atto.

Nel divismo dei *trap boys*, nuove «icone pop»³ per molti adolescenti italiani⁴, è proprio la costruzione di *self-narratives* sulle piattaforme social a rappresentare l'elemento di maggiore novità, insieme caratterizzante e problematico: caratterizzante perché appare ubiqua la dimensione della narrazione del sé, in un *hic et nunc* costantemente raccontato e mostrato, e che è sempre in prima persona, reso attraverso la soggettiva rovesciata dell'auto-inquadratura (fig. 1); problematico soprattutto in relazione al fatto che molte di queste *digital identities* prevedono la rappresentazione di stili di vita definiti e stigmatizzati, di volta in volta, come “pericolosi”, “antisociali”, “materialisti”, “sessisti”.

Il presente articolo si propone come studio preliminare di un genere musicale ancora ampiamente sottoindagato, ma che si è già imposto come centrale nel panorama mediale

1 Il contributo è stato concepito e redatto in stretta collaborazione tra i due autori; ai fini di una attribuzione formale delle singole parti, si considerino scritti da Gabriele Marino i paragrafi 1, 4 e 5 e da Jacopo Tomatis i paragrafi 2 e 3. Gli URL citati sono stati accorciati ricorrendo al servizio “Bit.ly”. Si consideri come data ultima di consultazione di tutti i materiali online il 31 agosto 2019.

2 Termine con cui si intende l'auto-rappresentazione del sé attraverso i media o, meglio, i media in quanto auto-rappresentazione del sé e tematizzazione, messa in scena esplicita di tale rappresentazione. La prima definizione di «self-media» si deve al pedagogista canadese Jean Cloutier (J. Cloutier, *L'ère d'Émeréc ou La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self media*, Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal 1973) e indica dei media individuali, opposti a quelli di massa, e “fai-da-te” – macchina fotografica, videocamera, registratore a nastro, videoregistratore, fotocopiatrice – tali per cui l'individuo diventa un nuovo soggetto della comunicazione, contemporaneamente un ricevitore e un emettitore di messaggi. Il “futurologo” statunitense Alvin Toffler (A. Toffler, *The Third Wave*, William Morrow and Company, New York 1980) non impiega espressamente il termine «self-media», ma parla di media auto-riflessivi che consentono all'individuo di diventare un «prosumer», ossia «people consuming what they themselves produced».

3 L. Spaziantè, *Icone pop. Identità e apparenze tra semiotica e musica*, Bruno Mondadori, Milano 2016.

4 Cfr. il finora unico studio pubblicato di matrice sociologica sul fenomeno: U. Pagano, B. Servino, *Inside the Trap. IncurSIONe sociologica nel mondo “trap”*, Youcanprint, Lecce 2019. Interessante anche il racconto in prima persona – a cavallo tra cronaca giornalistica, critica culturale e auto-fiction – di I. Carozzi, *L'età della tigre*, il Saggiatore, Milano 2019, che si concentra sulle figure di Sfera Ebbasta, Ghali e Side della Dark Polo Gang (cfr. *infra*).



1. Immagine tratta da E. Alovisi, *Le migliori Instagram Stories dei rapper italiani a tema marijuana*, “Vice”, 20 aprile 2018, <http://bit.ly/2HO3p1Y>

dell’Italia di oggi. Dopo un tentativo di prima storicizzazione delle convenzioni di genere⁵ e di filogenia del concetto di “trap” nel nostro Paese (paragrafo 2), si metterà in luce la natura cross e transmediale⁶ di questa forma musicale (paragrafo 3), evidenziandone, in relazione al concetto di self-medialità, la dialettica tra “autentico” e “inautentico” con particolare riferimento alla messa in scena del sé dei *trap boys* italiani, sia attraverso le canzoni, sia attraverso i social media (paragrafi 4-5).

2. «Hai sentito parlarne nella tua città»⁷: convenzioni di genere e filogenia minima della trap italiana

Il termine “trap” (perlopiù al femminile: *la trap*⁸) è entrato nell’uso comune in Italia in associazione ad alcuni giovani rapper (nati perlopiù tra il 1992 e il 1994⁹) emersi a partire dal 2014-2015 e ai contenuti trasgressivi e devianti che essi veicolerebbero e promuovereb-

5 Cfr. F. Fabbri, *How Genres Are Born, Change, Die: Conventions, Communities and Diachronic Processes*, in *Critical Musicological Reflections: Essays in Honour of Derek B. Scott*, a cura di S. Hawkins, Ashgate, Franham 2012 pp. 179-191.

