



GRUPPO EDITORIALE MEDIA KEY



Login

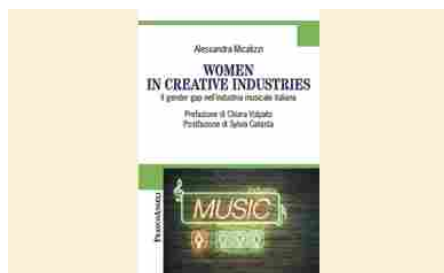

[Home](#) [Testate](#) [News](#) [Awards](#) [Video](#) [Operatori](#) [Shop](#) [Il Gruppo](#) [Contatti](#) [Area Utenti](#)
[Job opportunities](#)

Leggi News

[mediakey.tv](#) » [News](#) » [Archivio News](#) » [Leggi News](#)

- ▶ Newsletter
- ▶ Archivio News

“Women in Creative Industries”, il gender gap nell'industria musicale italiana



A partire dai dati di una ricerca empirica condotta nel 2021 dal SAE Institute di Milano su oltre 40 donne e uomini operanti nell'industria musicale italiana, la psicologa e PhD in Comunicazione e nuove tecnologie, Alessandra Micalizzi, docente SAE, propone una lettura del gender gap nel settore, delle principali distorsioni, alcune profondamente radicate nella cultura, altre

interiorizzate e agite dagli stessi attori sociali direttamente coinvolti. Il libro si intitola "Women in Creative Industries"- Il gender gap nell'industria musicale italiana-, è edito da Francoangeli; prefazione di Chiara Volpato e Postfazione di Sylvia Catasta, (pagine 151, € 21). Chiara Volpato è stata professore ordinario di Psicologia Sociale presso il Dipartimento di Psicologia dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca; Sylvia Catasta è musicista, arrangiatrice e direttrice d'orchestra. Al Festival di Sanremo 2020 ha diretto Elodie riscuotendo ampia notorietà anche presso il grande pubblico. Il volume sarà in vendita da Febbraio.

Di fatto nell'industria musicale italiana le donne sono solo il 27% tra gli artisti, il 12,5% tra i compositori e il 2,6% nella produzione. Come viene vissuta la disparità da chi è parte dell'industria? Come si può superare? I dati dicono che le cose stanno cambiando: a che punto è il processo?

Siamo portati a pensare alla musica come a una forma di intrattenimento. In realtà è anche una delle più potenti industrie culturali: da un lato, contesto professionale entro cui immaginare gli sviluppi della propria carriera; dall'altro, parte integrante del sistema di costruzione e distribuzione di significati, di rappresentazioni sociali, di modi di interpretare il mondo. Il music business è dunque uno spaccato delle logiche e delle politiche del mondo del lavoro, con alcune peculiarità che lo rendono ancora più destrutturato e liquido di altri contesti professionali. Allo stesso modo è ambito di cultura, dove si possono osservare meccanismi più o meno opachi di gestione del potere di orientare le letture del mondo e le aspettative su di esso. Il volume guarda alla musica come al terreno delle disparità di genere, cercando di tenere insieme questa doppia anima, di industria e di fucina culturale, osservandola attraverso lo sguardo di chi ne ha fatto un mestiere.

Il gender gap è inquadrato in una cornice socio-culturale, per interpretare anche i meccanismi psico-sociali responsabili della clamorosa esclusione - o limitata partecipazione - delle donne alla produzione culturale, con particolare riguardo alla musica.

Le conclusioni lasciano spazio a un pacato ottimismo verso il futuro, grazie al ricambio generazionale e al graduale scardinamento del genere come variabile attraverso cui leggere il mondo e le sue regole. Vi è anche una piccola certezza: il cambiamento può essere definitivo e reale solo se assimilato culturalmente e "partecipato". Tutte le persone coinvolte nel processo di definizione delle regole e delle logiche dell'industria musicale devono agire convintamente e in modo condiviso verso il superamento di ogni stereotipo di genere.

📅 18/01/2022 | 📖 Libri e cultura

Indietro

 condividi

 tweet

 condividi

Sitemap

Home	Testate	News
Awards	Video	Operatori
Shop	Il Gruppo	Contatti
Area Utenti	Job	Privacy

Newsletter

Iscriviti alla newsletter di Media Key per restare aggiornato.

[Iscriviti](#)

Gruppo editoriale Media Key

Via Arcivescovo Romilli 20/8 - 20139 - Milano
 ☎ +39 02.52.20.37.1
 ✉ info@mediakey.it
 P.IVA e C.F. 06257230158

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per gestire e migliorare la tua esperienza di navigazione. Cliccando Accetta acconsenti al loro uso. Per maggiori informazioni su come utilizziamo i cookie e su come rimuoverli, consulta la nostra. - [Informazione sui cookie](#) - [gestione dei cookie](#)

[Accetta](#)