

## Perché studiare le migrazioni e la diaspora attraverso la cultura popolare

**Summary:** WHY STUDING MIGRATIONS AND DIASPORA THROUGH POPULAR CULTURE

*Popular culture was praised as “peripheral geography” already in 1947, when an authoritative figure such as the by then President of the Association of American Geographers, John K. Wright, claimed its importance as a source for understanding “geographical imagination”. Nowadays, notwithstanding this early endorsement, popular culture seems still to be a “terra incognita” of geographical research. This special issue, connected with the work of the Study Group “Media and Geography”, of the Association of Italian Geographers, is aimed at demonstrating how media and popular culture can be useful in the understanding of complex phenomena such as border-crossing, migrations and diaspora.*

**Keywords:** *popular geopolitics, postcolonial studies, media studies, migration, diaspora.*

### Premessa

L’esistenza di una connessione fra letteratura, poesia e altre forme di cultura popolare da un lato e immaginazione geografica dall’altro è stata messa in luce già da parecchi decenni, ossia da quando John K. Wright, allora presidente della Association of American Geographers, dedicò, nel 1947, il suo discorso di apertura del meeting annuale dell’associazione al ruolo della immaginazione in geografia e all’importanza di quelle che allora definì come “geografie periferiche” (Wright, 1947). L’interesse nei confronti della letteratura come fonte di sapere geografico è successivamente emerso in innumerevoli occasioni, sia nel contesto della ricerca anglofona, sia in quella francofona, sia in quella italiana, tanto che si parla oggi di “geografia letteraria” (*literary geography*), oppure di “geopoetica” o anche, sul versante della critica letteraria che si occupa di temi “spaziali”, ambientali e geografici *at large*, di “ecocritica”. Accanto all’esame del testo letterario, per analizzare se vi sia o meno corrispondenza con la realtà, quale sia l’immaginazione geografica di chi scrive o quale sia il tipo di sensibilità ambientalista da esso propagata, altri tipi di preoccupazioni geografiche hanno indotto a rilevare, nel corso del tempo, l’importanza del sapere e delle rappresentazioni trasmesse dalla cultura popolare e la loro capacità di veicolare un “discorso”. Nel 1992, per esempio, Barnes e Duncan curavano *Writing Worlds: Discourse, Text and Metaphor in the Representation of Landscape*, un volume destinato ad entrare nella

storia della geografia, per l’attenzione focalizzata per la prima volta, nei confronti di questioni come intertestualità e contestualizzazione del testo, e della relazione fra potere della rappresentazione, fosse anche in forma di dépliant turistico o di fotografia, e costruzione discorsiva dell’immaginario geografico.

### La geo-grafia e il potere della rappresentazione

Il potere della geografia, o meglio – proprio per evidenziare il ruolo esercitato dalla scrittura nei confronti di ciò di cui si scrive – della geo-grafia, di cui già Dematteis (1985) aveva sottolineato l’importanza con l’idea della “morfogenesi mimetica”, veniva così allora ad essere messo in piena evidenza anche per le geografie “non formali”, ossia per le rappresentazioni geografiche veicolate dai media e dalla cultura popolare. Sulla base della medesima impostazione teorica, nel *milieu* della geografia che all’epoca si definiva post-moderna e delle posizioni filosofiche del post-strutturalismo, la riflessione sul potere della geografia veniva sottolineata anche dalla galassia di autori che si riconoscono sotto la bandiera della *critical geopolitics*. Tale approccio sviluppava, nel corso degli anni Novanta e soprattutto del decennio successivo, un ambito di ricerca definito come *popular geopolitics* (O’ Tuathail, 1999) che dell’analisi del discorso prodotto dalla cultura popolare (fumetti, cinema, romanzi, canzoni) faceva il proprio ambito di osservazione specifico.

