



La cantautrice siciliana Levante

## «La musica? Parla ancora al maschile»

«S anremo è la punta dell'iceberg, nella musica siamo poco supportate. A parità di temi affrontati e di bravura a esprimersi sul palco, a emergere sono maggiormente gli uomini. Abbiamo molti crediti in meno». A parlare è Levante, una delle giovani cantautrici più lanciate e una delle più convincenti di questo Festival. E lo fa dati alla mano, quelli di una bella ricerca di Nuovo **Imaie**, istituto mutualistico che tutela i diritti di riproduzione dei cantanti e degli attori, che ha analizzato il repertorio completo di opere registrate e pubblicate, ovvero 765.789 registrazioni musicali in 116 Paesi, analizzati per Paese, fascia d'età e sesso nonché volume economico generato dall'utilizzo delle opere. Levante si è fatta testimonial di questa ricerca che, come dicono Andrea Micciché e Maila Sansaini, rispettivamente presidente e dg di Nuovo **Imaie**, aiuta a comprendere «perché l'industria musicale sia caratterizzata da un forte divario tra i generi». In generale i ruoli da «primari», ovvero da interpreti principali, risulta essere affidato alle donne per il 7,44% (136.088 ruoli) a fronte del 92,56% pari a 1.692.000 ruoli maschili. La tendenza è simile in tutti i Paesi. L'Italia è quello in cui la forbice tra ruoli occupati dalle donne e dagli uomini è, pur nella sproporzione, meno accentuata. Sul campione italiano di 389.219 registrazioni musicali, sono 71.105

(8,32%) i ruoli da primari per le donne e 783.539 (91,68%) per gli uomini. Per quello che riguarda le fasce d'età, la forbice donna-uomo per i ruoli primari comincia a divaricarsi dai 18 a 34 anni, per raggiungere dimensioni sempre più significative dai 35 ai 54 anni in cui la sproporzione fra uomini e donne è del 93,55% contro solo il 6,45%. Spiega il presidente Micciché: «La forbice si divarica proprio quando le artiste diventano madri e quindi hanno difficoltà prima fisiche, e poi di impegno con i figli». Per questo Nuovo **Imaie** ha istituito un fondo a sostegno delle madri di 6.000 euro l'anno, estendendolo sino al sesto anno di età del bambino. Eppure, in un mercato globale di 11.858.153 euro, il valore economico generato dalle poche donne presenti, il 7,44%, è più che doppio, 16,78%, «sintomo che la musica femminile incontra di fatto i gusti del mercato più di quella maschile, con una efficacia superiore anche a livello di business». E allora perché le donne restano ai margini dell'industria musicale? «Fare musica per le donne non è difficile, puoi registrarti e lanciare nel web i tuoi brani, ma non siamo supportate dagli ascoltatori né dall'industria – aggiunge Levante –. Io spesso ho sofferto di pregiudizi, e mi sono resa conto che a pari merito la gente preferisce le canzoni degli uomini, una discriminazione inconsapevole. Occorre cambiare una mentalità, ma piano piano ce la faremo, basandoci sul merito. Dire che le donne sono più intelligenti è una sconfitta per la lotta. Sarà un'utopia ma vorrei si partisse da una base di assoluta parità».

**Angela Calvini**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

