

ELISA TONELLO

**L'IMMAGINE
DELLA GIOVANE DONNA
NELLA RIVISTA
«PRIMAVERA»**



LAS - ROMA

IL PRISMA

a cura della Pontificia Facoltà
di Scienze dell'Educazione «Auxilium» di Roma

13.

ELISA TONELLO

L'IMMAGINE DELLA GIOVANE DONNA
NELLA RIVISTA «PRIMAVERA»

451.13

ELISA TONELLO

L'IMMAGINE
DELLA GIOVANE DONNA
NELLA RIVISTA «PRIMAVERA»



LAS - ROMA

*«È sul tema della donna
che cade la nostra civiltà»*

(C.M. Martini)

© Dicembre 1993 by LAS - Libreria Ateneo Salesiano
Piazza dell'Ateneo Salesiano, 1 - 00139 ROMA
ISBN 88-213-0273-3

Fotocomposizione: LAS □ Stampa: Tip. Giammarioli - Via E. Fermi, 8-10 - Frascati

PRESENTAZIONE

Oggetto di questo libro, ricavato da una tesi di laurea svolta sotto la mia direzione presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, è la rivista Primavera: si tratta di una pubblicazione delle Salesiane con finalità esplicitamente formative ed educative e con un target di riferimento abbastanza "mirato" (un pubblico per lo più – anche se non totalmente – femminile, composto soprattutto da adolescenti e da pre-adolescenti). L'ambito in cui l'analisi si muove è dunque quello della stampa cattolica giovanile. L'appartenenza dell'autrice all'Istituto delle Figlie di Maria Ausiliatrice (l'Istituto che ha voluto la nascita e l'esistenza di Primavera) ha motivato la stessa alla scelta dell'oggetto di indagine (scelta, tra l'altro, meritevole di molte attenzioni).

Consapevole dei caratteri peculiari della rivista, Elisa Tonello si preoccupa di porre sul tappeto alcune considerazioni cruciali circa il rapporto tra mass-media ed educazione, chiarendo che almeno due devono essere le strade possibili per un uso educativo dei mezzi di comunicazione di massa: da un lato un'educazione all'utilizzo "critico" di questi mezzi; dall'altro un'educazione "attraverso" i mezzi stessi (è la strada possibile e praticabile del loro utilizzo con finalità formativo-educative). L'intero libro, sia nella sua parte storica, sia in quella riservata all'analisi, sviluppa soprattutto questo secondo nodo d'interesse, giustificato dal tipo di pubblicazione al quale fa riferimento (appunto formativo-educativa). Al centro dell'analisi si pone tuttavia l'interesse per il "modello" di donna che la rivista veicola e costruisce, sviluppando una progettualità verso il proprio pubblico di lettori: si tratta di un'immagine di donna (nel caso specifico, data la fascia di età dei destinatari, di "giovane donna") che ha subito anche profonde trasformazioni nei 40 anni di pubblicazione della rivista e che tuttavia, pur nelle mutazioni (anche sorprendenti) intervenute, non ha mai cessato di connotarsi come positiva e propositiva di un discorso di educazione e di formazione umana, prima ancora che di informazione.

Il testo risulta essenzialmente strutturato in due parti. La prima è riservata alla ricostruzione della storia della pubblicazione, attraverso due momenti essenziali.

Innanzitutto, l'autrice ripercorre la genesi della rivista, con particolare attenzione alle motivazioni e agli obiettivi che sono all'origine della nascita del giornale, fino al momento del lancio editoriale. Segue un capitolo riservato all'evoluzione della rivista: circa 40 anni di pubblicazione (dal 1950 al 1988, momento in cui è stata formulata l'ipotesi di lavoro e ha preso l'avvio la raccolta dei dati). A questo livello, il libro riserva una particolare attenzione al tipo di destinatari del giornale (sono riportati anche i risultati delle più importanti indagini sui lettori condotte dalla redazione) e all'aspetto della sua diffusione. Le finalità di questa parte sono connesse all'individuazione delle intenzionalità e della progettualità educative di Primavera.

La seconda parte è riservata all'analisi, incentrata, come si è già detto, sul tipo di "immagine" di giovane diffusa dalla pubblicazione, con un'attenzione rivolta agli aspetti di mutamento (dunque: l'evoluzione dell'immagine stessa dal '50 a oggi). Definito il periodo di analisi, vengono considerati i cambiamenti nella struttura della rivista (la sua periodicità, il formato, lo spessore) e le variazioni di tipo formale-contenutistico. L'analisi (che è essenzialmente un'analisi di tipo "macro") si incentra quindi sul sommario (sulla sua struttura e sui suoi contenuti) e, successivamente, passa a considerare l'intero corpo della pubblicazione, individuando tre spazi specifici, ossia tre grandi categorie tipologiche funzionali per l'indagine quantitativa e qualitativa: le rubriche, gli articoli/servizi e le «varie». L'analisi si conclude con la ricostruzione dell'evoluzione della rivista sulla base di alcune annate significative (quelle emerse come tali dal lavoro svolto). Nelle conclusioni la Tonello non tralascia di recuperare le motivazioni alla base della nascita e dell'evoluzione della pubblicazione.

Gli Annessi e l'Appendice danno ragione dell'ampio lavoro svolto, ai fini di un'analisi di tipo quantitativo e comparativo, nonché delle categorie tipologiche utilizzate per l'analisi qualitativa.

Da segnalare, infine, l'indagine che l'autrice ha compiuto, con un entusiasmo senz'altro meritevole di attenzione (entusiasmo che è rimasto vivo anche quando, al momento dell'analisi, le difficoltà non sono mancate), per attingere a fonti dirette, indispensabili per la fase riservata alla ricostruzione storica. La ricerca ha infatti comportato un lavoro di raccolta di materiale e di elaborazione di dati non indifferente. La raccolta è avvenuta sia presso la redazione della rivista (dove ha sede l'Archivio di

Primavera), sia presso la Casa Generalizia, a Roma (dove è conservato un epistolario con lettere autografe consultate dall'autrice).

Si tratta, insomma, di un libro che apre con rigore e serietà uno spiraglio informativo di valore su un esempio (e un caso) della articolatissima editoria cattolica, spesso misconosciuta e lontana da approcci di carattere scientifico.

GIANFRANCO BETTETINI

SOMMARIO

Introduzione	11
Parte prima: «PRIMAVERA»: LA RIVISTA	23
Capitolo 1 - Genesi della rivista	25
1. <i>Motivazioni</i>	27
2. <i>Obiettivi</i>	38
3. <i>Orientamento generale</i>	39
4. <i>Lancio editoriale</i>	41
Capitolo 2 - Evoluzione della rivista	45
1. <i>Destinatari</i>	45
2. <i>Indagini sui lettori</i>	54
3. <i>Diffusione</i>	61
Parte seconda: «PRIMAVERA»: L'IMMAGINE DELLA GIOVANE	71
Capitolo 1 - Analisi delle variazioni degli aspetti "materiali" della rivista	75
1. <i>Periodicità</i>	76
2. <i>Formato</i>	78
3. <i>Spessore</i>	81
Capitolo 2 - Variazioni di tipo formale-contenutistico: analisi del sommario della rivista	89
1. <i>Struttura</i>	90
2. <i>Contenuti del sommario</i>	101

Capitolo 3 - Variazioni di tipo formale-contenutistico: analisi dei contenuti della rivista	107
1. <i>Composizione secondo i contenuti</i>	108
2. <i>Contenuti dello spazio delle «varie»</i>	112
3. <i>Contenuti dello spazio delle rubriche</i>	119
4. <i>Contenuti dello spazio degli articoli e dei servizi</i>	142
Capitolo 4 - Ricostruzione dell'evoluzione della rivista sulla base di alcune annate significative	171
Capitolo 5 - Osservazioni conclusive sulla quantificazione strutturale della superficie redazionale	183
Conclusioni	193
1. <i>Evoluzione dell'immagine della giovane</i>	193
2. <i>L'immagine della giovane: elementi costanti</i>	203
3. <i>L'immagine della giovane: elementi confermant</i> <i>la programmazione editoriale</i>	204
4. <i>Il dialogo tra la rivista «Primavera» e il suo pubblico</i>	206
Annesso	209
Appendice	213
<i>Bibliografia</i>	251
<i>Indice delle tabelle e dei grafici</i>	257
<i>Indice generale</i>	259

INTRODUZIONE

Questo lavoro si propone di compiere l'analisi dell'evoluzione dell'immagine della giovane nella rivista *Primavera*, una pubblicazione cattolica delle Figlie di Maria Ausiliatrice (FMA o Salesiane di don Bosco), le cui finalità sono educative o, più genericamente, formative.

L'analisi si pone al *crocevia* di punti di riferimento diversi, quali il mondo dei giovani, la questione femminile e l'universo delle comunicazioni sociali.

Il *mondo dei giovani* innanzitutto. L'età media dei destinatari di *Primavera* rimanda a un pubblico essenzialmente di pre-adolescenti e di adolescenti. La tematica affrontata non può prescindere, quindi, da alcune considerazioni relative alle età della pre-adolescenza e dell'adolescenza, due momenti importanti dal punto di vista della crescita e dai quali non sono esenti neppure implicazioni di ordine socio-psicologico. Gli studi più recenti nel campo della sociologia hanno evidenziato le notevoli trasformazioni che hanno investito i giovani: si pensi alle modificazioni intervenute, sotto diversi e molteplici punti di vista, a seguito del passaggio dall'occupazione degli stessi all'interno del processo produttivo al loro istituzionale inserimento nel sistema scolastico (v. legislazione sull'obbligatorietà dell'istruzione).¹

Non si possono, inoltre, ignorare fenomeni che hanno portato i giovani a elaborare modelli sociali e culturali autonomi, fino a formare una specifica sub-cultura giovanile all'interno di quella più vasta della società industrializzata. Come tutti i fenomeni culturali, anche questo riguardante i giovani fa riferimento a un retroterra economico. Nel caso dell'Italia, rappresenta un mercato che, ancora inesistente agli inizi

¹ A titolo di esempio, cf BERGER Peter L. - BERGER Brigitte, *Sociology. A Biographical Approach*, New York, Basic Books 1975 (trad. it., *Sociologia. La dimensione sociale della vita quotidiana*, Bologna, Il Mulino 1977, 283-308).

degli anni Cinquanta (quando nacque la rivista *Primavera*), ha cominciato a svilupparsi soprattutto a partire dalla fine degli anni Sessanta.

Queste osservazioni di carattere economico si riconnettono al discorso sulla creazione di una stampa specificamente giovanile (di cui però non si prende qui in considerazione il settore dei fumetti).² Almeno nel caso dell'Italia, tuttavia, perché le iniziative editoriali destinate ai giovani acquistino forma e incidenza bisognerà attendere la seconda metà degli anni Settanta. Fino a questo momento infatti era stato un fenomeno di scarsa o addirittura nessuna consistenza nel nostro paese.³ Le uniche presenze di un qualche significato erano costituite da alcune pubblicazioni di ispirazione cattolica fondate su motivazioni prevalentemente educative, più che su interessi editoriali veri e propri (v. per esempio *Alba* e *Primavera* stessa).⁴ Al contrario, in altri paesi vi erano già state esperienze di pubblicazioni commerciali anche di grande successo (è il caso, per esempio, della Francia con *Salut, les Copains*). Anche i movimenti giovanili organizzati, compresi quelli ideologici o politici, pur presenti con giornali politici e riviste culturali giovanili, non avevano prodotto stampa di massa per le edicole.⁵

² A proposito del fenomeno della stampa giovanile, cf soprattutto VOLPI Domenico (a cura di), *Esame critico della stampa giovanile*, Dossier-studio, Roma, marzo 1987, 44-45 [dattiloscritto].

³ Mentre con la denominazione *stampa per ragazzi* si comprende sia la stampa periodica che si rivolge alla fanciullezza sia quella che si indirizza all'adolescenza, con la denominazione *stampa giovanile* si intende, invece, delimitare quel settore della stampa per ragazzi destinato specificamente per un pubblico soprattutto di pre-adolescenti o di adolescenti. A questo proposito, cf GENOVESI Giovanni, *La stampa periodica per ragazzi*, in CASTRONOVO Valerio - TRANFAGLIA Nicola (a cura di), *La stampa italiana del neocapitalismo*, Bari, Laterza 1976. L'autore, da una parte, riconosce che «già con *Il Giornalino della Domenica* e in specie con il *Corriere dei Piccoli* [fondati rispettivamente nel 1906 e nel 1908] il periodico per ragazzi aveva trovato [...] una sua fisionomia e conquistato un suo spazio consolidando una ragione di essere che [...] si sostanzia in una disponibilità verso il ragazzo, nel volerne essere compagno e aiuto per una migliore comprensione della realtà» (ivi 438). Dall'altra, però, lamenta che i giornalini esistenti, al momento in cui scrive (il testo citato è aggiornato a tutte le novità intervenute nel mondo della stampa sino al 31 ottobre 1975), «non [siano] molti» (ivi 443). Dopo soli pochi anni, invece, sarà possibile assistere a una vera e propria proliferazione di riviste giovanili.

⁴ Cf anche ivi 439.

⁵ Cf VOLPI, *Esame* 44-45. A questo proposito, cf anche PLUVINAGE-PATERNOSTRE Anne, *L'adolescent et sa presse. Analyse de contenu des publications destinées aux jeunes*, Bruxelles, Editions de l'Institut de Sociologie - Université libre de Bruxelles 1971, 1-6.

L'incremento delle riviste giovanili, quale si è verificato soprattutto a partire dalla seconda metà degli anni Settanta, appare significativo per due diversi ordini di motivi: innanzitutto, per il fatto commerciale in sé; in secondo luogo, perché evidenzia un pubblico giovanile che è andato sempre più definendosi, sia come entità sociale e culturale (si pensi all'elaborazione della socio-cultura giovanile con gerghi, mode, stili di vita propri), sia come *target* di riferimento per pubblicazioni specificamente indirizzate a questa fascia di lettori (ovviamente con le già accennate e non indifferenti implicazioni di ordine commerciale). Questo fenomeno, inoltre, ha progressivamente coinvolto fasce di età sempre più precoci: i pre-adolescenti, accanto agli adolescenti. La pre-adolescenza è andata delineandosi all'interno dell'adolescenza come età specifica, situata tra la fine della fanciullezza e l'inizio dell'adolescenza vera e propria: si tratta di una fase che richiede una considerazione particolare, soprattutto per quanto riguarda l'aspetto educativo. Su questa fascia di età, infatti, si concentra una mole di interventi educativi senza pari rispetto a qualsiasi altra fase dell'intero arco evolutivo in quanto un susseguirsi di profonde e rapide trasformazioni psicologiche segna in modo globale e irreversibile lo sviluppo della personalità in quest'età.⁶

Il secondo punto di riferimento chiamato in causa dal tema dell'evoluzione dell'immagine della giovane è quello della *questione femminile*, la cui attualità è tale da connotarla come una problematica specifica del nostro tempo.⁷ È sufficiente, a questo proposito, ricordare l'attenzione riservata alla donna negli ultimi decenni, da parte non solo delle diverse discipline scientifiche, ma anche degli organismi che regolano la convivenza sociale, oltre che dei mezzi di comunicazione di massa. Organizzazioni nazionali e internazionali, agenzie culturali, *mass-media* hanno promosso, particolarmente in occasione del decennio della donna indetto dall'ONU (1975-1985), numerose iniziative sul tema (tra cui commissioni di studio, gruppi di lavoro, convegni, ecc.). Questo interessamento ha contribuito, tra l'altro, a informare e sensibilizzare l'opinione pubblica sui problemi emergenti della condizione femminile.⁸

⁶ A questo proposito, cf DE PIERI Severino, *Preadolescenza, un problema recente*, in DE PIERI Severino - TONOLO Giorgio (a cura di), *Preadolescenza. Le crescite nascoste. Approccio interdisciplinare alle problematiche dei preadolescenti in Italia*, Roma, Armando Editore 1990, 15-19.

⁷ LEONZI Tina, *La donna ieri e oggi*, Milano, Paleari 1977, 7.

⁸ A proposito dell'attualità della questione femminile, cf anche COLOMBO An-

In stretto rapporto con il mondo giovanile e quello della questione femminile emerge la tematica specifica dell'*educazione della giovane donna*, adolescente o pre-adolescente. Su di essa si stanno indirizzando gli interessi e l'impegno di alcuni enti e istituzioni, tra i quali l'Istituto delle FMA, lo stesso che ha voluto *Primavera*, la rivista presa in esame nel corso di questo lavoro. Già alla sua nascita, erano le istanze di natura educativo-preventiva a motivarne la missione specifica e la scelta dei destinatari. Si trattava di «educare cristianamente le ragazze non agiate, oppure povere e abbandonate, per avviarle alla moralità, alla scienza e alla religione».⁹ La finalità era precisa: operare per la promozione della donna, privilegiando le operazioni culturali più urgenti e decisive per quei tempi. In tale linea, l'Istituto si propose un'educazione che rendesse le giovani «sensibili ai grandi problemi [...] e capaci di contribuire con competenza e spirito evangelico all'edificazione di una società più rispondente alle aspirazioni della persona umana».¹⁰

È opportuno, inoltre, segnalare come l'Istituto delle FMA abbia voluto e attuato specificamente a favore dell'educazione della giovane donna anche altre opere, tra cui la Pontificia Facoltà di Scienze dell'Educazione «Auxilium».¹¹ Si tratta di un'istituzione culturale che tra le sue finalità peculiari prevede, «in armonia con i principi dell'umanesimo pedagogico cristiano di S. Giovanni Bosco, [...] lo studio e l'approfondimento dei problemi dell'educazione della gioventù, spe-

tonia, *Attualità e complessità del problema "Educazione della donna"*, in COLOMBO Antonia (a cura di), *Verso l'educazione della donna oggi*, Atti del Convegno internazionale promosso dalla Pontificia Facoltà di Scienze dell'Educazione «Auxilium», Frascati, 1-15 agosto 1988, Roma, LAS 1989, 24-30.

⁹ *Domanda per la prima approvazione diocesana delle Costituzioni dell'Istituto [delle FMA]*, Acqui, 14 gennaio 1876, in CAPETTI Giselda (a cura di), *Cronistoria dell'Istituto delle Figlie di Maria Ausiliatrice 2*, Roma, Istituto FMA 1976, 400.

¹⁰ CASTAGNO Marinella, *Introduzione ai lavori del Convegno*, in COLOMBO, *Verso 15*.

¹¹ Fin dal 1954 l'Istituto delle Figlie di Maria Ausiliatrice aveva fondato a Torino un Istituto Internazionale di Pedagogia e Scienze Religiose. In seguito detto Istituto fu incorporato all'Istituto Superiore di Pedagogia del Pontificio Ateneo Salesiano di Roma (31 gennaio 1966), quindi canonicamente eretto come Pontificia Facoltà di Scienze dell'Educazione (27 luglio 1970). Si tratta di una «Facoltà Ecclesiastica che, coltivando le scienze dell'educazione nella visione cristiana della realtà, contribuisce a rendere presente la Chiesa nel mondo della cultura e ad attuarne la missione in ordine alla salvezza totale dell'uomo, "prima e fondamentale via della Chiesa" (*Redemptor Hominis* 14)» (PONTIFICIA FACOLTÀ DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE «AUXILIUM», *Statuti*, Roma, Scuola tipografica privata FMA 1987, 9).

cialmente dell'infanzia, della fanciullezza e dell'adolescenza, con speciale attenzione a quelli della donna». ¹² A tale scopo la Facoltà ha focalizzato, anche attraverso iniziative particolari, «la necessità di ripensare le condizioni che rendono possibile l'evoluzione della mentalità [...] al livello della organizzazione della personalità [della donna] perché fin dai primi anni di vita questa sia aiutata a sviluppare una corretta autocoscienza». ¹³ In quest'ottica allora «ogni discorso relativo alla donna [...] è] almeno implicitamente riferibile al taglio educativo» ¹⁴ e, dato il ruolo rilevante dei *mass-media* nel condizionare mentalità e autocoscienza, tra i presupposti fondamentali per un'efficace azione educativa nell'attuale contesto socio-culturale si ritrova senz'altro anche la qualità dell'immagine di donna trasmessa attraverso di essi. Non è quindi educativamente irrilevante verificare se anche uno strumento di comunicazione di massa possa sviluppare una progettualità formativo-educativa nei confronti del proprio pubblico. E ciò soprattutto se, a conclusione di uno studio sui modelli di donna emergenti nei *mass-media*, si constata, come dato preminente della ricerca, «l'assenza di una rottura culturale nella proposizione di una nuova immagine donna e [...] la] presenza di forti resistenze culturali a un'accettazione nei fatti dell'«equivalenza», nel sistema culturale, della donna e dei valori di cui è portatrice». ¹⁵

In una società caratterizzata dalla complessità e dalla frammentazione, si impone, invece, la «rimessa in questione dell'identità femminile, cioè la problematizzazione dello *status* e del ruolo della donna tramandato per generazioni attraverso la socializzazione e garantito dagli stereotipi incarnati nella cultura. [...] Si tratta di] ricostruire un'identità femminile che tenga conto di tutto il cammino percorso dalla storia della donna nelle sue tappe di emancipazione-liberazione, promozione-reciprocità». ¹⁶ È chiaro, a questo punto, che la promozione di una differenza rispetto all'identità sociale della donna nel passato debba passare soprattutto attraverso «un processo di socializzazione dei

¹² *Ivi* art. 2-3.

¹³ COLOMBO Antonia, *Presentazione*, in COLOMBO, *Verso* 11.

¹⁴ COLOMBO, *Attualità* 24.

¹⁵ DI CRISTOFARO LONGO Gioia (a cura di), *Immagine donna. Modelli di donna emergenti nei mezzi di comunicazione di massa*, Ricerca promossa dalla Commissione Nazionale per la realizzazione della parità tra uomo e donna, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, Libreria dello Stato 1986, 337.

¹⁶ ROSANNA Enrica, *Rapporto uomo/donna. Problemi e prospettive sociologiche*, in COLOMBO, *Verso* 53.

ruoli femminili che sia in grado di superare gli stereotipi fondati sulle differenze che impoveriscono». ¹⁷

Far evolvere la mentalità chiede – è la stessa Commissione della Comunità Europea a giungere a tale conclusione – di «intervenire fin dall'inizio nel campo dell'educazione, per cominciare a creare generazioni per le quali [...] sia normale vivere in situazione di parità». ¹⁸ A tale scopo allora «urge adottare misure capaci di far maturare la consapevolezza» ¹⁹ della nuova identità femminile, per portare avanti le nuove istanze «attraverso la socializzazione, e specialmente l'educazione». ²⁰ In questo contesto è significativo verificare se un *medium* possa risultare uno strumento educativo atto allo scopo.

La rivista *Primavera*, oggetto del presente lavoro, potrebbe essere avvantaggiata in ciò dal fatto di essere ideata e costruita da donne e di rispondere, quindi, all'esigenza «che le donne si facciano produttrici di cultura, [...] esprimendo] la propria capacità di fare opinione, di costruire costumi, tradizioni, modelli di comportamento, di gestire codici comunicativi molteplici», ²¹ legati sia al ruolo espressivo che a quello strumentale?

In terzo luogo, mettendo in rilievo le finalità esplicitamente formativo-educative della rivista *Primavera*, si chiama in causa il *rapporto tra mass-media ed educazione*. Generalmente esso viene impostato come il problema dell'educazione dei giovani in un contesto socio-culturale in cui i *mass-media* assumono, sempre più frequentemente e abbondantemente, un ruolo di supplenza nei confronti delle figure e delle istituzioni educative tradizionali (familiare e scolastica, soprattutto). Si riconosce che gli strumenti della comunicazione sociale possono offrire un utile servizio al progresso culturale della società e partecipare in modo determinante al discorso pedagogico, ma si sottolinea pure che essi costituiscono un fattore di condizionamento del pensiero e del comportamento. L'approccio pedagogico si esaurisce, allora, in una riflessione sulle situazioni che essi vengono a modificare in campo educativo. Il problema viene ricondotto alla situazione socio-culturale da essi condi-

¹⁷ *Ivi* 56.

¹⁸ VAN LOO-LUCIONI Dora, *Le donne nella Comunità Europea*, in COLOMBO, *Verso* 179.

¹⁹ *Documento sintesi del Convegno*, in COLOMBO, *Verso* 406.

²⁰ ROSANNA, *Rapporto* 58.

²¹ *Ivi* 56.

zionata e al tipo di educazione da adottare. Ci si chiede tra l'altro, se i *mass-media* «riempiono molte ore della vita quotidiana dei ragazzi, che cosa fanno le istituzioni educative perché ciò non avvenga?»²² Il problema viene ancora debolmente affrontato al livello della possibilità che gli stessi strumenti della comunicazione sociale divengano essi stessi *educativi*.

In questa sede, il rapporto tra *mass-media* ed educazione ci sembra non possa esaurirsi nell'interrogativo se sia possibile ancora educare *nonostante* i *mass-media*, ma che imponga piuttosto la questione di come sia possibile educare anche *attraverso* essi. In altri termini, il discorso pedagogico viene spostato sulla possibilità di un uso dei *mass-media* in funzione di un servizio educativo, per promuovere lo sviluppo della persona nelle condizioni storiche del suo attuarsi. In quest'ottica, la funzione svolta da questi mezzi potrebbe esplicitarsi come un'azione educativa complementare, anziché parallela e alternativa, a quella delle istituzioni educative tradizionali (la famiglia innanzitutto e la scuola in secondo luogo). L'innovazione pedagogica richiesta per la società dei *mass-media* potrebbe quindi risolversi in un'educazione che, mentre si preoccupa di affiancare il giovane nella fruizione critica dei *mass-media*, si serve di questi stessi strumenti per veicolare non pseudo-valori (v. il modello di vita del benessere), ma valori umani autentici, capaci di contribuire al miglioramento della società.²³

Per verificare poi la reale possibilità educativa dei *mass-media* è necessario affrontare un problema di fondo. «Negli ultimi due secoli della storia della pedagogia troviamo [infatti] trattazioni in cui la teoria sulla relazione interpersonale nell'educazione viene vista come modello di fondo dell'educazione stessa».²⁴ Il significato e il peso di questa affermazione viene così specificato da H. Franta: «La necessità di curare la dimensione relazionale accanto a quella contenutistica nella comunicazione pedagogica deriva fundamentalmente dal fatto che la formazione delle persone in divenire [...] è pienamente realizzata se, oltre alla

²² VALERIANI Adriana, *L'educazione nell'età dei mass-media*, in AA.VV., *Immagini e ragione nell'età dei mass-media*, Atti del Convegno, Milano, 6-7 novembre 1982, Milano, Vita e Pensiero 1983, 35.

²³ *Ivi* 35-48. Un approccio simile a quello proposto da A. Valeriani è riscontrabile anche in FERRERO Bruno, *Mass-media e preadolescenza*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza*, soprattutto pp. 223-229.

²⁴ FRANTA Herbert, *Atteggiamenti dell'educatore. Teoria e training per la prassi educativa*, Roma, LAS 1988, 17.

validità dell'intenzione e dei contenuti educativi, i *partners* in comunicazione stabiliscono significative relazioni interpersonali». ²⁵ È lecito, allora, aprire un interrogativo sulla reale possibilità per un *medium*, la cui comunicazione è per definizione unidirezionale, di divenire valido strumento di una comunicazione che risulta educativa nella misura in cui è essenzialmente *interazione*.

Dato il ruolo svolto dai *mass-media* nel creare/mantenere/modificare situazioni socio-culturali, la loro influenza è significativa anche in relazione al mantenimento o alla trasformazione/innovazione dell'immagine della donna all'interno della nostra società. Il presente lavoro si colloca, quindi, in linea con quelle ricerche e analisi volte a rilevare quale immagine di donna i *mass-media* abbiano contribuito a divulgare. Da un lato, si pone la necessità del superamento dell'idea della parità uomo-donna intesa come semplice trasferimento-applicazione alla donna del modello maschile (e la necessità quindi di affermare il diritto alla differenza fra l'uomo e la donna); dall'altro, resta una cultura spesso sessista, che discrimina la donna in quanto tale (v. gli stereotipi maschile e femminile tradizionali). Si è riconosciuto che, fra gli ostacoli che impediscono il superamento delle diverse forme di marginalizzazione della donna, assume un ruolo prioritario quello culturale: ²⁶ in questo senso, si può affermare che la piena integrazione della donna nella società e la salvaguardia della sua identità sono ostacolate dall'immagine presentata anche dai mezzi di comunicazione sociale. A questo proposito, il Consiglio d'Europa ha adottato una Risoluzione in cui si raccomandano iniziative per assicurare che «sia salvaguardata la dignità della donna e che l'immagine che di essa si trasmette sia positiva, che le relazioni fra uomo e donna riflettano la realtà attuale con l'esclusione degli stereotipi sessuali e che sia bandita ogni forma di sfruttamento del corpo della donna e dell'uomo». ²⁷ Purtroppo è un dato di fatto che i *mass-media* sono spesso usati quali «strumenti di divulgazione e di fissazione di un'immagine femminile» stereotipata e riduttiva. ²⁸ La stereotipizzazione dei ruoli è talora presente non più «nei

²⁵ *Ivi* 13.

²⁶ MARINUCCI Eleonora, *Prefazione*, in DI CRISTOFARO LONGO, *Immagine* 9.

²⁷ *L. cit.*

²⁸ LEONZI, *La donna* 441. A proposito dell'immagine della donna nei *mass-media*, cf anche DI CRISTOFARO LONGO Gioia (a cura di), *La donna dei media. Sportello immagine donna. Denunce, analisi, ricerche: modelli culturali emergenti*, Iniziativa promossa dalla Commissione Nazionale per la parità e le pari opportunità tra uo-

termini di una sussistenza culturale, bensì in quelli di una risposta aggiornata, nuova, riformulata, adatta [... alla] situazione attuale, che è innanzitutto [...] di crisi, di dubbio [...]. L'unica sicurezza che si offre alla donna, e oggi si può scorgere un inizio di processo analogo nei confronti degli uomini, è quello della bellezza, dell'apparenza, della gioventù. [...] Altre dimensioni private e pubbliche non sono prospettate».²⁹

Se è questa l'immagine della donna attualmente divulgata attraverso i *mass-media*, può essere significativo interrogarsi sulla possibilità della trasmissione anche di un'immagine diversa, soprattutto propositiva, per l'educazione delle giovani.

È questo lo scopo che si propone questo lavoro, prendendo in considerazione una rivista che, esplicitamente formativa, intenzionalmente elabora un progetto educativo nei confronti della ragazza-destinatario della pubblicazione stessa.

