



ANIMATION



AUDIO



DESIGN



FILM



GAMES



WEB & MOBILE



WOMEN IN MUSIC INDUSTRY

4 Giugno 2021

[#Womenmusic](#)

Una ricerca esplorativa sulle donne
nell'industria musicale italiana



INDICE

TEAMWORK

| | |
|--|----|
| TEAMWORK | 1 |
| #GENDERBALANCE | 2 |
| LA RICERCA SAE: WOMEN IN MUSIC | 4 |
| L'INDUSTRIA MUSICALE: QUALE PERCEPITO | 5 |
| LA CARRIERA NELLA MUSICA: QUALE VISSUTO | 10 |
| GENDER BALANCE: MATRICI PSICOLOGICHE & OSTACOLI SOCIOCULTURALI | 12 |
| DONNE & UOMINI: UN INCROCIO DI SGUARDI | 20 |
| GENDER BALANCE: PROSPETTIVE PRESENTI PER UN FUTURO MIGLIORE | 24 |
| RINGRAZIAMENTI | 26 |

- **Alessandra Micalizzi**
Senior research e Team leader
- **Carolina Bollani & Giulia Franceschini**
Junior researcher
- **Ludovico Rebecchi & Stefano Sestani**
Students (Junior Researcher)
- **Anna Zò**
Sample recruitment & Supervision

**Per info scrivere a
a.micalizzi@sae.edu**

#GENDERBALANCE

L'INDUSTRIA MUSICALE: BUSINESS O CULTURA?

L'industria musicale italiana rappresenta uno dei settori di maggiore impiego delle industrie creative, spesso ne rappresenta la locomotrice e nonostante l'impatto della pandemia, la musica ha segnato anche per il 2020 un aumento percentuale 7,4% a livello globale e 1,4% per il mercato italiano*.

È un'industria – quella italiana - che porta con sé alcuni limiti tra cui l'essere:

- Poco strutturata (in termini di percorsi di carriera)
- Scarsamente regolamentata opportunamente (a causa dell'esponenziale accelerazione tecnologica)
- Per certi versi chiusa
- Poco riconosciuta come ambito «professionale» in senso stretto.

*Dati FIMI available at <https://www.fimi.it/mercato-musicale/dati-di-mercato/mercato-discografico-mondiale-cresce-del-7-4-nel-2020-grazie-alla-spinta-dei-consumi-online.kl>

MUSICA, TRA MODELLI E AFFARI

Dal punto di vista socio-culturale, l'industria musicale può essere intesa in una doppia accezione:

- Come parte integrante del tessuto culturale della nostra società, responsabile della costruzione, della diffusione e dell'affermazione di conoscenze, credenze e modelli;
- Come contesto di business vero e proprio capace di mobilitare risorse, generare valore e muove interessi economici sia in modo diretto che indiretto.

Questo, in riferimento ad alcuni temi, costituisce una doppia responsabilità da cui non ci si può sottrarre.

LE DONNE NELLA MUSICA

All'interno di questo quadro, si inserisce il tema della questione di genere che attraversa tutti i settori dell'occupazione e che nell'ambito dell'industrie creative arriva con più lentezza, riscuotendo minore attenzione.

I dati ci dicono che le donne sono poco rappresentate in tutti i contesti (da quello della produzione a quello strettamente artistico) e che l'Italia, rispetto ad altri mercati, è ancora indietro sia in termini di consapevolezza che di azione concreta verso il cambiamento.

LE DONNE E I NUMERI

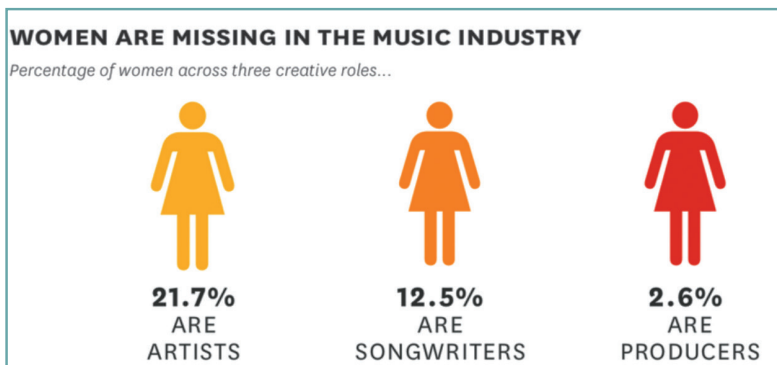
Più specificamente, a livello internazionale:

- Nell'ambito della produzione il rapporto (a livello internazionale) uomo/donna è 37 a 1
- Nell'autorialità (di testi e musica) le donne sono poco più del 12%

La situazione in Italia è ancora più complessa:

- Se guardiamo alla classifica del 2019 non sono presenti nella top-ten (1 donna è Elisa al 18° posto) [Dati FIMI 2019]

- Se guardiamo alle incisioni complessive la forbice è innegabile: 91,85% brani maschili contro l'8,15% di brani femminili [dati IMAIE 2020]



[Dati USC-Annenberg – Spotify 2020]



QUESTIONI DI GENERE

A partire da questa evidente ed oggettiva differenza numerica, abbiamo deciso di studiare il fenomeno a partire da uno sguardo più qualitativo, andando alla ricerca delle ragioni psicologiche, sociali, culturali ed economiche che governano l'industria e generano un gap imbarazzante.

Consapevoli del fatto che il vento del cambiamento già soffia anche sull'industria italiana era nostro interesse fotografare lo stato dell'arte e dare una risposta ad alcuni quesiti:

- Come viene vissuto da chi è parte dell'industria?
- Come si può superare?
- I dati ci dicono anche che le cose stanno cambiando: a che punto siamo di questo processo?

LA RICERCA SAE WOMEN IN MUSIC

OBIETTIVI

1. Comprendere percorsi e ruoli delle donne nell'industria musicale.
2. Ricostruire le esperienze di costruzione della propria carriera all'interno di questo settore.
3. Individuare ragioni e percepito connesso al gender gap.
4. Raccogliere aspettative e proposte sui trend futuri.

IL METODO & CAMPIONE

42 Interviste narrative con:

1. Donne con una carriera consolidata nei diversi ambiti dell'industria musicale.
2. Figure junior in formazione o all'inizio del loro percorso professionale (donne).
3. Professionisti, esperti, performer direttamente coinvolti nell'industria (uomini).

OUTPUT

Una pubblicazione scientifica edita da Franco Angeli (forthcoming):

Micalizzi A. (2021). **Women in music. Analisi socio-culturale del gender gap nell'industria musicale**, Franco Angeli: Milano.

Con la prefazione di Chiara Volpato, la post-fazione di Sylvia Catasta e il contributo di due ricercatrici di Musicmatch (Silvia Olivieri, Stella Tavel-la).

Un libro per i più piccini edito da Homeless Books (forthcoming):

Illustrazioni di Eveline Bentivegna e testi di Alessandra Micalizzi

Con la prefazione di

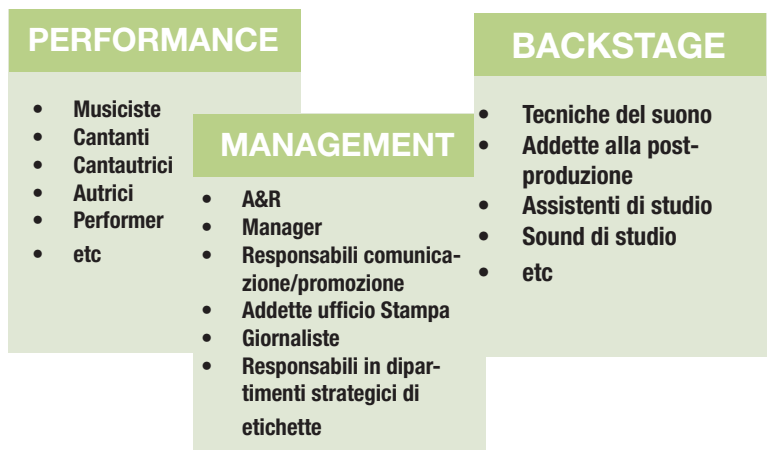
Laura Gramuglia, **Viola fa la musica.**



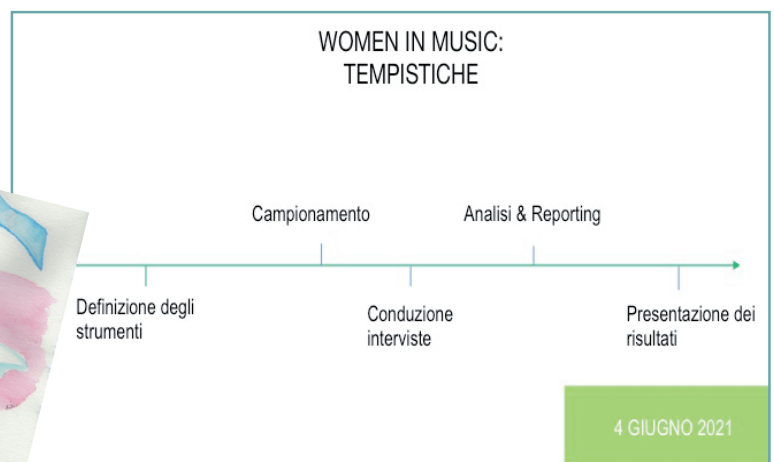
La traccia

Tre parti principali:

1. Biografia professionale.
2. Percezione ed opinioni sull'industria musicale.
3. Percepito e vissuto sul gender balance nell'industria italiana.