6 Il primo termine indica la diffusione di uno stesso contenuto attraverso diversi canali; il secondo, invece, un tipo di narrazione “mosaicale”, in cui le diverse tessere del racconto vengono affidate, in momenti differenti, a canali diversi; cfr. D. Davidson *et al.*, *Cross-Media Communications: An Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences*, ETC Press, Pittsburgh 2010.

7 Sfera Ebbasta, *Tran tran*, 2018.

8 Per questioni squisitamente eufoniche, privilegiando, quindi, l’ellissi di “musica”, piuttosto che di “genere”.

9 Arrivando, da un lato, anche al 1990 del romano Achille Lauro e, dall’altro, anche al 1998 della torinese Chadia Rodriguez e al 1999 del cesenate Young Signorino (cfr. *infra*).

bero, soprattutto in relazione a un clima da “panico morale” che sembra seguire piuttosto fedelmente, anche sotto un profilo strettamente semantico e lessicale, i percorsi di ricezione e mediazione “apocalittica”, in senso classicamente echiano¹⁰, che la letteratura sociologica ha già documentato per altre mode musicali del passato¹¹. Per riassumerla, ricorrendo alla semplicità definitoria di Wikipedia: «La musica trap è caratterizzata da testi cupi e minacciosi [...]. I temi tipici rappresentati nei testi sono la vita di strada tra criminalità e disagio, la povertà, la violenza, lo spaccio di sostanze stupefacenti, e le dure esperienze che l'artista ha affrontato nei dintorni della sua città»¹².

Anche l'etimologia del termine è ricondotta a un'idea di marginalità e pericolo: «La parola “trap” deriva da trap house, appartamenti abbandonati [...] dove gli spacciatori americani preparano e spacciano sostanze stupefacenti»¹³. La “trappola” del luogo malfamato – in cui, in certi contesti, sarebbe impossibile non incappare – rappresenta il “totem” del genere musicale che ne riassume vicende e articolazioni, specificando e connotando un'etichetta non trasparente rispetto al suo contenuto¹⁴.

In realtà, il termine “trap” si comincia a diffondere in Italia all'inizio degli anni dieci del nostro secolo, nelle comunità di appassionati di elettronica, con tutt'altra connotazione: le prime attestazioni, infatti, descrivono la trap in termini stilistici come «un nuovo connubio tra hip hop ed EDM», citando tra i primi musicisti italiani a interessarsene alcuni giovani produttori (*producers*), più che rapper¹⁵. La trap è, in questa fase, «la nuova linfa del clubbing alternativo», «l'ultimo grido del beatmaking orientato al club», il «nuovo dubstep»¹⁶; dunque, sostanzialmente, un nuovo sottogenere nella *genrefication*¹⁷ – la proliferazione di denominazioni in forma di varianti e neologismi – tipica della EDM (Electronic Dance Music)¹⁸.

È all'incirca dal 2014-2015 che si può datare lo spostamento di significato (perché di referente: una musica essenzialmente strumentale prima, generalmente rappata poi), in particolare con i primi riscontri ottenuti dai video di quelli che sono oggi i principali esponenti della trap italiana; nel novembre del 2015 il blog *Dance Like Shaquille O'Neill* propone

10 U. Eco, *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano 1964.

11 Sul concetto di “panico morale”, cfr. S. Cohen, *Folk Devils and Moral Panics. The Creation of the Mods and Rockers*, Routledge, London-New York 2002 [1972]. Per una prima prospettiva sulla ricezione della trap e relativo panico morale: Jacopo Tomatis, *Storia culturale della canzone italiana*, il Saggiatore, Milano 2019, pp. 601-606.

12 *Differenze tra le versioni di “Trap (genere musicale)”* in “Wikipedia”, <https://bit.ly/2JQiQJn>.

13 *Ibidem*.

14 Cfr. G. Marino, *I Can e l'ornitorinco. I generi musicali tra semantica lessicale e teoria pragmatica*, “Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio”, 1, 11, 2017, pp. 120-151.

15 *Che cos'è la Trap Music?!*, “Hano”, 15 novembre 2012, <https://bit.ly/2Mm8N0H>.

16 C. Affatigato, *Trap music: la nuova linfa del clubbing alternativo*, “Soundwall”, 26 febbraio 2013, <https://bit.ly/314Z3uS>.