Si è ritenuto importante seguire l'evoluzione dell'immagine della giovane proposta nel corso di quasi quarant'anni di storia della rivista (dal 1950 al 1988): si tratta di un periodo esteso e carico di notevoli trasformazioni, innanzitutto a livello socio-culturale.

La trattazione dell'argomento si svolge in due parti.

La prima parte (intitolata *Primavera: la rivista*) è riservata alla storia della pubblicazione, di cui si ricostruiscono la genesi (primo momento, cap. 1) e l'evoluzione (secondo momento, cap. 2). Il capitolo riservato alla genesi di *Primavera* analizza soprattutto le motivazioni e gli obiettivi all'origine della rivista, nonché l'orientamento generale (formativo, educativo) caratteristico della pubblicazione. Infine viene considerato il lancio editoriale della rivista (1950). Il secondo capitolo, come si è già detto, è riservato all'evoluzione di *Primavera*: vengono considerati soprattutto i destinatari della pubblicazione (con un'attenzione alle indagini sui lettori condotte negli anni dalla redazione) e la sua diffusione. In generale, la ricostruzione sia del momento della nascita di *Primavera*, sia della sua evoluzione permette di focalizzare l'intenzionalità e la progettualità educative della rivista. Una particolare attenzione viene riservata al *rapporto* che essa tende a instaurare con i giovani cui si rivolge.

La seconda parte (intitolata: *Primavera: l'immagine della giovane*) è

mo e donna, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato 1992, 192.

²⁹ DI CRISTOFARO LONGO, *Immagine* 16-17.

riservata all'analisi, allo scopo di rilevare l'evoluzione dell'immagine della giovane quale appare dalle pagine della rivista stessa. L'analisi è condotta sull'intero arco di pubblicazione della rivista (dal n. 1, 31 gennaio 1950, al n. 21, 15 dicembre 1988, momento in cui hanno preso l'avvio la definizione dell'ipotesi di lavoro e la raccolta dei dati). In questa seconda parte, definito il periodo d'analisi della rivista, vengono dapprima considerati i mutamenti di aspetti importanti della pubblicazione, quali la periodicità, il formato e lo spessore (cap. 1). L'analisi si incentra quindi sulle variazioni di tipo formale-contenutistico considerando, in un primo momento, il sommario, nella sua struttura e nei suoi contenuti (cap. 2) e, quindi, il contenuto dell'intero giornale (cap. 3). A questo proposito, vengono individuati tre *spazi* specifici: quello delle rubriche, quello degli articoli/servizi e, infine, lo spazio che si è denominato delle «varie», che accoglie interventi di carattere e di tipo diverso, non riconducibili né alle rubriche né agli articoli/servizi.

L'analisi si conclude con la ricostruzione dell'evoluzione della rivista sulla base di alcune annate significative (cap. 4) e con delle osservazioni di carattere conclusivo sulla quantificazione strutturale della superficie redazionale (cap. 5).

Nelle conclusioni si tenta di tracciare una sintesi del lavoro svolto, senza tralasciare un recupero della prima parte di questo lavoro (quella riservata alla nascita e all'evoluzione di *Primavera*). Alcuni annessi e un'appendice contengono le tabelle e gli schemi costruiti in funzione dell'analisi, sulla base dei dati raccolti e della loro elaborazione.

Nel corso del lavoro si è attinto anche a delle fonti dirette, indispensabili per la ricostruzione storica (genesi ed evoluzione) compiuta nella prima parte: si è fatto riferimento alla documentazione raccolta nell'Archivio della rivista (presso la sede della redazione); si sono inoltre potute consultare le lettere autografe indirizzate da Madre A. Vespa (l'ideatrice e la prima responsabile di *Primavera*) alla redazione stessa. Queste lettere si trovano attualmente nell'Archivio Generale dell'Istituto delle Figlie di Maria Ausiliatrice (presso la Casa Generalizia, a Roma). Per il lavoro condotto nella seconda parte (l'analisi) si è attinto allo stesso Archivio di *Primavera*, dove sono conservati i numeri di pubblicazione analizzati.

Desidero vivamente ringraziare il Prof. Gianfranco Bettetini, titolare dell'insegnamento di *Teoria e tecnica delle comunicazioni sociali* presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, per la serietà e la competenza, anche umana, con cui affronta il mondo dei *mass-me-*

dia, oltre che per la benevolenza con cui mi ha seguita. Un grazie per la preziosa collaborazione va anche alla Dott.ssa Patrizia Piotti, della stessa Università Cattolica del Sacro Cuore.

Conegliano, 7 ottobre 1993

E.T.

Parte prima

«PRIMAVERA»: LA RIVISTA

La testata *Primavera - Mondo giovane*, il cui primo numero è stato pubblicato il 31 gennaio 1950, è edita dall'Istituto M. Mazzarello - Primavera - Salesiane di Don Bosco.¹

Attualmente la rivista è pubblicata nel formato cm 18x27, con copertina patinata a quattro colori e ottanta pagine a stampa *roto-offset*. La distribuzione avviene per abbonamento postale, con una diffusione nazionale e anche estera.

Primavera è un periodico quindicinale, con un pubblico primario costituito da adolescenti e quello secondario rappresentato da genitori, insegnanti, animatori di gruppo, educatori.

La rivista tratta argomenti di attualità, musica, sport, cinema, televisione, psicologia, moda... Ogni numero presenta, inoltre, un *dossier* monografico e rubriche varie.²

La sintetica ricostruzione della sua storia permette di coglierne lo sviluppo e il significato.

¹ Inizialmente la sede della redazione di *Primavera* era a Milano; dal settembre 1963 venne trasferita a Cinisello Balsamo (Milano).

² Cf ASSOCIAZIONE LOMBARDA DEI GIORNALISTI, *Scheda tecnica della testata*, Cinisello Balsamo, Archivio Primavera 1981, 1 [dattiloscritto].

Capitolo 1

GENESI DELLA RIVISTA

Nel 1947 si riunisce, per la prima volta dopo la seconda guerra mondiale, il Capitolo Generale XI¹ dell'Istituto delle FMA.² Da una delle sue adunanze esce la proposta per una rivista mensile illustrata³ che permetta di completare, secondo un criterio di unitarietà e coerenza, l'educazione offerta nei diversi ambienti delle Salesiane e che segua le ragazze al di fuori dell'ambiente educativo stesso, nella scuola, nella famiglia, nel lavoro, nel sociale.⁴ Si riconosce, infatti, che la rivista è un mezzo che, per la sua formula, attrae le giovani: «per le sue novità, per le illustrazioni, le piacevolezze, la varietà e perché si legge in fretta e non stanca».⁵ D'altra parte, le offerte del mercato giornalistico del tempo sono giudicate o non educativamente propositive o non rispondenti alle esigenze dello stile educativo salesiano.⁶ Scaturisce, da qui, la riconosciuta opportunità di «realizzarne una [...] moderna, aggiornata,

¹ Cf CAPITOLO GENERALE FMA [Figlie di Maria Ausiliatrice] - 1947, *Atti del Capitolo Generale XI dell'Istituto delle FMA*, Torino, Istituto FMA 1947, 24. Il Capitolo si interroga sul tema: «Come adeguare praticamente alle esigenze dell'ora presente le nostre attività di Figlie di Maria Ausiliatrice e di S. Giovanni Bosco». La guerra e le sue conseguenze non avevano permesso alcun Capitolo Generale (CG) dopo quello del 1934.

² L'Istituto delle FMA o Salesiane di Don Bosco è stato fondato il 5 agosto 1872.

³ Cf CAPITOLO GENERALE FMA - 1947, *Allegati al Verbale dell'XI CG - Anno 1947*, Roma, Archivio Generale dell'Istituto delle FMA - CG XI 1947, 256. La rivista venne presentata nella 11ª adunanza capitolare, come IX delle «proposte varie».

⁴ «È sentita da molte suore che vivono fra la gioventù dei nostri vari ambienti la necessità, nell'ora attuale, di dare in mano alle giovinette delle nostre scuole e dei nostri oratori, una rivista bella, formativa» (CAPITOLO GENERALE FMA - 1947, *Allegati* 256).

⁵ *L. cit.*

⁶ *L. cit.*

che appaghi l'occhio e si faccia leggere attraverso molte illustrazioni e articoli brevi, attraenti, vari, scritti in uno stile rapido, convincente, scultoreo». ⁷ Ma sia la necessità di meglio delinearne il programma a seconda dei destinatari che i problemi di tipo organizzativo ed economico, che immediatamente si presentano, inducono a rimandarne la deliberazione. ⁸

La rivista verrà approvata, con destinazione limitata all'Italia, ⁹ nella 12ª adunanza capitolare: negli *Atti del Capitolo Generale XI dell'Istituto delle FMA* si legge che «deve avere carattere formativo e servire per alunne di scuole medie inferiori e superiori e per le giovani dei convitti». ¹⁰ Oltre all'impegno per renderla adatta anche a chi non frequentava l'ambiente salesiano, si esplicitava l'esigenza della sua conformità alla fede e alla morale cattolica, nell'integrità dello spirito salesiano. ¹¹

Per l'attuazione furono necessari circa due anni e mezzo e il primo numero di *Primavera - Rivista per giovanette* fu pubblicato il 31 gennaio 1950.

Le difficoltà che allora si presentavano a un giornale per adolescenti erano varie e diverse: di ordine tecnico, perché lo scrivere per un'età tanto particolare esige una specifica preparazione, ma anche di ordine economico, perché si trattava di una pubblicazione destinata a un pubblico che, allora, non disponeva di soldi. ¹² Poiché questi problemi, acuiti dalla generale situazione del dopoguerra, non hanno comunque impedito la genesi e lo sviluppo della testata, occorrerà a questo punto individuare le motivazioni che, con la loro forza, ne hanno sostenuto l'ideazione, la deliberazione e la successiva attuazione.

⁷ *L. cit.*

⁸ Cf CAPITOLO GENERALE FMA - 1947, *Atti* 106-107.

⁹ *Ivi* 107.

¹⁰ *Ivi* 108.

¹¹ *L. cit.*

¹² Cf MALGRATI Iside, *Convegno Annuale Primavera - Prima Relazione*, in *Documenti Convegno Nazionale Primavera, Gressoney 7-12 agosto 1961*, Cinisello Balsamo, Archivio Primavera 5-6 [ciclostilato]. Per brevità, d'ora innanzi tali *Documenti*, che potranno essere ciclostilati, dattiloscritti o, più raramente, manoscritti, saranno citati con la sigla DCNP e l'indicazione dell'anno: per es., DCNP 1961. Solo nel caso in cui si siano svolti più convegni in un'annata, si indicherà anche la data completa.

1. Motivazioni

Le motivazioni che spiegano la genesi della rivista *Primavera* sono di carattere socio-culturale da un lato, dottrinale, pastorale ed educativo dall'altro. Alcune di esse emergono dai documenti dello stesso Capitolo Generale XI (di cui sopra), altre sono il presupposto di queste. Tuttavia, esse risultano talmente intrecciate tra loro da richiamarsi vicendevolmente e da rimandare le une alle altre. Una situazione socio-culturale, storicamente datata e situata, infatti, può sia stimolare una precisazione dottrinale e pastorale da parte del Magistero della Chiesa che sollecitare l'interesse di un Istituto Religioso per l'approfondimento e il rinnovamento della vitalità del suo carisma, anche attraverso forme nuove. In quest'ottica, la genesi di *Primavera* avviene nel solco del carisma salesiano che ha finalità pastorali ed educative, mirando a formare, secondo la nota formula di Don Bosco, «buoni cristiani e onesti cittadini».¹³

Le motivazioni alla base di *Primavera*, cui si accennava poco sopra, risultano essere fondamentalmente tre: le prime due primariamente di ordine socio-culturale, la terza più specificamente dottrinale, pastorale ed educativa:

– il *boom* della stampa, specialmente di quella giovanile e femminile, nell'immediato secondo dopoguerra;¹⁴

– il mutare della condizione della donna nella società italiana della ricostruzione;¹⁵

¹³ CERIA Eugenio, *Memorie Biografiche del Beato Giovanni Bosco* 12, Torino, SEI 1931, 618. Cf anche BOSCO Giovanni, *Memorie dell'Oratorio di S. Francesco di Sales. Dal 1815 al 1855*, Roma, Editrice SDB 1946, 218.

¹⁴ In CAPITOLO GENERALE FMA - 1947, *Allegati* 256, indirettamente si fa riferimento a un settore specifico del mercato della stampa (stampa giovanile e femminile) particolarmente florido. Le finalità alla base della rivista *Primavera* sono tali da opporsi «al giornaleto figurato ma senza idee, che sfrutta l'istinto dei giovani a scopo di lucro» (VESPA Angela, *Norme*, in DCNP 1952, 4).

¹⁵ Al termine della seconda guerra mondiale «incominciava il lungo periodo della ricostruzione [...]. Era urgente pensare ai giovani [...] e rivolgere una particolare attenzione alla donna, che nel nuovo contesto di partecipazione politica e sociale poteva diventare più che mai una forza ambivalente» (COLLINO Maria, *Le mani nelle mani di Dio. Madre Angela Vespa, Superiora Generale FMA*, Roma, Istituto FMA 1988, 181-182). La citazione è tratta dalla biografia di Madre Angela Vespa (ideatrice, promotrice e responsabile morale di *Primavera*), che si occupò della rivista in modo diretto dal 1947 al 1955 (cf VESPA Angela, *Lettere autografe alla redazione di Primavera*, Roma, Archivio Generale dell'Istituto delle FMA 24-9-1955

– l'opera e l'insegnamento di Don Bosco nei confronti della stampa e il carisma educativo della Famiglia Salesiana, di cui l'Istituto delle FMA è parte.¹⁶

1.1. *Il boom della stampa nell'immediato secondo dopoguerra*

Fu il clima culturale, sociale, politico ed economico del secondo dopoguerra, particolarmente favorevole all'espansione della stampa, che permise al Capitolo Generale XI delle Salesiane di deliberare la fondazione di una nuova testata per le giovani.

Dopo la caduta del fascismo, infatti, «sembrò che si aprisse per il giornalismo italiano una nuova fervida stagione di rinnovamento e di espansione. Le testate,¹⁷ che nel periodo fascista erano 66 [...], salirono a 136 [...], nel 1946]. Ma fu un momento di breve durata. Nel 1952 i quotidiani si riducevano a 111 [...] per scendere ancora a 94 entro il 1961. [...] Prevalsero] impostazioni editoriali più adatte a un dialogo per iniziati che a un'informazione culturale, mentre l'area da coprire veniva ampliandosi per l'evoluzione economica e sociale del paese».¹⁸ In questo periodo del dopoguerra si verifica, quindi, un duplice movimento: prima di espansione dell'editoria e della sua capacità di raggiungere le masse e poi di riflusso, parallelamente anche all'attenuarsi delle grandi campagne culturali e politiche e al graduale assestamento politico. La genesi di *Primavera* sfrutta, dunque, una congiuntura particolarmente favorevole allo sviluppo quantitativo e qualitativo della stampa, sviluppo ben circoscritto negli anni che, subito dopo la guerra, vedono il paese alle prese con i confronti politico-ideologici e i primi suffragi universali (amministrativi e politici), con l'opzione per la Repubblica e l'elaborazione della Costituzione. Ed è proprio la Carta co-

[manoscritto]. Tali scritti sono costituiti, per lo più, da brevi bigliettini indirizzati alla redazione della rivista *Primavera* con periodicità, almeno nei primi anni, quasi quotidiana).

¹⁶ A. Vespa al secondo Convegno di *Primavera* esprime «la gioia tutta salesiana di poter camminare sulle orme di S. Giovanni Bosco nell'uso del più moderno e vasto mezzo d'apostolato: la stampa» (*Relazione del 2° Convegno Collaboratrici di Primavera*, in DCNP 1951, 1).

¹⁷ Il riferimento riguarda specificamente i giornali quotidiani; tuttavia esso è sufficientemente indicativo di una tendenza generale.

¹⁸ Cf CASTRONOVO Valerio, *Giornale*, in *Enciclopedia Europea* 5, Milano, Garzanti 1977, 514.

stituzionale (approvata il 22 dicembre 1947) a riconoscere, con l'art. 21, la più completa libertà d'informazione quale valore fondamentale della nuova società democratica.

La scarsità dei mezzi economici non era, d'altra parte, un impedimento all'esercizio di tale diritto di libertà d'informazione: i nuovi «giornali erano generalmente preparati in modo artigianale, in piccole tipografie, da scarse *équipes* di redattori che si improvvisavano nei più diversi mestieri e specializzazioni». ¹⁹ Non molto dissimili saranno anche gli inizi della nuova rivista *Primavera*.

D'altra parte anche i Pastori della Chiesa avevano lucida coscienza dell'importanza della stampa in questo nuovo clima democratico: «Noi [... rischiamo] – affermava l'allora Card. di Milano, I. Schuster – di illuderci con dei fiori di carta se ci fermiamo alle funzioni religiose, alle processioni o anche ai sacramenti, e non curiamo la penetrazione delle idee cristiane nel popolo: è con le idee che diamo radici alla vita cristiana. E queste idee si diffondono, oggi particolarmente, attraverso la stampa». ²⁰

Un altro dato da tener presente è il fatto che, con il secondo dopoguerra, muta anche la situazione della stampa periodica destinata a un pubblico giovanile, stampa che si può suddividere in due grandi blocchi: i fumetti e i giornalini. Si assiste, in particolare, al *boom* del fumetto, «cui contribuirono non poco sia lo sviluppo della cinematografia e delle tecniche tipografiche sia l'americanizzazione del nostro Paese». ²¹ Nonostante i risultati, di rilievo da un punto di vista sia qualitativo che quantitativo, non mancarono tuttavia «attacchi violenti [...] contro tutta la produzione fumettistica ritenuta o troppo borghese e americaneggiante o del tutto priva di incentivi morali e culturali e, comunque, così carica di suggestioni violente da essere sostanzialmente diseducativa». ²²

¹⁹ CAPECCHI Vittorio - LIVOLSI Marino, *La stampa quotidiana in Italia*, Milano, Bompiani 1971, 134.

²⁰ FORLENZA Pia, *Che cosa facciamo per Primavera*, in DCNP 1961, 11.

²¹ Cf GENOVESI, *La stampa* 425.

²² *Ivi* 428. Vi fu anche il disegno di un progetto di legge per la censura della stampa a fumetti, in vista del quale, nell'ottobre 1950, si riunì a Milano un Congresso Internazionale di studio sulle pubblicazioni per ragazzi. I partecipanti, quasi all'unanimità, espressero la loro opposizione al fumetto. Cf GRATIOT-ALPHANDERY Hélène, *La presse pour enfants et ses conséquences*, in AA.VV., *Les journaux pour enfants*, Paris, Presses Universitaire de France 1954, 61-62. Anche per la redazione di *Primavera* i «racconti a fumetti riescono ad attirare l'attenzione, ma mostrano soluzioni incredibilmente lontane dalla vita, di fronte alle quali si può sognare un

Anche il versante, più generale e generico, dei giornalini, però, registra una buona fioritura, condizionata tuttavia dalla necessità di prendere posizione nei confronti del fumetto. Ma «dato che, ben presto, [... esso] fu oggetto di preoccupazioni e d'accuse da parte di uomini politici, di educatori e di autorevoli riviste cattoliche, la linea che prese il sopravvento sui giornalini fu quella di un rifiuto pressoché totale degli "ignobili raccontini con la nuvoletta". Il gruppo più nutrito di questi giornalini era quello cattolico associato all'Unione Italiana Stampa Periodica Educativa per Ragazzi (UISPER)»,²³ di cui faceva parte anche *Primavera*. Il costituirsi di questa associazione (nel 1950) è da sottolineare, perché significativo di una certa vivacità d'iniziativa e di movimento nel settore della stampa per ragazzi anche in campo cattolico (oltre che di una capacità di collaborazione e di coordinamento delle diverse forze interessate). In linea con gli intenti educativi del mondo cattolico, la genesi di *Primavera* si propone in modo esplicito di «reagire contro la valanga di riviste, giornali e giornalini che si pubblicano ovunque a danno della fanciullezza e della gioventù».²⁴

A incidere sulla deliberazione di questa rivista per le adolescenti, nel dopoguerra troviamo in particolare il *boom*, già avviato durante il periodo bellico, della stampa femminile. Alla base del progetto di *Primavera*, dunque, ancora una volta si ritrovano preoccupazioni di ordine educativo e morale,²⁵ in quanto, allo sviluppo quantitativo della stampa femminile,²⁶ è inscindibilmente connessa una sostanziale trasformazione dell'ideologia che riguarda la donna e il suo ruolo sociale.

istante [ma poi] si subisce il trauma o lo choc di un doloroso ritorno alla realtà quotidiana» (*Relazione Primavera 1960*, in *DCNP 6-10 agosto 1960*, 5-6).

²³ GENOVESI, *La stampa* 434. L'UISPER si costituì a Roma nel 1950 con lo scopo di educare, attraverso «buone e positive letture», al bene e alla morale cristiana. *Primavera* ben presto entra in relazione con questa associazione, pur non condividendone appieno i principi (cf VESPA, *Lettere* 24-4-1951), e vi fa parte come associata a partire, con ogni probabilità, dal 1954 (cf *ivi* 28-9-1954).

²⁴ *Parole di Madre Angela*, in *DCNP 1955*. Su questo stesso aspetto cf anche VESPA, *Lettere* febbraio 1951, in *Relazione: Primavera dal Convegno 1958 (Triuggio) al Convegno 1959 (Varese - S. Ambrogio)*, in *DCNP 1959*, 10.

²⁵ Cf VESPA, *Norme* 4. Cf anche *Verbale adunanze*, in *DCNP 1952*, 2-3. Un nuovo fenomeno di costume apre ai giovani la possibilità di scegliere le proprie letture, fra cui possono comparire anche riviste femminili e fotoromanzi. Questo fatto è sentito dagli educatori come motivo di allarme.

²⁶ Gli anni Quaranta registrano la punta di massima concentrazione per la nascita di nuove testate femminili in Italia: in particolare, dal 1941 al 1949 i periodici apparsi sono quattordici. A questo proposito, cf BUONANNO Milly, *Naturale come*

A questo proposito, è già di per sé significativo che gran parte delle nuove testate appartengano al genere del fotoromanzo.²⁷ Inoltre, mentre le tematiche del rotocalco femminile, nel periodo fascista,²⁸ si alimentavano a una concezione della donna che ne indicava il ruolo di «regina» della casa e la «naturale missione di sposa e di madre»,²⁹ le successive trasformazioni socio-culturali (avvenute durante il periodo bellico e post-bellico) giustificano nei periodici femminili una nuova duplice tendenza. Si assiste, da una parte, all'ampliamento della sfera delle tematiche trattate³⁰ e, dall'altra, a un'attenzione alle sollecitazioni al consumo da parte della pubblicità.

I rotocalchi presentano, pertanto, un modello di donna contraddittorio o, per lo meno, ambiguo: più matura e socialmente protagonista, ma pur sempre una donna passivamente consumatrice, anche se più libera nei costumi e nella vita economica.³¹ Soprattutto è un modello di donna passibile di larga divulgazione visto che «il fotoromanzo permise quello che né la stampa né la radio erano mai riuscite a fare in Italia: penetrò negli strati di popolazione che non erano mai stati sfiorati dai mezzi di comunicazione di massa, in modo particolare il Sud e le donne».³²

1.2. L'evoluzione della condizione femminile

La genesi della rivista *Primavera* è legata anche alla notevole evoluzione sia della condizione della donna all'interno della società che della nuova coscienza, anche da parte della Chiesa, della sua identità e del suo ruolo.

vedi. *Indagine sulla stampa femminile in Italia*, Rimini - Firenze, Guaraldi 1975, 31.

²⁷ Più della metà dei quattordici periodici apparsi fra il 1941 e il 1949 sono fotoromanzi (si possono citare *Grand Hotel*, *Luna Park*, *Sogno*, *Bolero*...). La premienza del genere fotoromanzo rimane una costante anche negli anni seguenti (*l. cit.*).

²⁸ Vedono la luce durante il fascismo, dal 1920 in poi, rotocalchi quali *Novella*, *Alba*, *Grazia*, *Annabella*, *Gioia*, *Eva* (*l. cit.*).

²⁹ LILLI Laura, *La stampa femminile*, in CASTRONOVO - TRANFAGLIA, *La stampa* 274-275.

³⁰ È una novità la comparsa, nella stampa femminile, di tematiche quali la politica, le problematiche della giustizia sociale, il realismo e il populismo.

³¹ Cf LILLI, *La stampa* 279-284. A questo proposito, cf anche BUONANNO, *Naturale* 34-35.

³² SULLEROT Evelyne, *La presse féminine*, Paris, A. Colin 1963, 299.

Ancora nel 1930, Pio XI poteva dichiarare, nell'enciclica *Casti Connubii*, che il lavoro fuori casa era «corruzione» dell'identità e della dignità della donna e della madre e, quindi, causa di «perversione» della famiglia. È la casa a essere indicata come il luogo della realizzazione della donna, mentre, fuori di essa, ella ritornerebbe a essere «mero strumento dell'uomo».³³

Tale idea venne ribadita dallo stesso Pontefice l'anno seguente con l'enciclica *Quadragesimo anno*, dove, lamentando che spesso il lavoro femminile fosse motivato dalla necessità economica, ripresentò una figura di donna e di madre dedita esclusivamente alla famiglia.³⁴ Indirettamente sosteneva, così, la concezione fascista della donna, legata al focolare domestico, madre ed educatrice di una prole numerosa e robusta, necessaria alla «difesa» della patria.³⁵

Ma già il suo successore, Pio XII, parlando alle donne del CIF (Centro Femminile Italiano), riconoscerà che, alla luce di una lettura teologica della storia, uomo e donna condividono una comune responsabilità storica e che, pertanto, nessuna attività resta di per sé preclusa alla donna, cui si aprono, invece, gli orizzonti di qualsiasi ambito dell'umano impegno.³⁶

Questa consapevolezza si era formata soprattutto alla luce di una serie di avvenimenti particolarmente significativi: la Resistenza, con la lotta partigiana; la manifestazione di massa dell'8 marzo 1943, in piazza Castello a Torino, in opposizione alla guerra; la formazione dei «Gruppi di difesa della donna e per l'assistenza dei combattenti della libertà» e delle «Volontarie della libertà» (divenuti a fine guerra, rispettivamente, UDI [Unione Donne Italiane] e CIF [Centro Italiano Femminile]); l'estensione anche alle donne del diritto di suffragio attivo e passivo, deliberata con decreto-legge dall'On. De Gasperi e dall'On. Togliatti il 1° febbraio 1945; la parità dei sessi sancita dall'art. 3 della Costituzione, che ne riconosce, quindi, la pari dignità sociale e l'uguaglianza davanti alla legge; il notevole interesse rivolto, da parte dei partiti politici, all'elettorato femminile, in considerazione della sua preponderanza numerica; l'attiva partecipazione, infine, di alcune donne alla vita

³³ Cf Pio XI, *Casti Connubii*, Lettera Enciclica, 31 dicembre 1930, in *Acta Apostolicae Sedis* 22 (1930) 567.

³⁴ Cf Pio XI, *Quadragesimo anno*, Lettera Enciclica, 15 maggio 1931, in *Acta Apostolicae Sedis* 23 (1931) 200.

³⁵ Cf LEONZI, *La donna* 131-132.

³⁶ *Ivi* 188-189.

politica e la formulazione di leggi di interesse femminile.³⁷

Ma con i nuovi orizzonti di impegno si acuiva anche l'ambiguità della posizione della donna: da una parte proiettata nel sociale e nel politico, dall'altra ancora richiamata alla sua responsabilità di «salvezza» di quella famiglia considerata base della società e nucleo primo della Chiesa: «la donna in casa» resta la parola di Pio XII.³⁸ Emblematica, a questo proposito, è l'Allocuzione *La fondamentale e multiforme missione della donna nel momento presente*, nella quale, dopo aver riconosciuto l'assoluta uguaglianza dell'uomo e della donna per la loro pari dignità di persone,³⁹ Pio XII prosegue considerando la maternità, fondata su «qualità particolari» di ordine naturale, l'inclinazione e il compito inscritti nell'essere stesso della donna.⁴⁰ Pertanto, a fronte dell'evoluzione del contesto socio-culturale lungo una direzione che alla Chiesa cattolica sembrava non conforme «al bene reale della famiglia e della donna»,⁴¹ Pio XII esorta a rivalutare la missione specifica della donna e della madre all'interno della famiglia stessa.⁴² Le riconosce anche il dovere di partecipare alla vita pubblica, sociale e politica: ma sempre e solo in funzione della famiglia, per prevenire quelle «minacce» che la possono ulteriormente disgregare, oltre che per rifondarla da un punto di vista sia teorico che pratico.⁴³

Sulla scia del Magistero della Chiesa, che riconosceva l'esigenza di una partecipazione della donna alla vita sociale, sia pure in via subordinata rispetto alla sua presenza all'interno della famiglia, *Primavera*

³⁷ *Ivi* 134-139 e 179-190. Cf anche GRISONI Luigi, *La questione femminile nei mass-media*, Ricerca realizzata presso il Centro-Pilota del CIOFS [Centro Italiano Opere Femminili Salesiane], Roma, stampato in proprio 1980, 134-137.

³⁸ Cf VESPA, *Lettere* 29-1-1954.

³⁹ Cf Pio XII, *La fondamentale e multiforme missione della donna nel momento presente*, Allocuzione, 21 ottobre 1945, in *Discorsi e radiomessaggi di Sua Santità Pio XII* 7, Milano, Vita e Pensiero 1946, 228. Il discorso è conosciuto anche con il titolo *Doveri della donna nella vita sociale e politica* (cf Pio XII, *Doveri*, Allocuzione, Padova, Ed. Gregoriana 1945).

⁴⁰ *Ivi* 231.

⁴¹ *Ivi* 231-232.

⁴² *Ivi* 232-233.