Al di là delle rappresentazioni, o meglio, oltre le rappresentazioni (Thrift, 1996), anche la pratica delle azioni quotidiane, il movimento nello spazio, l'articolazione dei comportamenti, l'interazione della quotidianità, dimostrano di essere legati alla cultura popolare. Da un lato, perché l'immaginazione geografica di tutti noi ne è in qualche modo coinvolta; dall'altro, perché la cultura popolare stessa è un prodotto che riflette il sentire geografico, che esprime il sogno di una meta o il desiderio di una appartenenza, che fa da collante all'interno di quelle forme di *long-distance nationalism*, già ricordate da Benedict Anderson nel 1992, in cui si intreccia con le tecnologie della contemporaneità, per produrre un senso del luogo che va ben oltre i confini dello stato-nazione. Tramite la cultura popolare, la diaspora ricorda, oppure reinventa lo spazio, addirittura immaginando paesaggi che diventano luoghi simbolici. Oppure esprime se stessa, producendo a sua volta nuove forme di cultura popolare, che tramite il loro carattere ibrido divengono il simbolo stesso del costante processo di transculturazione dei luoghi.

### **Il gruppo AGEI “Media e geografia”**

Nonostante la vistosa importanza della cultura popolare nella costruzione dell'immaginario geografico e nella diffusione di discorsi geopolitici, nonostante il fiorire di approcci di ricerca che variamente hanno affrontato la questione, cercando di offrire non solo uno stimolo di riflessione, ma anche degli strumenti di analisi (dell'Agnese, 2009; Dittmer, 2010), e a dispetto dei sessant'anni passati dal già citato (e celeberrimo) discorso di John Wright, in Italia studiare geografia attraverso l'analisi delle rappresentazioni non formali sembra ancora essere una *terra incognita*, o, forse più semplicemente, una prassi eterodossa.

Per questo motivo, o meglio, per rompere gli indugi in questa direzione, all'interno dell'AGEI è nato, nel 2009, un gruppo di studio che ha deciso baldanzosamente di chiamarsi “Media e geografia” e che ha assunto, come temi di ricerca, proprio il rapporto complesso fra i media e le loro rappresentazioni territoriali (i media come geografia, il cinema e il turismo) da un lato, e quello della geografia dei media, ossia della loro articolazione produttiva nello spazio dall'altro.

Lo sforzo è stato quello di confrontarsi su temi e metodi di ricerca, apparentemente lontani, ma decisamente convergenti, su cui si sono focalizzati gli interessi di una trentina di studiosi che, come nella buona pratica dei Gruppi AGEI, provengono

da scuole di pensiero e da pratiche geografiche differenti e che, all'interno del lavoro di gruppo, hanno imparato a ragionare collettivamente e a misurarsi con metodologie e impostazioni teoriche che devono, in qualche misura, diventare comuni.

Fondato e coordinato da Elena dell'Agnese in occasione delle Giornate della geografia di Catania, nel 2009, il Gruppo è passato nel 2015 sotto il coordinamento di Fabio Amato. Al di là delle periodiche riunioni, tenute all'interno delle Giornate della Geografia, il gruppo ha prodotto alcuni incontri tematici (come il convegno su *Cinema, ambiente, beni ambientali*, tenutosi a Milano nel marzo 2010 e focalizzato sul rapporto fra cultura popolare e ambientalismo, oppure il workshop su *Musica e territorio*, organizzato a Roma da Elena Dell'Agnese e Massimiliano Tabusi nel maggio 2015), e alcuni volumi, dedicati al cinema (*Cinema, ambiente, territorio*, a cura di Elena dell'Agnese e Antonella Rondinone), alle serie televisive americane (Fabio Amato e Elena dell'Agnese, *Schermi americani*, 2015) e italiane (Teresa Graziano e Enrico Nicosia, in preparazione), alla musica (dell'Agnese e Tabusi, in preparazione).

Accanto allo sforzo per analizzare al meglio il rapporto fra un determinato mezzo di comunicazione o una forma di cultura popolare e la rappresentazione geografica (il cinema, la fiction televisiva, la musica popolare), il gruppo si è impegnato anche nel tentativo di capire come un fenomeno della contemporaneità possa essere connesso, in termini geografici, alla cultura popolare. Lo sforzo su cui ci siamo misurati in questo caso è stato quello di prendere in esame il ruolo dei mezzi di comunicazione nel racconto della migrazione, nella costruzione della identità di chi migra, nella costruzione di un elemento di continuità capace di fare da collante all'interno della rete diasporica.