17 Marino, *I Can e l'ornitorinco*, cit. (vedi nota 14).

18 La storia della trap nel suo costituirsi come genere è più lunga, ricca e complessa di come qui abbozzato e include, tra la fine degli anni novanta e i primi anni duemila, tappe di derivazione stilistica a partire da forme pre-esistenti (*southern hip hop*, *crunk*, *chopped & screwed*) piuttosto tipiche nella filogenia dei generi popular. Per un primo tentativo di ricapitolazione, orientato peraltro al caso italiano: L. Roncoroni, *Trap*, in Id. *Hip Pop. Metamorfosi e successo di beat e rime*, Arcana, Roma 2018, pp. 151-174, 208-210.

l'etichetta «PTI», ossia «Post Trap Italiana»¹⁹, per indicare quella che oggi viene detta semplicemente “trap”: Ghali (Ghali Amdouni), Tedua (Mario Molinari), Izi (Diego Germini), Sfera Ebbasta (Gionata Boschetti), Achille Lauro (Lauro De Marinis), Dark Polo Gang²⁰. In questa fase, il termine allude a elementi stilistici non del tutto sovrapponibili a quelli precedentemente giudicati come caratterizzanti: l'ispirazione americana (Young Thug, Migos, Gucci Mane e altri) e quella francese, per l'uso dell'auto-tune; il rallentamento delle basi e una “attitudine” più elettronica rispetto al rap classico²¹; una vena melodica, più cantata, rispetto all'hip hop; in alcuni casi, un rimando a generi dance di area caraibica, come *reguetón* o *dancehall*, tanto nei suoni elettronici, quanto nella vocalità dei performer.

Lo spostamento di significato coincide con la diffusione delle connotazioni “pericolose” associate al termine: al momento della sua creazione (8 luglio 2013), infatti, la voce di Wikipedia sopra citata si limita a descrivere il genere in termini stilistici, mentre la sottolineatura dell'etimo “narcotico” compare a partire da un aggiornamento dell'agosto 2015²². È questa una cronologia compatibile, per esempio, con la diffusione dei primi video ufficiali di Sfera Ebbasta realizzati assieme al produttore Charlie Charles (Paolo Alberto Monachetti)²³: quello per il brano *XDVR*, il cui testo contiene riferimenti a droga, spaccio e simili, viene pubblicato su YouTube il 20 novembre 2014 (l'album esce l'11 giugno 2015). L'incidenza dei discorsi da “panico morale” associati alla trap cresce in maniera parallela alla fama dei *trap boys*.

Con il definitivo ingresso nel mainstream di molti di questi musicisti, tra l'autunno del 2016 e il 2018, “trap” perde le connotazioni stilistiche originarie e diviene, per molti versi, un termine-ombrello con cui definire fatti musicali assai diversi tra loro, accomunati più che da un'estetica musicale (un sound o un assetto produttivo) da un'estetica in senso lato. Nel 2019, cioè, è “trap” non più e non tanto una figurazione “terzinata” di drum machine sullo *hi-hat*, un rullante *ragga*, un basso “gommoso” o una linea di synth “unta”²⁴; “trap” è, piuttosto, una parola alla moda e di comodo utilizzabile per indicare *diverse cose* (e per reclamizzare *cose diverse*, dalle bibite al vestiario), secondo uno schema già riscontrato per altre etichette di genere del passato²⁵. Essa veicola un certo tipo di immagine, appari-

19 S. Mazzilli, T. Naccari, *PTI / Post Trap Italiana*, “Dance Like Shaquille O'Neil”, 1 dicembre 2015, <https://bit.ly/2WiHoBw>.

20 Composta da Tony Effe (Nicolò Rapisarda), Wayne (Umberto Violo), Pyrex (Dylan Thomas Cerulli) e Side (Arturo Bruni; ritiratosi dal collettivo nel maggio del 2018), con il produttore di fiducia Sick Luke (Luca Barker) nelle vesti di “membro esterno”.

21 M. Masciopinto, *Sfera Ebbasta & Charlie Charles, il nuovo fenomeno rap pubblica l'album “XDVR”*, “Il giornale di Puglia”, 8 settembre 2015, <https://bit.ly/2ENItGH>.

22 *Differenze tra le versioni di “Trap (genere musicale)”* in “Wikipedia”, <https://bit.ly/2JQiQJn>.

23 Una delle peculiarità della trap italiana è l'enfasi sulla figura del *producer*, ossia chi materialmente realizza la base musicale.

24 Sono queste alcune delle *visual-verbal associations* – il riferimento è alla terminologia del musicologo Philip Tagg – all'epoca più comunemente impiegate per descrivere il *sound* della “virale” *Harlem Shake* (2012) di Baauer (Harry Bauer Rodrigues), uno dei primissimi brani trap, ancora strumentale, a raggiungere un pubblico di massa; cfr. G. Marino, *Keep calm and Do the Harlem Shake: meme, Internet meme e meme musicali*, in *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*, a cura di I. Pezzini, L. Spaziante, ETS, Pisa 2014, pp. 85-105.