⁴³ Cf *Ivi* 237. Pio XII riconosce che «vasto è il campo di azione che si offre oggi alla donna e può essere, secondo le attitudini e il carattere di ciascuna, intellettuale o più praticamente attivo» (*l. cit.*). Nel primo caso alla donna stessa spetta di «studiare ed esporre il posto e l'ufficio della donna nella società, i suoi diritti e i suoi doveri [...]». Ma anche l'azione diretta è indispensabile» per promuovere la realizzazione dei principi (*l. cit.*).

assume, fin dalla sua fondazione, una precisa posizione nei confronti della questione femminile, posizione che teneva conto sia del polo «famiglia» sia di quello, nuovo, nato nel «sociale». L'*Orientamento generale* della rivista infatti dichiarava, come uno dei suoi fini espliciti, l'educazione della ragazza ad apprezzare gli atteggiamenti e le abilità richieste dalla vita della famiglia;⁴⁴ contemporaneamente, però, riconosceva che «la donna esercita un'azione straordinaria sui costumi della società, anche attraverso [... il] lavoro [... e gli] impieghi cui accede»;⁴⁵ è la conquista di una consapevolezza nuova e più matura. Tuttavia non mancheranno, talvolta, oscillazioni tendenti a privilegiare un'immagine di donna presente quasi esclusivamente in famiglia.⁴⁶

In una lettera di A. Vespa, immediatamente precedente il lancio della rivista e di sapore programmatico,⁴⁷ si ritrova l'esigenza di costruire l'immagine di una donna inserita in modo attivo e consapevole nel mondo del lavoro, senza che, con ciò, essa debba negare il suo ruolo all'interno della famiglia. A questo scopo, *Primavera* nasce con il progetto di offrire sia elementi di cultura sociale, sia una formazione pratica relativa alla casa e alla vita in famiglia.⁴⁸ È per formare una donna rispondente alla concezione cristiana della vita che si riconosce la necessità «di riviste *ad hoc*. A questo bisogno cerca di soddisfare *Primavera*».⁴⁹

⁴⁴ Nell'*Orientamento generale* è presente una concezione oggi giudicata *riduttiva* dell'istituzione familiare: essa, infatti, viene definita come «istituzione materna», la cui responsabilità è spostata interamente sulla donna. Cf *Rivista Primavera: Orientamento generale - Oggetto - Contenuto - Stile*, in DCNP 1951, 2.

⁴⁵ *L. cit.*

⁴⁶ Nel convegno del 1952, riprendendo quasi letteralmente un'espressione dell'Allocuzione di Pio XII (cf *La fondamentale*), della donna che lavora si afferma: «piaga dolorosissima in Italia è la donna, mamma impiegata, perchè non c'è vero aumento di guadagno, i figli non sono amati, educati e la famiglia si sfascia» (*Verbale adunanze*, in DCNP 1952, 3). Cf anche VESPA, *Lettere* [lettera non datata, ma attribuibile all'anno 1953].

⁴⁷ Cf *ivi* 29-1-1950. La lettera è indirizzata alla redazione: di qui la sua significatività.

⁴⁸ Cf *ivi* [lettera non datata, ma attribuibile all'anno 1950].

⁴⁹ *Ivi* [altra lettera non datata, ma attribuibile all'anno 1950].

1.3. La stampa in don Bosco e nel carisma salesiano

L'idea di una «rivista per giovinette» è nata anche in linea con la tradizione salesiana, radicata nello stesso don Bosco. Il 20 febbraio 1927, in occasione del decreto sull'eroicità delle virtù, Pio XI ricorda che don Bosco «sentì un primo invito nella direzione dei libri, nella direzione delle grandi comprensioni ideali. E ve ne sono i segni superstiti, come sparse membra [...], nei suoi volumi, nei suoi opuscoli, nella sua grande propaganda di stampa».⁵⁰ La passione e le attività di don Bosco sono lette da Pio XI come un segno della grandezza e della creatività sia del suo pensiero che delle sue imprese nel campo della stampa. «Le opere di propaganda tipografica e libraria – commenta Pio XI – furono proprio le opere della sua predilezione, [...] il suo nobile orgoglio. Egli stesso ci diceva: “[...] In queste cose don Bosco vuol essere all'avanguardia del progresso”».⁵¹

L'importanza attribuita da don Bosco alla stampa si radica sul fatto che egli concepisce le opere librarie e tipografiche come parte del suo apostolato e come uno dei fini principali della Congregazione Salesiana da lui fondata. L'articolo 7 delle Regole Salesiane delle origini impegnava alla diffusione dei «buoni libri» in mezzo al popolo, con il fine esplicito di opporsi al dilagare della propaganda laicistica o anche eretica.

La denuncia nelle Costituzioni di questa finalità oppositiva è significativa della decisione con cui don Bosco si mosse in questo campo: non solo aveva intuito il valore in sé del libro, ma constatava anche le potenzialità della stampa come mezzo per la diffusione di convinzioni e mentalità, positive o negative che fossero. Don Bosco sentiva come preponderante la necessità di usare la stampa per un apostolato di *bene*.⁵²

A questo proposito, E. Valentini nella sua opera *Don Bosco e l'apostolato della stampa*, dopo aver ricordato la missione di don Bosco come scrittore, editore e divulgatore della «buona stampa», precisa che essa rimane una delle finalità principali dell'attività educativa e pasto-

⁵⁰ CERIA Eugenio, *Memorie Biografiche di San Giovanni Bosco* 19, Torino, SEI 1939, 81.

⁵¹ *L. cit.*

⁵² Cf BOSCO Giovanni, lettera 2539 (19-3-1885), in CERIA Eugenio, *Epistolario di S. Giovanni Bosco. Dal 1881 al 1888*, Torino, SEI 1959, 318-320.

rale della Famiglia Salesiana, subito dopo quella della evangelizzazione ed educazione della gioventù e del popolo.⁵³

Si può, inoltre, cogliere, da un punto di vista sincronico, una relazione intrinseca tra queste due finalità: quella dell'educazione della gioventù e del popolo (le «masse») e quella della «buona stampa», o meglio delle comunicazioni sociali. Lo afferma E. Viganò: «Il rapporto tra comunicazione sociale ed evangelizzazione o, se si vuole, tra l'utilizzazione dei linguaggi e dei *media* della comunicazione sociale per il Vangelo e il nostro stile apostolico di "evangelizzare educando", incide profondamente sull'attività salesiana. [...] Si tratta non solo di educare ai *media*, cioè alla lettura critica dei loro messaggi, ma anche di evangelizzare con i *media*».⁵⁴ Si tratta di usare questi strumenti in modo che possano essere essi stessi educativi: «Don Bosco, fattosi scrittore ed editore per il bene della religione e la salvezza della gioventù e del popolo [...], si trovò coinvolto anche in una notevole impresa di promozione culturale per la gioventù e il popolo, i ceti dell'avvenire».⁵⁵ Ugualmente, *Primavera*, come rivista per le giovani, nasce all'interno della stessa tensione per la promozione di una cultura cristiana.⁵⁶

A. Vespa, responsabile della rivista dal 1947 al 1955, esplicitò più volte il riferimento all'insegnamento di don Bosco, sia per quanto riguarda il progetto di pubblicazione della rivista, sia per i criteri alla base della sua stessa redazione.⁵⁷ L'intento era quello di ricollegarsi al si-

⁵³ VALENTINI Eugenio, *Don Bosco e l'apostolato della stampa*, Torino, SEI 1957, 7-8. Cf anche RAINERI Giovanni, *Il pensiero di Don Bosco come programma dell'editoria salesiana*, in *Atti del Consiglio Superiore della Società Salesiana* 62 (1981) 302, 36-37 [d'ora in avanti citeremo ACS]; RICCERI Luigi, *San Francesco di Sales, modello di don Bosco e nostro in un apostolato sempre più attuale: la stampa*, in ACS 48 (1967) 249.

⁵⁴ VIGANÒ Egidio, *La comunicazione sociale ci interpella*, in ACS 62 (1981) 302, 19. Don E. Viganò è, dal 1977, il Rettore Maggiore dei Salesiani.

⁵⁵ RAINERI, *Il pensiero* 39-40.

⁵⁶ *Ivi* 38-39: Don Bosco, affermata «la chiara volontà di servirsi della stampa per la vivificazione della fede cattolica, apre già il suo interesse a quanto può favorirla nella gioventù e nel popolo, che assimilano più facilmente la verità se questa viene non solo esposta in trattati catechistici o morali, ma permea quanto soddisfa gli interessi e [le] aspirazioni culturali [...]. Oggi potremmo dire che Don Bosco terrebbe conto che nel nostro tempo i moduli culturali si sono alquanto trasformati» (*l. cit.*).

⁵⁷ Citiamo solo due delle espressioni di A. Vespa alla redazione di *Primavera*: «Io cerco solo di seguire Don Bosco, di penetrarne lo spirito, di scaldarmi al suo cuore apostolico» (VESPA, *Lettere* 23-3-1951). *Primavera* è un mezzo attraverso cui

gnificato attribuito da don Bosco alla stampa come mezzo di apostolato e ai criteri pedagogici del *Sistema Preventivo* (il sistema educativo di don Bosco, basato sugli elementi della ragione, della religione e dell'amorevolezza). *Primavera* poté, così, essere definita «la personificazione più bella del pensiero pedagogico di don Bosco nell'educazione femminile». ⁵⁸

Più recentemente M. Castagno ⁵⁹ ha ulteriormente messo a fuoco la motivazione educativa e salesiana – in aggiunta a quelle già emerse nel Capitolo Generale XI – con cui si guardò alla stampa come a uno strumento di pastorale giovanile. Essa è «eredità di don Bosco, la continuazione di un carisma educativo che si aggancia fortemente alle esigenze dei giovani del ceto popolare. [...] “Don Bosco [infatti] si servì della comunicazione sociale come di un settore di attività che gli consentiva di realizzare il suo progetto educativo, [...] di favorire] la promozione umana e cristiana della gioventù povera e dei ceti popolari”». ⁶⁰ Il significato di *Primavera*, come quello della «buona stampa» di don Bosco, va pertanto individuato nell'attuazione del *Sistema Preventivo* salesiano che si prefigge, tra l'altro, di formare i giovani in modo che essi stessi siano capaci di scelte valide (ossia fondate su criteri di valore) e di senso critico. La comunicazione di messaggi positivi e il progetto legato alla rivista *Primavera* si muovono in questa direzione. ⁶¹

Il rapporto tra la comunicazione sociale e il carisma educativo salesiano, infine, può essere colto da un ulteriore punto di vista: si tratta di educare *alla* comunicazione *attraverso* la comunicazione. Un mezzo di comunicazione sociale viene usato per suscitare comunicazione, intesa – dal punto di vista dell'educatore – come atteggiamento, capacità e disponibilità a «educare evangelizzando». Alla base di questo obiettivo si pone, di riflesso, un progetto sul recettore e sulle sue capacità di rapporto: con la storia, con la fede e, soprattutto, con il sociale. Quest'ul-

«fare apostolato salesiano [...]. Don Bosco è un campione nel campo della Buona Stampa!!» (ivi 18-5-1955).

⁵⁸ *Parole di Madre* 1. A proposito del ruolo svolto da A. Vespa in funzione della nascita di *Primavera*, cf nota 15, p. 27.

⁵⁹ Dal 1975 M. Castagno fu responsabile, a livello mondiale, della Pastorale Giovanile e, dal 1984, è Madre Generale dell'Istituto delle FMA.

⁶⁰ CASTAGNO Marinella, *Primavera: strumento di pastorale giovanile*, in DCNP 1982, 2.

⁶¹ *Convegno Primavera 1975 - 29 agosto: Parole introduttive di Madre Marinella*, in DCNP 1975, 1 (il titolo fa riferimento all'autrice dell'intervento, M. Castagno).

timo è il luogo in cui la persona è chiamata a esprimere il suo protagonismo, collaborando per la creazione di un ambiente sociale e di un'opinione pubblica, nonché la sua capacità di discernimento critico e di progettazione (anche educativa e pastorale).⁶²

2. Obiettivi

Nell'*Orientamento generale*, che costituisce il documento programmatico di *Primavera*, essa viene definita come rivista «formativa».⁶³ In altri termini, è la formazione della persona del destinatario il suo obiettivo di fondo. Questa finalità può essere ulteriormente specificata come formazione di:

- cristiane autenticamente apostole,
- cittadine impegnate socialmente,

secondo la già richiamata espressione di don Bosco, che si proponeva di educare «buoni cristiani» e «onesti cittadini». Il documento programmatico specifica ulteriormente che la formazione del «buon cristiano» comporta ancora, da una parte, l'acquisizione di una mentalità e di un comportamento; dall'altra, l'impegno della testimonianza e dell'apostolato.⁶⁴

Il convegno di *Primavera* del 1952 precisò che educare le giovani significava, tra l'altro, dar loro una formazione che le abilitasse ad assumersi la responsabilità di un nucleo familiare.⁶⁵ Veniva inoltre specificato un'ulteriore finalità della rivista che la proponeva come *compagna* e guida nella crescita dell'adolescente.⁶⁶

⁶² CUEVAS LEON Sergio, *Verso un rinnovamento salesiano nella comunicazione sociale*, in *Atti del Consiglio Generalizio* 58 (1987) 321, 58.

⁶³ *Rivista Primavera: Orientamento* 1. Questo documento attualmente appare in DCNP 1951, ma può essere anticipato al 1949, anno immediatamente precedente il lancio di *Primavera*. Tale datazione si fonda sulla considerazione del contenuto, di carattere progettuale-programmatico, e può essere sostenuta anche mediante una lettera di A. Vespa (cf *Lettere* 4-4-1950) alle collaboratrici della rivista alla quale è allegato il *Programma e carattere che devono avere gli articoli da pubblicarsi*, nel quale ci si richiama esplicitamente al suddetto documento.

⁶⁴ *L. cit.* Il documento afferma che *Primavera* «si prefigge: a) di educare la gioventù femminile nelle virtù cristiane; b) [di] formare delle cristiane convinte che siano luce di buon esempio alle proprie compagne; c) [di] formare delle cristiane] che si preparino alla vita che le attende con senso di responsabilità».

⁶⁵ Cf *Verbale adunanze*, in DCNP 1952, 10.

⁶⁶ Cf *ivi*. *Primavera* si propone di «comprendere l'adolescenza e rispondere ai

Gli obiettivi legati alla nascita di *Primavera* si sintetizzano nel primo dei due scopi della rivista, quello educativo, mentre il secondo è decisamente di carattere apostolico-missionario: *Primavera* «vuole [infatti]:

- a) completare la formazione che, col catechismo e la scuola, cerchiamo [di] dare alle figliole in ogni nostra casa;
- b) essere conosciuta da altre figliole raggiungibili attraverso [...] una ben organizzata propaganda, per educare all'apprezzamento delle virtù, delle disposizioni che la vita nella famiglia richiede». ⁶⁷

3. Orientamento generale

Stabilite le finalità della rivista, si trattava di delinearne la fisionomia. Il primo orientamento generale di *Primavera* viene proposto già dallo stesso Capitolo Generale XI, che ha elaborato il «seguente programma:

- articolo di fondo formativo;
- spunti piacevoli ed edificanti della vita di Don Bosco e della Beata M. Mazzarello;⁶⁸
- racconto interessante a puntate con illustrazioni;
- proposte di iniziative e risultati di gare, concorsi a premio, ecc.;
- notizie di famiglia;
- pagine di [... moda] e modelli di taglio e confezioni modeste;
- “angolo del sollievo” [ossia dell’evasione]». ⁶⁹

L’impostazione della rivista risultò, come si può notare, attenta alle diverse dimensioni della vita della ragazza. Essa tuttavia darà motivo, oltre ad apprezzamenti, anche a critiche da parte di alcuni ambiti ecclesiali che avrebbero desiderato qualcosa di «più formativo», intendendo indicare con ciò una presenza più massiccia di pagine esplicitamente religiose.

Successivamente, nella programmazione in vista del lancio della rivista, il contenuto di *Primavera* venne specificato come composto di:

1. «*articoli direttamente formativi* [...] quali:
 - a) articoli di fondo;

problemi che agitano il suo cuore con articoli caldi e ricchi di vita» (*l. cit.*).

⁶⁷ *Rivista Primavera: Orientamento* 1-2.

⁶⁸ Maria Domenica Mazzarello, canonizzata nel 1951, è con don Bosco la fondatrice delle Salesiane.

⁶⁹ CAPITOLO GENERALE FMA - 1947, *Allegati* 257.

- b) religione;
- c) medaglioni;⁷⁰
- d) novelle e racconti;
- e) missioni e civiltà cristiana».⁷¹

2. «*articoli vari*, dilettevoli, ricreativi, informativi, ma tutti educativi in cui si cerca di donare conoscenza dell'ambiente, nozioni storiche, geografiche, visioni di bellezza nella natura, nell'arte, nella vita, nella civiltà, per far amare il bene e ciò che al bene conduce, preparare le figlie all'apostolato che le attende, con ricchezza di entusiasmo e di slanci, con visione chiara della sua importanza e necessità».⁷²

Viene esplicitato anche il costante riferimento al *Sistema Preventivo*⁷³ di don Bosco, caratteristico della pedagogia e della spiritualità salesiana: gli articoli «devono essere ispirati e lumeggiati dallo spirito di don Bosco Santo, che è spirito:

- a) serenamente ottimista;
- b) tendente a svolgere le attitudini sane, dono di ogni anima battezzata;
- c) che, pur accennando, qualche volta brevemente, a reali deficienze, perché nella vita non vi è solo virtù, mira a costruire, dando del difetto orrore e slancio per la virtù;
- d) che ha fede nella forza della *pietà semplice e fervente*, nell'efficacia della Grazia, e usa espressioni riserbate, piene di rispetto per la gioventù».⁷⁴

Inoltre, fin dall'inizio, la rivista viene costruita a partire dalle esigenze della giovane, punto di riferimento costante per l'impostazione, il programma e le singole pagine. È ancora l'*Orientamento generale* a precisare che *Primavera* «tiene conto dei bisogni psicologici della gioventù di oggi, quali:

- a) desideri di emozioni [...];
- b) desiderio di racconti, novelle scritte bene, ma molto brevi, o se

⁷⁰ Con il termine *medaglione* si indica la presentazione di brevi profili biografici, episodi della vita di don Bosco o Madre Mazzarello, suore, ex-allieve, oratoriane..., ossia di quell'ambiente salesiano già direttamente conosciuto dalle prime destinatarie della rivista. In seguito saranno presentati anche profili di donne o giovani con una risonanza storica.

⁷¹ *Rivista Primavera: Orientamento 1.*

⁷² *L. cit.*

⁷³ A proposito del *Sistema Preventivo*, cf quanto già scritto in *Motivazioni: La stampa in Don Bosco e nel carisma salesiano*, p. 35.

⁷⁴ *Rivista Primavera: Orientamento 1.*

sono lunghe che tengano desta la curiosità, l'ansia crescente di sapere come andranno a finire, di pagina in pagina, fino alla fine;

c) desiderio che tali racconti siano vari nel soggetto, ricchi di immagini vive, palpitanti, adatte a suscitare idee senza sforzo; immagini che destino e facciano lavorare la fantasia, il cuore, il volere e siano corredate da illustrazioni belle;

d) desiderio che gli articoli rispecchino e rispondano a un bisogno o a un'ansia sana della loro anima creata per la Verità, per la Luce, ricca di entusiasmo sano».75

Tutti questi punti troveranno successivi arricchimenti, approfondimenti, innovazioni; ma sostanzialmente rimarrà costante la «fedeltà al programma» che mirava a una rivista «attraente ma di sostanza»,76 una rivista che «rivela a ogni pagina l'intento educativo, ma in forma gioiosa, piacevole, delicata, sicché dovrebbe piacere anche a chi non vive la nostra fede ed è lontano dalla nostra morale».77 Fin dal suo primo apparire *Primavera* cura attentamente lo stile, perché sia «interessante», «amabile», «attraente», «simpatico», «gioioso», «moderno»...78 Ma tutto ciò per comunicare quel «pane sostanzioso di cui la gioventù ha bisogno»,79 quello stile cristiano della vita che, nella rivista, non si mostra apertamente ma ne è la struttura.80

In conclusione, l'orientamento generale di *Primavera* è educativo; il suo programma, pur comprendendo altre componenti, come quella «istruttiva», non permette che queste risultino preminenti o la distolgano dal convergere attorno all'obiettivo primario, educativo appunto.

4. Lancio editoriale

Il primo numero di *Primavera* uscì il 31 gennaio 1950, con il sottotitolo «Rivista per giovanette».81 Di periodicità mensile, era composta di

75 *Ivi* 2.

76 VESPA, *Lettere* 29-12-1949.

77 ZIGGIOTTI Renato, *Lettera all'Ispettrice*, in VESPA, *Lettere* 25-7-1950 [probabilmente si trattava dell'Ispettrice delle FMA di Milano, sede della redazione di *Primavera*, o di Torino, dove risiedeva lo stesso Ziggotti].

78 *Ivi* 24-1-1950; 25-1-1950; 5-2-1950; 10-1-1951; 1-7-1952.

79 *Ivi* 10-1-1951.

80 *Ivi* 3-4-1953.

81 In seguito il sottotitolo divenne «*La rivista degli anni verdi*» e quindi «*Primavera - Mondo giovane*».

sole sedici pagine, a due colori, e copertina a disegno (almeno per i primissimi numeri). Costava trenta lire la copia. Come sede della redazione venne stabilita Milano.⁸²

Primavera uscì stampata in rotocalcografia, scelta fatta «perché la rivista [riuscisse] attraente».⁸³ La stampa rotocalcografica, infatti, riproducendo fedelmente, grazie al principio del retino, anche le mezze tinte, offriva risultati qualitativamente migliori rispetto al precedente sistema tipografico e, quindi, una presentazione grafica più moderna, raffinata e soprattutto attraente.⁸⁴ La scelta della stampa in rotocalco è rilevante in quanto era considerata «attività editoriale molto ardua»⁸⁵ e, ancora nel 1965, era possibile affermare che «il parlare di rotocalchi fino a qualche tempo fa non era privo di prevenzione o addirittura di disprezzo».⁸⁶ Tale sistema di stampa, infatti, introdotto in Italia dalla Germania nel 1925, poiché risultava più costoso rispetto al sistema tipografico, venne adottato quasi esclusivamente dalla produzione più leggera e meno impegnata che poteva raggiungere tirature elevate.⁸⁷

Nonostante questi precedenti, nel caso di *Primavera* la scelta – come si è già detto – della stampa in rotocalco venne fatta per la qualità della resa; la tiratura per il primo numero fu subito di 50.000 copie,⁸⁸ diffuse soprattutto negli ambienti salesiani, in alcune parrocchie e, per i primissimi numeri, anche attraverso l'edicola. Mancando però un'adeguata campagna pubblicitaria che lo sostenesse, l'esperimento dell'edicola venne ben presto ritirato.

Il lancio della rivista venne preceduto e seguito da sondaggi fra i lettori. Poco prima della pubblicazione del primo numero, a un campione di potenziali destinatarie venne richiesto di esprimere le proprie opinioni e di descrivere le proprie attese nei confronti di quello che sarebbe stato un giornale per loro.⁸⁹ Il primo numero venne anche segui-

⁸² Per il significato culturale attribuito alla scelta della capitale lombarda come sede della redazione della rivista, cf MALGRATI Iside, *Rivista Primavera. Il significato delle origini*, in DCNP 1984, 2.

⁸³ VESPA, *Lettere* 29-12-1949.

⁸⁴ Cf TOFANELLI Arturo, *I rotocalchi*, Firenze, Vallecchi 1959, 47-48.

⁸⁵ Cf *Da una relazione di sr. Iside*, in DCNP 1957, 1. Da tale documento appare che allora in Italia gli stabilimenti di stampa in rotocalco erano appena otto.

⁸⁶ ESPOSITO Rosario F., *La stampa periodica in Italia*, in *Via, Verità e Vita* 14 (1965) 1, 73.

⁸⁷ *L. cit.*

⁸⁸ Cf MALGRATI, *Rivista* 3.

⁸⁹ Cf LAGEDER Luis - GALIZZI Alessandra, *Giornali per ragazzi. Primavera*, in

to da *referendum*, verbali e scritti, raccolti sia nell'ambiente salesiano che al di fuori di esso,⁹⁰ sulla base dei quali vennero elaborate le prime modifiche e i primi adattamenti della rivista stessa.

«La modernità dell'impostazione e delle finalità che la rivista assunse dal suo apparire»⁹¹ vennero ampiamente riconosciute: soprattutto veniva approvata la funzione *formativa* di *Primavera* che si proponeva, innanzitutto, come uno strumento di comunicazione fra le ragazze che in modi diversi facevano riferimento alla struttura religiosa delle FMA.⁹²

Animazione ed Espressione 21 (1983) 121, 313.

⁹⁰ Cf VESPA, *Lettere* 5-2-1950.

⁹¹ LAGEDER - GALIZZI, *Giornali* 313.

⁹² *L. cit.*

EVOLUZIONE DELLA RIVISTA

1. Destinatari

In relazione ai destinatari di *Primavera* è necessario precisarne l'età e la tipologia, nonché il tipo di rapporto che il giornale instaurò con loro.

1.1. Età

Per quanto riguarda l'età, *Primavera* è una «rivista sorta per rispondere ai bisogni particolari dell'adolescenza», indirizzandosi fin dal suo apparire alla fascia delle ragazze dai dieci anni in su.¹ Nel 1954, l'età minima dei destinatari fu portata a dodici anni, mentre veniva fissato a diciott'anni anche il limite superiore del *target*.² Si specificava, anche, che la rivista era destinata a un pubblico di «giovani»: ³ questa espressione si spiega con il fatto che, negli anni Cinquanta, si parlava *indifferentemente* di «adolescenti» e di «giovani», termini considerati come pressoché equivalenti.

Ma già nel convegno del 1958, in seguito alle difficoltà incontrate dalla rivista nel rivolgersi a una fascia d'età tanto estesa, nacque il progetto di una doppia edizione: per «giovannissime», la prima, e per «signorine», la seconda, entrambe con uno sfondo comune.⁴ La proposta venne lasciata cadere, per le difficoltà di attuazione, ma rispon-

¹ Cf VESPA, *Lettere* 24-12-1949.

² Cf *ivi* 13-9-1954. *Primavera* «è per giovanette dai dodici ai diciotto anni [...]». Bisogna ricordare questa impostazione d'età.

³ *Ivi* 27-8-1956.

⁴ Cf *Osservazioni per Primavera*, in DCNP 1958, 1.

dedendo a esigenze comunque sentite, portò (nel 1960) a un'ulteriore delimitazione della fascia d'età delle destinatarie. *Primavera* si rivolse, pertanto, alle adolescenti dai dieci-dodici ai sedici anni⁵ come a una categoria che era andata ulteriormente delineandosi all'interno del pubblico giovanile.

Nel 1966, in seguito all'affermarsi, in ogni settore, del criterio di una sempre maggiore qualificazione,⁶ tornò a farsi sentire l'esigenza di rispondere in modo più adeguato ai bisogni di età diverse. Ancora una volta si dichiarò la necessità di redigere due riviste: una per il pubblico dagli undici ai quattordici anni e una per quello compreso tra i quindici e i diciotto.⁷ Tuttavia, già nel 1967, mentre si riconosceva nuovamente l'impossibilità, «per motivi economici, tecnici e vari»,⁸ di una seconda rivista destinata alla fascia d'età dai quindici ai diciott'anni, *si decideva che Primavera rimanesse per le pre-adolescenti*.⁹ A partire dalla fine degli anni Sessanta, quindi, le pre-adolescenti sarebbero divenute le destinatarie privilegiate della rivista, anche se non mancarono lettrici d'età inferiore o superiore agli undici-quattordici anni e anche se si notarono oscillazioni di un anno o due rispetto a essi, come appare dai dati presentati di seguito.

Già nel 1973, infatti, nella prima indagine condotta fra le lettrici dopo il lancio di *Primavera* rinnovata (1 ottobre 1970), il pubblico risultò suddiviso secondo le seguenti percentuali:

- fino ai dodici anni: 39%;
- dai tredici ai quindici anni: 43%;
- dai sedici anni in su: 18%.¹⁰

Nel 1975, dal «profilo della lettrice di *Primavera*»,¹¹ risultava che essa «ha un'età media che varia dai quattordici ai sedici anni (84,5%) [e] frequenta la scuola media superiore».¹² Inoltre, anche in seguito al-

⁵ Cf *Verbale del primo Convegno Direttrici e Delegate*, in DCNP 10-13 agosto 1960, 7.

⁶ Cf MALGRATI Iside, *Relazione "Convegno 1966"*, in DCNP 1966, 3.

⁷ *L. cit.* Parallelamente all'ipotesi delle due riviste con *target* diverso, anche le indagini fra le ragazze adottavano questionari differenziati secondo l'età (cf *Programma generale*, in DCNP 1966, 1).

⁸ *Convegno Primavera 1967 - Relazione Cronaca*, in DCNP 1967, 1.

⁹ *L. cit.*

¹⁰ *Sintesi delle risposte al Referendum di Primavera*, in DCNP 31 agosto - 1 settembre 1973, 1.

¹¹ *Allegato B. Indagine conoscitiva*, in DCNP 1975, 1.

¹² *L. cit.*

le trasformazioni socio-culturali, a proposito dei destinatari la redazione precisa che se la rivista «si caratterizza [come] femminile, [... essa è anche] giovanile al di là di distinzioni di sesso e di età».¹³ A partire dalla metà degli anni Settanta, dunque, *Primavera* cominciò a indirizzarsi anche al pubblico dei ragazzi, con una scelta che andrà sempre più riconfermandosi.

Successivamente il *target* dei destinatari ha recuperato la fascia dei più giovani (dai dodici ai quattordici anni). L'indagine del 1982 rileverà, infatti, che l'età dei lettori oscillava fra i dieci e i ventitré anni, ma che la fascia di gran lunga maggiore era compresa tra i dodici e i sedici anni:¹⁴ questi costituivano circa il 67% dei lettori, con un'età media calcolata in 14,28 anni.¹⁵ A sedici anni di distanza dal convegno del 1966, il *target* medio era, dunque, passato dagli undici-quattordici anni ai dodici-sedici anni. Nel 1984 un'indagine, riconfermata l'anno seguente, registrò un significativo incremento di questa fascia media (compresa tra i dodici e i sedici anni) che dal 67% del 1982 passa al 79,65% nel 1984 e al 78,89% nel 1985.¹⁶ Negli anni successivi, tale percentuale registra una leggera flessione (75,8%, nel 1987), compensata tuttavia dalla lieve ripresa delle percentuali riferibili «a chi continua a leggere *Primavera* anche dopo i sedici anni»¹⁷ (vedi il grafico della suddivisione dei lettori per età, riferibile all'anno 1987).

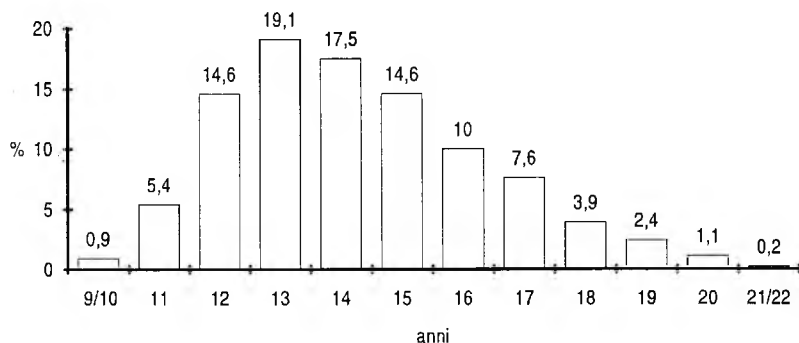
¹³ GRASSINI Bruna, *Primavera come strumento operativo di Pastorale Giovanile vista sotto l'aspetto dei contenuti e della diffusione, come impegno di promozione*, in DCNP 1975, 12.