TEMPISTICHE





L'INDUSTRIA MUSICALE: QUALE PERCEPITO

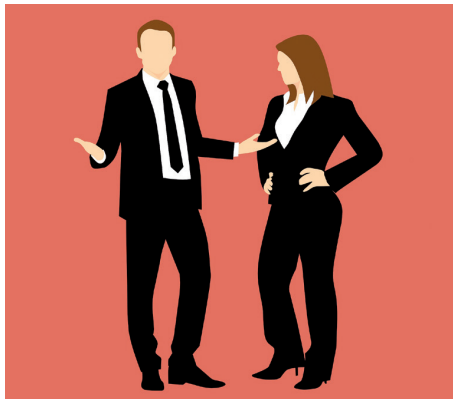
L'INDUSTRIA DISCOGRAFIA DI IERI E DI OGGI

L'osservazione analitica del percorso dell'industria musicale degli ultimi decenni evidenzia alcune trasformazioni «topiche» dell'industria, che i nostri intervistati sintetizzano in tre macro punti:

1. Passaggio al digitale e integrazione della sfida tecnologica con un riconoscimento di valore.
2. Nuove pratiche di selezione e affermazione dei prodotti musicali sulla scena nazionale e internazionale (tecnologiche e non solo).
3. Maggiore confronto con il panorama estero anche se rimangono alcune peculiarità tipicamente «italiane» sia in ingresso (brani esteri nel nostro mercato) che in uscita (brani italiani nei mercati esteri).

«Il nostro limite è che le cose che nascono in Italia sono destinate a parlare all'Italia e a pochi altri territori, mentre chi lavora in questa industria in UK o in USA hanno come target il mondo intero.

L'Italia, come anche la Spagna, sono più chiuse anche rispetto a quello che arriva da fuori, se esce il disco di una grande pop star mondiale va primo in classifica in tutto il mondo ma molto difficilmente in Italia, dove è molto più probabile che alla prima posizione ci sia un artista italiano. Questo ci conferisce un'identità e riusciamo ad esportare all'estero le produzioni che rappresentano la grande italianità, come ad esempio Bocelli.» (Manager, produttore, uomo)



L'INDUSTRIA MUSICALE: UN OVERVIEW

Tutti i nostri intervistati concordano nel dire che l'Italia ha recuperato parzialmente il suo gap rispetto ai mercati esteri, per quanto UK e USA rimangono dei punti di riferimento imprescindibili soprattutto per determinati generi musicali.

Restano comunque evidenti alcune peculiarità che lo caratterizzano e che ne determinano le evoluzioni rispetto a:

- Successi o insuccessi di alcuni generi e di conseguenza di alcune produzioni.
- Logiche di accesso e regole del mercato, rispetto soprattutto alle relazioni tra alcuni players (artista, manager, casa discografica, distribuzione etc).

«Sicuramente non ci sono più i confini di prima. Anche gli altri Paesi sono più accoglienti rispetto alle proposte musicali italiane rispetto al passato, perché non ci sono più i confini di prima. È difficile fare anche

una distinzione tra generi, ci sono più ibridi. È pur vero che ogni nazione ha una sorta di imprinting musicale. Ci sono ad esempio dei generi che arrivano dopo. In Italia vi è una tradizione musicale molto solida in cui l'ascoltatore medio è quasi portato a sentire una certa struttura melodica, quasi automaticamente quelle stesse caratteristiche la rendono più orecchiabile, perché più familiare, a quel pubblico. Possiamo dire che quella italiana fa parte delle tradizioni musicali che fanno da spugna quando arrivano altri generi da fuori» (Musicista, manager industria discografica, donna).



L'INDUSTRIA MUSICALE ITALIANA: LE 4 PECULIARITÀ

Le peculiarità del mercato italiano raccolte alla luce delle considerazioni dei nostri intervistati sono sintetizzabili in 4 punti fondamentali:

- Il condizionamento di una forte e ben connotata tradizione musicale, sia nei testi che nella musica.
- La difficoltà culturale a riconoscere l'arte come industria, con conseguenze sia sulle carriere dei professionisti che sugli investimenti disponibili per progetti innovativi ed emergenti.
- Il contrasto evidente tra innovazione e bieco adattamento alle leggi di mercato.
- Forte frammentazione interna, con riguardo particolare al business delle etichette indipendenti.

LA SUA TRADIZIONE

Soprattutto chi oggi opera nel pop, marca volutamente il valore, e le sue conseguenze, della tradizione cantautorale italiana, che ha connotato il genere popolare sia nei testi che nelle melodie, condizionando:

- Il gusto del pubblico, che più o meno consciamente va alla ricerca di quelle matrici sonore e testuali.
- L'immagine della musica italiana all'estero, cristallizzata in una classicità melodica in cui gli artisti più innovativi si riconoscono poco.
- L'uso della lingua italiana nelle produzioni musicali (aspetto che limita l'accesso ai mercati esteri e che diventa elemento di esclusione dal mainstream per le tracce che non la usano).
- La tradizione musicale fa dunque, ancora oggi, da solco per le tracce che vogliono raggiungere la popolarità e rivolgersi al pubblico mainstream.

N.B: La tradizione cantautorale italiana è popolata quasi esclusivamente sia a livello di produzione, che di scrittura e di interpretazione da volti e firme maschili. E questo dato è sottolineato quasi unanimemente dagli intervistati.

LA MUSICA COME ARTE

Vivere di musica è l'esperienza di ciascuno dei nostri intervistati che sono partiti da un «sogno», quasi a marcare le difficoltà e le scarse possibilità di realizzazione.

La musica, in Italia più che in altri Paesi, si porta dietro un connotato contraddittorio che oscilla tra due polarità:

- La musica come hobby: chi decide di vivere di musica si scontra spesso con la visione condivisa che produrre, scrivere o interpretarla non sia un mestiere ma semplicemente una passione associabile al tempo libero, come purtroppo avviene ad altre forme di espressione artistica;
- La musica come Arte: dall'altra parte c'è chi vi riconosce un profondo valore culturale, una delle forme più alte di espressione della civiltà umana, con tutte le sfumature territoriali e temporali che possiamo immaginare. Ma anche in questa accezione, alla musica non è quasi riconosciuto un valore economico perché collocato all'interno della categoria «cultura», come si suol dire di «inestimabile valore».

«la musica, è vero, è una grande passione. Ma non è un hobby, è un mestiere che ha bisogno di tempo. Il tempo è un concetto che nel mio lavoro ritorna spesso perché è fondamentale. Per quanto riguarda la visione delle donne in questo settore bisogna parlarne e come. Il tempo ha a che fare con la creatività, molto spesso le donne non hanno questo tempo perché lo devono dedicare alla famiglia, ai figli e questo accade ancora oggi. È ancora più difficile trovare donne che lavorano nel mondo della musica perché è un settore che ti assorbe totalmente.»
(Divulgatrice, producer, speaker, donna)



Questa polarità esclude chiaramente il concetto di musica sia come ambito di business che come contesto di crescita professionale in cui investire le proprie energie.

Le conseguenze di questa cornice di senso intorno al mondo musicale sono quattro:

- Forte precarietà della carriera artistica, fatta di attività collaterali e di uno scarso riconoscimento economico, soprattutto nelle fasi iniziali e intermedie;
- Pochi investimenti economici strutturali, istituzionali o da parte di investitori;

«Il problema quello grosso è ancora una volta di tipo legale: se a livello normativo nazionale ci fosse la definizione dei lavoratori del mondo della musica (live) e non fossero visti come persone che perseguono un hobby, si potrebbe sperare di fare crescere il settore ai livelli che merita»
(Manger, musica live, uomo)

- Un approccio artigianale alla musica: più centrato sulla pratica e meno sul riconoscimento sia formativo che professionale di figure ad hoc connesse a ciascuna funzione;
- Un'immagine sociale in cui non ci si rispecchia: l'occhio sociale riconosce all'artista – probabilmente non solo in ambito musicale – una qualità ma non un «competenza professionale» (ovvero in grado di produrre valore economico).

«A me fa ridere un po' quando si parla di precarietà. Non è vero che facciamo questo mestiere tutti i giorni della nostra vita. Tutto quello che ha a che fare con i nostri progetti va esercitata continuamente. Non è la stessa precarietà di chi fa lavori a termine, di chi si trova a mettere insieme tanti pezzettini. La mia professionalità è continuativa. Non sopporto quando mi segnalano posizioni in ambiti lavorativi lontani. Perché devo trovarmi un altro lavoro? Io ce l'ho già!» (Cantautrice, compositrice, produttrice, donna).

LA DOMINANZA DEL MAINSTREAM

Strettamente connessa alle caratteristiche appena descritte, vi ne è anche una terza.

Gli intervistati che operano soprattutto negli ambiti più di avanguardia e le figure che lavorano nell'industria discografica sottolineano una generalizzata tendenza a favorire i progetti che incontrano soprattutto il gusto del largo pubblico.

Questo genera un reiterarsi di prodotti che si somigliano molto fra di loro determinando:

- Un aumento del rumore di fondo, all'interno del quale è difficile distinguere il progetto artistico di talento da quello ad alta velocità di consumo (destinato a sparire nell'arco di poco).
- Una spirale del silenzio (tutta italiana) intorno alle produzioni più innovative che però in taluni casi fanno la differenza nei mercati esteri.
- Una sopravvalutazione di alcune vie di accesso al mainstream, come i talent show, che però implicano spesso la snaturamento dei progetti musicali

«La cosa prettamente italiana è che non si riconoscono mai i meriti degli italiani anche all'estero. Se tu vai in piazza e dici chi sono quei tre che ti ho nominato nessuno sa chi sono mentre a Londra li conoscono tutti perché lì c'è una consapevolezza diversa degli artisti soprattutto delle persone che fanno arte. Ho notato che in Italia c'è sempre poco riconoscimento dei meriti.»
(Ingegnere elettronico, donna)

«Il mio lavoro di redattrice mi permette di scoprire che c'è tanta bellezza che rimane schiacciata da quello che siamo abituati a conoscere e questo rischia di non farli emergere, almeno in Italia»
(Redattrice, autrice, donna)



«Negli anni '70-80 c'è stato il periodo di gloria dell'industria musicale, se pensiamo al contributo innovativo di molti artisti, mentre ora la peculiarità è purtroppo una ipersemplicificazione di forme musicali del passato, vedi la italo-pop, o una tendenza a copiare pedissequamente e male, semplicemente perché non appartiene alla nostra tradizione, la musica black. Al contrario, **non vengono prese in considerazione le nostre vere tradizioni** – Battiato, Dalla etc. La musica italia è più un mercato chiuso e piccolo, condizionato da tantissime scelte fatte da A&R e addetti ai lavori in base alle tendenze estere o italiane che funzionano nel periodo». (Fonico, producer, uomo).