25 Per esempio, “beat” negli anni sessanta: si veda J. Tomatis, *Storia culturale della canzone italiana*, il Saggiatore, Milano 2019, pp. 309-310.

scente e sopra le righe, fatta di tatuaggi in bella vista (generalmente giudicati invasivi, se non socialmente invalidanti; per esempio, sul volto), capelli tinti e capi sportivi dai colori sgargianti, collane e *grillz* (protesi rimovibili in oro che coprono la dentatura). Un'immagine che fa da eco a un immaginario soggiacente e che si vuole "trasgressivo" e, appunto, "pericoloso", e che viene affidato, essenzialmente, alle liriche dei brani e ai video (medium che, rappresentando *de facto* la via privilegiata di accesso – cronologico, dato che i brani hanno come prima sede di pubblicazione YouTube, e pragmatico – alla musica, appare oggi insensato considerare come elemento paramusicale) e a tutti quegli elementi metatestuali che contribuiscono oggi a delineare il «racconto mediale della music pop»²⁶: dichiarazioni pubbliche, interviste e, soprattutto, video in diretta, vere e proprie "apostrofi medialità 2.0" rivolte al pubblico attraverso i social network.

3. «Rumore per smartphone» (e canzoni per Instagram): la trap come musica cross e transmediale

In un articolo del 2017, uno dei molti critici "apocalittici" della trap derubricava sarcasticamente la nuova musica a «rumore per smartphone»²⁷, mostrando – paradossalmente – di avere ben compreso il mutamento mediale in atto. È proprio in relazione alla diffusione capillare del medium-smartphone dotato di connessione a Internet (con lo streaming facilitato e incoraggiato da promozioni, giga illimitati ecc.) e al suo ingresso nel quotidiano per buona parte della popolazione (in parallelo al declino, di lungo corso, del formato disco) che va contestualizzato il successo della trap italiana. Spotify diviene accessibile in Italia nel febbraio del 2013 e dal 7 luglio 2017 la classifica FIMI (Federazione Industriale Musica Italiana) incorpora i dati relativi allo streaming²⁸. Nell'autunno del 2016 si colloca la definitiva affermazione di Ghali, che con *Ninna nanna* è il primo musicista italiano a raggiungere un milione di ascolti su Spotify in appena cinque giorni²⁹ (a cui vanno aggiunti quelli su YouTube: al momento in cui scriviamo – agosto 2019 – hanno superato i 95 milioni). A inizio 2018 Sfera Ebbasta è il primo musicista italiano a entrare nella Top 100 mondiale di Spotify³⁰ e le undici canzoni del suo album *Rockstar* compaiono, a sole ventiquattr'ore dall'uscita (19 gennaio), alle prime undici posizioni della classifica dei brani più ascoltati in Italia: sarà l'album più venduto dell'anno.

26 G. Sibilla, *I linguaggi della musica pop*, Bompiani, Milano 2003.

27 M. Monina, *La trap non è musica: è rumore per smartphone, dalla Dark Polo Gang in poi*, "Linkiesta", 2 ottobre 2017, <https://bit.ly/2Kl6N6a>.

28 Sito FIMI, 3 luglio 2017, <https://bit.ly/2Ie3oU7>. La classifica aggrega, secondo diversi parametri e coefficienti, i dati relativi alle vendite fisiche con i download legali e gli streaming; dal 2018 vengono conteggiati solo gli streaming Premium (6 aprile 2018, <https://bit.ly/2W8sPLF>).

29 *Chi è Ghali, rapper da milioni di views su Youtube, primo in classifica con "Ninna Nanna"*, "Fanpage.it", 23 ottobre 2016, <https://bit.ly/2Mp75SwA>.

30 *Che vi piaccia o meno, Sfera Ebbasta è il primo italiano nella Top 100 di Spotify*, "Rolling Stone", 23 gennaio 2018, <https://bit.ly/2WlHzfl>.

