

Tish Ciravolo con le sue figlie: Nicole impugna la famosissima chitarra *Daisy*, e Sophia prende confidenza con un modello *Heartbreaker*.



MAMMAROCK

L'idea vincente: creare chitarre per ragazze. E tingere di rosa il mondo della musica. Risultato? Anche Prince ha una Daisy Guitar

di ROBERTO CROCI

Una passione per il rock & roll che dura da una vita e un forte desiderio di rivincita hanno fatto di Tish Ciravolo, ideatrice e presidente di Daisy Rock Guitars, una sorta di imprenditrice rinascimentale impegnata nell'emancipazione delle donne nell'industria della musica. Non fosse per i tatuaggi, il collare rosa shocking, i capelli rossi con highlight nero "death", la persona che mi trovo davanti sembrerebbe una mamma qualunque, che oltre a coccolare le due figlie, Nicole di 7 anni e Sophia di 5, è indaffaratissima nel suo lavoro, il day-to-day business di una delle nuove compagnie più chiacchierate degli ultimi due an-



A sinistra, Tish Ciravolo. Sotto, la famosa *Butterfly*. Il catalogo della Daisy Rock Guitars comprende 37 modelli e include chitarre acustiche, elettriche, a 6 e 12 corde...

**“NON SONO
GIOCATTOLI,
LA QUALITÀ DEI
MATERIALI È SCELTA
CON CURA: SONO
BELLE MA SUONANO
ANCHE BENISSIMO!”**

ni. Chiacchierata per due motivi: il sostanzioso fatturato e l'innovazione di stile che ha portato in un'industria prevalentemente maschile come quella del rock & roll. L'idea vincente? Disegnare chitarre per ragazze.

Fondata nel 2002, oggi la Daisy Rock Guitars ha un giro d'affari di più di 2 milioni e mezzo di dollari. Il catalogo comprende 37 modelli di chitarre disponibili in più di 500 negozi di musica tra Stati Uniti e Canada, tutte in una serie di colori sgargianti, dal viola al giallo al maculato, oltre a nuove forme che sembrano copiate dai banchi d'asilo. La più famosa è la ricercatissima chitarra elettrica *Daisy*, a forma di margherita; chitarra e basso a forma di farfalla *Butterfly*, oltre all'indimenticabile *Heartbreaker*: una cassa rosso fuoco a cuore che avrebbe fatto impazzire Elvis!

Tish è cresciuta in California e, negli anni '80, ha girato l'America con una band, ma la sua attività parte da altro: Tish la considera una rivale femminista contro un mondo dominato dagli uomini, dove le chitarre sono sempre state pesanti, lunghe, costruite per una corporatura maschile.

Passano gli anni, Tish torna a Los Angeles, si sposa... Un giorno, la figlia più grande le chiede di poter imparare a suonare la chitarra. Dove trovarne una adatta a lei? Mentre

chiacchierano, Nicole disegna una margherita, Tish aggiunge un manico con tanto di tasti e corde. «Ho subito pensato che fosse un'idea geniale: eravamo in ritardo di 40 anni! Produrre una serie di chitarre disegnate apposta per le ragazze, aiutarle a uscire dal guscio e vincere gli stereotipi, questa è la mia missione. Con la nascita di Daisy Rock, il "Boys Club" ha chiuso i battenti!», dice. «Ho suonato il basso per anni, e provavo un senso di frustrazione ogni volta che entravo in un negozio di musica: pensavano sempre tutti che fossi lì a comprare qual-

cosa per il mio ragazzo. Ho rischiato di smettere troppe volte perché mi convincevo che suonare una chitarra non fosse una cosa "da donne", senza parlare della fatica che ho sempre fatto semplicemente per tenerla in mano!». E finora c'è riuscita anche grazie al supporto di artisti come le famose sorelle Heart, Hilary Duff, Lindsay Lohan, Cindy Lauper, Lilix, The Donnas... Per non parlare del fatto che anche il "Boys Club" ha cominciato a bussare alla sua porta: ebbene sì, musicisti del calibro di Prince, Boy George e Robert Smith dei Cure possiedono una Daisy Rock!

«Le nostre chitarre sono professionali, non sono giocattoli, la qualità dei materiali è scelta con cura, vogliamo che siano belle da vedere ma devono anche suonare bene. Siamo professionisti. Il mio obiettivo principale è educare le bambine. All'inizio per loro può essere molto noioso, ma bisogna insistere: imparare a suonare la chitarra aiuta anche ad acquistare fiducia in se stessi». Tish pubblica manuali, spartiti e libri scritti da una prospettiva squisitamente femminile. Ha anche fondato dei summer music camp sia negli Stati Uniti che in Canada, il più famoso è il *Rock 'N' Roll Camp for Girls*, in Oregon, per ragazze dagli 8 ai 18 anni: «È incredibile pensare che ho dato la possibilità a queste ragazze di scoprire la propria personalità attraverso la musica. A volte mi chiedo come sarebbe stata la mia vita se fossi cresciuta con una Daisy Rock...».

Ci sono 141 milioni di donne, solo negli Usa, che controllano l'80 per cento degli acquisti. Un mercato difficile da ignorare: «Daisy Rock non è stata studiata a tavolino per farmi diventare ricca e famosa. È un'opportunità che voglio dare alle donne. Non ho mai dimenticato i fischi che prendevo sul palco quando aprivo i concerti per i boys...».

Roberto Croci