¹⁴ Cf BOSCATO Graziella, *La partecipazione dei lettori*, in DCNP 1982, 1.

¹⁵ *Ivi* 1 e 10.

¹⁶ Cf *Inchiesta Primavera*, in DCNP 1984, 1; cf anche *Risultati dell'inchiesta Primavera - luglio 1985*, in DCNP 1985, 1.

¹⁷ *Grande Inchiesta Primavera - maggio 1987*, in DCNP 1987, 1.

Tab. 1 - *Grafico della suddivisione dei lettori per età (nel 1987)*

1.2. *Categoria*

Per quanto riguarda la tipologia del pubblico di riferimento di *Primavera*, si nota che, nei primi anni di pubblicazione della rivista, si presenta molto vario ed eterogeneo, comprendendo adolescenti delle più diverse categorie socio-culturali: dalle studentesse alle lavoratrici (impiegate o operaie), a quelle che lavorano in casa.¹⁸ La rivista fin dal suo apparire volle, pertanto, rivolgersi al pubblico delle «giovani», nel senso cronologico e quindi più vasto del termine, escludendo possibili scelte che la potessero caratterizzare in modo elitario o per pubblici targettizzati. Pertanto, considerando che, negli anni Cinquanta-Sessanta, le studentesse rappresentavano comunque una percentuale minoritaria fra le ragazze, la redazione rifiutò la proposta di inserire argomenti, tematiche o rubriche specificamente connesse con la scuola, temendo che *Primavera* potesse essere connotata come «rivista scolastica».¹⁹ Caratterizzandosi, pertanto, come rivista «non [...] per i licei, ma per il popolo»,²⁰ come «*medium* di massa», «mezzo di comunicazione sociale», forza per «raggiungere la massa»,²¹ *Primavera* preferì mirare

¹⁸ Cf VESPA, *Lettere* 24-12-1949. Cf anche *Verbale Adunanze 4: Primavera* «va a tutte le categorie di persone [...]. Noi scriviamo per tutti».

¹⁹ Cf *Verbale Convegno Primavera 1957*, in DCNP 1957, 5.

²⁰ *L. cit.*

²¹ Cf *Relazione dell'adunanza di Primavera del 21 marzo 1972*, Cinisello Balsamo, Archivio Primavera 5 [dattiloscritto]. Cf anche *Relazione Primavera 1963*, in

alla «formazione integrale» della ragazza, tenendo presente le molteplici dimensioni della vita della giovane in quanto tale, non ulteriormente connotata.²²

Dal 1975, la rivista cominciò, come si è già detto, a indirizzarsi anche al pubblico dei ragazzi,²³ ma è nel convegno del 1982 che B. Grassini, il direttore responsabile della rivista, delineando il volto dei destinatari cominciò a interrogarsi esplicitamente sulla fisionomia sia del «lettore» che della «lettrice» di *Primavera*, scegliendo definitivamente di rivolgersi, in modo indifferenziato, al pubblico dei pre-adolescenti, non ulteriormente connotati (come femmine o maschi).²⁴

A partire dal 1975, in un contesto di sempre più rapida evoluzione sociale e culturale, il volto dei destinatari divenne un nodo tematico dei convegni di *Primavera*. La conoscenza del giovane, della sua fisionomia caratteristica e delle sue problematiche non fu più presupposta, ma diventò un'occasione costante per interrogativi e per ricerche. Il convegno del 1975, dunque, definì le caratteristiche con cui si configurava, allora, la soggettività giovanile. Partendo dagli anni Cinquanta, indicò le tappe storiche che potevano permettere di comprendere la nuova identità del giovane, collegandola a ben precisi momenti e dinamiche storiche: il benessere generalizzato, prima, e il fenomeno del dialogo a livello mondiale poi, seguiti dal movimento giovanile del 1968 e dalla successiva esigenza di rapporto fra soggetto giovane e soggetto adulto. Soprattutto quest'ultima fase assume un significato essenziale anche per il tipo di dialogo – tra destinatari ed educatori – che *Primavera* intendeva instaurare attraverso la sua pubblicazione.²⁵

I convegni successivi, pertanto, mirarono a focalizzare aspetti diversi del mondo del giovane, il referente comunicativo della rivista. Il convegno del 1976, in un contesto di crisi di comunicazione, rivolse un'attenzione precipua al linguaggio dei giovani, alla loro difficoltà di presentarsi e di esprimersi, al loro diffuso attingere al linguaggio imposto dai *mass-media*.²⁶

DCNP 1963, 4: *Primavera* «non si limita a un numero stabilito ma affronta la massa».

²² *Verbale Adunanze Primavera del 16 agosto 1957 - Torino*, in DCNP 1957, 1.

²³ Cf GRASSINI, *Primavera come strumento operativo* 12.

²⁴ Cf GRASSINI Bruna, *Il Progetto Primavera - Domande introduttive: Quale lettore/lettrice? Quale messaggio?*, in DCNP 1982, 1.

²⁵ Cf MORERO Vittorio, *Tensioni, problemi e orientamenti nel mondo giovanile oggi*, in DCNP 1975, 1-5.

²⁶ Cf MORERO Vittorio, *Il linguaggio dei giovani*, in *Convegno Diffusione Primavera - 1976*, in DCNP 1976, 1-8.

Nel 1978 fu la cultura giovanile a essere individuata, in un'analisi del direttore responsabile della rivista, nelle sue caratteristiche di «nomadismo» e di «polarizzazione» attorno ai valori di libertà e felicità.²⁷

Il convegno del 1980, in sintonia con la rinnovata attenzione ai più giovani, i pre-adolescenti, prese in considerazione, da diversi punti di vista (quello delle attese, dei bisogni, delle esigenze per esempio), il loro mondo, nell'intento di delinearne un'immagine più globale e, insieme, più precisa.²⁸

Ma è solo partendo dai dati di una ricerca su cinquemila giovani condotta da un gruppo di sociologi della scuola di A. Ardigò che, nel 1981, la redazione di *Primavera* assunse in modo programmatico un *atteggiamento di ascolto* del vissuto giovanile, per coglierne i valori emergenti e le domande di fondo e, su questa base, un *atteggiamento propositivo* di significati e di valori esistenziali incarnati nei modelli culturali emergenti.²⁹ In questo senso, sono già concretizzazione di tale volontà di ascolto le ricerche, sempre del 1981, sull'atteggiamento dei giovani nei confronti della musica, dei *mass-media* e delle testate giovanili in particolare.³⁰

In seguito, nel convegno del 1982, il lettore venne delineato come «soggetto povero, in crisi, in ricerca: [... al quale] *Primavera*, attraverso la sua formula di rotocalco, rivolge un messaggio *ad hoc*». ³¹ È questo il destinatario privilegiato della rivista che si propone come «uno strumento di evangelizzazione [per] essere evangelizzatori in più vasto campo, [... per] andare verso i giovani, raggiungere i lontani [...],³² *raggiungere nella concreta situazione socio-ambientale le giovani più*

²⁷ Cf GRASSINI Bruna, *Diffusione di Primavera e questione giovanile oggi*, in DCNP 1978, 1-3. Con il termine «nomadismo» si indicava quell'insicurezza e quell'instabilità dei giovani per cui le scelte, i consensi, i valori erano intesi come provvisori, precari, rivedibili. Con il concetto di «polarizzazione dei giovani attorno ai valori di libertà e felicità» si intendeva il loro esasperato senso dell'autonomia e del bisogno di gratificazione.

²⁸ Cf *Destinatari di Primavera*, in *Piano Pastorale 1981*, in DCNP 1980, 2-5.

²⁹ Cf *I giovani e Primavera*, in DCNP 1981, 1-4; cf anche MORERO Vittorio, *Giovani fra libertà e sicurezza*, in DCNP 1981, 1-4.

³⁰ Cf VARNAVA A., *La musica dei giovani*, in DCNP 1981, 1-16; cf anche MORERO Vittorio, *Giovani e stampa: analisi di alcune testate giovanili*, in DCNP 1981, 1-3.

³¹ GRASSINI, *Il progetto* 1-4.

³² Con il termine «lontani» si intende una categoria, in questo caso di giovani, con un atteggiamento di rifiuto o di ignoranza nei confronti della comunità ecclesiale o della fede, spesso motivato da una carenza educativa.

povere che non vengono nei nostri ambienti e offrire loro proposte adeguate ai loro bisogni" (cf ACG XVII 133)).³³ Come viene precisato, più che materiale, quella del contesto italiano è una povertà morale, affettiva, religiosa, legata a famiglie disgregate, da raggiungere con un messaggio di serenità, per favorire una crescita umana integrale.³⁴

La scelta a vantaggio delle giovani «più povere» venne ribadita nel convegno del 1983: «Destinatari della nostra azione pastorale [...] sono tutte le giovani dei ceti popolari e in particolare le adolescenti [...]. Non si tratta quindi di gruppi di *élite*, ma della massa»,³⁵ ossia di un pubblico che fa riferimento a un ambiente «culturalmente e moralmente povero». Come già agli inizi tuttavia *Primavera* si rivolgeva (e si rivolge) anche alle adolescenti più consapevoli, anche culturalmente. Lo scopo, in questo caso, è quello di «offrire loro un mezzo valido per divenire apostole tra le compagne meno motivate nella vita».³⁶ La redazione riconobbe, inoltre, che l'attuazione da parte di *Primavera* di «una Pedagogia di tutti e per tutti» era insita già «nella sua struttura tipica di *medium* e nel suo specifico essere di rotocalco»:³⁷ la sua tiratura, infatti, era tale da raggiungere la massa e il suo messaggio si rivelava di una forma la più popolare e semplice possibile.³⁸

I convegni del 1984 e del 1985 riservarono un'ulteriore attenzione alla situazione dei giovani e dei pre-adolescenti, rendendo possibili alla rivista scelte redazionali,³⁹ nel complesso, generate da:

- un'attenzione costante alla situazione giovanile;
- i risultati delle ricerche sul pubblico dei pre-adolescenti;⁴⁰

³³ CASTAGNO, *Primavera* 3-4. La sigla «ACG» della citazione sta a indicare: «Atti del Capitolo Generale delle FMA».

³⁴ L. cit.

³⁵ CASTAGNO Marinella, *Spunti di riflessione sulle scelte di fondo della Pastorale Giovanile Unitaria*, in DCNP 1983, 1-2.

³⁶ L. cit.

³⁷ CURTI Graziella, *Lettura pastorale di Primavera sulla traccia della pedagogia di Don Bosco*, in DCNP 1983, 1.

³⁸ L. cit.

³⁹ Cf BOSCATO Graziella, *Le scelte redazionali di Primavera e la PGU [Pastorale Giovanile Unitaria]*, in DCNP 1984, 1.

⁴⁰ Cf DE PIERI Severino - TONOLO Giorgio - DELPIANO Mario (coordinamento di), *L'età negata. Ricerca sui preadolescenti in Italia*, a cura dell'Associazione COSPES [Centri di Orientamento Scolastico Professionale e Sociale], Leumann (Torino), LDC 1986. Promossa nel 1982 dal Centro Salesiano di Pastorale Giovanile e dal Centro di Pastorale Giovanile delle FMA, la ricerca è stata affidata, per l'impostazione scientifica e la realizzazione tecnica, all'Associazione Nazionale COSPES,

- gli orientamenti della Pastorale Giovanile;
- la quotidiana esperienza tra i giovani.⁴¹

In questo periodo (1984-1985), pertanto, la redazione manifesta un atteggiamento nuovo: prioritaria diventa non tanto la *definizione dei tratti* e della fisionomia del giovane, quanto piuttosto *l'esplicitazione del giovane* quale criterio fondamentale del giornale stesso. È il giovane il polo determinante nel rapporto tra il giornale e il lettore, rapporto che, in questa linea, potrà essere definito come «patto di fiducia» (v. convegno del 1988). La prima delle «tre scommesse di *Primavera* come rotocalco alternativo» (le altre due sono la scommessa sul mezzo e la scommessa di fede) diventa, infatti, la «scommessa sui giovani. [...] È] la prima grande carta vincente di don Bosco: una fiducia incondizionata nelle risorse che ogni ragazzo porta in sé. Vuole essere anche la scommessa di *Primavera*, come risposta al patto di fiducia che si viene a creare tra il lettore e il suo giornale».⁴²

È questa la conclusione di un'evoluzione del rapporto pubblico – rivista nel quale il giovane è stato, fin dall'inizio, il punto di riferimento privilegiato, il criterio che la redazione ha gradualmente esplicitato e approfondito nel suo significato. L'esigenza e la tensione verso tale rapporto erano consapevolmente mature già nel 1951, agli inizi della pubblicazione della rivista, quando le prime occasioni di contatto fra il giornale e il suo pubblico furono la corrispondenza e i concorsi.⁴³ Suc-

associazione che svolge molteplici attività di orientamento nel settore educativo e socio-culturale, oltre a condurre studi e ricerche nell'ambito dell'età evolutiva. Questa ricerca psico-sociale sulla pre-adolescenza in Italia focalizzava nel suo insieme questa fase evolutiva (in riferimento agli anni Ottanta). La pre-adolescenza venne riconosciuta come un'«età specifica», caratterizzata da un movimento di «uscita» dalla famiglia e di «entrata» in un mondo sociale più ampio; come la fase di una nuova relazionalità; un'età di multiformi dipendenze, ma anche dell'avviarsi di una specifica modalità di contro-dipendenza; come un transito dalle «identificazioni» verso l'«identità». La ricerca individuava anche il fenomeno sommerso del «disadattamento».

⁴¹ Cf BOSCATO Graziella, *Le scelte redazionali di Primavera*, in DCNP 1985, 1. La «quotidiana esperienza tra i giovani» indica sia l'attività educativa della Famiglia Salesiana, caratterizzata dalla «presenza» in mezzo a loro, che, in modo più specifico, la personale esperienza di contatto con essi da parte degli stessi redattori della rivista.

⁴² BOSCATO Graziella, *A cento anni dalla morte di Don Bosco: scommettiamo? Le tre scommesse di Primavera come rotocalco alternativo*, in DCNP 1988, 1.

⁴³ Cf VESPA, *Lettere* [lettera non datata, ma attribuibile all'anno 1951], in *Relazione della Adunanza 2*.

cessivamente (1956), A. Vespa, riconosciuta l'importanza della collaborazione attiva del giovane e sensibile al suo desiderio di partecipare direttamente alla *propria* rivista, interpretò queste pagine come occasione per promuovere la «partecipazione delle lettrici alla preparazione del giornale» stesso.⁴⁴ In seguito, il dialogo fra il pubblico e la rivista ebbe modo di approfondirsi: nel 1970, *Primavera* poté essere definita «strumento di dialogo con le lettrici»⁴⁵ e, nel 1975, la centralità della persona della giovane diventò la scelta programmatica della Pastorale Giovanile delle FMA e quindi di *Primavera* stessa intesa come «strumento di apostolato».⁴⁶

Il tentativo di costruire la rivista sulla base del dialogo con le lettrici ha, inoltre, portato la redazione a legittimare l'identificazione della stessa rivista con la figura di «Camilla»,⁴⁷ personificazione di *Primavera* attraverso cui far *passare* al pubblico delle giovani la comunicazione di valori e di problematiche.⁴⁸ Se «Camilla» però è anche la figura che permette alla lettrice di identificarsi, essa allora personalizza e figurativizza non solo i due termini del rapporto, ma il rapporto stesso.

Con questa sensibilità, nel 1978, B. Grassini, il direttore responsabile di *Primavera*, richiama le parole con cui Papa Paolo VI al Congresso Mondiale dell'UCIP (Unione Cattolica Italiana Periodici) indicava nel *rapporto* fra il giornale e il lettore il senso autentico della missione della stampa. Su questa linea, allora, definì la rivista come un giornale che voleva:

- «- dare voce a chi non ha voce;
- essere aperto alla partecipazione;
- guardare all'avvenire dell'uomo e costruire il suo futuro;
- difendere i diritti dell'uomo, gridare il diritto alla vita».⁴⁹

Concludendo, la pubblicazione della rivista *Primavera* va, negli anni, esplicitando un proprio progetto di carattere formativo-educativo in cui è determinante il rapporto con il pubblico. È solo attraverso

⁴⁴ *Le lettrici ci scrivono. Convegno Primavera 1956*, in DCNP 1956, 1.

⁴⁵ GRASSINI Bruna, *Primavera come strumento di dialogo con le lettrici*, in DCNP 1970, 4-5.

⁴⁶ *Convegno Primavera 1975*, 1.

⁴⁷ «Camilla» è la rappresentazione, nella forma grafica del fumetto o del disegno, di un'adolescente.

⁴⁸ Cf MALGRATI Iside, *Informazioni sulla vita di Primavera 1975 - Prospettive per il 1976. Allegato A*, in DCNP 1975, 1.

⁴⁹ GRASSINI, *Diffusione* 9.

l'ascolto dei destinatari, infatti, che la rivista giunge a farsi propositiva di modelli culturali pregnanti di significati e di valori.⁵⁰

2. Indagini sui lettori

Il rapporto esistente tra *Primavera* e i suoi destinatari apre alla considerazione delle numerose indagini sui lettori,⁵¹ permettendo di coglierne l'importanza per la vita della rivista, in quanto indici del mutamento del gusto del pubblico e quindi delle sue attese nei confronti del giornale.

Per conoscere gli interessi e le aspettative dei potenziali lettori vennero elaborati e somministrati dei questionari già prima della pubblicazione del primo numero della rivista, cui ne fecero seguito altri subito dopo.⁵² Tali indagini avevano lo scopo di:

- effettuare rilevamenti, in vista della progettazione della rivista prima, e quali condizioni del suo miglioramento poi, sul gradimento nei confronti dell'impostazione della rivista e sulla sua capacità di sintonizzarsi con la sensibilità e il gusto dei destinatari;⁵³

- anticipare le esigenze e l'evoluzione del gusto del pubblico.⁵⁴

Un altro *referendum*, diffuso fra il pubblico primario e secondario delle case salesiane, venne svolto nel 1952.⁵⁵ Si trattava di un'indagine che prendeva in considerazione soprattutto:

⁵⁰ Cf BOSCATO, *A cento* 1-2.

⁵¹ Poiché la rivista è diffusa per lo più in abbonamento postale, le indagini di *Primavera* (condotte dalla redazione stessa o commissionate ad agenzie specializzate) prendono in considerazione, di volta in volta, dei campioni di lettori selezionati fra gli abbonati: si tratta, di conseguenza, di lettori abituali.

⁵² Cf VESPA, *Lettere* 5-2-1950. I risultati delle prime indagini (condotte, oltre che fra un pubblico a contatto con le opere salesiane, anche fra destinatari estranei a esse) permisero alla redazione, fin dai primi numeri della rivista, di meglio definire alcune scelte e di modificarne altre.

⁵³ Cf *ivi* 18-1-1950.

⁵⁴ Cf *ivi* 29-1-1950. In questa lettera, a commento della richiesta, da parte dei lettori, di una iniziativa già anticipata da *Primavera*, A. Vespa esprime il «piacere di aver prevenuto i tempi».

⁵⁵ Cf VESPA Angela, *Referendum per Primavera*, in DCNP 1952, 1. Tale indagine conoscitiva era in funzione dello studio di una maggiore adesione della rivista alla psicologia del pubblico (cf *Convegno di Triuggio*, in DCNP 1952, 1).

a) l'impostazione generale della rivista;⁵⁶

b) gli argomenti delle singole rubriche.⁵⁷

Le risposte al *referendum* portarono a riservare un maggior numero di pagine ai lavori di confezioni e ad ampliare lo spazio occupato dal linguaggio verbale rispetto a quello dedicato al segno iconico.⁵⁸

Dalla documentazione della redazione risulta che negli anni successivi⁵⁹ le testimonianze sulla rivista furono raccolte dalla redazione di *Primavera*, in modo occasionale e asistemático, espresse sotto forma di osservazioni, da parte del pubblico secondario (gli educatori).⁶⁰ Per il pubblico primario (quello composto dalle giovani lettrici),⁶¹ invece, venne utilizzata soprattutto la corrispondenza. Dalle prime come dalla seconda risultava una valutazione sostanzialmente positiva della rivista, sia per quanto riguardava la pubblicazione nel suo insieme,⁶² sia per le singole rubriche.⁶³ Soprattutto la media delle trenta/sessanta lettere giornaliera venne considerata come un *referendum in fieri* e ottenne una considerazione tale da meritare, nel 1956, una specifica relazione.⁶⁴

Nel 1958, grazie a questi rilevamenti indiretti (la corrispondenza del giornale e le relazioni verbali) la redazione passò in rassegna articoli e rubriche per stabilirne, empiricamente, l'indice di gradimento e l'interesse.⁶⁵

Nel 1959, invece, la rivista sentì l'esigenza di un vero e proprio *refe-*

⁵⁶ Sulla base dei risultati la redazione optò per un'impostazione «più immediata», «semplice», «calda», «avvincente», capace di favorire il «coinvolgimento», anche emotivo, del pubblico (a questo proposito, cf VESPA, *Referendum* 1).

⁵⁷ *L. cit.*

⁵⁸ Cf VESPA, *Lettere* 26-5-1952. Queste modifiche nell'impostazione della rivista furono dettate dalle esigenze espresse dal pubblico delle giovani: si trattava di «impiegate, studenti, operaie» che, di fronte al dinamismo del cambiamento sociale e culturale, chiedevano di trovare «riflesse» nella rivista le loro problematiche e le loro difficoltà, oltre alle categorie culturali con cui interpretare le trasformazioni stesse (*ivi*; a questo proposito, cf anche VESPA, *Referendum* 2).

⁵⁹ Dall'archivio di *Primavera* non risulta una documentazione relativa a indagini svolte nel periodo compreso fra gli anni 1953-1958. Ciò non è, però, sufficientemente indicativo di una loro totale assenza.

⁶⁰ Cf DONATI Severa, *Osservazioni su Primavera*, in VESPA, *Lettere* 8-2-1950.

⁶¹ Per la composizione del pubblico primario, cf anche quanto già detto a proposito dei destinatari, p. 46.

⁶² Cf MALGRATI Iside, *Quadro Primavera 1954*, in DCNP 1954, 1.

⁶³ Cf *Relazione attività Primavera 1955*, in DCNP 1955, 1.

⁶⁴ Cf *Le lettrici* 1-2.

⁶⁵ Cf *Relazione attività Primavera 1958*, in DCNP 1958, 2.

rendum. A tale scopo venne somministrato a circa quattromila alunne di diverse case salesiane un questionario strutturato dalla redazione stessa. Sulla base dei punteggi accordati alle copertine, alle pagine e agli argomenti votati,⁶⁶ venne elaborata una graduatoria delle preferenze espresse e vennero raccolte, inoltre, le motivazioni del gradimento.⁶⁷ Un'attenzione venne riservata anche sia alla «pagina negativa, cioè quella [...] passata inosservata»,⁶⁸ che all'interesse da parte delle ragazze per la lettura in generale e per altre riviste d'attualità in particolare.⁶⁹

Anche l'anno seguente, il 1960, in occasione del convegno nazionale per *Primavera*, venne dato rilievo ai risultati di un altro sondaggio condotto tra un campione di cinquecento alunne, dal quale risultarono le graduatorie, elaborate statisticamente, della pagina più votata.⁷⁰ In seguito (1963), altre inchieste mirarono, specificatamente, alla conoscenza del tipo di letture preferite dal pubblico della rivista.⁷¹

Nel 1966, l'indagine venne condotta in modo distinto fra le ragazze dagli undici ai tredici anni (scuola media) e quelle dai quattordici ai diciassette anni (scuola superiore), in vista di una deliberazione definitiva intorno al «problema delle due riviste». Di essa, però, rimane solo la notizia.⁷²

L'inchiesta del 1968, proposta dalle pagine del giornale, mirava a raccogliere i dati relativi alla conoscenza e all'utilizzo della rivista,⁷³ all'attenzione accordata alle rubriche informative e al gradimento di quelle di attualità e di evasione.⁷⁴

⁶⁶ Cf *Questionario Primavera - anno '59*, in DCNP 1959, 8.

⁶⁷ *Ivi* 2-6.

⁶⁸ *Ivi* 6.

⁶⁹ Cf *ivi* 1 e 7.

⁷⁰ Cf *Relazione Primavera 1960*, 3.

⁷¹ Cf MALGRATI Iside, *Letture di formazione e letture amene. Primavera la più grande scuola*, in DCNP 1963, 1-4.

⁷² Cf *Programma 1*. A proposito dell'ipotesi di due riviste con *target* differenziato, cf anche quanto già scritto nel cap. sui *Destinatari*, p. 44 L'indagine del 1966 permise di raccogliere i dati necessari a una valutazione del problema di un'eventuale seconda rivista su cui, però, si deliberò definitivamente solo l'anno successivo (cf *Convegno Primavera 1967*, 1).

⁷³ Gli *items* rilevati erano relativi alla frequenza e al tipo di approccio al giornale: «lettura finalizzata alla distrazione», «all'informazione», «all'istruzione» o «alla formazione» (cf *Primavera 19* [1968] 20, 3-4).

⁷⁴ L'inchiesta venne pubblicata sulla stessa rivista (cf *Primavera 19* [1968] 20, 3-4).

Come si può notare, finora le indagini sono finalizzate a rilevare i gusti del pubblico e l'apprezzamento della rivista. Da questo momento l'interesse della redazione, per motivi diversi (anche di programmazione pubblicitaria, oltre che redazionale), sembra cadere sullo stesso destinatario, sul giovane, la cui conoscenza non è più presupposta. Negli anni immediatamente seguenti, infatti, l'esigenza di mantenere aperto il rapporto con i lettori portò a riservare un'attenzione particolare alla corrispondenza diretta alla redazione⁷⁵ e nel 1973 fu promossa un'indagine conoscitiva sulla condizione giovanile in Italia.⁷⁶ Venne anche svolto un *referendum*, somministrato a un campione di più di mille lettori, che passava in rassegna le varie rubriche, chiedendone l'indice di gradimento e le preferenze, oltre a eventuali proposte. I dati raccolti vennero elaborati tenendo presente la diversa fascia d'età dei lettori, divisi per segmenti (fino ai dodici anni; tra i tredici e i quindici anni; dai sedici anni in poi).⁷⁷

L'anno seguente (1974), un'indagine ulteriore venne effettuata su un campione di 4897 lettrici dislocate al nord, al centro e al sud d'Italia.⁷⁸ si trattava, in questo caso, di un'inchiesta diretta a rilevare dati relativi al *target* della rivista. Mirando a un'utilità finalizzata alla programmazione pubblicitaria,⁷⁹ le principali variabili rilevate riguarda-

⁷⁵ A proposito dell'interazione tra la rivista e il suo pubblico, cf GRASSINI, *Primavera come strumento di dialogo* 4-5.

⁷⁶ Cf *Sintesi* 1-3. In particolare, in questo convegno emerse la consapevolezza che l'obiettivo educativo e formativo della rivista poteva essere raggiunto solo previa conoscenza del pubblico cui essa si rivolgeva. A questo proposito, cf GARZONIO Marco, *Premesse per una campagna di diffusione*, in DCNP, 31 agosto - 1 settembre 1973, 1-2.

⁷⁷ Cf *Sintesi* 1-3. Il *referendum* venne pubblicato sulla rivista *Primavera* 24 (1973) 2, 16-17, mentre i risultati apparvero nel numero 24 (1973) 11, 12-13. Le risposte più numerose furono raccolte tra le lettrici dai tredici ai quindici anni, che diedero le loro preferenze alla «narrativa», allo «sport» e all'«attualità». Le lettrici del terzo segmento (dai sedici anni in poi) si espressero soprattutto a favore delle rubriche di «corrispondenza» (al giornale e al sacerdote) e a quelle riservate alle problematiche ecologica e sociale. Al di sotto dei tredici anni le preferenze andarono alle rubriche di «bellezza», «hobbies» e «giochi».

⁷⁸ Cf *Depliant - CEPE - 1974*, in DCNP 1974, 3.

⁷⁹ A partire dagli inizi degli anni Settanta, le indagini conoscitive finalizzate alla programmazione pubblicitaria diventano frequenti nel campo dell'editoria periodica italiana, la cui attività, proprio subito dopo il 1973 (anno generalmente indicato come momento di massima espansione della stampa periodica), conosce una fase di calo delle vendite. L'interesse delle imprese editoriali tende, allora, a «spostarsi sempre più sull'introito garantito dalla pubblicità [...], con la conseguente logica di

vano principalmente: l'identità del lettore, il censo familiare, la sua disponibilità al consumo e la qualità di quest'ultimo.⁸⁰ L'indagine chiedeva, infine, anche un giudizio su *Primavera* e sulle sue rubriche.⁸¹

Altre indagini conoscitive sul pubblico dei lettori vennero condotte negli anni 1974⁸² e 1975.⁸³ In seguito, esse acquistarono una periodicità regolare (ogni tre/quattro anni) e vennero affidate a società specializzate nelle ricerche di mercato e in sondaggi d'opinione.

La prima di cui si ha notizia è un'indagine Demoskopea del 1977,⁸⁴ cui fanno seguito le indagini IMA PAVIA (1985) e ABACUS (1981, 1984, 1988). L'indagine conoscitiva del 1985 si proponeva, come obiettivo primario, di rilevare il grado di apprezzamento della rivista nella sua impostazione e di evidenziare eventuali aspettative da parte del pubblico; fu condotta su un campione (trecento giovani non-lettori di *Primavera*) localizzato su uno spazio molto rappresentativo della Lombardia (province di Milano, Brescia, Pavia). I risultati indicarono che l'immagine globale della rivista appariva essenzialmente positiva.⁸⁵

orientare gli sforzi verso nuove iniziative che rispondono a tale criterio. Non è casuale [quindi] che accertamenti della diffusione e indagini sulla lettura comincino a essere realizzati su un campione di pubblicazioni [...] dal 1975, [...] nella fase di calo delle vendite, [...] ma anche] nel momento in cui [...] inizia una consistente e costante crescita degli investimenti pubblicitari. Insomma, dati affidabili, ottenuti mediante rilevazioni "scientifiche", diventano indispensabili per [...] indirizzare l'inserzione pubblicitaria verso fasce di pubblico selezionate e particolarmente recettive» (LOMBARDO Mario - PIGNATEL Fabrizio, *La stampa periodica in Italia. Mezzo secolo di riviste illustrate*, Roma, Ed. Riuniti 1985, 95-97).