Nella storia della popular music i limiti del medium e le sue peculiarità tecniche – le sue *affordances*, in senso echiano³¹ – hanno sempre avuto un impatto sulla produzione musicale, né lo smartphone si sottrae a questa logica. Le scelte sonore della trap si possono senz'altro spiegare anche in relazione alle modalità di fruizione di buona parte dei suoi ascoltatori. La strategia di molte produzioni – per esempio, quelle di Charlie Charles, il più influente produttore in questa ondata di trap italiana – risponde a criteri di “fonogenicità” rispetto agli strumenti *mobile*, tanto per l'ascolto in cuffia (e con cuffie che esaltano le basse frequenze, come è tipico di molti prodotti oggi in commercio), quanto per una resa ottimale su altoparlanti incorporati e casse USB portatili (un elemento che accomuna la trap a molta EDM contemporanea). In tale direzione vanno, per esempio, la compressione estrema del suono, con la conseguente riduzione al minimo della dinamica, e la ricerca di una *loudness* elevata³² (l'impressione dei brani trap è che “suonino forte”); oppure, l'organizzazione razionale e minimale del «ripieno armonico»³³: il *groove* è perlopiù in carico all'incastro tra *kick drum* e basso synth (all'estremo inferiore della frequenza) e alla caratteristica figurazione “terzinata” dello *hi-hat*, vera marca stilistica della “prima” trap (a quella superiore). Ciò permette di lasciare libero lo spazio “centrale”, quello delle frequenze medie, che raramente sono occupate da accordi e assai più spesso da sequenze di *synth*, sample “stirati” ed effetti di vario tipo (che ricordano certe timbriche o certi *licks* da videogioco), e – soprattutto – dalla voce, anch'essa compressa, trattata con l'auto-tune e missata in primissimo piano³⁴.

Lo smartphone tuttavia, in quanto memoria e, più in generale, dispositivo McLuhanianamente protesico, vero correlativo – nel suo incarnare in maniera esemplare lo *shift* tra «mass e self media»³⁵ – della «rimediazione»³⁶ trasparente, della «convergenza»³⁷, della «condizione post-mediale»³⁸, riguarda in maniera più profonda l'«esistenza» stessa di questa musica. Non dovrebbe sfuggire come il boom dello streaming via smartphone coincida con l'affermazione di Instagram come social network prediletto dagli adolescenti italiani, e in particolare con lo sviluppo dello strumento delle *Stories*, lanciate nell'agosto del 2016 e che, dal novembre dello stesso anno, permettono il *live broadcast* di contenuti, completando di fatto la trasformazione del social da piattaforma *visuale* ad *audiovisiva*.

31 Termine introdotto dallo psicologo della percezione statunitense James J. Gibson (J. J. Gibson, *The Ecological Approach to Visual Perception*, Houghton Mifflin, Boston 1979) per indicare le caratteristiche che un determinato oggetto, esperienza o ambiente offre al suo potenziale utente per poter essere utilizzato ed esperito. Umberto Eco (U. Eco, *Kant e l'ornitorinco*, Bompiani, Milano 1997) riprende tale nozione sovrappoendola a quella di «pertinenza» proposta da Luis Jorge Prieto e, quindi, culturalizzandola, semiotizzandola.

32 Per una prospettiva storica su *loudness* e compressione: G. Milner, *Alla ricerca del suono perfetto. Una storia della musica registrata*, il Saggiatore, Milano 2017.

33 Cfr. A. Moore, *Come si ascolta la popular music*, in *Enciclopedia della musica*, IV, a cura di J.-J. Nattiez, Einaudi-Il Sole 24 Ore, Torino 2006, pp. 701-718.

34 Queste considerazioni di ordine tecnico meritano certamente un approfondimento maggiore, che riserviamo a un futuro lavoro.

35 Cloutier, *L'ère d'Émerec*, cit. (vedi nota 2).

36 J.D. Bolter, R. Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, MIT Press, Boston 1999.

37 H. Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York 2006.

38 R. Eugeni, *La condizione postmediale*, La Scuola, Brescia 2015.

Il primo canale di comunicazione dei *trap boys* con la propria *fanbase* e le stesse dinamiche di costruzione del divismo in questa nuova epoca passano, in effetti, dai social media. Ciò, oltre a modificare l'abituale filiera produttiva e promozionale (sulla quale, peraltro, si sono codificate gran parte delle teorie sulla popular music), costringe a confrontarsi con un oggetto che, in accordo con la nuova logica della «spalmabilità» o «diffondibilità» (*spreadability*)³⁹, assume un senso unicamente in una dimensione cross e transmediale. Riprendendo la distinzione tra queste due forme⁴⁰, dove la seconda denoterebbe «una maggiore libertà espressiva e produttiva [...] degli utenti attivi» e modalità di fruizione in cui «si parte da una scelta di discontinuità, che apre alle nuove possibilità reinterpretative e manipolative da *bricoleur* dei fan che diventano *remixer*»⁴¹, è intrigante provare a leggere il *digital storytelling* dei *trap boys* nell'ottica della serialità dei contenuti e della loro continua rielaborazione da parte dei fan-utenti: ogni *Story* di Instagram – destinata in teoria a sparire nel giro di 24 ore – viene “likata”, commentata, rilanciata, archiviata, ri-mediata su YouTube; ogni nuovo brano e, più in generale, ogni nuovo frammento mediale, è oggetto di *reaction videos*, remix, parodie, rifacimenti, si presta a diventare virale e generare meme⁴².