### **Movimenti migratori, diaspora e cultura popolare**

Il fenomeno migratorio è, forse mai come in questi ultimi anni, oggetto di grande interesse nella letteratura delle scienze sociali e in una ampia e ridondante pubblicistica dei media. Si tratta spesso di una letteratura “grigia” che riabora numeri o si limita a una drammatizzazione dell'eccezionalità degli eventi. In realtà, di fronte ad un fenomeno così articolato e complesso come quello migratorio, la necessità di andare oltre al racconto ufficiale è impellente, da un lato per capire come la società d'arrivo (scrivere



“d'accoglienza” rischia di essere, in alcuni casi, quasi ironico) reagisca alla necessità di interagire con la diversità e la varietà culturale imposta dall'immigrazione straniera, dall'altro per vedere come gli stessi immigrati raccontano e rielaborano la loro esperienza. Dunque oltre i numeri, le migrazioni possono essere raccontate e studiate anche guardando i film, leggendo i romanzi, o ascoltando i rapper e sfogliando i fumetti. La letteratura riflette il passato, l'esperienza migratoria di chi oggi appartiene alla società dove si immerge e con questo dovrebbe aiutare a ricordare, a creare empatia nei confronti di un'esperienza che, se non appartiene alla propria generazione, ha certamente segnato la generazione dei genitori, e in misura ancora maggiore, quella dei nonni. Ai singoli autori spettano riflessioni importanti sul confine e sulla frontiera, o sull'esperienza della lontananza da casa. Inoltre, al ruolo della cultura popolare nella rappresentazione, che, lungi dall'essere solo geografia-spettacolo, costituisce un potente veicolo discorsivo, si aggiunge anche quello della cultura popolare come autorappresentazione, ossia come affermazione del sé, al di là degli stereotipi o delle etichette omogeneizzanti.

La connessione fra cultura popolare e mobilità va tuttavia al di là della rappresentazione e della autorappresentazione. La stessa cultura popolare costituisce infatti, in alcuni casi, un elemento di contatto fra migranti, un prodotto della diaspora che in essa, attraverso la sua produzione o semplicemente la sua fruizione, si riconosce come tale. La cultura popolare, sia fatta di cinema o di musica, parla ai migranti e in qualche modo li aiuta a costruire la rete diasporica: a titolo di esempio, non a caso, gli innumerevoli “indiani non residenti” che si trovano sparsi ai quattro lati del mondo vengono scherzosamente definiti come “Bollystan”, ossia come “paese di Bollywood”, per sottolineare da un lato la dimensione immateriale della loro connessione al territorio, dall'altra il ruolo del cinema made-in-Mumbai per mantenere stretti i loro legami (dell'Agnese, 2009).

La musica, anche solo nella forma di ricordo e suggestione, costruisce, o aiuta a costruire, il senso del luogo. I testi possono, anche se non necessariamente devono, ricordare l'esperienza del viaggio, il confine, la famiglia lontana. Gli arrangiamenti portano con sé le sonorità tradizionali, oppure si mescolano fra loro, in una produzione culturale che rappresenta in modo vistoso il risultato del costante meticciamento culturale legato all'esperienza migratoria.

## Contenuti e proposte di ricerca

Di tutto questo, geografe e geografi che fanno riferimento al Gruppo di Lavoro hanno cercato di tenere conto, proponendo analisi e punti di vista diversi fra loro e anche metodologie piuttosto distanti, ma vicini per quanto riguarda una impostazione teorica che si colloca, come si noterà dal rincorrersi di alcune citazioni fra un testo e l'altro, fra i *post-colonial studies* e la *Popular geopolitics*.

Il numero speciale si apre con due studi che trattano, seppur con taglio diverso, il mondo della letteratura “alta” e la sua capacità di misurarsi con il tema del confine e della esperienza migratoria (Lorenzo Bagnoli e Biamonti) e con il “dispatrio”, sperimentato da chi scrive, con le sue durezze e le sue necessità (Bonazzi e Meneghello).

Il ricordo della esperienza migratoria degli italiani costretti, nell'arco del Novecento, a lasciare la casa per trovare lavoro e reddito altrove, attraverso la letteratura, viene trattato anche nel saggio successivo, di Marengo e Alaimo, le quali si soffermano su testi fra loro diversi (un romanzo, scritto da Adrien Pasquali, e due scritti autobiografici) per studiare le traiettorie esistenziali degli italiani nella Svizzera romanda.