⁸⁰ *Ivi* 3. Gli *items* rilevati riguardavano, più precisamente: l'età; il numero dei componenti della famiglia; il ceto socio-economico; la lettura per ripartizioni geografiche; la lettura di libri; il possesso di beni strumentali; l'interesse per la moda; l'uso di prodotti cosmetici.

⁸¹ *Ivi* 2.

⁸² I risultati dell'inchiesta, condotta mediante lo strumento del questionario, vennero successivamente usati per la pubblicizzazione della rivista stessa. Cf GRASINI Bruna, *Relazione sul settore diffusione*, in DCNP 1974, 6.

⁸³ Cf *Indagine conoscitiva*, in DCNP 1975, 1-2. Poiché l'indagine era finalizzata alla programmazione pubblicitaria, gli *items* rilevati erano relativi a: l'età; la classe socio-economica; gli atteggiamenti nei confronti della lettura (libri, giornali e riviste), dello sport, della musica, del tempo libero, della moda, dei prodotti di cosmesi; la capacità decisionale o consultiva della ragazza nei confronti degli acquisti. In ultimo veniva richiesto un giudizio su *Primavera*.

⁸⁴ Cf DEMOSKOPEA, *Indagine fra le lettrici di Primavera*, in Cinisello Balsamo, Archivio Primavera 1977 [dattiloscritto].

⁸⁵ Cf IMA PAVIA (a cura di), *Indagine su Rivista Primavera* 1985, 10-11 [ciclostilato].

Le tre indagini ABACUS, da parte loro, erano dirette a definire il profilo delle lettrici di *Primavera*, fornendo le variabili utili, ancora una volta, a una pianificazione pubblicitaria più mirata:⁸⁶ solo indirettamente esse vennero successivamente usate per la pianificazione redazionale della rivista. In particolare, venne rilevato il profilo socio-demografico del pubblico, la modalità di lettura di *Primavera*,⁸⁷ altre attività e interessi del tempo libero, consumi e acquisti.⁸⁸

Parallelamente, la redazione ha avviato, a partire dal 1981, delle indagini sistematiche a periodicità annuale, pubblicate sulla rivista stessa.⁸⁹ I risultati delle indagini⁹⁰ comprendono:

- il grafico dell'*età dei lettori* (a eccezione del 1981, quando viene indicata solo l'età media);

- i grafici dell'*indice di gradimento di ogni rubrica*, espresso secondo la scala di valutazione "moltissimo/molto/abbastanza/poco" (a eccezione del 1987, quando vengono riportate solo le interpretazioni dei risultati);

- le *proposte* in merito a nuove rubriche e ai temi dei *dossier*.

I risultati delle indagini hanno, a più riprese, influito sulla programmazione della rivista: nell'arco di tempo che va dal 1981 al 1987,

⁸⁶ ABACUS, *Indagine fra le lettrici di Primavera*, Cinisello Balsamo, Ed. Primavera 1981, 1984, 1988. In particolare, cf ABACUS, *Indagine* 1988, 1.

⁸⁷ L'indagine fornì, in particolare, le seguenti indicazioni relative alla lettura di *Primavera*: anzianità di abbonamento e propensione al rinnovo; numeri della rivista letti negli ultimi tre mesi; tempo complessivo di lettura dedicato alla rivista; archiviazione delle copie della rivista per una successiva consultazione; ecc... (cf *l. cit.*).

⁸⁸ *Ivi* 1-13.

⁸⁹ Cf *Primavera* 32 (1981) 11; 33 (1982) 13; 35 (1984) 5; 36 (1985) 10-11; 38 (1987) 9; 39 (1988) 9. Si segnala che il *dossier* dell'inchiesta 1986 risulta mancante, mentre del 1988 è conservato solo uno schema di sintesi che non fornisce dati in modo sufficientemente chiaro e completo.

⁹⁰ Le indagini promosse dalla rivista avevano lo scopo di stimolare la partecipazione dei lettori e di rilevare l'indice di gradimento delle singole rubriche (cf *Inchiesta Primavera: risultati parziali*, in DCNP 1981, 1). In seguito, l'obiettivo conoscitivo venne ulteriormente sottolineato: divenute indagini orientative finalizzate alla programmazione, miravano a individuare anche le linee di tendenza dei gusti e degli interessi del pubblico (cf *Risultati* 1). Pertanto, dal 1981, i dati vennero elaborati sulla base di un campione, a composizione casuale, sempre più ampio (fu successivamente di 400, 500, 800, 1000, 1300 unità). A questo proposito, cf *Inchiesta Primavera: risultati* 1; BOSCATO Graziella, *Risultati inchiesta*, in DCNP 1982, 1; *Inchiesta Primavera*, in DCNP 1984, 1; *Risultati dell'inchiesta* 1; *Grande* 1; *Inchiesta 1988 e safari dei teen-agers*, in DCNP 1988, 1.

la rivista ha registrato infatti un'evoluzione nelle preferenze e nei desideri espressi dai lettori. Se nel 1982 «i lettori preferiscono ciò che li tocca emotivamente, che li coinvolge in prima persona, che risponde direttamente alle domande che portano dentro [e] sembra stentino ad affrontare temi di carattere più impegnato»,⁹¹ nel 1985 si deve riconoscere che «le proposte per i temi dei nuovi *dossier* indicano interessanti e insospettite linee di tendenza dei gusti giovanili: è sempre al primo posto il discorso sulle realtà giovanili [...]. Il confronto con i dati degli anni precedenti conferma [...] un interesse maggiore per tutto l'ambito sociale [...]. È sempre forte la dimensione scientifica [...]. Se c'è un ambito che ci è parso nuovo – rileva la redazione –, è quello storico. Sempre si sono avute richieste su popoli e civiltà antiche, sulle guerre mondiali. Quest'anno è comparso un lungo elenco di “personaggi” [...]. Poeti e musicisti tengono il primo posto. Non abbiamo elementi sufficienti per spiegare il fenomeno [...]. È certo che i giovani stanno dicendoci qualcosa di nuovo».⁹²

Anche l'inchiesta del 1987 rivela tendenze inaspettate: oltre ai «*dossier* a carattere psicologico, sociale, naturalistico, ecologico, religioso, [la] novità che si va sempre più delineando [è la] richiesta di *dossier* su temi geografici, artistici, letterari, storici».⁹³

Sul versante della conoscenza del pubblico dei lettori, è da citare inoltre la prima ricerca psico-sociale condotta dall'associazione COSPES negli anni 1983-1984, sulla pre-adolescenza in Italia.⁹⁴ Si tratta di uno studio teorico della personalità e identità del pre-adolescente nella situazione socio-culturale e religiosa di quegli anni. La sua rilevanza per *Primavera* dipende dal fatto che costituisce la messa a punto di un quadro interpretativo globale del pre-adolescente, in Italia, dalla quale risultarono degli elementi di novità:

- la «pulsionalità spazio-motoria» e «relazionale»⁹⁵ è la categoria che emerge a connotare il pre-adolescente («uscire e stare insieme»);
- il dominio del pre-adolescente è:
 - * lo spazio (non il tempo);

⁹¹ BOSCATO, *Risultati* 8.

⁹² *Risultati dell'inchiesta* 7.

⁹³ *Grande* 3.

⁹⁴ Per quanto riguarda la ricerca COSPES, cf la nota 40, in *Destinatari*, pp. 49-50.

⁹⁵ Per il significato delle categorie usate, cf DE PIERI - TONOLO - DELPIANO, *L'età* 26-27.

* il fare (non l'essere);

* la relazione tra i pari (non quella con gli adulti).

In conclusione, sintetizzando, le numerose indagini condotte e/o promosse dalla rivista permettono di rilevare le trasformazioni e innovazioni interne alla fascia dei lettori cui *Primavera* si rivolge e di cogliere alcuni elementi di novità, primi fra tutti il passaggio:

1. dall'interesse per le *rubriche tipicamente femminili*⁹⁶ a quello, alla fine degli anni Sessanta, per i *servizi di carattere informativo e culturale*;⁹⁷

2. da una preferenza (a partire dalla metà degli anni Settanta) rivolta primariamente alle *problematiche giovanili*,⁹⁸ a una maggiore richiesta, dal 1984-1985, di *tematiche socio-culturali e scientifiche*.⁹⁹

La storia di queste indagini indicherebbe, inoltre, il tentativo di creare una rivista costruita in stretto contatto con il pubblico, sulla base dell'«ascolto» dei bisogni e dei desideri dei lettori. Fin dagli inizi della pubblicazione della rivista emergerebbe pertanto una volontà da parte della redazione di dar vita a uno strumento di comunicazione di massa aperto al «dialogo» con i destinatari.

3. Diffusione

La tiratura iniziale di *Primavera* fu di cinquantamila copie, quelle minime richieste dalla stampa rotocalcografica. La rete di distribuzione, costituita attraverso le opere educative delle case delle Salesiane, permise un'immediata, anche se disomogenea, diffusione su tutto il territorio nazionale.¹⁰⁰

3.1. Edizioni destinate all'estero

A partire dall'anno successivo alla sua genesi, la diffusione di *Primavera* raggiunse anche l'estero: nel marzo 1951, nacque *Primavera* in lingua castigliana per la Spagna e l'America Latina.¹⁰¹ La periodicità

⁹⁶ Cf VESPA, *Lettere* 26-5-1952.

⁹⁷ Cf *Primavera* 19 (1968) 20, 3-4.

⁹⁸ Cf BOSCATO, *Risultati* 1.

⁹⁹ Cf *Risultati dell'inchiesta* 17; e ancora: *Grande* 2.

¹⁰⁰ Cf MALGRATI, *Rivista* 3.

¹⁰¹ Cf *Relazione per l'Assemblea Capitolare del Capitolo Speciale. Istituto delle Figlie di Maria Ausiliatrice - Roma* 1969, in DCNP 1969, 2.

era, in questo caso, mensile e la rivista era tradotta da *Primavera* in lingua italiana.¹⁰² Diffusa in abbonamento postale,¹⁰³ essa raggiungeva venti paesi¹⁰⁴ di lingua spagnola: Spagna, Messico, Cile, Ecuador, Colombia, Bolivia, Paraguay, Uruguay, Argentina, Nicaragua, Honduras, Panama, Cuba,¹⁰⁵ Isole Canarie, Venezuela,¹⁰⁶ Guatemala, El Salvador, Costarica, Isole Antille.¹⁰⁷

In seguito, nel marzo 1954, nacque un'edizione in lingua portoghese, con periodicità mensile, destinata al Portogallo, al Brasile¹⁰⁸ e al Mozambico.¹⁰⁹ Anch'essa (come la pubblicazione spagnola) traduceva gli articoli dell'edizione italiana, considerata come adeguata anche a un pubblico giovanile di nazionalità non italiana.¹¹⁰ *Primavera* in lingua portoghese, se riproduceva il più perfettamente possibile la rivista in lingua italiana, si impegnava anche a incarnarsi nella socio-cultura locale, pubblicando immagini di persone e di folklore, di località e di paesaggi latino-americani, oltre ad articoli direttamente redatti nei paesi di diffusione.¹¹¹ Le difficoltà economiche,¹¹² logistiche¹¹³ e di forte concorrenza incontrata soprattutto in Brasile, dove vi era, tra l'altro, una forte offerta di riviste per la gioventù,¹¹⁴ indussero alla decisione di rendere autonoma l'edizione portoghese da quella italiana.¹¹⁵

¹⁰² Cf MALGRATI, *Quadro 1*. Fino al 1954, la traduzione in lingua castigliana venne effettuata in Spagna, a opera dei Salesiani; quindi anch'essa venne trasferita a Milano.

¹⁰³ Dal 1960, *Primavera* in lingua castigliana usufruì della spedizione marittima; a questo proposito cf *Relazione Primavera 1960*, 2.

¹⁰⁴ Cf *Verbale Convegno Primavera - 6-11 agosto 1959*, in DCNP 1959, 4.

¹⁰⁵ Cf *Relazione Primavera Spagnola*, in DCNP 1955, 1.

¹⁰⁶ Cf *Risultati della Rete Italiana Prim 1962 - Previsioni e programma per il 1963*, in DCNP 1962, 5.

¹⁰⁷ Cf *Relazione Primavera Spagnola 1955-56*, in DCNP 1956, 1.

¹⁰⁸ Cf *Relazione per l'Assemblea 2*.

¹⁰⁹ Cf DI SANO Giuseppina, *Relazione di Primavera portoghese*, in DCNP 1954, 1.

¹¹⁰ Cf *Primavera portoghese*, in DCNP 1955, 1.

¹¹¹ Cf DI SANO, *Relazione 1*.

¹¹² Le difficoltà economiche erano costituite dal cambio della valuta, sfavorevole alla moneta locale (*l. cit.*).

¹¹³ Le difficoltà logistiche erano addebitabili alla distanza che rendeva ardua la distribuzione e, quindi, causava irregolarità nel ricevimento, oltre a eventuali smarrimenti di copie.

¹¹⁴ Cf *Primavera portoghese 1*.

¹¹⁵ *Primavera* in lingua portoghese, dal 1 marzo 1959, venne stampata direttamente in Brasile; a questo proposito, cf *Relazione: Primavera dal Convegno 9*. La

L'edizione castigliana invece raccolse numerosi consensi,¹¹⁶ tanto che, dalle iniziali ventimila copie, raggiunse (e in alcuni periodi superò) la tiratura dell'edizione italiana.¹¹⁷ Tuttavia, tra la fine degli anni Sessanta e l'inizio degli anni Settanta, mentre l'edizione italiana, da poco rinnovata, registrava un notevole incremento della tiratura, l'edizione castigliana subì un'inversione di tendenza e un reale declino. Nel 1975, infine, si riconobbe che *Primavera* in lingua castigliana, per le difficoltà politiche¹¹⁸ ed economiche incontrate, non poteva più essere tradotta, stampata in Italia e spedita in Sud America.¹¹⁹

Nel frattempo, però, dall'ottobre 1966, mentre si continuava la traduzione dall'italiano per i paesi di lingua spagnola dell'America del Sud, nacque un'edizione stampata in Spagna, destinata a una diffusione interna alla Spagna stessa.¹²⁰

Dai documenti dell'archivio di *Primavera* risulta che esisteranno anche un'edizione semestrale di *Primavera* in lingua inglese¹²¹ e un'ulteriore edizione in lingua francese,¹²² entrambe editate e stampate in Italia. I dati al riguardo si riducono a due brevi accenni che ne testi-

decisione portò a un rilancio della rivista stessa (cf *Relazione per l'Assemblea 3*), che continuò la pubblicazione fino al 1973 quando ne venne decisa la sospensione allo scadere dell'anno (cf *Adunanza di chiusura del Convegno delle Delegate Ispettoriali di Primavera*, in DCNP 1973, 7).

¹¹⁶ Cf *Relazione Primavera Spagnola 1955-56*, 1. Il consenso era motivato dall'eleganza e appropriatezza dello stile linguistico, unito alla fedele traduzione dal testo italiano (cf *Relazione: Primavera dal Convegno 1958*, 8).

¹¹⁷ Cf *Verbale Convegno Primavera - 6-11 agosto 1959*, 4; cf anche *Relazione Primavera 1960*, 2.

¹¹⁸ Dal 1-1-1972 il Cile vietò l'importazione di stampa estera (cf *Relazione dell'adunanza 4-6*). È in seguito a queste difficoltà, anche politiche, che venne presa la decisione di trasferire la redazione dell'edizione castigliana direttamente in America Latina.

¹¹⁹ Cf MALGRATI, *Informazioni 2*. La pubblicazione della rivista nell'America Latina riprese, con ogni probabilità, dopo due anni di interruzione (la rivista, infatti, nel 1989, è al suo 36°, anziché 38° anno di pubblicazione, registrabile se non vi fosse stata alcuna sospensione). Attualmente la direzione di *Primavera - mundo joven* è a Medellín (Colombia), presso l'Istituto delle Salesiane della Provincia M. Mazzarello; viene stampata direttamente in Colombia, dalla EDINALCO di Medellín. Un'altra edizione viene realizzata in Cile.

¹²⁰ Cf *Relazione per l'Assemblea 2*. La testata spagnola attualmente è denominata *En marcha. Revista juvenil mensual de información general*; stampata dalla Casa Editrice Salesiana EDEBE' di Barcellona, continua a essere diretta dalle FMA.

¹²¹ Cf *Relazione: Primavera dal Convegno 6*.

¹²² Si ha notizia dell'edizione francese dalla *Relazione Primavera 1960*, 2.

moniano l'esistenza: con ogni probabilità le due pubblicazioni vennero presto sospese.¹²³

3.2. *Diffusione sul territorio nazionale*

Dal 1975 in poi *Primavera* in lingua italiana è sciolta da ogni possibile condizionamento, sia al livello dell'impaginazione sia a quello dei contenuti,¹²⁴ derivante dalle edizioni «sorelle»:¹²⁵ a partire da quest'anno, la diffusione resta limitata, ma con un sensibile e costante incremento della tiratura, quasi esclusivamente al territorio nazionale,¹²⁶ su cui è ripartita in modo molto disomogeneo, con delle percentuali che vanno dal 21,35% per la Lombardia al 2,72% per la Puglia, la Basilicata e la Calabria insieme.¹²⁷ A esemplificazione, si è organizzata una tabella in cui sono state riportate le percentuali indicate. I dati dell'anno 1974 sono confrontati con quelli più recenti, riferibili rispettivamente al 1983 e al 1988.

¹²³ Un accenno all'esistenza di *Primavera* in lingua inglese e in lingua francese si trova pure in VESPA, *Lettere* [lettera non datata, ma attribuibile all'anno 1954].

¹²⁴ Cf MALGRATI, *Informazioni* 4.

¹²⁵ Il numero di *Primavera* che andava all'estero (si trattava sempre del primo numero del mese) doveva essere di interesse internazionale. A questo proposito, cf *Parole di apertura della Ven. M. Angela*, in DCNP 1954, 3.

¹²⁶ *Primavera* in lingua italiana viene diffusa (in abbonamento postale) anche all'estero, specie tra gli emigrati di nazionalità italiana.

¹²⁷ La disomogeneità riscontrata nella distribuzione di *Primavera* rispecchia, a grandi linee, quella registrata dalle rilevazioni sulla distribuzione percentuale, per regione, della stampa periodica italiana, nel 1982 (cf LOMBARDO - PIGNATEL, *La stampa* 207).

Tab. 2 - Ripartizione geografica: percentuali di diffusione di *Primavera* in alcuni anni-campione (1974, 1983, 1988).

	Capoluoghi %			Province %			Totale		
	'74	'83	'88	'74	'83	'88	'74	'83	'88
Piemonte/Val d'Aosta	15,44	6,56	6,93	5,07	11,55	10,73	20,51	18,11	17,66
Lombardia	14,56	6,59	7,36	6,97	18,11	17,62	21,35	24,70	24,98
Liguria	2,48	2,11	1,78	3,38	2,01	1,97	5,86	4,12	3,75
Veneto/Friuli Ven. Giulia									
/Trentino Alto Adige	11,90	4,65	4,58	5,44	13,32	12,52	17,34	17,97	17,10
Emilia Romagna	4,21	1,90	1,92	1,25	3,60	3,72	5,16	5,50	5,64
Toscana	1,73	0,56	0,58	1,85	0,1	1,10	3,58	1,47	1,68
Marche/Umbria	1,68	0,68	0,74	1,35	1,41	1,63	3,03	2,09	2,37
Lazio	5,11	5,32	5,45	1,11	2,84	2,86	6,22	8,16	8,31
Abruzzo/Molise/Campania	5,21	4,92	5,00	2,04	1,89	1,90	7,25	6,81	6,90
Puglia/Basilicata/Calabria	1,83	0,87	0,92	0,89	2,81	2,95	2,72	3,68	3,87
Sicilia/Sardegna	4,75	2,42	3,72	2,23	4,97	4,02	6,98	7,39	7,74

Come si vede, la tabella indica che la concentrazione maggiore è localizzabile al nord, il quale assorbe, complessivamente, circa i tre quarti della diffusione della rivista (e precisamente il 70,22%, nel 1974; il 70,4%, nel 1983 e infine il 69,13%, nel 1988), mentre nel 1974 solo il 12,83% (l'11,72%, nel 1983 e il 12,36%, nel 1988) viene diffuso nel centro Italia e il 16,95% al sud (il 17,88%, nel 1983 e il 18,51%, nel 1988). Nel 1988 invece il nord rileva una lieve flessione della diffusione (pari all'1,09% in meno), mentre il sud registra un significativo aumento percentuale (corrispondente all'1,56% in più) dovuto a un nuovo impegno nella distribuzione della rivista.¹²⁸

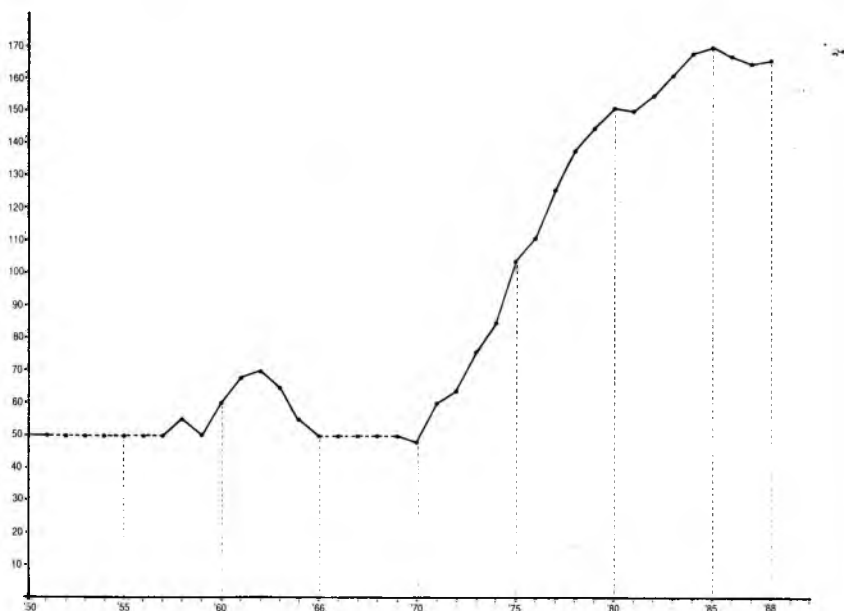
Il grafico che segue, costruito sulla base dei dati forniti dall'Ufficio Diffusione di *Primavera*, rappresenta la tiratura media¹²⁹ della rivista (limitatamente all'edizione italiana) negli anni di pubblicazione 1950-1988. Si può notare un andamento della diffusione che, nell'insieme, si

¹²⁸ Per i dati della diffusione di *Primavera* nel 1974, cf *Depliant* 4. Le altre percentuali sono fornite direttamente dalla redazione. Nel 1974, quando i dati erano indicati separatamente per ogni regione, si poteva notare come la concentrazione massima della distribuzione fosse nelle tre più grosse regioni settentrionali (Piemonte, Lombardia, Veneto) che, da sole, coprivano più del 50% della diffusione totale (il 53,26%).

¹²⁹ Poiché, come si è già detto, la distribuzione della rivista avviene esclusivamente attraverso abbonamento postale o mediante rivendita, è possibile parlare di tiratura media e di diffusione come di categorie pressoché equivalenti.

mantiene costante nel primo ventennio di vita della rivista (fino al 1970), con un aumento in corrispondenza dell'anno 1958 e una punta nel biennio 1961-1962. Successivamente, con la diffusione di *Primavera* nell'edizione rinnovata (1970), si registra un costante e graduale aumento, segnato anche da crescite fortemente incrementate, fino a raggiungere l'attuale tiratura (circa 166.000 copie).

Tab. 3 - *Andamento della tiratura media di Primavera*¹³⁰



Legenda: asse delle ascisse = anni
 asse delle ordinate = numero di copie (in migliaia di unità).

3.3. *Canali di distribuzione*

A questo proposito, occorre ricordare che la necessità di trovare nuovi canali di vendita, non legati esclusivamente alle case salesiane,

¹³⁰ Ai fini di una corretta comparazione, non sono stati considerati i dati relativi alle edizioni estere, neppure nel periodo in cui queste erano stampate in Italia.

che permettessero di raggiungere uno *share* maggiore di pubblico giovanile, venne avvertita già nel primo convegno di *Primavera* (1951). Uno dei temi trattati, infatti, riguardava la diffusione (e la propaganda) della rivista.¹³¹ La motivazione fondamentale di questo interesse era, ancora una volta, di tipo educativo.¹³² A questo scopo, già a partire dagli anni Cinquanta, la rivista ricorse sia alla propaganda attraverso la radio, sia a quella a mezzo stampa.¹³³ Vengono, a questo proposito, ricercate forme di collaborazione con altre imprese editrici, specialmente cattoliche¹³⁴ e salesiane.¹³⁵

Si è già accennato al fatto che *Primavera* fosse nata decidendo di «accettare la proposta dell'edicola»: la rivista aveva guardato all'edicola come a un canale in grado di garantire una distribuzione capillare e una diffusione entro un *target* di lettori sempre più ampio¹³⁶ e, soprattutto, in un «settore non appartenente all'Istituto».¹³⁷ Una volta abbandonato il progetto-edicola, *Primavera* costituì, per la distribuzione, proprie agenzie nelle principali città italiane.¹³⁸

¹³¹ Cf *Relazione del 2° Convegno* 1; la denominazione «2° Convegno», attribuita alla relazione spedita a tutte le direttrici d'Italia come sintesi ufficiale del convegno stesso, fa pensare all'esistenza di un precedente incontro delle collaboratrici, probabilmente di tipo informale, nell'estate 1950, del quale tuttavia non esiste alcuna documentazione né menzione in altri documenti successivi. Nonostante questa supposizione, abbastanza probabile (data l'esigenza per la redazione di affrontare i problemi più urgenti della neonata rivista), quello del 1951 è registrato, anche nella tradizione orale, come il primo dei convegni di *Primavera*.

¹³² La rivista veniva intesa come «strumento di grande bene»: si avvertiva, pertanto, l'esigenza di una sua adeguata valorizzazione (*l. cit.*), servendosi anche di «una *ben organizzata propaganda*» (a questo proposito, cf *Rivista Primavera: Orientamento* 5).

¹³³ In *VESPA, Lettere* si parla di «propaganda per radio» (*ivi* 2-12-1949) e di «trasmissione radiofonica in favore di *Primavera*» (*ivi* 25-1-1951); si dichiara «più adatta la radio» che un manifestino per raggiungere lo scopo della diffusione (*ivi* 4-12-1950). *Primavera* viene pubblicizzata anche insieme agli altri giornali dell'UISPER, cui è associata (cf *ivi* 20-12-1954).

¹³⁴ I contatti con Case Editrici riguardano, ad esempio, le Edizioni Paoline e le Librerie Cattoliche (cf *ivi* [lettera dell'anno 1953]).

¹³⁵ Cf *ivi* 5-8-1950 e 29-11-1955. Si fa propaganda di *Primavera* su *Italia* e sui giornali cattolici del Veneto e della Lombardia (cf *ivi* [lettera dell'anno 1953]). «Su tutti i quotidiani cattolici [...] la propaganda bisogna farla ripetutamente e tempestivamente» (*ivi*, 18 febbraio [l'anno, incerto, è compreso tra il 1960 e 1967]).

¹³⁶ *Ivi* 25-1-1950.

¹³⁷ *Ivi* 12-12-1954.

¹³⁸ *Ivi* 22-11-1950.

In seguito, ancora allo scopo di raggiungere anche ambienti «non-ecclesiali», diede il via, nel 1953,¹³⁹ in un settore *ad experimentum* (Torino, Roma, Milano, Padova, Casale), alle cosiddette «edicole viventi».¹⁴⁰

Tuttavia è solo nella seconda metà degli anni Cinquanta che dai convegni di *Primavera* emerge una nuova consapevolezza della rivista: oltre che mezzo d'apostolato, anche *prodotto* dell'universo delle comunicazioni di massa. Questa nuova mentalità portò, nel 1956, all'istituzione di un *Ufficio Propaganda* e al decentramento dell'organizzazione della diffusione. Nel 1957, per la prima volta, venne riconosciuta la logica commerciale del mercato in cui *Primavera* si era inserita¹⁴¹ e si portò avanti un progetto di propaganda della rivista, riconsiderata sotto l'aspetto di un periodico femminile a carattere formativo.¹⁴²

Una terza e ultima tappa nell'organizzazione della diffusione è segnata dal convegno del 1960, in corrispondenza del secondo decennio di vita della rivista. Il dato più importante è rappresentato dalla costituzione della «Rete Italiana Prim»,¹⁴³ con la quale ci si proponeva di collocare la rivista anche al di fuori degli ambienti salesiani o ecclesiali, tra la stampa nazionale.¹⁴⁴ Questo nuovo assetto organizzativo della diffusione permane, sostanzialmente, ancora oggi.¹⁴⁵

Nel 1970, a vent'anni dalla nascita, i canali di distribuzione di *Primavera* sono ormai chiaramente definiti. In sintesi essi sono rappresentati dalle Ispettorie e dalle Case salesiane, dalle rivendite (parrocchiali), dagli abbonamenti individuali (guadagnati anche in ambienti scola-

¹³⁹ Cf RAMELLA Fernanda, *Relazione sulle "Edicole viventi"*, in DCNP 1954, 1.

¹⁴⁰ Cf *Relazione per l'Assemblea 3-4*. Le «edicole viventi» erano ragazze, con sensibilità apostolica e capacità di affrontare il pubblico (cf RAMELLA, *Relazione 1*), impegnate nella propaganda e nella distribuzione della rivista; a questo proposito, cf anche MALGRATI, *Quadro 1*.

¹⁴¹ Cf *Appunti di una Conferenza tenuta dal Prof. Rovetta*, in DCNP, 1957, 1.

¹⁴² Cf *Verbale Convegno Primavera 1957*, 4.

¹⁴³ Cf *Convegno annuale Primavera - Gressoney (Valle d'Aosta) 1961*, in DCNP 1961, 2; cf anche *Piano diffusione Primavera 1961*, in DCNP, 10-13 agosto 1960, 1.

¹⁴⁴ Cf *Relazione Primavera 1960*, 9.