La modalità di narrazione proposta in questa dimensione mediale marcatamente polifonica è di fatto riconducibile – *mutatis mutandis* – a quelle forme di «interactive storytelling, o hyperfiction, o narrativa ipertestuale» descritte, per esempio, da Giulio Lughì⁴³ con riferimento al cinema e ai videogiochi. Centrale è, in questo genere di strutture narrative non lineari, in cui «ogni nodo può rappresentare il punto di arrivo di storie diverse, e contemporaneamente il punto di partenza per i successivi», la presenza di «personaggi piatti», simili a maschere, caratterizzati da «pochi tratti molto evidenti, in grado di dargli quella stabilità, e rigidità, che gli consente di comparire dentro storie diverse che si incrociano». Non è esagerato affermare che personaggi «stravaganti» (*whimsical*)⁴⁴ come Dark Polo Gang e Young Signorino, i quali incarnano il lato più sfacciatamente freak, ludico, meta-discorsivo e programmaticamente auto-caricaturale della trap, debbano una parte importante del proprio successo al *word of mouth* delle pratiche vernacolari di cui la loro figura e i contenuti da loro generati e diffusi sono diventati sistematicamente oggetto.

4. «Sopra e sotto il palco la stessa persona»⁴⁵: enunciazione del sé e paradossi dell'autenticità

Il perno attorno a cui questa serialità cross e transmediale ruota è l'ininterrotta narrazione del sé dei *trap boys* e la loro *persona* così come viene a delinarsi, attraverso questa narra-

39 H. Jenkins, S. Ford, J. Green, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York University Press, New York 2013.

40 Davidson *et al.*, *Cross-Media Communications*, cit. (vedi nota 6).

41 N. Dusi, *Intertestuale, intermediale e crossmediale, e il gusto dell'inatteso, in Breaking Bad*, “Between”, 11, 2016, p. 7.

42 Cfr. *Viralità/Virality*, a cura di G. Marino, M. Thibault, numero monografico della rivista “Lexia Rivista di semiotica”, 25-26, (2016) 2017.

43 G. Lughì, *Facework: lo spettacolo dell'identità nei media digitali*, “Fata Morgana”, 33, 2014, pp. 101-109.

44 L. Shifman, *Memes in Digital Culture*, MIT Press, Boston 2014.

45 Sfera Ebbasta, *Zero*, 2014.

zione *always on*, processualmente e “in diretta”, rappresentando la parte fondamentale di un divismo “sempre in scena”. È anche grazie al contatto “diretto” e “continuo” con il suo pubblico d’elezione – un effetto di senso chiastico, una impressione di disintermediazione che deriva da una ipermediazione – che la trap sembra riproporre, aggiornandolo all’epoca social, un repertorio di marche di “autenticità” che è tipico nella popular music almeno fin dagli anni sessanta del Novecento; quando, cioè, una certa ideologia romantica “filtra” in generi prima derubricati al mero intrattenimento, portando ad assegnare un valore di “verità” a quelle musiche in cui autore testualizzato e autore empirico vengono recepiti come sovrapponibili⁴⁶. Si tratta, nel caso della trap, di un modello che trae certamente origine dal rap, e che in Italia assume un carattere particolare anche perché legato alla centralità storica della figura del cantautore⁴⁷. I brani dei *trap boys* insistono spesso sulle origini proletarie o sottoproletarie, sull’orgoglio del gruppo di amici, del quartiere di provenienza, dell’hinterland (si pensi a *Ciny*, 2015, di Sfera, dedicata alla città di origine del cantante, Cinisello Balsamo), e in generale sul vissuto personale, con frequenti riferimenti – per esempio – alla figura della mamma (particolarmente in Ghali, ma non solo), alla famiglia, all’infanzia. Anche il raggiungimento del successo, della ricchezza, l’esaltazione dei beni materiali e di consumo (in uno stordente *name dropping* di marche di moda, auto, gioielli, bevande) si inseriscono in questa modalità di rappresentazione che fa del *trap boy* un *self made man* “salvato dalla musica” («Siam partiti da zero» dice Sfera in *Zero*, 2014; «Mi è tornato in mente / che non avevamo niente» canta in *Ricchi x sempre*, 2018).