Fabio Amato apre successivamente il tema della rappresentazione cinematografica e televisiva, dove al racconto e alle parole si incrociano le immagini (e talora gli stereotipi) di tipo visuale. Il cinema europeo, pur prediligendo uno sguardo drammatico, è capace di raccontare, in modo sempre più articolato, la migrazione. Non può fare a meno di non vederla, anche se ancora troppo spesso, sia in Italia (Amato), sia in Francia (Graziano e Nicosia) ne fa un ritratto dicotomico (che oppone “noi” a “loro”), solo raramente riuscendo ad offrire di questo un quadro sufficientemente caleidoscopico ed articolato. Analogamente, la *fiction* televisiva sembra essere, ancora, difficilmente capace di uscire da una sorta di “qualunque etnico”, che la porta ad utilizzare un giovane attore dai tratti somatici non caucasoidi a rappresentare, costantemente, la persona dell' “Immigrato”, di qualsiasi provenienza, purché marginale e problematico (come ben dimostrano nel loro saggio Cardillo e De Felice). Solo di recente, l'immagine cinematografica sembra divenuta capace di superare la rappresentazione dicotomica per offrire qualche cosa di più, un prodotto capace di creare non solo identificazione ed empatia, ma persino identità. Questo tipo di prodotto cinematografico, di cui sono esempi *Terraferma* (Crialesi, 2011) e *Io sto con la sposa* (Augugliaro, Del Grande, e Al Nassiry, 2014), viene analizzato da Valentina Alba-

nese e da Chiara Giubilaro. Valentina Albanese adotta l'approccio metodologico della *Sentiment Analysis* al fine di tentare di comprendere se un film italiano che vuole essere oggettivo, come *Terraferma*, riesca a creare empatia nel pubblico italiano e addirittura identità in un pubblico di immigrati. Chiara Giubilaro invece analizza *Io sto con la sposa*, per capire se il docu-film, tramite la strategia di mettere insieme il finzionale con il reale, sia stato capace di creare una sfera pubblica diasporica.

Nel passaggio successivo, la parola viene data agli "Altri", ai migranti. *Can the Subaltern Speak*, si chiedeva un tempo Gayatri Chakravorty Spivak (1988), ponendo una domanda che sarebbe stata alla base del successivo sviluppo degli studi post-coloniali e che Graziano ben introduce nel suo contributo, in cui poi analizza la narrazione dell'esperienza della vita in Italia, tra contatti diasporici, episodi di razzismo e dinamiche di integrazione di autrici come Igiaba Sciego, Cristina Ali Farah e Gabriella Ghermandi. La voce dei giovani che vengono definiti "di seconda generazione" si esprime molto bene attraverso una forma musicale come il rap, nata per raccontare il disagio sociale, per la sua natura connessa al senso del luogo, anche se globalizzata come forma di produzione (French, 2012). Non per niente, l'ultima scena di *Io sto con la sposa* si chiude con un rap, composto ed eseguito da un giovanissimo palestinese protagonista del docu-film. Ben fa dunque Donatella Privitera ad analizzare i testi dei rapper di seconda generazione che lavorano in Italia, come Amir o Zanko, e a tentare di verificare quale tipo di ricezione abbia il loro messaggio di "stranieri nella loro nazione" presso un gruppo di studenti intervistati. Su questa linea di riflessione, attraverso un altro medium, si muove Giulia de Spuches che analizza *Meet the Somalis*, graphic novel prodotto da un gruppo di rifugiati somali in Europa.

La cultura popolare non è solo narrazione, ma è anche produzione e consumo e in ciascuno di questi tre passaggi veicola e produce significati (Dittmer, 2010). Nel caso della musica, su cui aprono il sipario Coletti e de Rosa, diventa anche modo di interagire, per offrire un prodotto che nella sua ibridità costituisce un meccanismo di comunicazione all'interno della diaspora dei migranti. Questo avviene quando si tratta di suonare, come fa l'Orchestra di Piazza Vittorio, oggetto della riflessione delle due autrici, ed anche quando si tratta di comporre, come è avvenuto con il tango brasiliano, prodotto diasporico per eccellenza, anche se progressivamente trasformatosi in

una forma di musica colta, come illustra nel suo contributo Gian Luigi Corinto.