¹⁴⁵ Un obiettivo specifico perseguito dall'Ufficio Diffusione, a partire dall'inizio degli anni Sessanta, consiste nel recupero degli abbonati degli anni precedenti mediante iniziative particolari. Vi è, infatti, una percentuale abbastanza rilevante di coloro che ogni anno non rinnovano l'abbonamento: essa è da attribuirsi all'età particolarissima del *target* di *Primavera* che, oltre a essere instabile, presto supera l'età media dei lettori. A questo proposito, cf *Verbale del primo Convegno 1*.

stici).¹⁴⁶ Di questi, le rivendite sono quelle destinate a un maggior incremento e, in pochi anni, quasi raddoppieranno di numero.¹⁴⁷

Negli ultimi anni, e particolarmente dal 1985, la rivista ha incrementato notevolmente l'attività promozionale e quella diffusionale,¹⁴⁸ impegnandosi, da un lato, in campagne pubblicitarie attraverso la stampa, con qualche approccio ai grandi mezzi della radio e della televisione, e dall'altro, nell'utilizzo delle moderne tecniche di propaganda, con iniziative promozionali di *direct Marketing*.¹⁴⁹ Adotta specialmente la tecnica del *mailing* per approcci con le diverse agenzie educative (ecclesiali e scolastiche) e instaura contatti diversi con il pubblico attraverso l'offerta di *gadgets*. Questo tipo di operazioni sono parte di «una politica gestionale [che] comincia all'interno del prodotto stesso attraverso una precisa metodologia per definire:

a) il *target dei lettori* (età, sesso, classe sociale, livello socio-culturale...);

b) l'*andamento del mercato in fatto di riviste* per pre-adolescenti e adolescenti».¹⁵⁰

Se già a partire dal 1973 l'attenzione dell'Ufficio Diffusione si era spostata sull'«immagine del prodotto» ossia, come si è visto, sul complesso di opinioni e considerazioni attorno alla rivista,¹⁵¹ nel 1988 si giunge a una vera e propria «politica del prodotto» che porta la rivista a proporsi come «alternativa» rispetto alle altre testate presenti sul mercato e, insieme, a entrare più «in sintonia» col pubblico mediante una nuova *immagine* capace di caratterizzarla.¹⁵²

¹⁴⁶ Cf MALGRATI Iside, *Proposte per l'attività diffusione 1974*, in DCNP, 31 agosto - 1 settembre 1973, 1.

¹⁴⁷ Cf *Tavola riassuntiva situazione rivendite*, in DCNP 1984, 1.

¹⁴⁸ Cf *Dossier Primavera - Traccia d'incontro C.I.I. Roma*, 10 gennaio 1985, in DCNP 1985, 3.

¹⁴⁹ Cf GUGLIELMINO Elvira, *La rete di vendita: vecchi e nuovi canali di diffusione*, in DCNP 1986, 1.

¹⁵⁰ *La politica del prodotto*, in DCNP 1988, 1.

¹⁵¹ Cf GRASSINI Bruna, *L'immagine di Primavera*, in DCNP, 31 agosto - 1 settembre 1973, 1.

¹⁵² Cf *La politica* 1-4. È interessante notare come la rivista torni a presentarsi al lettore come un'«amica» che lo pone «in una posizione di protagonismo e lo interessa in prima persona» (*l. cit.*).

«PRIMAVERA»: L'IMMAGINE DELLA GIOVANE

Primavera viene qui presa in considerazione a partire dalla pubblicazione del primo numero, il 31 gennaio 1950, fino all'ultimo numero dell'anno 1988, per un totale di trentanove annate complessive, durante le quali è stata pubblicata con regolarità.¹ *L'analisi si propone di rilevare l'evoluzione dell'immagine della giovane quale appare dalle pagine della rivista stessa.* In particolare, si tenterà di individuare il modello culturale connesso con l'immagine di donna (nel caso specifico, di giovane donna) trasmesso dalla rivista *Primavera*, l'identità di questa donna e il ruolo (sociale, culturale, religioso) rappresentato per essa nella rivista.

Si considera l'immagine della giovane che emerge a due livelli, generale e generico il primo (1), più specifico il secondo (2):

1. al livello della rivista considerata nella sua globalità e organicità;²

¹ Per «regolarità» si intende la non interruzione della pubblicazione, ossia l'assenza di sospensioni della stessa protratte nel tempo. È perciò regolare, in quanto programmata da un piano redazionale, ad esempio, l'unificazione, per motivi particolari, di più numeri in uno solo (cf numeri estivi o numeri unici speciali).

² Diversi sono gli studi che possono essere citati sull'immagine di donna emergente nei *mass-media*, condotti in modo da individuare la sua specifica rappresentazione. In essi, tuttavia, il testo mass-mediale oggetto d'analisi è considerato soltanto nelle parti direttamente tematizzanti l'immagine femminile. È il caso, a esempio, della ricerca condotta dalla Commissione Nazionale per la realizzazione della parità tra uomo e donna (cf DI CRISTOFARO LONGO, *Immagine*). Si tratta di un'analisi che prende in considerazione le figure femminili rappresentate nei principali mezzi di comunicazione di massa (stampa quotidiana; periodici femminili, politici, culturali, di attualità; televisione), particolarmente nello spazio occupato dalla pubblicità. Scelte analoghe si trovano in BUONANNO, *Naturale*, e BUONANNO Milly, *La donna nella stampa. Giornaliste, lettrici e modelli di femminilità*, Roma, Ed. Riuniti 1978; GRISONI, *La questione*; PEZZUOLI Giovanna, *La stampa femminile (come ideologia)*, Milano, Il Formichiere 1976; RIBUOLI Patrizia, *Problemi della*

2. al livello delle rubriche espressamente e tipicamente connotabili come femminili e degli articoli che tematizzano, tra l'altro, l'identità, la posizione e la problematica della donna nell'attuale contesto socio-culturale.

Le considerazioni relative all'immagine della giovane nascono dall'analisi compiuta sia sulla struttura che sui contenuti della rivista *Primavera* interpretati in funzione del lettore-tipo delineato nella e dalla rivista stessa.

Allo scopo di individuare il profilo della giovane rappresentata, sono stati selezionati dei numeri-campione, individuati in riferimento ad alcune annate significative, ossia rappresentative e riassuntive delle innovazioni e delle modifiche-revisioni della rivista, presenti soprattutto in alcuni momenti della sua storia. *Il criterio* che determina la scelta delle annate è quello *dell'evoluzione della rivista* stessa. Dall'analisi delle sue trasformazioni, infatti, appaiono i passaggi attraverso i quali si è/si sono attuato/i il/i mutamento/i di *Primavera* e, in particolare, i momenti di svolta.

L'evoluzione della rivista viene studiata sulla base di componenti diverse, quali:

1. le mutazioni subite dalla pubblicazione nei suoi aspetti "materiali" (periodicità, formato, spessore);
2. le variazioni di tipo formale-contenutistico (impaginazione, grafica, disposizione dei servizi e delle rubriche nello spazio del giornale).

Queste componenti vengono analizzate qui di seguito (ai capitoli, rispettivamente, 1 e 2-3). La considerazione complessiva della pubblicazione individua anche dei periodi di stasi, oltre che di mutamento, nei quali l'immagine della giovane delineata nella rivista raggiunge una sua precisa configurazione, sostanzialmente stabile.

Dal punto di vista metodologico, lo svolgimento del lavoro, soprattutto nella sua parte centrale (v. l'analisi delle variazioni di tipo formale-contenutistico) chiama in causa l'analisi del contenuto,³ che viene

donna nel giornalismo italiano contemporaneo. Con alcuni testi di Giovanni Paolo II, Milano, Pubblicazioni «Servizio Librario» dell'Opera Universitaria, Università Cattolica Sacro Cuore 1980; CAMERA Mirella, L'immagine della donna in Famiglia Cristiana 1968. Ricerca sulla corrispondenza femminile con il settimanale, in Comunicazioni Sociali 12 (1990) 1.

³ A questo proposito, cf KRIPPENDORFF Klaus, *Content Analysis. An Introduction to its Methodology*, London - Beverly Hills, Sage Publications, Inc. 1980 (trad. it., *Analisi del contenuto. Introduzione metodologica*, Torino, ERI 1983), oltre a

presentato di seguito, con le sue procedure, dalla raccolta dei dati alla giustificazione dell'analisi operata.

L'analisi del contenuto è stata scelta in quanto «tecnica di ricerca atta a stabilire inferenze valide e replicabili a partire dai dati per arrivare al relativo contesto».⁴ Essa, infatti, «si rivela in grado, innanzitutto, di utilizzare come dati comunicazioni simboliche relativamente non strutturate [una rivista, appunto] e, in secondo luogo, di analizzare fenomeni non osservati [nel nostro caso, l'immagine della giovane] attraverso la considerazione di dati a essi relativi, indipendentemente dal linguaggio utilizzato».⁵

Il modello rappresentativo dell'analisi del contenuto fa ricorso ai seguenti concetti fondamentali: i *dati*; il *contesto* dei dati; il modo in cui *la conoscenza di cui dispone l'analista* organizza la sua realtà; il *target*; l'*inferenza* come compito intellettuale di base; la *validità* come criterio finale per la buona riuscita del lavoro.⁶

Come «metodo d'indagine sul significato simbolico dei messaggi»,⁷ usa *dati* (la rivista) caratterizzati dal fatto di informare in modo vicario (sull'immagine della giovane). Il compito primario della ricerca empirica è perciò decidere che cosa osservare, registrare e quindi considerare un dato (riconosciuto carico di informazioni sull'argomento oggetto d'interesse). È il problema delle unità di analisi, comprendente quello della loro definizione (quali e di che tipo sono), separazione e identificazione. Si precisa che, in quanto funzioni di fatti empirici, di scopi di ricerca e di esigenze specifiche delle tecniche utilizzate, esse sono emerse dall'interazione fra la realtà e l'osservatore.⁸

Dal momento, però, che i messaggi non hanno un solo significato, definire il *target* (quello che si vuole conoscere) è precisare chiaramente la direzione in cui leggere i dati: l'evoluzione dell'immagine della giovane rappresentata nella rivista *Primavera*.⁹ Poiché, poi, messaggi e comunicazioni simboliche relative ai fenomeni (l'immagine della giova-

ROSITI Franco, *L'analisi del contenuto come interpretazione. Metodi e risultati empirici con riferimento ai programmi radiofonici e televisivi*, Quaderni del servizio opinioni n. 19, Torino, ERI 1970.

⁴ KRIPPENDORFF, *Analisi* 37.

⁵ *Ivi* 53.

⁶ Cf *ivi* 43.

⁷ *Ivi* 38.

⁸ Cf *ivi* 87.

⁹ Cf *ivi* 45.

ne) sono ben altro che i fenomeni direttamente osservati (la rivista), la natura simbolica dei dati viene elaborata traendo *inferenze* su certi aspetti del relativo contesto. Esse sono costituite da meccanismi logici per mettere i dati in relazione al contesto cui si riferiscono e sono giustificate in termini di conoscenza circa i fattori stabili nel sistema oggetto d'interesse (mondo della giovane). Le regole d'inferenza sono favorite da un costrutto analitico, ponte logico fra i dati disponibili e il *target* su cui non si ha certezza.¹⁰

L'analisi viene condotta in rapporto a, e giustificata in termini di *contesto dei dati*, entro il quale le inferenze sono stabilite. Costruito in base all'interesse già esplicitato (l'immagine della giovane nella rivista) e alle conoscenze relative, in modo da includere tutte le condizioni che lo riguardano, è rappresentato dalla realtà della giovane nel suo complesso e dal mondo della stampa.¹¹

Caratterizzabile come teoria rispetto a un contesto, l'analisi del contenuto esige una sensibilità al contesto stesso, tale che il trattamento dei dati non ne danneggi le qualità simboliche. Per assicurare ciò, le procedure analitiche usate danno conto delle caratteristiche significative del contesto entro cui i dati vengono considerati (v., a titolo esemplificativo, la scelta di un numero della rivista come unità di analisi significativamente rappresentativa dell'immagine della ragazza). Il costrutto analitico usato, cioè, operazionalizza *quello che si conosce* sulle interdipendenze esistenti tra dati (rivista) e contesto (mondo della giovane) in modo che le variabili indipendenti (categorie giustificate in termini di conoscenza circa il contesto) siano in grado di rappresentare tutti i dati possibili, e le sue variabili dipendenti rappresentino quello che si vuol inferire circa il contesto dei suoi dati.¹² «Dal momento che il contesto non è accessibile quando i dati sono analizzati dal punto di vista del loro contenuto, le conoscenze che approfondiscono lo sviluppo e la giustificazione dei costrutti analitici [usati per interpretare i dati (non strutturati o simbolici)] deve essere [...] ottenuta da altre fonti»¹³ (v. studi sulla pre-adolescenza). Non si può fare assegnamento su altri metodi, oltre che sulle conoscenze a disposizione circa il sistema oggetto d'interesse (mondo della giovane) per *convalidare* i risultati.¹⁴

¹⁰ Cf *ivi* 46.

¹¹ Cf *ivi* 40.

¹² Cf *ivi* 145.

¹³ *L. cit.*

¹⁴ Cf *ivi* 80.

ANALISI DELLE VARIAZIONI DEGLI ASPETTI "MATERIALI" DELLA RIVISTA

In questa prima parte dell'analisi vengono presi in considerazione alcuni degli elementi più significativi dell'aspetto *materiale* di *Primavera*. L'analisi si propone un primo approccio alle dinamiche evolutive della rivista, quelle stesse la cui interpretazione, come si è già detto, permette di ottenere informazioni relative al profilo della giovane rappresentata nella e dalla rivista.

L'esigenza di questa prima analisi a livello degli aspetti materiali si rende necessaria data sia la vastità dell'argomento affrontato, che la mole del materiale a disposizione: l'immagine della giovane rappresentata in una rivista considerata lungo quasi quarant'anni di storia, un periodo che non solo è molto lungo ma che si presenta anche, in un'accelerazione crescente, ricco di trasformazioni socio-culturali. Gli aspetti materiali vengono, quindi, affrontati per primi come quelli che, essendo più facilmente rilevabili, permettono un primo, quasi immediato, approccio alle trasformazioni subite dalla rivista stessa.

I mutamenti degli aspetti materiali della pubblicazione permettono di trarre inferenze innanzitutto al livello dell'evoluzione della rivista, e quindi della rilevazione delle annate significative, ossia rappresentative e riassuntive delle sue innovazioni e modifiche-revisioni. Nel contempo, però, l'analisi di tali mutamenti offre, come si è già detto, dati utili per alcune prime interpretazioni al livello dell'evoluzione dell'immagine della giovane.

Gli elementi materiali della rivista analizzati qui di seguito sono:

- la periodicità, ossia l'intervallo regolare di tempo tra una pubblicazione e l'altra;¹

¹ A questo proposito, cf le voci *Periodico* e *Rivista* in LENZI Mario, *Dizionario di giornalismo*, Milano, Mursia 1965, pp. 144 e 166, rispettivamente.

- il formato, ossia la «misura del formato di carta sul quale si stampa la pagina»;²
- lo spessore, misurato in numero di pagine.

1. Periodicità

Fino al dicembre 1952, la rivista venne pubblicata il giorno 15 del mese,³ con periodicità mensile (dodici numeri annui).

A partire dal gennaio 1953, si trasformò in pubblicazione quindicinale, uscendo il primo e il 15 del mese.⁴ Ogni annata perciò contava complessivamente, almeno fino alla fine del 1979,⁵ ventiquattro numeri. A partire dal 1980, invece, cominciarono a essere pubblicati i cosiddetti «numeri estivi» o «speciali vacanze»: numeri di periodicità mensile,⁶ caratterizzati prevalentemente da un *dossier* e da altri articoli/rubriche dedicati agli interessi del tempo libero dei giovani.

Per rendere possibile una immediata lettura visiva di questi dati, è stato redatto un istogramma (v. *tab. 4*), che visualizza, per gruppi di anni, la periodicità della rivista.

² *Ivi* 67.

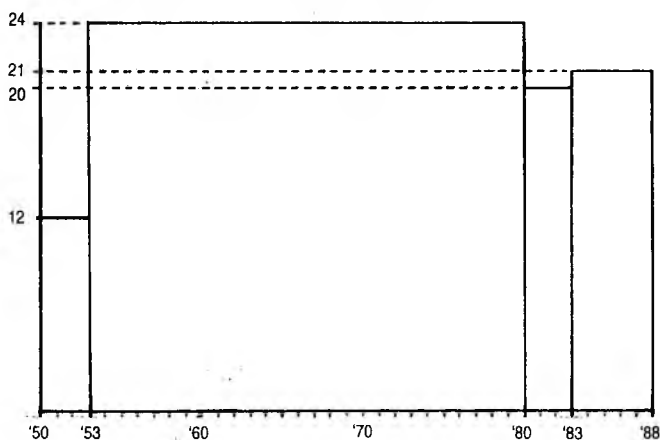
³ Fa eccezione il primo numero, uscito il 31 gennaio 1950, in occasione della memoria di S. Giovanni Bosco.

⁴ Fanno eccezione i due primi numeri, datati rispettivamente 3 e 17 gennaio 1953.

⁵ Fa eccezione l'annata del 1962, con 23 numeri complessivi (nella raccolta della rivista non compare, infatti, il numero del 1 dicembre: smarrito o non pubblicato?).

⁶ I «numeri estivi» escono nei mesi di luglio-ottobre per le annate 1980-1982 (per un totale, perciò, di 20 numeri annui) e di luglio-settembre dal 1983 in poi (per un totale di 21 numeri annui).

Tab. 4 - Istogramma rappresentante la periodicità di Primavera



Legenda: asse delle ascisse = anni
 asse delle ordinate = totale numeri annui.

Il dato della periodicità è un elemento per noi carico di informazione, non soltanto dal punto di vista dell'evoluzione di *Primavera*, ma anche come elemento che concorre a definire l'immagine della giovane quale appare dalla rivista.

È riconosciuto, infatti, che il rotocalco ha un suo valore distintivo che gli deriva dalla sua specificità come *medium*, come sistema di segni che deve *durare* per un certo tempo. È «in rapporto alla "durata" [...], infatti, che] si definiscono non solo il modo o le scelte nella qualità e quantità delle informazioni, ma anche il modo di lettura e la funzione sociale che comporta il suo consumo». ⁷ In quest'ottica, in rapporto con il lettore, il periodico (settimanale, quindicinale o mensile):

1. viene conservato a casa (a differenza di altri tipi di pubblicazione) e, passato da un familiare all'altro, acquista una «funzione sociale [...] di propagatore del vero, della realtà»; ⁸

2. (a) è il «testimone di una cultura» – fosse pure solo quella mass-

⁷ Cf PESCE Alberto - MASSENTI Anna, *L'immagine settimanale. Il rotocalco*, Brescia, La Scuola 1983, 10.

⁸ QUINTAVALLE Arturo Carlo, *Introduzione*, in AA.VV., *La bella addormentata. Morfologia e struttura del settimanale italiano*, Istituto Italiano di Storia dell'Arte - Università di Parma, Parma, Ed. La Nazionale 1972, XVI.

mediale – (b) che, per la quantità e la qualità dell'informazione trasmessa, esige un tempo di lettura piuttosto lento.⁹

Di riflesso, da questi rilievi sulla periodicità della rivista, si delinea l'immagine di una giovane che:

1. si accosta a un mezzo (la rivista) che la orienta a uscire dal perimetro del proprio mondo familiare e locale verso una realtà sociale sempre più ampia (socializzazione secondaria);

2. (a) attraverso la lettura, entra in contatto con la cultura del suo tempo, acquisendo (almeno potenzialmente) gli strumenti per una sua interpretazione e comprensione;

(b) dispone di un *suo* tempo, al di là di quello dello studio o del lavoro (tempo libero).

Inoltre, per il fatto che la rivista sia *conservata* e che quella successiva debba essere attesa, l'incontro con il nuovo numero assume la connotazione dell'*appuntamento*: un evento che coinvolge il lettore anche attraverso l'attesa. È in questa direzione che è possibile interpretare, da una parte, la trasformazione di *Primavera* da mensile a quindicinale (nel 1953, non appena i mezzi a disposizione lo resero possibile) e, dall'altra, il non avvenuto passaggio alla periodicità settimanale. L'opzione a favore della periodicità quindicinale mirava a raggiungere con più frequenza la ragazza in un arco di tempo sufficientemente breve per mantenere desti attesa e desiderio. Contemporaneamente, essa permetteva una fruizione diluita in un tempo che, pur già denso di molti interessi (fenomeno tipico della pre-adolescenza), si mostrava sufficientemente lungo.

2. Formato

Il primo formato della rivista appare di dimensioni piuttosto abbondanti: cm. 27,7 x 37,5 (cm² 1.038,75). Esso venne mantenuto, pressoché inalterato, fino al 15 dicembre 1952.¹⁰

⁹ *Ivi*

¹⁰ Le riviste, conservate in redazione esclusivamente rilegate per annata, hanno subito un rifilo la cui entità non è sempre chiaramente quantificabile. Considerando, però, l'impostazione delle copertine (costantemente con un quadro stampato di cm. 27 x 36 circa, contornato da una bordatura bianca) si può ipotizzare che le annate 1950-1952 mantengano invariato il formato di cm. 27,7 x 37,5 e che la loro attuale leggera differenza di dimensioni sia addebitabile o alla rilegatura oppure a un rifilo della rivista subito dopo la stampa, ancora prima della distribuzione.

Una sua prima riduzione si ebbe nel 1953 (n. 1, 1 gennaio) quando, modificandone la sola altezza, si passò a cm. $27,7 \times 35,5$ (cm² 983,35: il 5,34% in meno rispetto al formato precedente); quella successiva, del 1956 (n. 1, 1 gennaio), portò le dimensioni a cm. $27,3 \times 34,5$ (cm² 941,85: il 9,33% in meno rispetto al formato del 1950 e il 4,22% in meno rispetto a quello precedente).

Il ridimensionamento del formato fu più consistente l'anno seguente (n. 19, 1 ottobre 1957) e le nuove dimensioni, di cm. $24,5 \times 33,5$ (cm² 820,75: il 20,99% in meno rispetto al 1950 e il 12,86% in meno rispetto al 1956), si mantennero invariate per ben tredici anni, fino al lancio di *Primavera* rinnovata nel 1970 (n. 19, 1 ottobre), quando vennero ulteriormente e significativamente ridotte a cm. $20,5 \times 26$ (cm² 533: il 48,69% in meno rispetto al 1950 e il 35,06% in meno rispetto al 1957).¹¹

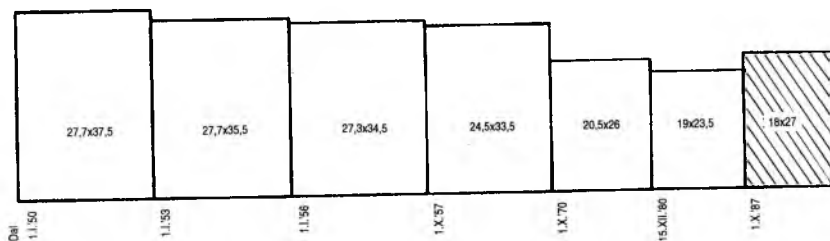
Dopo altri dieci anni, nel 1980 (n. 20, 15 dicembre), *Primavera* uscì con un formato ancora più piccolo: cm. $19 \times 23,5$ (cm² 446,5: il 57,02% in meno rispetto al 1950 e il 16,23% in meno rispetto al 1970). Quello attuale, comparso nel 1987 (n. 16, 1 ottobre), presentava, per la prima volta, una redistribuzione delle proporzioni delle dimensioni: la rivista acquistava un aspetto oblungo aumentando, nel complesso, la superficie: cm. 18×27 (cm² 486: il 53,21% in meno rispetto al 1950 e l'8,85% in più rispetto al 1980).

Per una lettura visiva dell'evoluzione dei formati della rivista, si è ritenuto utile tradurre i dati precedenti attraverso:

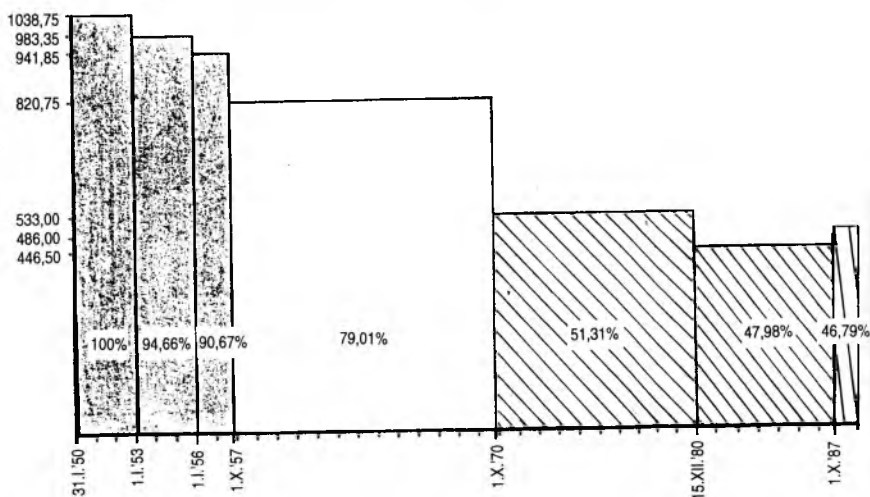
- 1) una rappresentazione grafica dei formati di *Primavera*;
- 2) un istogramma con l'evoluzione degli stessi.

¹¹ È interessante notare come agli inizi degli anni Settanta la riduzione del formato di *Primavera* sia inserita in un fenomeno che coinvolge tutta la stampa periodica italiana. Ciò accade in concomitanza con la crisi economica determinata dall'aumento del prezzo del greggio e, quindi, dei costi delle materie prime (in un solo anno, dal 1973 al 1974, il costo della carta subì un incremento del 60%). La crisi costrinse le case editrici da un lato ad aumentare il prezzo dei prodotti, dall'altro «a ridurre il formato dei periodici nel tentativo di limitare l'incidenza dei costi della materia prima carta» (LOMBARDO - PIGNATEL, *La stampa* 133). Questa operazione, sentita come un elemento di depauperamento del prodotto, venne in un primo momento giustificata come modernizzazione in senso europeo e, successivamente, compensata mediante nuove formule editoriali volte a rivoluzionare l'immagine grafica (cf *l. cit.*)

Tab. 5 - Rappresentazione grafica dei formati di Primavera (scala 1 : 11)



Tab. 6 - Istogramma dell'evoluzione dei formati di Primavera



Legenda: asse delle ascisse = anni (vengono riportati i riferimenti ai numeri campione considerati: il numero arabo e quello romano indicano, rispettivamente, il giorno e il mese della pubblicazione con nuovo formato);
 asse delle ordinate = superficie del formato in cm².

In particolare, l'istogramma evidenzia il rapporto tra la superficie dei formati (espressa in cm², sull'asse delle ordinate) e la loro durata (sull'asse delle ascisse, sul quale vengono segnate le annate di pubblicazione prese in considerazione).

Per operare delle comparazioni, si assume come criterio-base (pari al 100%) la superficie del formato maggiore, quello adottato dalla rivista all'inizio. Si nota, allora, come possano essere individuati due blocchi principali. Il primo corrisponde all'assetto assunto dalla pubblicazione fino all'anno 1957: la superficie si mantiene non inferiore al 90% rispetto a quella base. Il secondo è rappresentato dai formati che caratterizzano la rivista a partire dall'anno 1970: come si vede, la superficie oscilla attorno a un *50% totale in meno* rispetto a quella del formato base (il 100% corrispondente all'anno 1950).

Le riviste possono, quindi, essere considerate rispettivamente o *grandi* o *piccole*. I due gruppi sono mediati dal formato del 1957 che, tuttavia, presenta una superficie tendente più al formato grande che al piccolo.

I numeri di *Primavera*, fino all'anno 1956 compreso, presentavano dunque delle dimensioni che, in assenza di un appoggio, ne rendevano difficoltoso anche solo lo sfoglio. Il tempo dedicato alla rivista doveva essere associato, pertanto, a un *luogo di lettura* e, quindi, a una fruizione non occasionale, ma *preparata* e prevista per una durata sufficientemente protratta: probabilmente un tempo *libero* dopo gli impegni scolastici o del lavoro, trascorso in un luogo *familiare*.

Al contrario, con il formato del periodo 1957-1970, la rivista diventa più maneggevole. Le ridotte dimensioni si avvicinano, per la prima volta, a quelle dei testi scolastici del tempo e costituiscono l'elemento più importante del cambiamento. Tuttavia è solo dal 1970 che la rivista può decisamente confondersi con un manuale scolastico ed essere sfogliata con rapidità. Il formato comincia a suggerire una ragazza dinamica e impegnata in ambienti diversi, tra i quali anche la scuola, mentre l'aspetto oblungo, acquisito fin dal 1987, consente alla rivista di distinguersi, pur restando maneggevole. Le nuove dimensioni non permettono di confondere *Primavera* con altre pubblicazioni o con testi: si tratta di un formato più impegnativo di quello di un tascabile, ma ugualmente rapido, agile, veloce.

3. Spessore

La rivista *Primavera* iniziò le pubblicazioni (riferimento: n. 1, 1 gennaio 1950) con uno spessore (misurato in numero di pagine) decisamente esiguo. Era costituita, infatti, da sole sedici pagine. Con il

1953 (riferimento: n. 1, 1 gennaio), le pagine furono aumentate a venti e l'anno dopo (con il n. 7, 1 aprile 1954) a ventiquattro. Lo spessore si mantenne costante per i sei anni successivi durante i quali, tuttavia, venne periodicamente previsto l'inserimento di «Lavoro Sereno». Si tratta di una pubblicazione preparata dalle Salesiane stesse e dedicata ai lavori femminili.¹² In principio, non presentandosi come inserto speciale o supplemento bensì come vera e propria rubrica compresa nel corpo della rivista, portava il numero delle pagine a quaranta.

Con il 1960 (riferimento: n. 2, 15 gennaio), lo spessore passò a trentadue pagine¹³ e «Lavoro Sereno» cominciò a essere scorporato dalla rivista e allegato come supplemento, prima trimestrale e poi, dal 1961, quadrimestrale.¹⁴ Però, a partire dall'anno successivo (1962), quelle di «Lavoro Sereno» furono riconsiderate come pagine della rivista stessa e, quindi, conteggiate nella numerazione progressiva: per quattro volte l'anno (la periodicità di «Lavoro Sereno» restava trimestrale) *Primavera* usciva contando quarantotto pagine.¹⁵ Per il resto, la rivista continuava a essere pubblicata in trentadue pagine.¹⁶

Con il 1964 (n. 1, 1 gennaio) si passò a quarantaquattro pagine¹⁷ e, a

¹² Cf *Relazione per l'Assemblea 3*; «Lavoro Sereno» era una pubblicazione preparata dalle Salesiane e dedicata a lavori tipicamente femminili (confezioni, sartoria, maglieria, ecc.). In un primo tempo, dal dicembre 1953 (cf VESPA, *Lettere* 19-11-1953), era stata pubblicata come inserto della rivista *Madre*. Successivamente si staccò dalla casa editrice bresciana (La Scuola) e dal 1957 fu inserita in *Primavera* con una periodicità semestrale (cf 8 [1957] 8/24 e 9 [1958] 5/19).