FORTE FRAMMENTAZIONE

Il mercato italiano, per lungo tempo in crisi a causa di un dialogo mai aperto con le nuove tecnologie, oggi è in fase di forte crescita ma i grandi player sono rimasti sempre gli stessi.

Le grandi major hanno lavorato per una estensione del loro network di artisti, soprattutto emergenti, acquisendo piccole realtà discografiche indipendenti. In alcuni casi, le stesse nascono dal lavoro di artisti che hanno iniziato la loro carriera autoproducendosi.

In questo modo, è facile distinguere nel mercato italiano:

- Le grandi major.
- Le indipendenti «a metà» acquisite dalle prime.
- Le indipendenti - poche - vere e proprie che cercano di mantenere fede al loro principio costitutivo, nel rispetto degli interessi degli artisti che propongono, distinguendosi e occupando precisi segmenti di mercato.
- E un sottobosco di piccole etichette dietro le quali si celano agenzie di pre-

stazioni di servizi vari per le quali l'artista con il suo progetto non viene considerato come risorsa dell'etichetta ma come un cliente vero e proprio.

«Trovo che l'industria italiana musicale sia talmente fiorente... che rischia di esserlo un po' troppo. Il fatto che i dischi non si stampino ha fatto proliferare etichette discografiche dal punto di vista meramente numerico molto di più rispetto a tanti anni fa. Questo dà spazio a più artisti ma ...molte sono quelle che non stampano dischi e questa è una anomalia tutta italiana. Si abbassa in questo modo la qualità. E allora mi chiedo: si fa davvero un servizio alla musica? Perché ora il gruppo ha modo di farsi conoscere, se sa padroneggiare i social lo può fare da solo. **A cosa servono queste etichette piccoline che producono senza pensare alla qualità, senza filtro?»** (Giornalista musicale, esperta di comunicazione, donna)

QUESTIONE DI GENERE

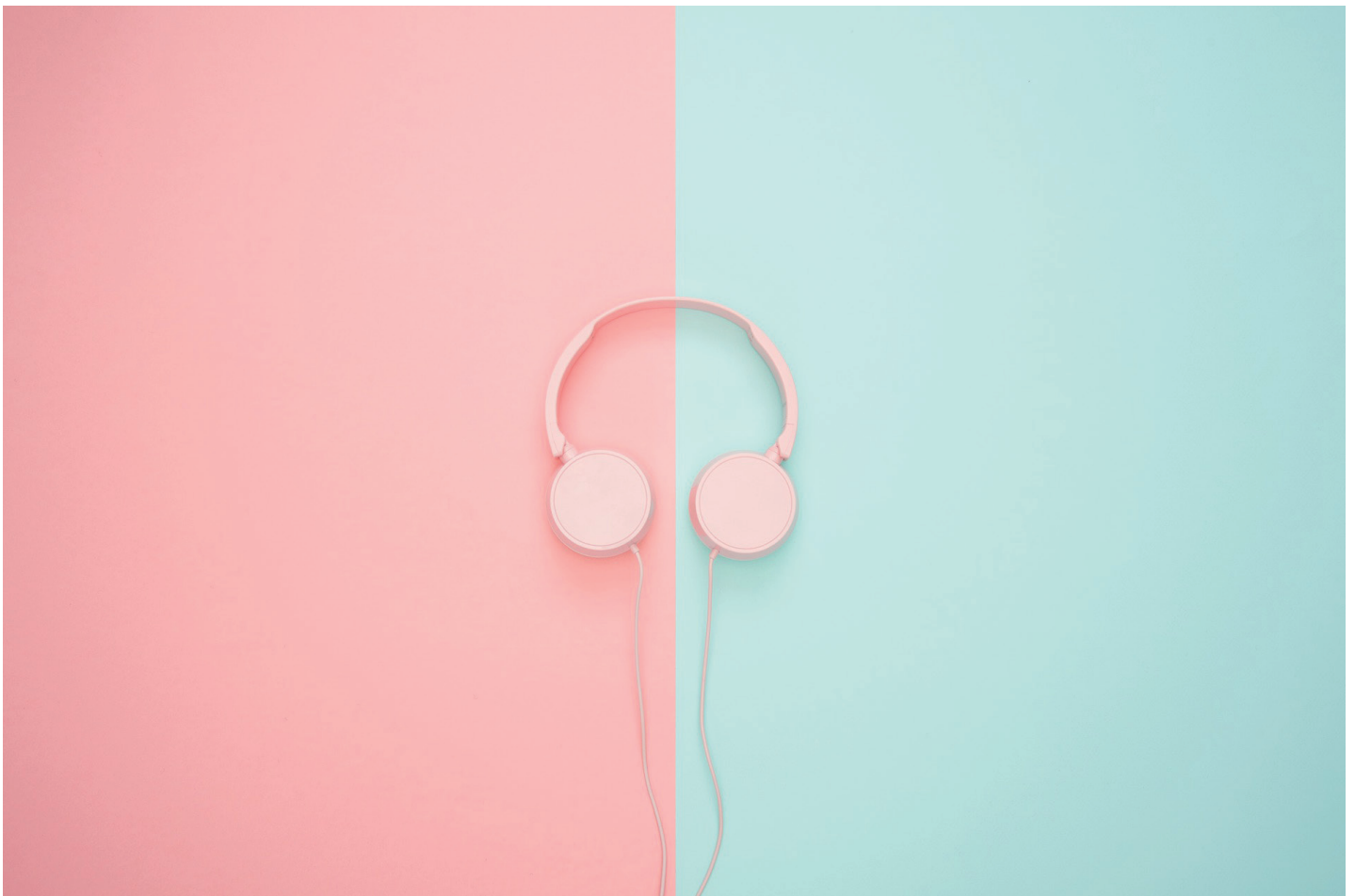
Infine, anche rispetto al tema del gender balance, l'industria musicale italiana evidenzia delle peculiarità macroscopiche, all'interno delle quali entreremo meglio nelle pagine che seguono:

- Cristallizzazione su una precisa immagine di donna «artista»: interessante come questo aspetto venga evidenziato anche dalla parte di campione maschile. Le donne possono entrare nel mondo della musica se rispettano un canovaccio stereotipato che le vede sul palco come cantanti. Non è molto diverso nel backstage. Nell'industria discografica le posizioni possibili sono quelle della promozione e dell'ufficio stampa, con limitate prospettive di carriera. Ad oggi altri ruoli sia artistici che professionali fanno fatica ad affermarsi

«In ambito musicale **alle donne vengono lasciati piccoli spazi, quasi come se fossero delle concessioni** e quindi sono indirizzate già verso quella strada anche se magari il loro talento potrebbe portarle altrove» (Musicista, uomo).



- Identificazione dell'artista donna come genere e non come singolo progetto editoriale: vi è questa tendenza diffusa tra le case discografiche di considerare le donne che si propongono sulla scena musicale come un «unicum». Difficilmente se si investe nel progetto di un'artista si accoglierà la proposta di una seconda. Questo aspetto crea naturalmente una competizione che non è presente sul mercato artistico maschile ed anche una forte barriera all'ingresso.
- Presenza di un dibattito ridotto: le intervistate e gli intervistati con più esperienza hanno certamente sottolineato un cambiamento importante attorno al tema del gender balance, negli ultimi anni. Ad oggi però la equality sembra ancora lontana. Chi ha uno sguardo più internazionale sottolinea come la differenza sostanziale con le realtà estere non sia tanto nei numeri, quanto piuttosto nei discorsi. Il dibattito intorno a questi temi è iniziato prima e si trova a un livello di maturità più avanzato: se ne parla di più e si crea sensibilità e consapevolezza intorno alle differenze di genere che caratterizzano l'industria musicale. In Italia se ne discute meno, ritardando il passaggio all'azione concreta che, là dove presente, è spesso ancora espressione di una «formalità» che non di un vero e proprio cambiamento.



LA CARRIERA NELLA MUSICA: QUALE VISSUTO

QUALITÀ PER ESSERE-PER-LA- MUSICA

La musica è vista come una passione totalizzante che richiede sacrifici, dedizione, impegno e tanto lavoro. A differenza del campione (numericamente più contenuto) degli uomini, le donne sottolineano l'importanza di due tipologie di fattori:

- Quelli interni, connessi alle caratteristiche puramente personali.
- Quelli esterni, relativi al ruolo degli altri e dell'ambiente nel facilitare o meno la costruzione e prosecuzione di un percorso professionale.

FATTORI INTERNI: QUALITÀ PERSONALI

I fattori interni possono essere sintetizzati nei seguenti punti:

- Una forte preparazione: il loro percorso professionale è costruito attorno a un obiettivo ben preciso, per lo meno nella maggior parte dei casi. La messa a fuoco dello stesso diventa il volano per motivare sacrifici e rinunce che la musica richiede.
- La determinazione: per quanto concreto nei propri progetti, la narrazione intorno alla carriera nel mondo della musica è caratterizzata da termini come precarietà, incertezza, che possono facilmente indebolire la volontà di chi non ci crede fermamente.
- La costanza: soprattutto le donne che si dedicano al lavoro più creativo evidenziano l'importanza dell'esercizio, dello studio, della ricerca continua per poter produrre qualcosa di nuovo, di personale e di autentico.

Una certa dose di autonomia a più livelli: ci riferiamo in questo caso soprattutto a:

- L'autonomia economica: la possibilità di «Potersi permettere» di dedicarsi alla musica contando sulle proprie forze (poco riconosciuta agli uomini che intraprendono una carriera artistica, spesso percepiti come in grado di contare su risorse familiari o sull'ap-



LA MUSICA: UNA FOLLE PASSIONE

poggio economico di terzi. In questa accezione «potersi permettere» di fare musica assume il significato opposto: una forma di deresponsabilizzazione associato ancora una volta a un vissuto più artistico e meno professionale).

- L'autonomia di pensiero: nel compiere determinate scelte e nella valutazione dei propri risultati La forza interiore per reggere una relazione (quella tra il sé e la musica) spesso monopolizzante.