Se i testi del rap ben si prestano a narrare il disagio dei giovani di seconda generazione in Italia, e il tango brasiliano costituisce un'ulteriore prova della dinamica del *metisage* culturale all'interno delle realtà diasporiche, altre forme di musica, meno conosciute in Europa anche se di derivazione europea, si prestano a fare da colonna sonora ai percorsi dei migranti americani. È il caso del *corrido*, ballata di origine spagnola, reinventato in Messico e divenuta espressione tipica del racconto popolare, sia in termini di casi quotidiani, sia in termini di eventi storici e di personaggi illustri. Dopo aver dominato le scene nella prima metà del Novecento, ed aver subito un declino intorno agli anni Cinquanta, il *corrido* ha subito in seguito un periodo di grande revival, grazie ad un gruppo come Los Tigres del Norte. Al significato della loro musica nel narrare il passaggio del confine, l'esperienza di chi migra senza documenti e si trova poi in una *Jaula de oro* (ossia, ha il denaro guadagnato lavorando negli Stati Uniti, ma non può attraversare nuovamente il confine per tornare a casa dalla propria famiglia) è dedicato il contributo di Elena dell'Agnese.

Se la diaspora messicana negli Stati Uniti si mantiene unita ascoltando la musica *norteña* de Los Tigres del Norte, altre diaspore, più antiche, hanno addirittura rielaborato il ricordo del luogo di origine. Nel caso degli armeni, analizzato da Fiammetta Martegani, la diaspora ha reiventato la patria in forma di luogo simbolico, enfatizzando, in ogni sua rappresentazione, la figura del monte Ararat. L'analisi di Fiammetta Martegani, che chiude il volume, si estende a coprire diversi media, ma poi analizza in particolare un film, che dal paesaggio simbolico dell'Armenia trae anche il titolo (*Ararat. Il monte dell'Arca*, Egoyan, 2002), per evidenziare la complessità della relazione che la diaspora armena intrattiene con il proprio luogo di origine e con il proprio passato.

## Bibliografia

- Amato F., dell'Agnese E. (a cura di), *Schermi americani. Geografia e geopolitica degli Stati Uniti nelle serie televisive*, Milano, Unicopli, 2015.
- Anderson B., *Long-Distance Nationalism: World Capitalism and the Rise of Identity Politics*, Amsterdam, Centre for Asian Studies, 1992.
- Barnes T.J., Duncan J.S. (a cura di), *Writing Worlds: Discourse, Text and Metaphor in the Representation of Landscape*, London-New York, Routledge, 1991.
- dell'Agnese E., *Paesaggi ed eroi. Cinema, nazione, geopolitica*, Torino, Utet, 2009.



dell'Agnese E., Rondinone A. (a cura di), *Cinema, ambiente e territorio*, Milano, Unicopli, 2011.

Dematteis G., *Le metafore della terra. La geografia umana tra mito e scienza*, Milano, Feltrinelli, 1985.

Dittmer J., *Popular Culture, Geopolitics, and Identity*, Boulder, Rowman and Littlefield, 2010.

French K., "Topomusica" in *rap music: Role of geography in hip-hop music*, in *Situating popular musics: IASPM 16th International Conference Proceedings*, International Association for the Study of Popular Music, 2012, pp. 133-138.

Spivak G.C., *Can the Subaltern Speak?*, in Nelson C., Grossberg L. (a cura di), *Marxism and the Interpretation of Culture*, Urbana - Chicago, University of Chicago Press, 1988, pp. 271-313.

O' Tuathail G., *Understanding critical geopolitics: Geopolitics and risk*

*society*, in «Journal of Strategic Studies», 1999, pp. 107-124.

Thrift N., *Non-Representational theory*, London, Routledge, 2007.

Wright J.K., *Terrae Incognitae: The Place of the Imagination in Geography*, in «Annals of the Association of American Geographers», 37, 1, 1947, pp. 1-15.

### Note

<sup>1</sup> Pur nella piena condivisione di questo testo come del coordinamento del volume, il quarto paragrafo è da attribuire a Fabio Amato e gli altri a Elena dell'Agnese. I curatori desiderano ringraziare Alessandra Bonazzi per la preziosa collaborazione.