¹³ Eccezionalmente, il numero speciale di Natale (11 [1960] 24) contava trentasei pagine.

¹⁴ Negli anni 1960-1961, «Lavoro Sereno» venne stampato in sedicesimo e inserito nella rivista *Primavera* come *minipocket* (di trentadue pagine) con numerazione propria. «Lavoro Sereno» fu pubblicato come supplemento nei numeri 11 (1960) 6/12/16 e 12 (1961) 1/5/11/19.

¹⁵ Ritornando a far parte del corpo della rivista, «Lavoro Sereno» perse il formato di *minipocket*; fu pubblicato come inserto nei numeri 13 (1962) 1/5/11/19 e nei numeri 14 (1964) 3/11/19/23.

¹⁶ Nel 1962 figurano anche riviste con quaranta pagine: si tratta dei numeri 13 (1962) 3/7/9. Probabilmente l'iniziativa ebbe uno scopo promozionale, rilevabile dal fatto che all'accresciuto spessore non corrispose alcun aumento del prezzo di copertina.

¹⁷ Dal 15 (1964) 3 «Lavoro Sereno» divenne una rubrica fra le altre, che non modificava in alcun modo lo spessore della rivista. Di conseguenza (dal 15 [1964] 16) scomparve, accanto alle informazioni amministrative, anche la dizione «Pagine Trimestrali di Lavoro Sereno». Solo più tardi e con una certa gradualità, «Lavoro Sereno» divenne la denominazione di una rubrica femminile fissa.

partire dal 1969, il secondo numero del mese venne aumentato di otto pagine, per un totale di cinquantadue pagine.

Con la forte innovazione del 1970 (dal n. 19, 1 ottobre), alla quale si è più volte fatto riferimento,¹⁸ lo spessore passò a sessantaquattro pagine, mantenendosi costante per l'intero decennio successivo. Durante questo periodo si segnalano alcune iniziative di carattere diverso che, di volta in volta, hanno accresciuto il numero complessivo delle pagine della rivista.¹⁹

Attualmente lo spessore di *Primavera* è di ottanta pagine, sedici delle quali dedicate al *maxiposter*.²⁰

Può essere interessante, a questo punto, riconsiderare l'evoluzione della superficie totale stampata (STS = formato x numero di pagine) della rivista assumendo quali punti di riferimento i numeri (numerocampione) in cui si sono manifestate le mutazioni della STS. Una rappresentazione grafica che evidenzia il rapporto tra *la STS di un numero e la sua durata nel tempo*, permette una lettura visiva immediata.

Risultano evidenti due situazioni estreme: la STS del primo numero di *Primavera* (n. 1, 31 gennaio 1950), di cm² 16.620, e quella, quasi tre volte maggiore (cm² 42.679), dei numeri della seconda quindicina del mese dell'anno 1969 (quelli con numerazione pari).

¹⁸ Per la riduzione del formato relativa al lancio di *Primavera* rinnovata, cf *Analisi: Formato*, p. 77.

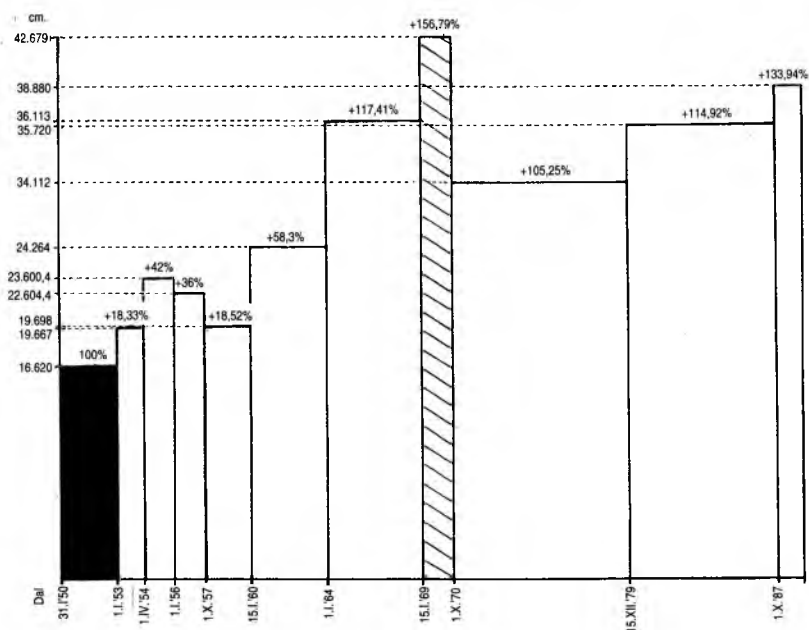
¹⁹ Una delle iniziative che concorsero all'aumento dello spessore è costituita dai *numeri speciali* programmati per l'estate e tematizzanti, quasi esclusivamente, gli interessi del tempo libero giovanile. In un primo tempo vennero denominati «numeri doppi» in quanto alla periodicità mensile univano anche un raddoppiamento dello spessore (il riferimento è ai numeri 22 [1971] 12/13; 23 [1972] 12/13; 24 [1973] 12/13), non mantenuto nelle annate 1974-1979 (cf i numeri 25-30 [1974-1979] 15/16 e 17/18; per le annate 1975 e 1978-1979, cf anche il numero 13/14, oltre al numero 11/12 per la sola annata 1979). A partire dal 1980, mentre la numerazione ne riconosceva la periodicità mensile (cf i numeri 13 di luglio, 14 di agosto, 15 di settembre e 16 di ottobre), la nuova denominazione «numeri estivi» ne indicava la peculiare impostazione e tematica.

Un'iniziativa di carattere diverso era invece l'inserzione di un *poster gigante* o *maxiposter* di sedici pagine nel numero di Natale del 30 (1979) 24. Esso portava eccezionalmente la rivista a ottanta pagine e fu il primo episodio di un'iniziativa tuttora praticata. Il *poster gigante*, in un primo tempo inserito a numeri alterni (dal 31 [1980] 20 al 32 [1981] 10), dopo una breve sospensione (32 [1981] 12-15), divenne un'iniziativa regolare a partire dal 32 (1981) 16.

²⁰ *Maxiposter* è la nuova denominazione del *poster gigante*, inserito definitivamente a partire dal 32 (1981) 20.

Considerando, poi, l'aumento in percentuale, si rileva che a un discreto incremento nel 1953 (del 18,33%), ne seguì uno considerevole l'anno seguente (del 23,67%) che portò la STS a circa una volta e mezza (1 : 1,42) di quella del primo numero.²¹ Tale rapporto con la STS del primo numero si ripeté ancora nel 1960 (1 : 1,58) e raddoppiò soltanto nel 1964 (1 : 2,17), non subendo successive variazioni rilevabili.²² Il rapporto, infatti, tra la STS del primo numero e quella dell'edizione rinnovata (n. 19, 1 ottobre 1970) è di 1 : 2,05 e le modifiche successive, lievi, sostanzialmente non alterarono la proporzione (1 : 2,15 nel 1979 e 1 : 2,34 nel 1987).

Tab. 7 - *Istogramma rappresentante la STS di Primavera*



Legenda: in ascissa = anni
in ordinata = superficie totale stampata di ogni numero-campione

²¹ Le due diminuzioni registrate nel biennio 1956-1957, tali da riportare il volume della rivista pressoché alle dimensioni del 1953, sono addebitabili a un duplice ridimensionamento del formato.

²² Eccezzuata quella, già evidenziata, del 1969, le altre riduzioni della STS sono valutabili attorno al 10%, in più o in meno, rispetto al volume del 1964.

Il *maxiposter* appare per la prima volta nel numero del 15 dicembre 1979, inserito nel corpo della rivista ma autonomo quanto a caratteristiche sia tipografiche che fruibili. Perciò se, sulla base di queste osservazioni, si considera a parte la superficie a esso riservata, si nota che il rapporto fra la STS del primo numero e quella degli ultimi formati considerati (1979 e 1987) risulta meno lontano di quanto i dati precedenti e la notevole differenza di spessore della rivista potrebbero suggerire; le proporzioni diventano, infatti, rispettivamente di 1 : 1,72 e di 1 : 1,87.

Tab. 8 - Sintesi dei rapporti tra le superfici di Primavera (senza la superficie del poster)

Numero	A: STS rivista	B: superficie poster	C: differenza A - B	Rapporto A e rivista '50	Rapporto C e rivista '50
1.X.1970	34.112	/	/	1 : 2,05	/
15.XII.1979	35.720	7.144	28.576	1 : 2,15	1 : 1,72
1.X.1987	38.880	7.776	31.104	1 : 2,34	1 : 1,87

Si trae la stessa conclusione se si considera a parte anche la superficie occupata dalla pubblicità,²³ in quanto la sua influenza sulla STS di *Primavera*, inizialmente minima, già più rilevante nella seconda metà degli anni Sessanta, divenne più significativa solo a partire dalla fine degli stessi. La percentuale media di pubblicità, nel periodo 1969-1988 è infatti pari al 13,96% della STS (con una punta del 16,71%, nel 1975) a fronte di un precedente 5,15% (e un minimo del 2,76%, nel 1956). Escludendo la superficie pubblicitaria,²⁴ le proporzioni, in rapporto con la STS del primo numero, risultano di 1 : 1,81 nel 1970; 1 : 1,94 nel 1979 e di 1 : 2,13 nel 1987.

Lo scorporo della superficie occupata dalla pubblicità ci permette, da un lato, di individuare e di isolare il peso di un elemento che eserci-

²³ Per quanto riguarda l'esclusione della superficie pubblicitaria dalla restante STS, cf PLUVINAGE-PATERNOSTRE, *L'adolescent* 8.

²⁴ Poiché l'applicazione dell'analisi del contenuto dal punto di vista quantitativo (cf *Contenuti del sommario*, più avanti) non ha considerato le annate 1970 e 1987, per il rapporto tra superfici redazionali si fa riferimento alle annate immediatamente successive (1971 e 1988, rispettivamente), le cui STS restano invariate.

ta un'influenza diretta sull'incremento del numero delle pagine²⁵ e, dall'altro, rende possibile il confronto fra dati omogenei (i rapporti tra le superfici redazionali nei momenti chiave dell'espansione della STS della rivista: 1950, 1954, 1964, 1970, 1979 e 1987).²⁶ In altri termini, l'omogeneità dei dati e la loro comparabilità sarebbe stata compromessa dall'inserimento di alcuni elementi che, da un lato, incrementano il numero delle pagine e, dall'altro, risultano non costantemente presenti durante tutto l'arco di tempo considerato.²⁷ Scorporando, poi, contemporaneamente la pubblicità e il *maxiposter*, il rapporto della STS del primo numero con quella del 1979 (1 : 1,48) o del 1987 (1 : 1,64) si avvicina straordinariamente a quello con la STS della rivista nel 1954 (1 : 1,44) o nel 1960 (1 : 1,61).

²⁵ Cf PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 67.

²⁶ A proposito della nozione di superficie redazionale, cf PLUVINAGE-PATER-NOSTRE (*L'adolescent* 8) che, per la parte quantitativa dell'analisi del contenuto condotta su alcune riviste per giovani, utilizza tre «nozioni fondamentali»: a) superficie totale stampata (o STS); b) superficie pubblicitaria (o SP); c) superficie redazionale (o SR), espressa dalla formula $SR = STS - SP$. Pertanto, la «superficie redazionale» (dal francese *surface redactionnelle*) non è da confondere con la superficie della «pubblicità redazionale» (a proposito della quale, cf LENZI, *Dizionario* 114), correntemente denominata con l'aggettivo sostantivato «redazionale». Il termine «redazionale» è dunque qui usato con il valore di aggettivo, a indicare ciò che è «relativo alla redazione o ai redattori» (DEVOTO Giacomo - OLI Gian Carlo, *Il dizionario della lingua italiana*, Firenze, Le Monnier 1990, 1566). L'utilità, ai fini dell'analisi di un rotocalco, di una nozione che indichi la superficie stampata restante dopo averne separata la superficie pubblicitaria diventa evidente se si considera che: a) dagli elementi caratteristici più evidenti del rotocalco le inserzioni pubblicitarie restano escluse (cf LENZI, *Dizionario* 170-171); b) «la pubblicità esercita un'influenza diretta sulla struttura di un periodico prima di tutto per quanto concerne il numero delle pagine» e, quindi, la STS (PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 67).

²⁷ Gli elementi di ostacolo alla comparabilità dei dati sono rappresentati, in primo luogo, dalle pagine occupate dalla pubblicità e, in secondo luogo, dallo spazio del *maxiposter*.

Tab. 9 - Sintesi dei rapporti tra le superfici di Primavera (senza la superficie della pubblicità)

Anno	A: STS rivista	B1: superficie pubblicità	C1 differenza A - B	Rapporto C1 e rivista '50	D: differenza A - (B+C1)	Rapporto D e rivista '50
1950	16620,00	806,92	15813,08	1 : 1,00	15813,08	1 : 1,00
1954	23600,40	802,41	22797,99	1 : 1,44	22797,99	1 : 1,44
1960	26264,00	865,65	25398,35	1 : 1,61	25398,35	1 : 1,61
1971	34112,00	5418,83	28693,17	1 : 1,81	28693,17	1 : 1,81
1979	35720,00	5113,37	30606,63	1 : 1,94	23462,63	1 : 1,48
1988	38880,00	5135,63	33744,37	1 : 2,13	25968,37	1 : 1,64

Queste ultime considerazioni indicano che, una volta scorperate la superficie pubblicitaria e quella del *maxiposter*, la disparità tra le varie STS della rivista è in effetti piuttosto contenuta. Se si eccettuano, infatti, le primissime annate²⁸ e quelle del periodo 1964-1969,²⁹ dal punto di vista della STS la rivista è, per il resto, circa una volta e mezza quella del primo numero del 1950. La superficie della rivista (senza il *maxiposter* e la pubblicità) sembrerebbe, dunque, mantenersi quantitativamente costante nel tempo. Alla luce dell'analisi effettuata su un arco di tempo pari a quarant'anni di pubblicazioni, si tratta di un elemento abbastanza importante, soprattutto perché esso sembra confermato su un lungo periodo (circa trent'anni).

Eccettuando il forte incremento quantitativo addebitabile alla superficie del *maxiposter*, mancano, dunque, tratti evolutivi apprezzabili e significativi per quel che riguarda la superficie redazionale. È significativo che gli ampliamenti della STS, nel corso dell'evoluzione della rivista siano soprattutto addebitabili all'inserzione del *maxiposter* (che giunge a occupare una superficie percentuale pari al 20%) o, eventualmente (ma in misura più ridotta), all'ampliamento dello spazio pubblicitario (introdotto nel 1950 con una percentuale pari al 4,85% della STS, non subì mai un accrescimento superiore all'11,86%). Gli incrementi della STS sembrerebbero, cioè, esaurirsi soprattutto sul versante

²⁸ Sullo spessore e, conseguentemente, sul volume delle primissime annate della rivista, ha esercitato una certa influenza anche la precarietà dei mezzi economici degli inizi, cui si è già fatto riferimento.

²⁹ Nel periodo tra il 1964 e il 1969, il rapporto della STS con quella del primo numero (oltre 1 : 2) resta il più elevato di tutto l'andamento evolutivo della rivista.

del linguaggio iconico, parallelamente all'uso intensificato di tale linguaggio a opera di altri mezzi di comunicazione di massa, a iniziare dalla televisione, la cui pervasione è andata, negli anni, progressivamente aumentando.³⁰

Comincia a delinearsi, quindi, l'immagine di una giovane immersa nella cultura del proprio tempo e sensibile a percepire tutte le trasformazioni che vi intervengono. In particolare il dato analizzato suggerisce una crescita di interesse per lo spazio riservato al linguaggio iconico (v. *maxiposter*) quale conseguenza di un'esposizione sempre più prolungata al mezzo televisivo.

L'altro dato rilevato, ossia la sostanziale invarianza della superficie redazionale, permette di inferire, invece, una connotazione relativa a una dimensione stabile dell'immagine della giovane, non soggetta alle già accennate notevoli trasformazioni socio-culturali. Emerge, cioè, il profilo di una ragazza caratterizzata da una discretamente significativa, ma nel complesso contenuta, disponibilità alla lettura. Si tratta di un elemento riconducibile alla tipica fase evolutiva attraversata, la preadolescenza o l'adolescenza, periodo in cui la dimensione cognitiva, soddisfatta anche mediante l'approccio a un rotocalco, esige di essere integrata da altre attività o interessi, soprattutto di tipo motorio.

³⁰ Attualmente «il tempo di fruizione della televisione va mediamente da due a più ore al giorno per il 56% dei preadolescenti» (FERRERO, *Mass-media* 220). I dati riportati si riferiscono alla realtà italiana.

VARIAZIONI DI TIPO FORMALE-CONTENUTISTICO: ANALISI DEL SOMMARIO DELLA RIVISTA

La rilevazione delle più evidenti mutazioni avvenute al livello degli aspetti materiali di *Primavera* ha già permesso di inferire alcune caratteristiche relative all'immagine della giovane rappresentata nella e dalla rivista stessa. Tuttavia la linea evolutiva del profilo della giovane può emergere in modo più completo e significativo solo da un'analisi della pubblicazione a un livello ulteriore, quello delle variazioni di tipo formale-contenutistico.

L'oggetto d'indagine è molto vasto, sia in termini temporali (quasi quarant'anni di pubblicazione, un periodo interessato da contingenze storiche molto diverse fra loro), sia in termini di tipologia degli spazi considerati: *Primavera* presenta articoli, servizi, rubriche, pubblicità, ecc., con contenuti molto differenti fra loro. Nonostante la difficoltà di analizzare un materiale tanto abbondante e vario, è la stessa specificità del tema a rendere necessario che l'immagine della giovane emerga non da una parte, ma da tutta intera la rivista, esaminata nella sua globalità e organicità. Infatti, se un corretto approccio alla persona non può fare a meno di considerarla nell'integralità del suo essere (e anche tematizzandone un aspetto specifico, si tende a studiarlo nel contesto della totalità della persona), tanto più è necessario che questo stesso criterio venga assunto nello studio di una rivista come *Primavera*, formativo-educativa, destinata a un pubblico giovanile. Si tratta, infatti, di un rotocalco che si costruisce proponendosi di tener presente, nella globalità della pubblicazione stessa, la totalità della persona della giovane, per raggiungerla nella specificità della sua età evolutiva e nella concretezza della sua situazione socio-culturale. Un approccio alla rivista come oggetto d'indagine per inferirne l'immagine della giovane rappresentata non può, pertanto, ignorare tale criterio di fondo.

La trattazione di un argomento così vasto viene facilitata focalizzando l'analisi, prima di tutto, attorno a uno spazio ben determinato, piuttosto limitato ma particolarmente significativo per quanto concerne la rivista nel suo insieme: si tratta dello spazio del sommario. Questa analisi, infatti, permette già un primo approccio alla rivista, considerata nella sua globalità e organicità. A quello del sommario, e da esso preparato, farà poi seguito l'esame dei contenuti dell'intera pubblicazione.

Con il termine «sommario» si intende un «riassunto breve e schematico, generalmente in forma di indice, degli argomenti trattati [... per esempio in] una rivista».¹ È un dato carico di informazioni a livello sia della struttura che lo organizza sia degli argomenti che propone;² in qualche modo esprime la stessa *formula* della rivista.³ Se la copertina è la *vetrina* di una pubblicazione, il sommario ne è la *carta d'identità*: il documento per riconoscerne l'impostazione, i settori privilegiati, la filosofia espressa. Contemporaneamente, esso risulta pure un *biglietto di presentazione* della rivista ai lettori; è offerto come *guida* per un percorso di lettura del testo, quasi una *mappa* per individuarne i punti nodali e i contenuti. Delinearne la fisionomia è già, a grandi linee, individuare la fisionomia della rivista e, di conseguenza, della giovane in essa rappresentata. L'analisi del sommario (al livello sia della struttura che dei contenuti), quindi, permette la rilevazione di dati, successivamente interpretati in funzione dell'immagine della giovane delineata nella e dalla rivista stessa.

1. Struttura

La tabella 10, riportata a pag. 92, descrive quantitativamente alcuni elementi utili per un'analisi strutturale del sommario. Il dato dello spazio riservatogli viene considerato dal punto di vista della quantità (sia assoluta che relativa alla superficie della pagina), della collocazione

¹ Cf *Sommario*, in DEVOTO - OLI, *Il dizionario* 1823. Cf anche *Sommario*, in AA.VV., *Dizionario Enciclopedico Italiano* 11, Istituto della Enciclopedia Italiana fondata da G. Treccani, Roma, Istituto Poligrafico dello Stato 1970, 444, dove si specifica che il sommario può essere, oltre che in forma di indice, «anche di esposizione compendiosa», forma che nella rivista *Primavera* talvolta accompagnò, tal altra sostituì quella dell'indice.

² Cf PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 33.

³ *L. cit.*

(in quale delle pagine d'apertura della rivista) e della posizione (il settore occupato all'interno della pagina). Viene considerato un altro dato significativo: l'incidenza, espressa mediante l'uso di grandezze,⁴ di elementi di tipo qualitativo-formale che riguardano sia l'impaginazione che la grafica del sommario. Da questo punto di vista, vengono soprattutto considerati:

- il corpo del titolo;
- l'eventuale presenza di civette, fotografie e disegni;
- l'eshaustività dell'indice, misurata rispetto ai testi presentati nella rivista.

1.1. *Spazio occupato*

Da un punto di vista quantitativo, la percentuale della superficie del sommario è andato progressivamente aumentando rispetto a quella della pagina.

Negli *anni Cinquanta*, infatti, il sommario occupa uno *spazio ridotto*, se non irrilevante; si presenta con delle dimensioni esigue, piccolo, riquadrato, per di più in una pagina di sinistra, a cinque colonne, e nella posizione di un articolo di taglio basso.⁵

Nella *prima metà degli anni Sessanta* esso acquista uno *spazio medio*, pari a una mezza colonna circa, ancora in una pagina di sinistra, ma in taglio alto.

Nella *seconda metà degli anni Sessanta* e nella *prima degli anni Ottanta* occupa già uno *spazio ampio*, vale a dire quasi un terzo o la metà di una pagina. *Dopo il 1975*, acquista una posizione ancor più rilevante in quanto viene spostato nella pagina di destra.

Infine, nella *prima metà degli anni Settanta* e nella *seconda degli anni Ottanta* gli viene riservato uno *spazio molto ampio*, esteso, considerando la presentazione della fotografia di copertina e le informazioni amministrative, alla totalità della prima pagina di destra successiva alla copertina.

⁴ Per le grandezze usate, cf le note esplicative (1)-(10) p. 93s.

⁵ Nel numero di *Primavera* 1 (1950) 3 lo spazio riservato al sommario è pari a quello destinato alle informazioni di carattere amministrativo.

Tab. 10 - *Analisi strutturale del sommario*

	DATI RELATIVI AL SOMMARIO						PUNTEGGIO							
	Annote (1)	Superficie in cm. ² (3)	% relativa alla superficie della pagina	Collocazione delle pagine	Corpo del titolo titolo	Sottolineato	Circoscritto foto/disegno	Superficie (5)	Polinominazione (6)	Posizione (7)	Corpo del titolo (8)	Pivetta/fotoec. (9)	Esclusività (10)	Punteggio totale
fino al 10%	'50 (2)	54,74	5,27	1	0,3			1	1	1	1	/	2	6
	'51	66,24	6,38	2	0,3			1	3	1	1	/	2	8
	'52	32,43	3,12	5	0,3			1	2	1	1	/	1	6
	'53	46,46	4,72	2	0,3			1	3	1	1	/	1	7
	'54	46,46	4,72	2	0,3			1	3	1	1	/	1	7
	'55	73,14	7,44	2	0,3			1	3	1	1	/	2	8
	'56	62,10	6,32	2	0,3			1	3	1	1	/	2	8
	'57	94,09	9,99	3	0,3		3,3	1	3	1	1	2	1	9
	'58	48,69 (4)	5,93	2	0,3	S		1	2	2	2	/	1	9
10 - 25%	'59	112,50	13,70	2	0,3	S		2	3	2	2	/	2	11
	'60	108,00	13,16	2	0,3	S		2	3	2	2	/	2	11
	'61	188,18	22,93	3	0,4	S		2	3	2	3	/	2	12
	'62	160,00	19,49	2	0,3			2	3	1	2	/	1	9
	'63	99,00	12,06	2	0,3	S		2	3	2	2	/	1	10
	'64	86,50	10,54	2	0,3	S		2	3	2	3	/	2	12
	'65	82,50	10,05	2	0,3	S		2	3	2	3	/	2	12
	'79	70,00	15,13	3	0,3	S		2	4	3	2	/	2	13
	'80	82,60	18,50	3	0,3	S		2	4	3	2	/	2	13
25 - 40%	'66	208,55	25,41	6	0,4			3	1	2	2	/	3	11
	'67	208,55	25,41	4	0,4			3	1	2	2	/	3	11
	'68	208,55	25,41	4	0,4			3	1	3	2	/	3	10
	'69	238,92	29,11	4	0,6		3,3	3	1	1	3	2	3	13
	'70	244,50	29,79	6	0,6		3,3	3	1	1	3	2	3	13
	'75	157,59	29,57	2	0,9			3	3	1	4	/	3	14
	'78	133,95	25,13	3	0,5	S		3	4	3	4	/	3	17
	'81	115,02	25,76	3	0,8			3	4	3	4	/	3	17
	'82	115,02	25,76	3	0,7			3	4	4	4	/	3	18
	'83	115,02	25,76	3	0,7			3	4	4	4	/	3	18
oltre il 40%	'84	120,90	27,08	3	0,7			3	4	4	4	/	3	18
	'71	245,70	46,10	3	0,4		4	4	4	4	2	1	2	17
	'72	256,50	48,12	6	0,4			4	1	2	2	/	3	12
	'73	256,50	48,12	2	0,4			4	3	2	2	/	3	14
	'74	256,50	48,12	2	0,9			4	3	2	4	/	3	16
	'76	297,25	58,75	3	0,5	S		4	4	4	4	/	3	19
	'77	297,25	55,75	3	0,5	S		4	4	4	4	/	3	19
	'85	269,00	60,25	3	0,8			4	4	4	4	1	3	21
	'86	290,50	65,06	3	0,5	S		4	4	4	4	1	3	21
	'87	290,50	65,06	3	0,5	S		4	4	4	4	1	3	21
'88	319,50	65,74	3	0,9	S	4,4	5	4	4	5	2	3	23	

NB.: Alcune voci contenute in tabella necessitano di una spiegazione particolare. A tal fine, compaiono nella stessa le note dalla (1) alla (10).

(1) Per ogni annata si fa riferimento a un campione sistematicamente rappresentato dal primo numero pubblicato nell'anno.

(2) Per la prima annata il riferimento è alla *Primavera* 1 (1950) 3, in cui compare il primo sommario.

(3) Se il sommario è posto in finestrella o riquadrato, la quantificazione è relativa alla superficie delimitata dal filetto. In ogni caso, si è tenuto conto unicamente dello spazio dedicato al sommario, escludendo ogni altro contenuto (per esempio, le indicazioni di carattere amministrativo relative allo *staff* redazionale, alla tipografia, alle condizioni di abbonamento, ecc.). Fa eccezione solo il caso in cui lo spazio del sommario coincida, insieme alle informazioni amministrative, con quello della totalità della pagina.

(4) Per il 1958, il riferimento è allo spazio medio del sommario che, assente nella prima parte dell'anno, ricompare dalla *Primavera* 9 (1958) 21.

(5) Punteggio relativo alla *percentuale di spazio* occupato dal sommario *nella pagina*:

fino al 10%	punti	1
10 - 25%	"	2
25 - 40%	"	3
oltre il 40%	"	4

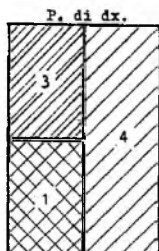
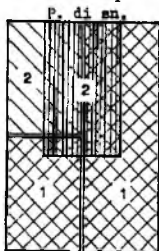
Ogni incremento del 10% rispetto al primo elemento del proprio sottogruppo è valutato pari a un punto.

(6) Punteggio relativo alla *collocazione* del sommario *nelle pagine di apertura di rivista*:

p. 3 (di dx.)	punti	4
p. 2 (di sn.)	"	3
p. 5 (di dx.)	"	2
p. 4/6 (di sn.)	"	1

(7) Punteggio relativo alla *posizione* del sommario *nella pagina*:

settore dx. della p. di dx.	punti	4
settore superiore sn. della p. di dx.	"	3
settore superiore (sn. o centrale) della p. di sn.	"	2
settore destro o inferiore sn. della p. di sn.	"	1
settore inferiore sn. della p. di dx.	"	1



(a questo proposito, cf KRIPPENDORFF, *Analisi* 141-142, che propone una codifica, espressa in termini tipografici, dell'indice di importanza di un articolo di giornale).

Per l'assegnazione del punteggio, si è tenuto conto del fatto che «nei giornali, per tradizione, le pagine che si ritiene siano più lette, sono quelle a destra e cioè tutte quelle (esclusa l'ultima) che hanno numero dispari» (LENZI, *Dizionario* 142).

(8) Punteggio relativo al *corpo del titolo* (altezza dei caratteri tipografici) del sommario:

fino a mm. 3	punti	1
mm. 0,4	"	2
mm. 0,5 - 0,6	"	3
oltre mm. 0,6	"	4

Una *sottolineatura* (lettera iniziale a corpo maggiore, sottolineature o riquadri...) del titolo, allo scopo di evidenziarlo, è valutata un punto.

(9) Punteggio relativo a *civette, fotografie/disegni* nello spazio del sommario: la loro presenza è valutata un punto. Si intende, per civetta, il «richiamo, che si mette in prima pagina [...], di un pezzo di particolare rilievo, sul quale si vuole attirare l'attenzione del lettore, pubblicato in pagina interna» (LENZI, *Dizionario* 24).