«Le donne sanno e si espongono molto. Sanno che quando entrano nel mondo dello spettacolo verranno giudicate a tutto tondo. Soprattutto se cantano e suonano, purtroppo c'è un certo modo di fare giornalismo che tutti a pezzi. La donna sa che si mette alla berlina. Le donne che vanno avanti che decidono di esporsi, lo fanno quando sono molto consapevoli, gli uomini si buttano più facilmente probabilmente perché hanno meno paura. Le donne hanno un approccio più fisico, alla musica, più vero...»

Nel caso del campione maschile emergono invece altri tipi di attributi come versatile, innovativo, disponibile, altruista, creativo, preciso. È chiaro che gli aggettivi espressi siano il «precipitato» di vissuti molto differenti.

- Da un lato, si evidenzia l'esigenza di tratti di «robustezza» interiore per affrontare un contesto (lavorativo, professionale, creativo) che mette alla prova.
- Dall'altro, invece gli aggettivi raccontano di una relazione uno a uno in cui ci si sposta dal tratto personale a quello «professionale».

FATTORI ESTERNI: GLI ALTRI E L'AMBIENTE



I fattori esterni riguardano soprattutto le relazioni avute sin dall'infanzia o quelle costruite nel tempo che sono diventate determinanti per le scelte formative, professionali e di vita che in qualche modo hanno influito sul cammino lavorativo:

- I propri familiari: il supporto nel perseguire un obiettivo complesso come quello dell'ingresso nel mondo della musica è un elemento determinante.
- Incontri fortuiti in ambito lavorativo: i propri diretti superiori, le persone che hanno scelto il cv tra tanti per un primo inserimento lavorativo, l'affiancamento a colleghi disponibili a un confronto e a favorire la crescita si ritrovano spesso nelle parole di chi ha investito in questa carriera. Ed è importante specificare che tali figure sono sia uomini che donne: prova del fatto che il cambiamento è il risultato della cooperazione e non di una contrapposizione di genere.
- Opportunità casuali che però si creano attraverso la costanza di tentare e dalla determinazione «dell'esserci».

FARE MUSICA SUL «SERIO»

Per concludere, dunque, possiamo dire che, a parte rari casi di «inciampi» casuali nell'industria musicale, la quasi totalità del campione conferma che la carriera nella musica è il risultato di:

1. Un incontro molto precoce con la musica che diviene quasi totalizzante.
2. Un approccio «serio» a questo mondo, fatto di studio autonomo, formazione specifica e dedizione.
3. Una accettazione di un talento che diventa da sogno progetto di vita (professionale).

GENDER BALANCE: MATRICI PSICOLOGICHE & OSTACOLI SOCIOCULTURALI

GENDER BALANCE: UNA OVERVIEW

I dati presentati nelle premesse confermano che quello che abbiamo cercato di indagare in termini di percezione ed esperienza, costituisce un dato di fatto oggettivo determinato sicuramente da aspetti strutturali, più volte ribaditi dalla totalità del campione:

- Il sussistere ancora oggi - in Italia più che in altre nazioni - di una cultura patriarcale che colloca la donna in una posizione di svantaggio generalizzata che prende forma anche in ambito lavorativo:

- Nelle opportunità di carriera (crescita verticale).
- Nel trattamento economico.
- Nella proposizione di limitate e prestabilite posizioni lavorative (opportunità orizzontale).
- Nel linguaggio «al maschile» che non lascia spazio per il riconoscimento di ruoli femminili specializzati e/o apicali.

Rispetto alla questione linguistica, le intervistate ci hanno fornito in modo spontaneo esempi differenti che dimostrano il declinarsi di questo problema in modo trasversale (dall'ambito artistico a quello manageriale) ma anche con una certa legittimazione da parte dell'universo femminile.

- Si prediligono etichette maschili perché ritenute forme di riconoscimento di un ruolo professionale superiore (si pensi banalmente all'abisso semantico che c'è tra maestro e maestra).
- Si viene in automatico identificati con figure maschili SE si rivestono ruoli che sono in genere associati a quell'universo:

«lo firmo sempre le mie mail con la firma preimpostata; quando mi rispondono scrivendo "Gent. Mario" (nome di fantasia) - e non Maria - cosa significa? In mente c'è questa visione degli uffici stampa che il ruolo di direttore responsabile di una rivista sia un uomo, perché in effetti di donne ce ne sono poche.» (Giornalista, donna)

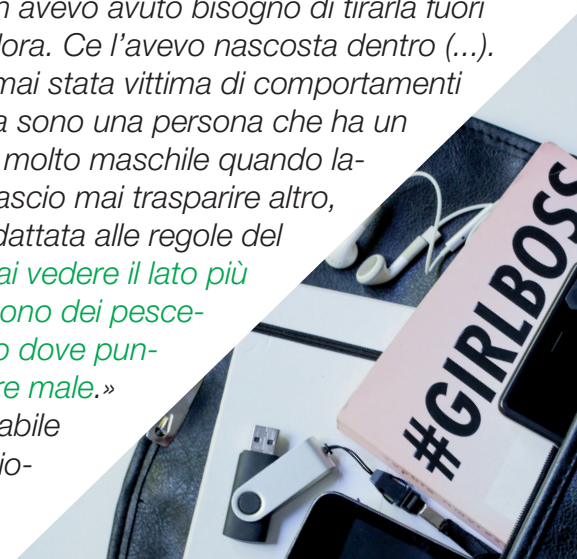
- La caratterizzazione maschile del contesto professionale della musica, con una diretta ricaduta su almeno quattro aspetti:

- Le produzioni musicali, che risentono di un'impronta maschile dal punto di vista artistico.
- I percorsi professionali, rispetto alle logiche, alle scelte e agli orientamenti.
- Le relazioni lavorative, come diretta conseguenza, tutte basate su network al maschile (con relativa esclusione «spontanea» o indotta delle donne).

«Ho sempre avuto un carattere duro per fortuna.

Ho avuto un capo che mi urlava addosso, ma poi quando ho capito che era quello il modo per venirne fuori, ho iniziato a urlare anche io. Lui diceva che il messaggio doveva arrivare in pancia per non ripetere l'errore. Io ho capito che dovevo giocare con le sue regole. Mi sono ritrovata a fare qualcosa che non è che non mi appartenesse ma non avevo avuto bisogno di tirarla fuori prima di allora. Ce l'avevo nascosta dentro (...). Non sono mai stata vittima di comportamenti sessisti ma sono una persona che ha un approccio molto maschile quando lavoro. Non lascio mai trasparire altro, mi sono adattata alle regole del gioco. Se fai vedere il lato più sensibile, sono dei pescicani, sanno dove puntare per fare male.»

(Responsabile comunicazione, donna).



«Sono mancate le opportunità alle donne ma anche agli uomini più giovani che ci hanno provato. Un blocco di una certa nicchia, di un certo modo di gestire l'industria, che è cresciuto insieme che fa un po' muro.

Le poche donne che ci hanno provato sono finite in posizioni dirigenziali ma avevano un approccio maschile. Sgomitavano allo stesso modo dei maschi e quindi venivano derise. Forse perché volevano usare gli stessi metodi. Dovevano invece portare qualcosa di nuovo.

Il valore aggiunto sono le qualità intrinseche. In fondo uomini e donne sono comunque differenti. Se una donna arriva e si traveste uomo perde la sua essenza e non riesce a portare le proprie qualità.» (Project manager, donna)

- La totale dissociazione (soprattutto italiana e nel senso comune) del connubio industria-cultura dalla quale consegue che tutto ciò che è connesso all'arte non possa essere concepito come contesto di business e di crescita professionale. Se questo aspetto è comune a tutto il mondo dell'arte, per le donne ha delle implicazioni specifiche:

- Una sottovalutazione del proprio talento artistico
- Una concessione «a termine» (ovvero limitata nel tempo) di potere praticare «la musica» in modo pseudo professionale e fino a una certa età.
- La (conseguente) conferma implicita di una gerarchizzazione culturale di alcune dicotomie di attributi a cui viene riservata una lettura sessuata [es amatoriale (Femminile) vs professionale (maschile); forte (maschile) vs debole (femminile); razionale (uomo) vs emotivo (donna)].

Il rischio della confusione del rapporto forma/sostanza, aspetto esteriore/competenza. Da un lato, infatti, i modelli



condivisi portano all'associazione della donna in carriera come di una figura che utilizza la forma per motivare l'assenza di sostanza. E, anche le nostre intervistate, sottolineano come alcuni casi esistono e danneggiano tutta la categoria:

«Però anche noi donne ci mettiamo del nostro sia in positivo che in negativo. Perché mi è capitato di vedere molte donne che sfruttano la loro condizione, non tanto i tecnici, ma magari altri reparti, dove sfruttano l'essere donna per facilitarsi sul lavoro. E poi c'è la componente che ci sottovalutiamo da sole e pensiamo di dovere dimostrare dieci volte di più degli uomini. E questa è una cosa molto stancante e forse in fondo non chiesta. Perché quando non lo fai nessuno ti dice che stai lavorando meno di un uomo.» (Fonica, donna)

Dall'altro, per uscire da questo dualismo le donne sono portate a uno svilimento della propria figura per evitare che possa interferire con la valutazione delle competenze, alimentando il sospetto di un percorso di carriera opaco:

«Avevo una collega bravissima, che era anche bellissima. Per riuscire a farsi prendere sul serio ha dovuto lavorare duro, in silenzio a testa bassa, telare, andare e dopo un anno la gente ha iniziato a dire che era anche brava. Lei non ha mai dato spazio a nessun altro tipo di commento. Ha lavorato in modo dimesso, quasi svalutando la sua figura per essere apprezzata per quello che era ed essere sicura che non si dicesse che fosse arrivata in altro modo lì dove è arrivata (...) *Dire a una donna che è bellissima è un demerito.* »
(Responsabile comunicazione, donna)

I TRE AMBITI ESPLORATI

A partire da questi tre macro punti che consideriamo trasversali al settore e parzialmente noti ai più, abbiamo cercato di esplorare più in profondità le specificità dei diversi ambiti dell'industria musicale, individuandone almeno tre:

- Quello prettamente artistico, che potremmo identificare con tutte le figure che occupano il palco (cantanti, cantautrici, musiciste, performer)
- Quello manageriale che coincide con il mondo della discografia e con ambiti limitrofi
- Quello più «tecnico» connesso alla produzione della musica, sia nella sua accezione più tecnologica (le figure che si occupano della realizzazione del brano) che artistica (con particolare riferimento alla musica elettronica e ad alcuni generi di nicchia).