Fin qui, tuttavia, ci troviamo all’interno di un *frame* già noto di “performance dell’autenticità”. Qualcosa comincia a scricchiolare all’interno del modello quando si osserva più in dettaglio come questa “autenticità” venga performata a un livello squisitamente sonoro e stilistico. Ciò è evidente, in particolare, in rapporto alla vocalità: la bibliografia sulla popular music ha spesso usato la voce come sineddoche del corpo (*bodily object*), luogo per eccellenza identitario e sessualizzato che è lì per ricordarci le qualità, la natura, l’unicità di quel corpo⁴⁸. Da un lato, la voce trap assolve precisamente a questa funzione, grazie al mix posto in primo piano e alla compressione estrema che “tirano fuori” ogni sospiro e sporcatura, forme tipiche di avvicinamento e, quindi, di *embodiment* dell’autenticità⁴⁹ (si ascolti, per esempio, *Penelope* di Achille Lauro, all’interno dell’album *Pour l’amour*, 2018, in cui le prese di fiato fungono quasi da “firma” dello stile interpretativo del cantante); a ciò si uniscono il

46 Cfr. per es. A. Moore, *Authenticity as Authentication*, “Popular music”, 2, 2002, pp. 209-223.

47 Cfr. J. Tomatis, *A Portrait of the Author as an Artist. Cantautori and Canzone d’autore: Ideology, Authenticity, Stylization*, in *Made in Italy. Studies in Italian Popular Music*, a cura di F. Fabbri, G. Plastino, Routledge, London-New York 2014, pp. 87-99. Sulla ricezione dei *trap boys* come cantautori: Tomatis, *Storia culturale della canzone*, cit. (vedi nota 25), pp. 601-602. Sul *frame* interpretativo “cantautore” applicato al rap: M. Santoro, M. Solaroli, *Authors and Rappers: Italian Hip Hop and the Shifting Boundaries of Canzone d’Autore*, “Popular Music”, 3, 2007, pp. 463-488.

48 R. Middleton, *Voicing the Popular. On the Subjects in Popular Music*, Routledge, London-New York 2006. Classico il riferimento a Roland Barthes (*La grain de la voix*, “Musique en jeu” 9, 1972, pp. 57-63) che, riprendendo Julia Kristeva, contrappone al «fenocanto» dei significati linguistici un «genocanto» inteso come vocalizzazione del dato sonatico.

49 G. Weinstein, *Air Flows: Breath, Voice, and Authenticity in Three Recordings*, “IASPM@Journal”, 2, 2016, pp. 117-138.

portamento prosodico “smozzicato” o “narcotizzato” del cantato (che, da una parte, ricorda gli strascicamenti dei cosiddetti *slackers* del primo indie americano e, dall'altra, enfatizza le regionalità di provenienza dei performer; per cui sono impensabili, per esempio, una Dark Polo Gang deprivata della propria romanità o uno Sfera Ebbasta della propria milanesità) e le liriche infarcite di colloquialismi e *slang* giovanile e internettiano. Dall'altro lato, è evidente come queste stesse strategie vadano in una direzione diametralmente opposta: quella dell'innaturalità, della costruzione, della superfetazione; e in questo, il corpo “artificiale” del *trap boy*, con le sue *body modifications* (“protesi” e tatuaggi), offre un perfetto correlativo.

La trap sembra giocare con le convenzioni dei generi al cui incrocio dovrebbe poter essere riconducibile: elettronica e hip hop. Le basi elettroniche, come detto, generalmente “cupe”, sono innervate di figurazioni ritmiche che dichiarano la loro artificialità, la loro disumanizzazione (non sono evidentemente frutto del lavoro di un “vero” batterista, né potrebbero esserlo) e, insieme, da suoni giocosi, “giocattolosi”, riproposte digitalizzate di drum machine e synth anni ottanta e novanta, che evocano scenari videoludici, quando non proprio infantili; si ascoltino le produzioni di Charlie Charles per Ghali e Dark Polo Gang, caratterizzate da timbri che evocano quelli di un carillon, e da un andamento che sa di filastrocca o nenia. L'idea di una ripetitività ossessiva si ritrova anche sul fronte delle liriche; se un rapper si misura anche sulla varietà e qualità del lessico adoperato per le proprie rime, i *trapper* non sembrano sentirsi vincolati a questo obbligo e propongono una radicale rarefazione semantica e lessicale. Un caso limite di questa tendenza si ritrova in *Mmh ha ha ha*, brano pubblicato nell'aprile del 2018 da Young Signorino (Paolo Caputo) che, su una base curatissima (una contaminazione tra prima trap elettronica e musica downtempo e glitch), presenta il personale “alfabeto” del cantante, costituito quasi esclusivamente da vocalizzi, interiezioni, sospiri, lallazioni.