LA «DONNA ARTISTA»

La musica, come industria, è associata in modo quasi automatico alla performance artistica e forse la «cantante» è la figura a cui è più facile associare un profilo femminile. Eppure anche in questo ambito, esiste un gap di genere messo in evidenza dalle classifiche: sono pochissime le donne che arrivano nelle parti alte, sia a livello internazionale che nazionale, ed in ogni caso difficilmente ai primi posti. Il confronto con il nostro campione ci ha portato ad evidenziare alcuni aspetti caratterizzanti:

- La stereotipizzazione della donna-cantante su un cliché definito: gli uomini che abbiamo intervistato hanno confermato questo aspetto. La donna che fa musica in genere è la cantante di bella presenza, con una voce «che spacca»:

«Nella musica la donna viene vista sempre come cantante e deve sempre faticare per dimostrare che brilla di luce propria perché il successo viene sempre giustificato dando credito agli arrangiatori, produttori ...maschi insomma» (Manager in una casa discografica, uomo)

«A livello di genere c'è una certa standardizzazione rispetto alla posizione che la donna può ricoprire all'interno dell'industria musicale. E questo vale sia nell'ambito strettamente artistico che manageriale» (Manager, uomo).

«Se può fare da vetrina, la prendiamo la chitarrista donna o la bassista donna, così vengono a vederci. La producer no, perché non serve nemmeno da vetrina. è questo il ragionamento che fanno molti uomini» (Manager, donna)



Questo implica la fossilizzazione su un determinato tipo di proposta che qualcuno ha ribattezzato «donna vetrina», che sta bene sul palco con il microfono in mano o con uno strumento, e la difficoltà a dare spazio ad altri modi di interpretare la musica da parte delle donne.

- La con-fusione tra artista e genere. Le figure più vicine per competenza e ruolo al mondo discografico hanno sottolineato come la maggior parte delle etichette tende ad avere nel suo roster una sola artista poiché viene considerato quasi un genere a sé stante. Una scelta di questo tipo condiziona il mercato e le opportunità (a quel punto ridotte) per le donne.

«C'è ancora una forte resistenza perché la donna come artista e la musica-della-donna veniva considerato un genere musicale, per cui quando all'interno di una etichetta c'era già una donna quella quota era completa» (Divulgatrice, donna)



- La «chiusura» di alcuni generi verso le artiste donne.

*«Nella musica classica ho assistito a racconti più sessisti. Ci sono uomini che non accettano di essere diretti da donne per esempio»
(Speaker, donna)*

- La rinuncia a priori a causa di un percorso professionale poco strutturato, molto richiedente e faticoso (per le donne, si intende)

«Noi donne abbiamo una piccola responsabilità. Siccome ci viene chiesto di lottare fortissimo per poter lavorare, molte di noi, non lo prendono nemmeno in considerazione. Non ci autorizziamo a essere libere» (Imprenditrice, musicista, compositrice, donna)

- Il permanere di meccanismi relazionali poco consoni a un contesto di lavoro che spostano il focus dal talento all'esteriorità. Meccanismi che hanno indotto alcune intervistate a svilire la propria figura per «uscire» dalla dinamica sessista.

*«Io ho vissuto anche cose brutte, molestie che mi hanno portato a fermarmi, a mettere da parte il mio talento e i miei sogni. Questo è qualcosa che non può essere taciuto»
(Cantautrice, imprenditrice, donna)*

L'AUTORIALITÀ, UN AFFONDO

L'autorialità al femminile come grande assente. Questo aspetto merita una riflessione a parte. Tra i ruoli in cui siamo abituati culturalmente a immaginare la donna vi è quello dell'interprete mentre sono pochissime le artiste che sono riuscite ad affermarsi come cantautrici o semplicemente come autrici.

*«La donna viene percepita come la cantante delle parole altrui. È un corpo bello che però deve essere al servizio degli altri. La percezione del cantautore maschile è più forte»
(Manager, donna)*

Le ragioni di questa sconcertante assenza sebbene la scrittura, l'autoriflessività, la narrazione come pratica, sia associata più al mondo al femminile, risiede ancora una volta in matrici socio-culturali ed anche in meccanismi psicologici che coinvolgono direttamente le donne.

Rispetto a quelli socio-culturali, l'assenza di autrici è il riflesso:

- Da un lato, di quella esclusione della donna da un approccio professionale al mondo della cultura e dell'arte;
- Dall'altro, di un appiattimento del gusto del pubblico su una modalità di scrittura (dei testi e della musica) al «maschile»

«Ho dovuto maturare molto coraggio e molta libertà prima di avvicinarmi alla composizione (del testo e della musica). Ho sempre guardato al canto e alla musica come qualcosa di sacro e innarrivabile e forse a un certo punto ho deciso di osare. Sono arrivata a farlo quando ho raggiunto un certo grado di libertà personale che mi permetteva di espormi: scrivere e comporre presuppongono che tu sia in grado di metterti a nudo e di mettere nero su bianco quello che tu sei. Esporre la propria creatività senza temere il giudizio degli altri. E al giudizio esterno le donne sono sottoposte più di chiunque altro (...). È innegabile che ci sia una componente di valutazione dell'aspetto estetico e di altre componenti che hanno poco a che fare con la qualità della musica.» (Cantautrice, compositrice, donna)

I meccanismi psicosociali causa di una ridotta visibilità delle donne tra gli autori sono da ricercare soprattutto nel riflesso di immagini che arrivano dal mondo esterno e che influiscono sulla costruzione dell'autostima:

- Da un lato le donne sono più oggetto di giudizio, soprattutto quando intraprendono la carriera artistica, rispetto agli uomini e tale giudizio esula spesso l'ambito puramente professionale, includendo aspetto esteriore, vita privata e scelte personali di varia natura;
- Dall'altro lato è la donna stessa ad attivare meccanismi ipercritici che la inducono a «buttarsi» meno facilmente in situazioni nuove, rispetto agli uomini;

*«Questo dipende dal nostro ipercriticismo. Non solo rispetto alla produzione, ma anche sul nostro aspetto esteriore, sulla qualità del nostro lavoro. Cose della vita che abbiamo bisogno di essere e ottenere. Ce le sentiamo addosso»
(Cantautrice, donna).*

Ecco perché alcune intervistate autrici evidenziano quanto sia importante avere raggiunto un certo livello di maturità professionale e di autostima per potere «resistere» in questo ambito lavorativo.

Infine, l'interiorizzazione di una cultura al maschile che usa i suoi linguaggi e comunica sentimenti e pensieri attraverso il suo filtro, influisce a sua volta sulla costruzione del «piacere di ascolto» che genera forma di esclusione anche da parte del pubblico verso la produzione al femminile:

*«Io ho questa teoria: siamo state abituate come ascoltatrici a essere filtrate sempre dagli uomini. Nelle radio il programmatore è un uomo, il direttore artistico di Sanremo è un uomo, gli editor delle playlist sono uomini, i manager per la maggior parte sono uomini, i direttori delle case discografiche sono uomini. L'immaginario femminile è sempre filtrato da uomini. Per questo le donne comprano di più album prodotti, scritti e cantati da uomini che non quelli delle donne:
perché non si riconoscono più»*

LA BUSINESS-WOMAN

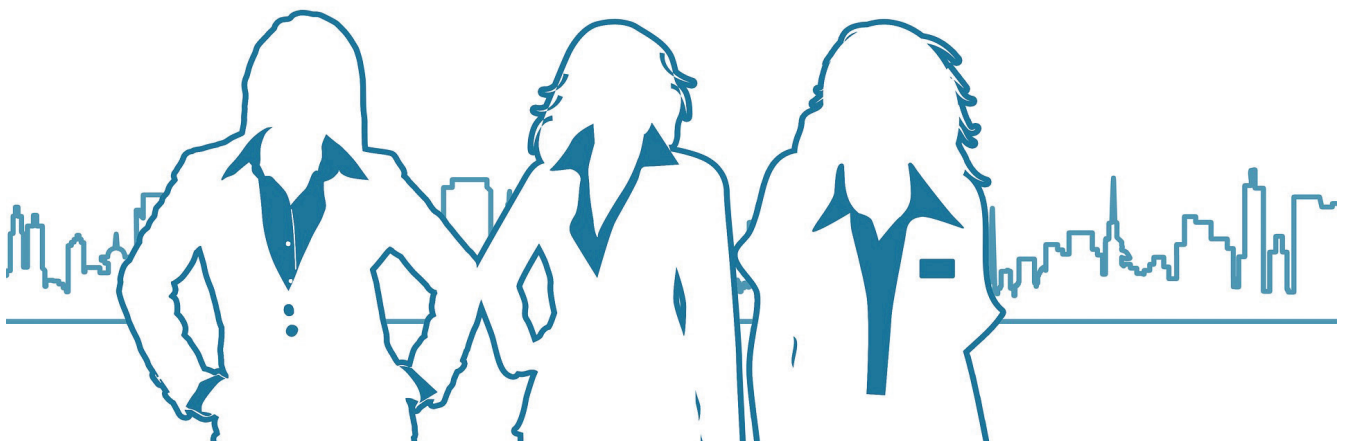
Nel caso dell'industria discografica, notiamo che le differenze di genere trovano espressione non tanto in uno sbilanciamento numerico (poiché le donne sono presenti e in alcune divisioni sono la maggior parte) ma nella selettività del percorso di carriera. Ed è importante notare che questo elemento è evidenziato anche dagli intervistati (uomini).

Più nello specifico, alla donna è consentito di:

- Rivestire solo alcuni ruoli, prevalentemente connessi alla promozione, al marketing e la comunicazione, meno alla supervisione artistica o al management puro:

«Gli uffici promozione sono pieni di donne, donne che hanno fatto svoltare la carriera artistica di un cantante ma a cui non viene riconosciuto niente di niente» (A&R, donna)

- Occupare posizioni intermedie, di responsabilità ma non decisionali in modo effettivo;
- Di non godere degli stessi «poteri»: nei pochissimi casi in cui si occupano le stesse poltrone, per lo meno all'interno del campione da noi intervistato e dunque per esperienza diretta, a parità di «posizione organizzativa» apicale, non corrisponde il medesimo potere decisionale.





«I passaggi carrieristici che dovrebbero essere normali in un processo aziendale per le donne hanno degli stop and go che non facilitano il passaggio successivo, non per incapacità, ma perché il sistema è incardinato su modalità vecchie che si fa fatica a incrinare. Le donne hanno anche un difetto: che tranne in alcuni casi non lottano abbastanza dal mio punto di vista.

La donna deve fare uno sforzo superiore per ottenere qualunque cosa. Devono sempre chiedere e non aspettare mai. Il tema è anche che gli uomini non sono preparati a questo cambiamento. La figura femminile, pur nella sua massima professionalità, è quella a cui se c'è da chiedere un caffè viene coinvolta. Non lo si chiederebbe mai a un uomo.

C'è la paura che il modo di approcciare le problematiche sia diverso e non entri in sintonia con quello maschile. La donna viene vissuta come la rompiscatole, ma finisce lì. »
(Dirigente, management, donna).

C'è da dire, e questo è stato sottolineato da tutti, che ad oggi le posizioni apicali sono ossificate su figure «anziane», naturalmente di genere maschile.

Lo spazio è dunque limitato per tutti (per il momento).

Le intervistate che appartengono a questo mondo evidenziano un'aberrazione.

Se da un lato, a differenza di altri settori della musica, la carriera si accompagna a un inquadramento contrattuale più strutturato e dunque anche più stabile, dall'altro lato la stessa «natura» di questo mercato costringe o facilita chi sceglie di non avere figli. È difficile conciliare lavoro e famiglia quando occorre gestire un impegno professionale così richiedente in termini di tempo e di coinvolgimento cognitivo ed emotivo come quello dell'industria musicale:

«Io lo vedo: la maggior parte delle donne che riveste il mio ruolo (AR) non ha famiglia. Quelle che ce l'hanno sono riuscite con molta fatica a conciliare il loro impegno professionale con quelli familiari. C'è ancora un grosso problema!»
(A&R, donna)

L'IMPORTANZA DI CHIAMARSI «PRODUCER»

L'ambito della produzione è quello in cui le donne sono meno rappresentate e ce lo confermano anche i «numeri» a livello internazionale.

Sia che si identifichi con il termine producer una mansione più tecnica sia che la si rimandi alla sua declinazione più creativa, è indubbio che a questo ambito specifico sia associato soprattutto all'uso di «macchine» e a un pensiero logico formale tipico dell'approccio scientifico. Non a caso fanno parte di questo ambito professioni come quella dell'ingegnere del suono e del fonico.

Ecco perché le nostre intervistate sottolineano a riguardo almeno tre questioni:

- Di modelli
- Di «testa»
- Di «fisico»

«LA TECNICA»: UNA QUESTIONE SEMANTICA CULTURALE

Rispetto al primo punto, le intervistate associano le resistenze che determinano una minore presenza di donne tecniche del suono rispetto agli uomini – alcune esterne altre auto indotte – a una questione prettamente culturale. La produzione audio potrebbe essere inserita tra le discipline STEM e scontare gli stessi problemi tra cui il più importante è:

- L'assenza di modelli di riferimento: solo oggi si cominciano ad affermare figure di riferimento femminili note anche al grande pubblico. Le donne negli studi di registrazione o sui palchi come supporto tecnico sono poche. E questo non fa altro che alimentare l'idea che non sia un lavoro per donne:

«Secondo me è una roba che parte dall'educazione. Quando ho fatto ricerca nel mondo della programmazione mi stupivo del fatto che in Italia nei progetti connessi ad alcuni linguaggi di programmazione non riesci a trovare donne che programmano con quel linguaggio, solo perché se vai a guardare quel linguaggio è molto più antico ed infatti 20 anni fa percorsi di ingegneria erano ad appannaggio solo (o quasi) degli uomini.

Ma già quando io facevo ingegneria elettronica, non è passato nemmeno tanto tempo, eravamo solo due ragazze su 40 persone iscritti.

Perchè l'ingegneria elettronica non era consigliata alle ragazze.

Noi donne ci siamo poste dei limiti, siamo state anche ostacolate, abbiamo confermato i limiti che pongono gli altri. L'essere stati ostacolate... ecco secondo me questa cosa qui non permette adesso di avere donne bravissime che programmano in php.» (Ingegnere del suono, donna).

«LA TECNICA»: QUESTIONE DI TESTA

Le donne che decidono di intraprendere un percorso formativo o professionale in questa direzione sono poche e questo purtroppo viene interpretato come la mancanza di una forma mentis scientifica. Anche questo aspetto, in fondo, ha matrici culturali.

La presenza di questo pregiudizio latente (soprattutto nello sguardo degli uomini che popolano il settore) ha due dirette conseguenze:

- Il continuo sospetto sulla competenza: le donne si sentono messe alla prova anche su compiti ordinari quasi come se debbano in qualche modo dimostrare il doppio delle abilità per avere riconosciuti i meriti:

*«La donna poi viene vista con sospetto, in questo ambiente: ci si chiede sempre se sia in grado o no di svolgere il lavoro, anche se poi non ha mai niente in meno rispetto agli uomini dal punto di vista delle competenze»
(Musicista, uomo).*

«Io sono una cantante e una producer. Non conosco altre producer, o meglio solo una virtualmente, ma mi pare un miraggio. La cantante è l'unico ruolo che la donna ha riconosciuto come «naturale». Se sei bassista già è diverso. Io sono producer che è una cosa soprattutto maschile. Io ho notato che le mie capacità vengono continuamente messe in discussione, di default. A priori. Che ne so, quando ho prodotto le mie

*prime canzoni e le ho fatte ascoltare a persone che mi stimavano come musicista mi hanno chiesto
incredule*

*«Ma le hai fatte tu»?
Il mio ragazzo è cantautore, si interessa di produzione ma non ha mai studiato! Lui agli occhi di tutti si è aggiudicato il titolo di producer quando sono io che produco lui! Pensa che una*

volta mi ha accompagnato per la realizzazione di un video e le persone, oltre a pensare che lui fosse il mio producer, si relazionavano con lui come se lo fosse.

Poi quando ci sono state delle discussioni sugli aspetti tecnici, mi sono state «spiegate» delle cose che già sapevo e anche quando ho detto che le sapevo mi sono state comunque rispiegate con dei dettagli del mio pezzo che avevo curato al 100%» (Cantante, producer, donna).

- La fatica psicologica di dovere sostenere il peso di una ironia fuori luogo che genera frustrazione e può ledere l'autostima. E questo aspetto, più evidente forse nell'ambito strettamente tecnico, è presente anche negli altri due settori (artistico e management):

*«Una volta mi sono sentita trattare come una groupie. Avevo fatto un piccolo esempio di quello che potevo fare e lui nel frattempo mi faceva i complimenti per la camicia di seta e cercava di toccarla. Rifiuto l'incarico e chiedo i soldi per il lavoro svolto fino a lì e mi dice: perché? Non accetti pagamenti in natura? C'era con noi un fonico di studio, mi ha guardato e poi ha ributtato giù lo sguardo. Si è vergognato anche lui»
(anonimo).*



«LA TECNICA»: QUESTIONE DI FISICO



Infine, sempre sulla scorta di un pregiudizio ormai ossificato, il lavoro più tecnico, soprattutto se associato a una componente «operativa» (ad esempio sul palco) viene considerato tipicamente maschile per una questione di fisicità.

Anche in questo caso, le intervistate ci sottolineano almeno due effetti:

- La messa in evidenza dei limiti connessi alla propria prestanza fisica (ridotta)

«C'è da abbattere un certo pregiudizio che vuole il lavoro del fonico come un lavoro duro, anche fisicamente e dal punto di vista degli orari, e quindi più adatto agli uomini.

In Italia in questo senso siamo ancora indietro».
(Docente, musicista, uomo).

PER CONCLUDERE: UN OVERALL

Sebbene si delineino degli aspetti peculiari per ciascun ambito, il settore musicale presenta una generale disparità di genere, acuita, rispetto ad altri settori, da alcuni fattori endemici e strutturali dell'industria stessa come:

- La forte precarietà della carriera

- Lo scarso riconoscimento formale e istituzionale di questo ambito come «professionale» oltre che artistico
- Il profondo livello di coinvolgimento e di pervasività di questo lavoro nella vita privata di chi lo persegue (sia in termini di tempo, che di risorse emotive, cognitive, personali etc).

«Io non ho alle spalle una famiglia. Non ho tempo di pensare ad altro. Lo spazio per immaginare una famiglia non c'è. Se avessi avuto dei figli non sarei dove sono ora e non potrei fare quello che faccio oggi. Non è un mondo accogliente (...)

Tra l'altro quello che è accaduto in questo anno, la pandemia, ha fatto sì che i lavoratori del settore musicale fossero i più esposti perché sono di fatto invisibili. Non c'è alcun tipo di tutela. Ci avevano detto che eravamo tutti sulla stessa barca. Ma in realtà eravamo tutti nella stessa tempesta ma con imbarcazioni molto differenti. (...)