Al centro della strategia di rovesciamento delle convenzioni autenticative e identitarie sta, ovviamente, l'utilizzo dell'auto-tune, un software di editing audio sviluppato per correggere l'intonazione ma che, come spesso accade, ha presto cominciato a essere impiegato per fini espressivi, per “strumentizzare” e far risaltare la voce nell'impasto timbrico generale del brano, su modello del vocoder. La voce risulta così in primo piano, magnificata nel mix e dalla distorsione “amniotica” dell'effetto, che ne amplifica ulteriormente l'impressione di prossimità, ma la rende anche quasi inintelligibile: la voce in quanto messaggio linguistico si stinge all'interno della voce come marca di una presenza. Anche nei featuring con rapper *old school*, la voce del *trap boy* è sempre “trattata”: si ascolti, per esempio, *Calipso* di Charlie Charles e Dardust (Dario Faini), pubblicato nel maggio del 2019, con Sfera Ebbasta, Mahmood e il rappato “vecchia scuola” – e senza auto-tune – di Fabri Fibra.

L'auto-tune applicato a tappeto diventa, così, l'ennesimo strumento nella teoria di quella «complex electronic alteration of rhythm and pitch in vocal samples to create new, cyborg melodies» che è stata definita «vocal science»⁵⁰. Senza voler arrivare a suggerire che tutto il cantato trap si presti necessariamente a interpretazioni in chiave accelerazionista o transumana, è però evidente che – come già accaduto nel glam di David Bowie o nel

50 A. Harper, *The Premature Burial*, “Rouge's Foam”, 3 dicembre 2009, <https://bit.ly/2Z1dkqQ>.

post-punk – nel dire di stare mettendo sulla scena la propria “natura”, la propria “verità”, i *trappers* la travestono da messinscena, riducendo il loro essere autentici al non esserlo. Sembra riproporsi allora, ancora una volta, quella inversione del «tropo dell’autenticità»⁵¹ riconosciuta da Richard Middleton alla svolta degli anni ottanta del secolo scorso e caratteristica di molti fenomeni del pop successivo, per cui una «presentazione polisemica dell’autenticità consente agli ascoltatori di rilevare e apprezzare le contraddizioni delle sue marche, e di comprendere che l’opposizione tra commercialità e autenticità è essa stessa un costruito commerciale»⁵². Si trattava – nell’analisi di Elizabeth Leach qui citata, in relazione al caso delle Spice Girls – di un tipico giochino postmoderno.

5. Conclusioni: «Non sono stato me stesso mai»

Come mostra efficacemente il caso della trap italiana con le sue peculiarità, la dialettica autentico-inautentico in epoca contemporanea si è, da un lato, stilizzata e depotenziata e, dall’altro, non può che essere letta, onde coglierne la ricchezza di stratificazioni, in una prospettiva *self-mediale*, con tutto ciò che questo comporta. Non è un caso che a tematizzare il gioco di specchi tra vita raccontata e vissuta, tra forma di vita e forma musicale che dovrebbe prenderla in carico e tradurla in suono sia il più glam, trasformista e – anche oleograficamente – estetizzante tra i *trappers*, Achille Lauro. La sua *Rolls Royce* – che nel 2019 ha fatto passare l’idea, a livello di media di massa, che la trap sia “arrivata al Festival di Sanremo” – propone una specie di calendario di santi laici dell’eccesso e, nell’apertura del break centrale cui affida una esplicita dichiarazione di autenticità-inautenticità («Non sono stato me stesso mai»), attiva per qualche secondo l’auto-tune, altrove assente nel brano, in quello che sembra un gesto di grande pregnanza simbolica e identitaria.

È forse questo il momento destinato a segnare un passaggio chiave nella storia della trap italiana, proprio mentre essa viene definitivamente assorbita – con le sue contraddizioni – nel mainstream, “normalizzandosi” al suo interno come in passato hanno fatto altri generi. E non è un caso che questo passaggio si registri proprio sul palco di Sanremo, dagli anni cinquanta fulcro simbolico della costruzione di un’idea condivisa di quello che può essere inteso come “canzone italiana”⁵³.

51 Middleton, *Voicing the Popular*, cit. (vedi nota 48), p. 207.

52 E.E. Leach, *Vicars of “Wannabe”: Authenticity and the Spice Girls*, “Popular Music”, 2, 2001, pp. 143-167.

53 Tomatis, *Storia culturale della canzone*, cit. (vedi nota 25), pp. 83-86.