Ci sono tante battaglie da combattere. Io ho scelto lucidamente di non avere una famiglia. Per altre potrebbe essere una scelta obbligata.»
(Divulgatrice, producer, donna)

«Le donne (che fanno musica) non possono dedicarsi ad altre cose: la musica come la politica richiedono sacrificio enorme, orari assurdi e problemi oggettivi che scoraggiano.»
(Cantautrice, donna)

DONNE & UOMINI: UN INCROCIO DI SGUARDI

LA QUESTIONE DI GENERE NEGLI OCCHI DELL'«ALTRO»

Il lavoro di ricerca ha previsto la conduzione di un numero – sia pure contenuto – di interviste con uomini che occupano a vario titolo una posizione nell'industria musicale. Lo sguardo incrociato ha messo in evidenza alcuni meccanismi importanti, alla base di un possibile cambiamento di settore e di mentalità. In primo luogo, gli intervistati hanno affermato in modo unanime che il gender gap è un dato oggettivo che va affrontato. Lo dicono:

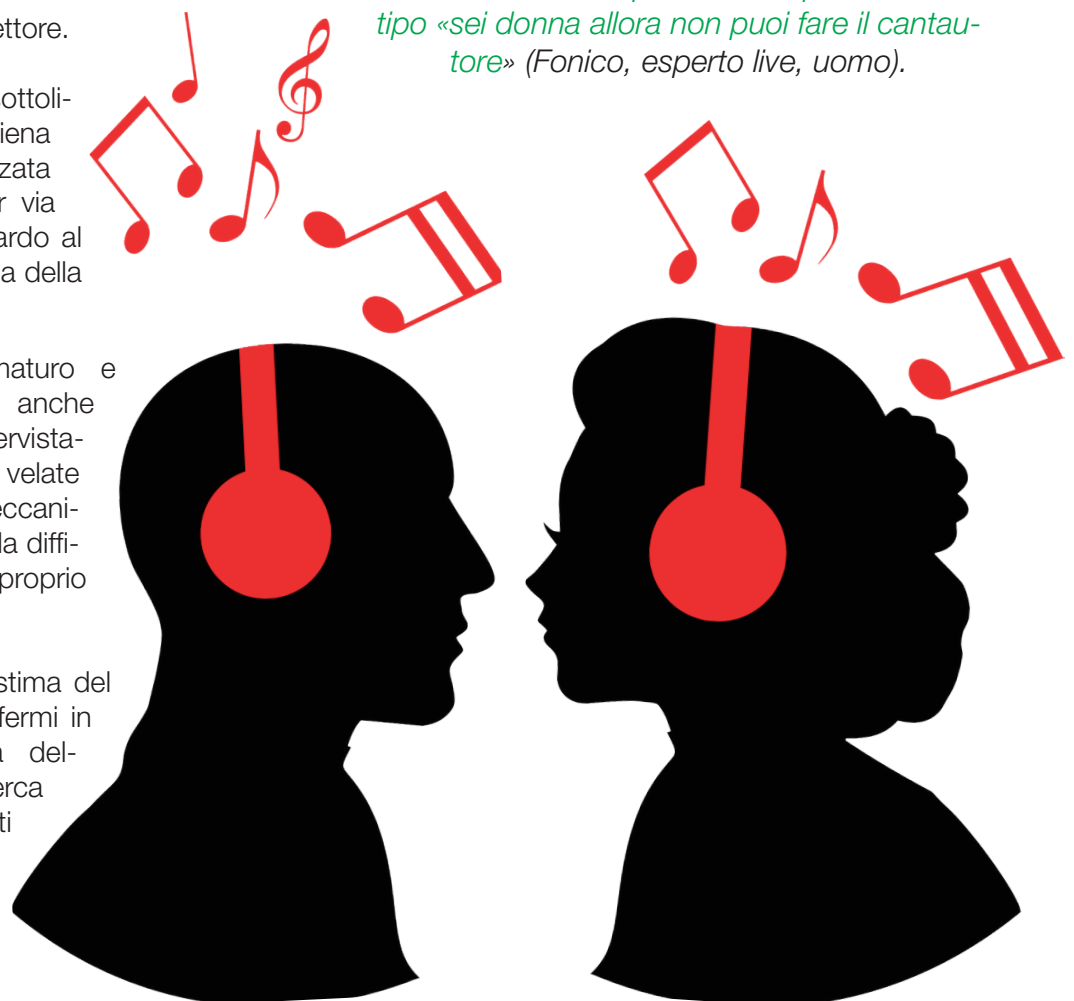
- Le statistiche
- L'esperienza diretta nel settore.

Eppure, anche gli uomini sottolineano la mancanza di una piena consapevolezza generalizzata all'interno dell'industria, per via di un prevalere di uno sguardo al maschile anche sul problema della parità e della diversità.

Nonostante l'approccio maturo e consapevole all'argomento, anche nelle parole dei nostri intervistati emergono, più o meno, velate tracce di pregiudizio e di meccanismi psicologici alla base della difficoltà di innescare un vero e proprio cambio di passo sul tema:

- Vi è una generale sottostima del problema. Per quanto si affermi in prima battuta l'oggettività della disparità di numeri, si cerca sempre di confinarla in ambiti specifici e spesso lontani dai propri contesti lavorativi [Percezione selettiva]:

«Il settore musicale è uno specchio di quello che succede nella società, in tutto il mondo e in tutti gli altri settori. Forse nella musica è un po' meno presente questo gap. Nei ruoli tecnici non si vedono donne, probabilmente per interesse personale, i lavori tecnici hanno un diverso appeal, e personalmente in tutte le situazioni in cui ho avuto colleghe c'è sempre stata assoluta equità. (...) nella cantautorialità mi rifiuto di credere che non ci siano donne perché è un problema del tipo «sei donna allora non puoi fare il cantautore» (Fonico, esperto live, uomo).





Là dove sollecitati a riflettere sul dato, vanno alla ricerca di [Errore fondamentale di attribuzione]:

- Cause oggettive e non endemiche nel sistema
- Cause attribuibili a scelte soggettive delle donne (per questioni di interesse o di valutazioni razionali rispetto alla possibilità di intraprendere una carriera così complessa):

«è un tipo di carriera che una donna non sceglie personalmente, non che l'industria non la voglia. È una carriera rischiosa, altalenante. È una questione sia di interesse che di approccio. Spesso le donne sono più concrete» (Producer, artist, sound engineer, uomo).

Si lasciano andare in forme svariate di maschilismo benevolo, la più evidente delle quali è l'espressione di sostegno alla causa (di genere) che riguarda una «minoranza».

LA QUESTIONE DI GENERE: I VANTAGGI

Pensando al possibile superamento della questione di genere, alcuni intervistati si soffermano su quali benefici avrebbe la stessa industria musicale e ne sono stati individuati almeno 3:

1. L'arricchimento risultato del confronto con esperienze e carriere diverse
2. L'assimilazione (anche parziale) di una forma mentis che potrebbe scardinare le logiche attualmente presenti nel mercato discografico, sia in ambito creativo che in ambito business;
3. La riduzione della competitività: possiamo leggere questa dichiarazione come un esempio

classico di bias e una espressione di maschilismo benevolo. Sappiamo bene che le donne che si confrontano con carriere complesse sanno essere molto competitive. Allo stesso tempo, però, possiamo leggerlo come un effetto

solidaristico della relazione che va oltre il rituale – più o meno esplicito – esibizionistico che caratterizza le relazioni al maschile, soprattutto a certi livelli. Favorire la diversità significherebbe andare oltre, favorendo la cooperazione sulla competizione.

«Lavorare con le donne è molto più semplice che con gli uomini, non viene percepita la competizione» (Manager, uomo)

GLI SVANTAGGI

Non innescare questo cambiamento porta con sé degli svantaggi, connessi anche al modo in cui fino a oggi si è affrontata la questione di genere.

In questa fase storica, infatti, quello che rimane è la ricerca della parità secondo una modalità puramente numerica.

Ma non è solo questione di percentuali. Anzi, a loro avviso, questo approccio rischia di:

- Spostare il punto focale dalla questione di genere al «problema» di rispettare un criterio puramente formale
- Affermare la propria presenza attraverso un diritto illegittimo centrato sui numeri e non sul talento, con la diretta conseguenza di:
- Favorire la conferma del pregiudizio
- Ridurre le future opportunità

«Quando si parla di artisti, ci sono delle forzature a volte di iniziative che sono nobili, ma che non sono progettate bene: non si può puntare una pistola alla tempia degli organizzatori live e chiedere una line up 50% uomini e 50% donne, perché non ha senso e se lo facesse non venderebbe biglietti. Quello che è obbligatorio fare per un festival invece è dare equo accesso a partecipare alle line up.

Definire la line up in funzione dei generi sarebbe una forma di sessismo, comunque.» (Manager, musica live, uomo).



IL GENDER GAP: LA RESPONSABILITÀ DELLE DONNE

L'incrocio di sguardi sulla questione di genere ha permesso di evidenziare alcune responsabilità più riconducibili alle donne. Anche in questo caso possiamo declinarle all'interno di una matrice socio-culturale e psicologica.

È socio-culturale l'interiorizzazione (da parte delle donne) di uno sguardo al maschile anche di fronte il gender gap.

*«Ci sono delle donne che hanno sviluppato un ruolo gregario e ancillare così forte che quando possono fare il cambiamento non fanno il passo. Anche queste sono emanazioni dello stesso problema connesso al **dominio di una cultura patriarcale**» (Divulgatrice, Donna)*

Una delle conseguenze dirette è quella di affrontare la destrutturazione della cultura patriarcale a partire dalle specificità di genere, che possono essere introdotte dal coinvolgimento delle donne negli ambiti prettamente maschili.

La concezione di uno stile professionale «sessuato» al femminile che si contrappone a quello maschile «dominante» però diventa una una lama a doppio taglio poichè:

- È confermativa della lettura gerarchica nelle differenze di genere
- Crea delle nicchie di pratiche e professionalità che rischiano di essere lette come unicità appartenenti a «categorie protette».

È di carattere psico-sociale invece il meccanismo per cui si innesca una forma di autoselezione delle donne rispetto al percorso professionale in ambito musicale. Ovviamente è sempre conseguenza dell'interiorizza-

zione di un modello estremamente patriarcale che si riflette sull'organizzazione cognitiva ed emotiva della singola persona.

Però il riflesso osservabile è l'attivazione di quei processi di pensiero che abbiamo evidenziato in più punti del report e che sono sintetizzabili in tre parole chiave:

- Iper-criticismo

*«non è vero che non ci sono progetti al femminile. È che **le donne mollano prima di un uomo: alla prima sconfitta, alla prima delusione, al primo dubbio...**» (A&R, donna)*

- Iper-razionalizzazione delle scelte
- Svalutazione e sottovalutazione del talento.

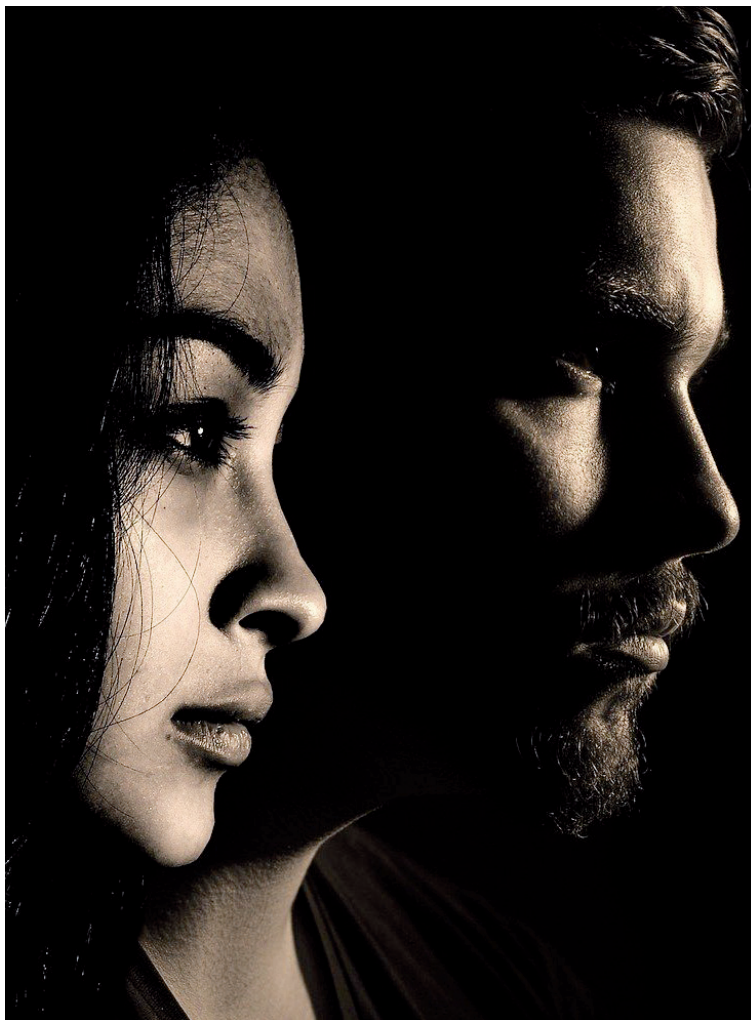
«È innegabile. Le donne sono giudicate molto di più degli uomini e si mettono da sole più paletti da rispettare. Siamo in un paese maschilista» (Musicista, uomo).

«Ci sono alcuni steccati morali, perché giocano sul tuo subconscio: devi essere una buona madre e questa cosa è un deterrente per molte artiste. C'è l'idea un po' falsa e un po' reale che sia un settore pericoloso; lo pensano i mariti, i fratelli, i padri e anche le donne si allertano.

*Il patto tacito è "io ti regalo la possibilità di esprimerti ma non nel mondo quello vero pieno di pericoli". **Se vuoi di più subentrano i sensi di colpa**»*

(Manager, donna)





Tutti aspetti superabili lavorando su se stesse, sul senso di fiducia verso il proprio lavoro e le proprie capacità e sulla valorizzazione delle stesse.

«*Se una donna delude, delude più di un uomo e fa un danno alla categoria: se un uomo non è all'altezza del lavoro per cui è stato chiamato, finisce lì. Invece, se una donna accetta un lavoro per cui non è competente al 100% ma solo nella media – come tanti altri uomini, perché insomma ci sta – se dovesse fallire, la pagherà tutta la categoria. Anche le donne falliscono, come falliscono gli uomini. Ma alle donne non è concesso di fallire.(...) La prima a tagliarsi le gambe sono stata io perché non mi sono sentita in grado di propormi o non mi sono sentita in grado perché effettivamente comunque alle volte è successo che io sia stata trattata con leggerezza e con sufficienza. Questa cosa mi ha molto infastidita e pur di non ritrovarmi in quelle situazioni io ho evitato di chiedere, di propormi perché quella cosa mi ha ferito molto (...)*»

(Compositrice, musicista, donna)

GENDER BALANCE: PROSPETTIVE PRESENTI PER UN FUTURO MIGLIORE

LO STATO DELL'ARTE

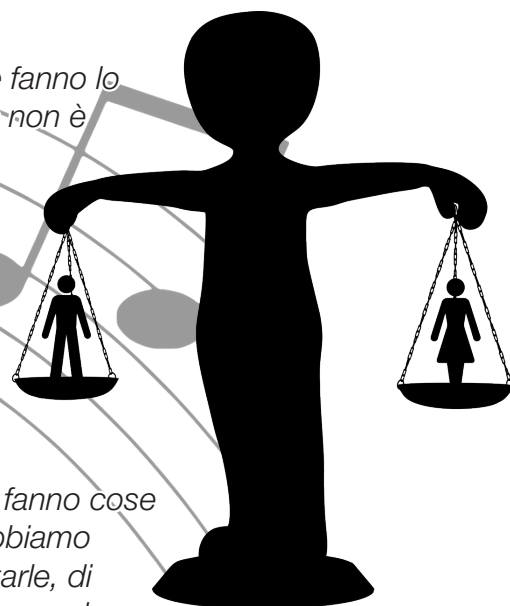
Lo sguardo sullo stato dell'arte è comunque positivo. Sia le donne che gli uomini che abbiamo intervistato sottolineano un certo ottimismo.

La situazione attuale è sicuramente diversa se confrontata con quella di qualche decennio fa e negli ultimi anni si è verificata una accelerazione di interessi e di azioni sull'argomento gender balance.

Ovviamente ci sono ancora molte cose da fare ma, anche grazie all'azione di associazioni e circuiti di donne impegnate nel mondo della musica a vario titolo, sia a livello nazionale che internazionale, sono state promosse iniziative concrete per:

- sostenere progetti al femminile,
- favorire la formazione anche negli ambiti più specifici e tecnici,
- individuare e usare linee di finanziamento che possano semplificare anche l'autosostentamento delle produzioni artistiche.

«Se più persone fanno lo stesso business non è un buon motivo per non fare rete. Io sono circondata da donne e lo vivo in prima persona questo lavoro di rete: noi raccontiamo quelle realtà che fanno cose belle perchè abbiamo voglia di raccontarle, di dare visibilità, senza nulla in cambio. (...) quando questo non accade ho imparato per esperienza che c'è una certa insicurezza personale di fondo» (Imprenditrice, musicista, compositrice, donna).



PROSPETTIVE FUTURE

C'è ancora da fare e insieme abbiamo individuato queste possibili strade da percorrere:

- Aumentare le occasioni di confronto e di discussione. Gli altri Paesi europei hanno un certo vantaggio su questo punto e già raccolgono i frutti di un lavoro corale di sensibilizzazione sul tema. È importante farlo, però, coinvolgendo il mondo della musica tout court, in modo che non risulti un discorso autoreferenziale.

E ancora:

- Contribuire alla promozione e alla costruzione di modelli positivi, attraverso iniziative che ne diano visibilità, portando avanti azioni che siano coraggiose e capaci di uscire dal seminato patriarcale.
- Auspicare un cambio generazionale:
 - Ai vertici per garantire un cambiamento strutturale e di visione
 - Alla base e negli altri livelli per dare prova di questo cambio di passo, favorendo una



rigenerazione di mentalità di cui i più giovani sono già portatori.

- Impegnarsi in modo definitivo per il superamento delle quote rosa, oggi «male necessario», affinché vi sia per tutte e per tutti una parità di opportunità e non puramente numerica.
- Applicare politiche del lavoro coerenti con le esigenze di life-work balance:

*«non far sentire le donne in rincorsa perché vogliono avere una propria famiglia, andare a riempire questo dislivello mettendole alla pari»
(Manager, donna).*

E infine:

- Attivarsi per un vero e proprio cambiamento che non porti solo all'inclusione delle donne ma al superamento di questa dicotomia, già poco efficace per descrivere il «genere» in senso stretto. Uscire da questa cornice di senso permetterebbe finalmente di spostare il focus sulle questioni di merito e non «di diritto» (rivendicato) alla luce di uno squilibrio che paga in primo luogo il settore stesso (es. concorsi blind-selection)
- Coinvolgere nel cambiamento anche gli uomini.

Non rendere dunque la riflessione intorno al gender gap una questione solo femminile:

*«lo sono sempre dell'idea che l'autogheizzazione non sia mai fruttuosa: mai solo tra donne. Altrimenti è un errore. Super coscienti dei problemi occorre dividerli con altri. Quando mi trovo a condividere questi temi con uomini intelligenti si vede che non ne hanno consapevolezza»
(A&R, donna)*

*«Il cambiamento sarà determinato dalla spinta delle nuove generazioni, tramite nuove visioni, idee talento e merito. Il sistema è in parte evidentemente sbagliato ed appartiene al passato, ma non siamo ancora in grado di proporre un sistema alternativo che metta al centro le idee. Le opportunità vanno date perché la persona ha talento, non perché è donna. I consigli di amministrazione forzano sempre più sull'equilibrio tra i sessi, ma questo equilibrio non può essere solo numerico: le persone devono ricoprire certi ruoli per le loro idee e per quello che hanno da offrire, non per l'appartenenza a un genere»
(Musicista, compositore, uomo).*





RINGRAZIAMENTI

Ringraziamo tutte le professioniste e i professionisti che hanno dedicato il loro tempo a noi, raccontandoci la loro esperienza e regalandonci il loro preziosissimo punto di vista.

Copyright © 2021 Tutti i diritti riservati.

È proibita la riproduzione, anche parziale, in ogni forma o mezzo, a meno di citare chiaramente la fonte di provenienza, l'autore, la data di redazione ed aggiornamento e l'url relativa.

Proprietaria dei contenuti riportati sul report è © SAE Italia S.r.l. International Technology College - via Trentacoste, 14 - 20134 Milano - CF and PI 11800470152 REA 1497158. Company subject to direction and coordination by SAE Technology Group Holdings BV based in Amsterdam, Prins Hendriklaan 26-2.

Come citare la fonte (how to cite):

Micalizzi A (2021). #Womeninmusic. Una ricerca esplorativa sul ruolo delle donne nell'industria musicale italiana. proceedings presented at Women in Music: progetti e riflessioni sull'industria musicale italiana, 4 june, 2020, Milan, SAE Institute.