(10) Punteggio relativo alla *esaustività* del sommario rispetto ad articoli/servizi, rubriche o altro presentati nella rivista:

totalità dei servizi	punti	3
assenza di rubriche fisse	"	2
solo alcune indicazioni	"	1

Progressivamente, quindi, la presentazione dei contenuti della rivista è andata acquisendo sempre maggiore rilevanza. Questo dato potrebbe essere interpretato come la graduale genesi di un *dialogo* tra la rivista e il lettore, in cui la prima si impegnerebbe a *mostrare* come l'*offerta* (presentata nella e dalla rivista stessa) risponda alla *domanda* (della giovane che pertanto accetta di entrare nel ruolo di lettore-destinatario).⁶

L'incremento della rilevanza assunta dal sommario è evidenziata, oltre che dalla quantità dello spazio occupato, anche da altri elementi, tra cui, innanzitutto, la collocazione e la posizione. Il concetto di «collocazione», a cui si è già fatto riferimento, indica in quale pagina il

⁶ La crescita dell'attenzione alla domanda del pubblico (rilevata mediante le indagini sui lettori) è direttamente proporzionale all'importanza riconosciuta alla presentazione dei contenuti nello spazio del sommario. A questo proposito, cf il rapporto esistente tra i raggruppamenti di annate (a seconda dello spazio riservato al sommario) e il numero di indagini condotte nelle stesse (v. tabella seguente):

<i>Spazio del sommario</i>	<i>Indagini sui lettori, nel periodo corrispondente</i>
ridotto	1950, 1952 e 1959
medio	1960 e 1963
ampio	1966, 1968, 1981, 1984, 1985 e indagini della redazione 1981-1985
molto ampio	1973-1975, 1988 e indagini della redazione 1985-1988

sommario trova posto. Invece, la vera e propria «posizione» è relativa al settore che gli viene riservato all'interno della pagina (indipendentemente dalla collocazione di questa nella rivista).

In un primo tempo, fino alla prima metà degli anni Sessanta, la collocazione del sommario è in apertura di rivista, precisamente in seconda pagina, ma in posizione non significativa. In seguito (seconda metà degli anni Sessanta), ad avvalorarne la non rilevanza, la posizione dell'indice della rivista prevale sulla collocazione: il passaggio in una pagina più interna (in quarta o anche in sesta) viene a sminuire l'apparente acquisizione di valore ottenuta mediante l'ampliamento dello spazio.

Solo a partire dalla seconda metà degli anni Settanta, anche la collocazione in apertura di rivista (in terza pagina, la prima di destra dopo la copertina) rafforza la linea di tendenza indicante una sua maggiore rilevanza, confermata anche dai punteggi degli altri elementi considerati: il punteggio totale del 1988 risulta pari a quattro volte quello del 1950.

Ci troviamo di fronte a quattro tattiche comunicative, quattro diverse modalità di presentare al lettore la rivista (e i suoi contenuti), cui corrispondono differenti situazioni di scambio e, quindi, diverse attribuzioni di ruolo al destinatario.

Nel corso del primo periodo, il sommario, nella forma di mero elenco della successione di articoli e servizi,⁷ non mostra interesse ad attirare l'attenzione su qualcosa in particolare. Indica, piuttosto, un consumo tendente allo sfoglio e alla lettura di tutta la rivista, dalla prima all'ultima pagina, una dopo l'altra. Questa sua modalità di presentazione, unita alle altre caratteristiche precedentemente indicate, suggerisce un sommario che, paradossalmente, è lì... per non essere letto. Sembrerebbe già presupposto un solido patto di fiducia, una sintonia tra il giornale e il suo pubblico. La rivista sembra non avvertire l'istanza di *presentarsi* e, con ciò stesso, di chiedere al lettore di *fidarsi*.

Questi elementi concorrono a connotare la fisionomia di una giovane lettrice per la quale la rivista non sembra ipotizzare l'esercizio di una scelta preventiva sugli argomenti trattati al suo interno; il lettore è pensato, piuttosto, come un destinatario disponibile ad accogliere ciò che gli viene offerto. Il rapporto giornale-lettore è, in questo primo momento, verticistico e totalizzante: la rivista sembra cioè presupporre

⁷ Fa eccezione il sommario del 1957, che contiene la presentazione didascalica (accompagnata da fotografie) dei tre articoli più importanti.

un ruolo di non alternatività e di unicità nei confronti del *suo* pubblico⁸ e, insieme, «tende a un controllo completo del consumo del testo, a

⁸ Il ruolo di non alternatività della rivista *Primavera* nei confronti del proprio pubblico (durante gli anni Cinquanta) è suffragato dalle seguenti considerazioni:

1) l'attenzione al pubblico giovanile è piuttosto recente; infatti, «il concetto di gioventù è ignoto presso le società tradizionali [...] nelle quali l'individuo passa dall'infanzia all'età adulta senza soluzione di continuità e senza che alcun fossato divida le generazioni. [...] Inoltre] il primo rapporto globale sulla condizione giovanile [è] presentato [soltanto] alla quindicesima sezione della Conferenza generale dell'UNESCO (nel 1968, data non priva di significati) [...] e] il concetto sociologico e politico di gioventù nasce e si afferma con gli avvenimenti eccezionali e spettacolari degli anni '60» (ALBERONI Francesco - FERRAROTTI Franco - CALVARUSO Claudio, *I giovani verso il duemila*, Torino, Edizioni Gruppo Abele 1986, 9-10). Recente è anche l'interesse dell'industria (compresa quella culturale) nei confronti di questa categoria di consumatori: solo a partire dagli anni Sessanta, infatti, i giovani acquistano un nuovo potere economico (cf ROSITI Franco, *Studio sull'ambivalenza culturale: il caso della cultura giovanile*, in *Studi di sociologia* 7 [1969] 386).

2) In un discorso più specifico, relativo ai *mass-media*, si rileva, almeno per il periodo qui considerato, una situazione di assenza di una forte concorrenza nei confronti del pubblico di *Primavera*: nel secondo dopoguerra, infatti, a parte il *boom* del fumetto, «i primi a riallacciare il discorso con i piccoli e giovani lettori [...] furono periodici [...] ebbero vita piuttosto breve non riuscendo ad adeguarsi alle nuove esigenze per restare legati a formule ormai superate sia dal punto di vista tecnico che contenutistico» (GENOVESI, *La stampa* 425). Altri giornali erano di diversa ispirazione (v. *Il Pioniere*, di ispirazione comunista) o rivolti ad altre fasce d'età (come la «rivista internazionale per giovani» *Junior*). In questo settore della stampa periodica, comunque, si notavano diversi e opposti tentativi di far presa sui giovani lettori, a dimostrazione «dell'incertezza nella quale ci si muoveva allora» (cf *ivi* 425-434).

3) Per quanto riguarda lo specifico *medium* televisivo, che avrà tanta presa sul pubblico giovanile, soprattutto a seguito del progressivo incremento della pervasione televisiva (cf FERRERO, *Mass-media* 219), si ricorda come sia comparso in Italia piuttosto tardivamente rispetto ad altri Paesi. Inoltre le proposte televisive per il pubblico giovanile inizialmente erano ridotte (entro certe fasce orarie), oltre che socialmente molto controllate sotto l'aspetto morale (cf GRASSO Pier Giovanni, *I giovani stanno cambiando. Risultati di ricerche psico-sociologiche sul quadro giovanile di valori*, Zurigo, Pas - Verlag 1963, 104). In un primo tempo, infine, i giovani sembrano manifestare «poco entusiasmo per la TV [...] se ancora nel 1969] contro il 51,9% di preferenze per il cinema, sta[va] soltanto il 36% per la televisione» (TESTA Carlo, *Giovani '70. Inchiesta sulla condizione giovanile in Italia*, Roma, Apes Editrice 1969, 57). Per quanto riguarda poi gli aspetti propri di una comunicazione verticistica e totalizzante e per il ruolo di non alternatività e di unicità, cf BETTETINI Gianfranco, *La conversazione audiovisiva. Problemi dell'enunciazione filmica e televisiva*, Milano, Bompiani 1984, 38. Nel testo di G. Bettetini gli aspetti evidenziati sono riferiti principalmente alla televisione, alla radio e ai mezzi audiovisivi in genere. Tuttavia, in questa sede, essi risultano utili per una descrizione del rappor-

un intervento totalizzante nella definizione del suo simulacro testuale e a una forzata coincidenza tra questo apparato culturale e quello prodotto dal destinatario».⁹

Nella seconda fase (anni 1959-1965, soprattutto), nonostante lo spazio più ampio e la posizione più rilevante, il sommario non riveste un ruolo sostanzialmente diverso. Già a partire dalla terza fase, rimanda invece l'immagine di una giovane che la rivista progetta come un soggetto da informare anticipatamente su ciò che incontrerà durante la lettura, legittimando così l'esercizio di preferenze o di personali priorità nelle sue scelte. Divenuto ormai un indice completo e particolareggiato, il sommario tende progressivamente a occupare tutta una pagina e, soprattutto nella quarta fase, enfatizzando i servizi e le notizie più importanti,¹⁰ si avvicina alla vocazione svolta dalla copertina, vetrina della rivista. Lo scambio comunicativo tra il giornale e il suo pubblico, perciò, non è dato per scontato, ma piuttosto cercato e costruito dalla rivista, che lo instaura sulla base di alcuni punti forti, pensati come comuni all'emittente e al recettore. La rivista deve mostrare ben chiare la sua identità e fisionomia allo scopo di farsi riconoscere come soggetto privilegiato di comunicazione. Il giovane recettore, infatti, divenuto ormai, a più titoli, un «nuovo centro d'interesse»,¹¹ si trova bombardato da un'offerta molto ricca, soprattutto per quanto riguarda il tem-

to instauratosi tra la rivista *Primavera* e il suo pubblico giovanile, nel primo periodo di pubblicazione della stessa.

⁹ BETTETINI, *La conversazione* 38.

¹⁰ Risalgono alla seconda fase individuata (1969-1970) le sporadiche apparizioni, costanti solo a partire dal 1985, di fotografie o disegni che si riferiscono ad alcune/i delle/dei rubriche/servizi più interessanti, allo scopo di richiamare l'attenzione su di essi. Nel 1988 l'elemento visivo venne integrato anche da brevi didascalie che motivavano e sintetizzavano le tematiche.

¹¹ A proposito della crescente attenzione al mondo giovanile, cf NIERO Mauro (a cura di), *Giovani e tempo libero. Ricerca qualitativa e indicazioni progettuali in un comune del Veneto*, Milano, Angeli 1989, 25. A partire dalla seconda metà degli anni Sessanta l'interesse generale per i giovani è andato crescendo. A livello economico il fenomeno ha portato al costituirsi di un nuovo campo d'investimenti e di profitti: si tratta del cosiddetto mercato del mondo giovanile. Confrontando i dati di un'indagine sulla condizione giovanile promossa dall'ISVET agli inizi degli anni Settanta con quelli di un'altra indagine, della Doxa, di quattro anni prima (1966), si rileva che «dal 1966 [...] vi è stato, per il mondo giovanile un aumento rilevante della disponibilità di denaro, da destinare al risparmio o al consumo, e quindi un aumento oggettivo del peso economico della domanda giovanile nell'ambito della domanda globale» (SCARPATI Rosario, *La condizione giovanile in Italia*, Milano, Angeli 1973, 203-204).

po libero. La rivista, allora, adotta una strategia comunicativa in cui accentua l'atteggiamento propositivo (dell'offerta).

Si tratta di una strategia adeguata a un pubblico che viene riconosciuto come *abituato* a trovarsi di fronte all'alternativa della scelta e, insieme, come capace di determinarsi.¹² In questa situazione di molteplicità di proposte, la rivista non può presentarsi che come un'opportunità *offerta* al lettore per soddisfare i suoi bisogni e rispondere ai suoi interessi. Tale atteggiamento viene enfatizzato dalla rivista anche mediante la presentazione di ulteriori informazioni relative alla pubblicazione stessa (v. le civette e le fotografie come parte integrante del sommario).

In sintesi, il precedente rapporto comunicativo, «totalizzante e apparentemente soddisfacente tutti i bisogni dei consumatori»,¹³ è stato spezzato dalla moltiplicazione delle proposte destinate al medesimo pubblico. Ora, lo scambio comunicativo è, come si è già detto, cercato dalla rivista attraverso l'offerta (v., appunto, le trasformazioni relative al sommario durante la terza e la quarta delle fasi più sopra individuate) di una serie di testi di interesse elevato per il lettore,¹⁴ preceduti da opportuni *richiami* (le già nominate civette e fotografie) finalizzati a far convergere su di essi le scelte di questo pubblico *bombardato* dalle proposte del mercato. La rivista si ritrova, pertanto, a esercitare nei confronti dei propri destinatari una funzione di stimolo, anziché di incessante cura pedagogica. Essa, come altri *mass-media*, fra cui la televisione, può soltanto «favorire le scelte del consumatore nei confronti del proprio testo, ma non [... le] può assolutamente condizionare».¹⁵

¹² I sommari più ampi sono concentrati in due periodi corrispondenti a forti innovazioni della rivista, il primo, e a una generale crescita di attenzione (anche da parte della stampa specializzata) verso i giovani, il secondo. Si tratta di due periodi in cui, per motivi vari, *Primavera* accentua l'atteggiamento propositivo (come proposta di una rivista *nuova*, nel primo caso, e di una *qualità* diversa, nel secondo) che confermerebbe, sul versante del recettore, l'immagine di una ragazza che sceglie.

¹³ BETTETINI, *La conversazione* 38. Le affermazioni, come si è già osservato alla nota 18, si riferiscono al palinsesto televisivo e radiofonico, ma risultano descrittive anche dell'evoluzione del rapporto esistente tra la rivista *Primavera* e il suo pubblico giovanile.

¹⁴ A proposito della ricerca di dialogo col il pubblico, cf nella prima parte di questo lavoro, il paragrafo dedicato alle *Indagini sui lettori*, pp. 52-59. Si osserva, in particolare, a partire dalla seconda metà degli anni Sessanta, una maggiore attenzione riservata alle inchieste finalizzate a rilevare l'evoluzione del gusto del pubblico.

¹⁵ BETTETINI, *La conversazione* 38.

1.2. Modalità di presentazione del sommario

Passando a considerare le modalità di organizzare la presentazione dei servizi, si rileva come una novità emergente già nella seconda fase¹⁶ la tendenza del sommario ad assumere una struttura,¹⁷ ossia un'organizzazione astratta dei contenuti offerti che, in quanto tale, esige una capacità di distanziarsi da essi. Ciò potrebbe indicare che la rivista presuppone l'immagine di una giovane lettrice con delle esigenze, oltre che di ordine (v. la presentazione dei servizi in successione, per esempio), anche di razionalità e di comprensione/classificazione dei contenuti stessi. In questo caso, si tratterebbe di un passaggio, sia pure a uno stadio incipiente, dal pensiero operativo-concreto a quello logico-formale.¹⁸

L'operatività contraddistinguerebbe il sommario di *Primavera* nella fase degli anni Cinquanta, mentre la logica formale corrisponderebbe più adeguatamente all'assetto che esso assume nella prima metà degli anni Sessanta. Negli anni Settanta,¹⁹ invece, ritorna la forma dell'elenco

¹⁶ Fanno eccezione i sommari del 1964-1965, ancora nella forma di elenco, e quello del 1963, nella forma di «esposizione compendiosa».

¹⁷ Pur con una denominazione e definizione ancora incerta delle categorie usate, già a partire dagli anni 1959-1965 il sommario compare generalmente suddiviso in: a) narrativa; b) articoli e servizi (eventualmente suddivisi in *formativi* e *informativi*); c) rubriche varie (soprattutto di lavori femminili).

¹⁸ A proposito della maturazione logica, M.C. Michellini rileva che durante la pre-adolescenza «il passaggio dal pensiero operativo-concreto a quello formale avviene in maniera lenta e graduale e, tutto sommato, abbastanza tardiva, nel senso che è proprio della fase terminale più che di quella iniziale della preadolescenza» (MICHELINI Maria Chiara, *Sviluppo linguistico nella preadolescenza*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza* 118). Per il Piaget il pensiero operativo-concreto «rimane essenzialmente unito al reale e il sistema delle operazioni concrete che costituisce la forma finale di equilibrio del pensiero intuitivo giunge solo a un insieme ristretto di trasformazioni virtuali, dunque a una nozione del "possibile" che prolunga semplicemente (e di poco) il reale» (PIAGET Jean - INHELDER Bärbel, *Dalla logica del fanciullo alla logica dell'adolescente*, Firenze, Giunti Barbera 1980, 248). Invece «con il pensiero formale [...] si opera un'inversione di fondo tra il reale e il possibile. Il possibile, invece di manifestarsi semplicemente sotto forma di un prolungamento del reale o delle azioni eseguite sulla realtà, subordina a sé il reale [...]. Il pensiero formale è [...] essenzialmente ipotetico-deduttivo [...] ma] la sua proprietà più evidente è di fondarsi su degli elementi verbali e non più direttamente su gli oggetti. [...] E] proprio l'inversione di senso tra il reale e il possibile che costituisce il carattere funzionale più importante del pensiero formale» (ivi 248-249, 252).

¹⁹ Si considerano le pubblicazioni di *Primavera* dal 22 (1971) 4 al 29 (1978) 24.

di articoli e servizi presentati in successione: un nuovo prevalere del pensiero logico-operativo su quello logico-formale.

Mentre la forma dell'elenco è facilmente comprensibile nella prima fase (è la rivista stessa a essere ancora in via di definizione), è meno evidente la motivazione del successivo ritorno a essa. Ci si potrebbe chiedere, cioè, se è solo per una coincidenza che in questo periodo siano ancora vive le risonanze del Sessantotto, con il suo rifiuto dell'ordine e della tradizione a favore dell'improvvisazione, della spontaneità e della fantasia. Sembrerebbe di no se, nel primo rapporto globale sulla condizione giovanile, presentato alla quindicesima sezione della Conferenza generale dell'UNESCO (1968), «le parole chiave [...] erano confronto/contestazione; emarginazione; contro-cultura; contro-potere; cultura giovanile. Questo linguaggio [...] testimoniava la specificità di un'epoca irripetibile. [...] Si pensava, allora,] che questa generazione fosse separata dai più anziani [...] dalle divergenze fondamentali intorno alla natura dell'educazione, la struttura della famiglia e i valori essenziali delle grandi società consumiste e burocratiche [...]. Quanti parteciparono ai movimenti studenteschi di quegli anni [...] inventarono *slogans* e vere e proprie utopie destinate a incidere profondamente sui modelli di vita e sulle aspirazioni di categorie ben più ampie di giovani. [...] Essi confidavano] in un benessere materiale destinato a crescere illimitatamente. E dato che sviluppo e benessere erano garantiti, le trasformazioni più significative e urgenti da apportare alla società riguardavano, a parere di tutti, la mentalità, i valori, le idee, la dimensione umana delle istituzioni di una società libera dal bisogno. *La fantasia creativa dei giovani non aveva confini*, la realizzazione di tutte le utopie sembrava a portata di mano».²⁰ Questa fantasia creativa si coniuga con la novità e il cambiamento, talora anche con l'improvvisazione; certamente rifugge dalla razionalizzazione e dalle categorizzazioni tendenti alla definitività (v., appunto, la struttura assunta dal sommario in questo periodo).

1.3. *Tematiche emergenti dal sommario*

Dopo aver analizzato il sommario dal punto di vista della funzione strutturale, è opportuno estenderne lo studio alla funzione tematica.

²⁰ ALBERONI - FERRAROTTI - CALVARUSO, *I giovani* 9-10.

Nel periodo 1966-1970 l'organizzazione dei contenuti nell'indice venne precisandosi all'interno delle seguenti categorie: a) attualità; b) narrativa; c) rubriche; d) lavori femminili. Alcune (sottolineate) si mantengono anche nel sommario degli anni Ottanta, suddiviso in:²¹

- a) *attualità*;
- b) spazio della partecipazione;
- c) *dossier*;
- d) *rubriche*;
- e) *poster*.

Particolarmente significativa è la scomparsa della categoria specifica «Lavori femminili» come distinta dal resto delle rubriche, soppiantata dagli spazi della «partecipazione» («spazio aperto» o «dibattito»), del «*dossier*» e del «*poster*». Si tratta di *luoghi* della rivista che forniscono l'immagine di una giovane che apprezza e ricerca le occasioni di dialogo e di confronto, le immagini da appendere in un luogo proprio e i servizi culturali su un tema specifico, utilizzabili all'occorrenza anche come sussidi scolastici.

Nell'arco di un decennio si passa, quindi, dall'immagine di una giovane che s'interessa di attualità e che usa il tempo libero soprattutto nella lettura di racconti e novelle, o per realizzare qualcosa di utile (per sé, per la famiglia o per la casa), a quella di una ragazza che, liberata da responsabilità nei confronti di casa e famiglia, dispone di un luogo per sé (cameretta) e può personalizzarlo (*poster*). Ancora informato e interessato ai problemi d'attualità, è inoltre un destinatario di cui si auspica l'espressione di un'opinione (spazio della partecipazione) e che attribuisce allo studio una priorità tale da indurlo a dedicarvi un interesse che può invadere anche il tempo libero (*dossier*).

2. Contenuti del sommario

Il sommario, come si è già accennato, in quanto «riassunto breve e schematico [...] degli argomenti trattati»²² abbozza, a grandi linee, ma al tempo stesso in modo completo, l'immagine della giovane delineata dalla rivista *Primavera*. Data la diversità delle strutture che esso presen-

²¹ Si considerano le annate della rivista *Primavera* dal 1979 al 1988 compreso. Fa eccezione il 1982, quando il sommario si presentava nella forma di elenco.

²² Cf la voce *Sommario*, in DEVOTO - OLI, *Il dizionario* 1823.

ta (legate anche alle funzioni attribuitegli nei differenti periodi), per ogni annata è stato costruito un *sommario-tipo* (v. *tab. I, 1-1,7*, in appendice), dal quale risulta la tipologia dei contenuti della rivista, nonché la loro posizione. Invece l'incidenza dei contenuti stessi, valutata sulla base del numero delle presenze addebitabili a un certo ambito tematico, oltre che della loro posizione,²³ appare dal quadro riassuntivo dei sommari-tipo (v. *tab. I, 8*, in appendice; la quantità di servizi per ogni tipo di contenuto viene espressa numericamente).

Nell'elaborazione del *sommario-tipo*, le diverse tematiche sono state ricondotte alle categorie e sotto-categorie di uno *schema base* (v. *l'annesso I*), rappresentativo dei contenuti della rivista per tutto l'arco di tempo considerato (1950-1988). La struttura di questo *schema base*, pur non identificandosi con quella di alcun tipo di *sommario* realmente adottato dalla rivista, tende a offrirne una rappresentazione generale.

Al suo interno, la prima distinzione di fondo è relativa al *come* una certa tematica viene presentata, se nella forma dell'*articolo/servizio*, in quella della *rubrica*, oppure in un'*altra forma*, varia, alternativa a entrambe.²⁴

Nel tentativo di cogliere la specificità di queste forme espressive, si rileva, innanzitutto, come l'articolo sia caratterizzato dal trattare un determinato argomento, particolarmente di attualità o di cultura, in maniera ampia e precisa; permette, inoltre, una significativa presenza dell'elemento critico e concettuale e, per lo più, risponde a interessi conoscitivi, descrittivi, informativi, culturali in genere.²⁵ Risulta essere lo spazio del *sapere*, veicolante anche motivazioni che diano spessore al *saper essere*.

La *rubrica*, invece, è caratterizzata dalla periodicità con cui una certa tematica si ripresenta e, quindi, considerandola dal punto di vista

²³ È stato analizzato un campione di riviste in numero tale (almeno quattro pubblicazioni, scelte casualmente) che «un ulteriore incremento di tale quantità non [... migliorasse] apprezzabilmente la possibilità di generalizzazione dei risultati» (KRIPPENDORFF, *Analisi* 105). Il numero delle unità di ogni campione, perciò, varia a seconda della presenza o meno di una struttura della rivista, nonché della sua regolarità/variabilità.

²⁴ Il terzo gruppo considerato comprende: l'evasione; la copertina, il sommario e l'editoriale; il *dossier*; il *poster* e, infine, la pubblicità.

²⁵ Per la definizione di *articolo/servizio*, cf LENZI, *Dizionario* 146 e PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 115. Cf anche la definizione di «servizio», come «testo elaborato su situazioni e fatti, con contenuto informativo ed eventuali osservazioni critiche» (*ivi* 119).

del lettore, da vivacità d'interessi ed esigenze di approfondire la conoscenza di un certo ambito; essa risponde a bisogni di tipo più pratico, con un aggancio al quotidiano, sul quale si affaccia con consigli, suggerimenti, *ricette*, prescrizioni, ecc.: è un manuale del *saper fare*.²⁶

La prevalenza dell'uno (l'articolo) o dell'altra (la rubrica) delinea già una particolare preponderanza riservata dalla rivista a interessi di tipo conoscitivo oppure ad altri, maggiormente legati alla trasmissione di un *saper fare*. Ne risulterà un giornale caratterizzato da un punto di vista più *teorico* o, viceversa, più *pratico*. L'articolo, infatti, richiede soprattutto che nel lettore sia presente, oltre a una certa capacità di lettura e di comprensione, anche il desiderio di conoscere e approfondire, di indagare e confrontare. La rubrica presuppone, invece, una ragazza caratterizzata da una pluralità d'interessi (v. la stessa varietà tipologica delle rubriche), una volontà di realizzazione e di *protagonismo* attivo all'interno del proprio piccolo mondo,²⁷ oltre che da una graduale assunzione di un ruolo e di un modo concreto di entrare in contatto con gli altri.²⁸

L'articolo, quindi, rimanda all'immagine di una ragazza che si mostra orientata al futuro. Impegnata a prendere possesso di un patrimonio culturale (apprendimento), a prepararsi al proprio domani (orientamento), a collocarsi criticamente nell'ambito della vita sociale, sviluppa la propria personalità in tutte le direzioni (etiche, religiose, sociali, intellettuali, affettive, operative, creative...) (formazione).

La rubrica, invece, rimanda al profilo di una giovane con una progettualità più ancorata al presente, centrata sull'immediato: assorbita prevalentemente dall'azione, è impegnata a *fare*, a sperimentare le proprie abilità fisiche, esecutive e tecniche, a provare il gusto di sentirsi in azione e di esprimersi agendo (è il caso delle rubriche femminili, soprattutto); oppure, accentuando maggiormente elementi di tipo motivazionale, essa esprime la propria tensione alla relazionalità, al contat-

²⁶ Cf *ivi* 42.

²⁷ Per le categorie psico-sociologiche di lettura e interpretazione dell'immagine della giovane, cf DE PIERI - TONOLO - DELPIANO, *L'età* e DE PIERI - TONOLO, *Pre-adolescenza*.

²⁸ Nella definizione di LENZI (*Dizionario* 71), si sottolinea come la rubrica tenda a classificare e prevedere tutta la vita del lettore medio per soddisfarne ogni *hobby*, ossia ogni «motivo di occupazione, o di ricreazione, [...] perseguito nel tempo libero dal lavoro consueto» (cf anche la voce *Rubrica*, in DEVOTO - OLI, *Il dizionario* 1663). È evidente come da questa definizione derivino le connotazioni (della giovane) indicanti degli interessi, un certo *protagonismo*, un'attività, un ruolo.

to, alla comunicazione, alla personalizzazione (è il caso della corrispondenza e delle rubriche della partecipazione, per esempio).

Sarà utile, a questo punto, fornire una descrizione-definizione della tipologia dei contenuti della rivista, rilevati attraverso l'analisi del sommario, secondo le categorie dello schema-base (v. *l'annesso I*). Essi si suddividono in:

1) *Articoli-servizi*:

a) *Attualità-cultura generale*: servizi finalizzati a informare, divulgare, descrivere e, in parte, interpretare aspetti, fatti o avvenimenti che rispecchiano, fosse pure solo a livello di cronaca, le caratteristiche del mondo contemporaneo.

b) *Formazione-religione*: servizi più direttamente ed esplicitamente finalizzati a educare la giovane, sia sotto l'aspetto umano (come *donna*) che religioso (come *cristiana*). Si tratta di servizi di formazione, istruzione, catechesi, evangelizzazione, ecc.

c) *Spettacolo*: servizi riguardanti non solo il mondo dello spettacolo in senso stretto (industria cinematografica, fenomeni della televisione, dei *festivals*, dei cantanti di musica leggera, delle case discografiche, ecc.), ma anche, più in generale, l'ambito dello sport e quello di una sensibilizzazione e iniziazione al teatro e ad altre arti espressive. Si tratta, quindi, di servizi di informazione, ma anche di animazione (teatrale, musicale, sportiva...).

2) *Rubriche*:

a) *Corrispondenza*: rubriche «nelle quali sono raccolte le lettere che giungono al giornale e che vengono pubblicate perché toccano argomenti di vasto interesse, o comunque suscettibili di aprire un dibattito fra i lettori su problemi di attualità o su questioni di costume. [... Con esse] si stabilisce un solido legame con i lettori»,²⁹ perché li fanno sentire dei protagonisti e rispondono a un loro particolare bisogno di confidenza e di curiosità.³⁰

b) *Spazio di partecipazione*: rubriche che raccolgono gli interventi con cui i lettori esprimono un'opinione, condividono un'esperienza (personale/di gruppo), comunicano sentimenti (v. «Poesie»), lanciano appelli (v. «Antenna»), addirittura «fanno gruppo» con le «amiche» lettrici di *Primavera* (v. «Club Primavera»), ecc.³¹

²⁹ LENZI, *Dizionario* 146.

³⁰ Cf PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 42.

³¹ Pur condividendo la caratteristica di fondo propria dello spazio della parte-

c) *Narrativa*: rubrica che fa riferimento a un'ampia gamma di generi letterari (dalla finzione alla storiografia, dalla biografia all'autobiografia, ecc.).

d) *Rubriche femminili*: dedicate agli interessi tipicamente femminili (moda, bellezza, cucito, casa, cucina, bricolage, ecc.), sono spesso caratterizzabili come guide pratiche all'apprendimento nei settori tradizionalmente riservati alla donna.

e) *Le altre rubriche*: rubriche varie, dedicate ai più diversi interessi della ragazza-lettrice (dalla salute alla psicologia, dalla lettura alla fotografia, ecc.).

L'analisi del sommario individua, inoltre, altri settori e contenuti specifici della rivista, raggruppabili sotto la denominazione di «*varie*» e suddivisibili in:

3) *Evasione*: spazio riservato a giochi, barzellette, concorsi, ecc., a tutte quelle espressioni, cioè, che permettono un *distacco* dalla realtà e dall'impegno a favore di scelte di tipo ludico.

4) *Spazio della redazione*: oltre alla copertina (la superficie più appariscente della rivista, uno dei luoghi dove l'apparato emittente maggiormente *si dice*) e al sommario (assieme al quale viene quantificato anche lo spazio delle informazioni amministrative), comprende anche l'editoriale. Quest'ultimo svolge, come l'articolo di fondo, la funzione di esprimere l'opinione del giornale, «ma non è firmato, in modo che più evidente risulti che il giornale nel suo complesso, come azienda editoriale, ne è responsabile».³²

5) *Dossier*: inserto di una certa ampiezza riguardante una tematica specifica.³³

6) *Poster*: «manifesto illustrato da appendere».³⁴

cipazione (l'essere un intervento del pubblico che esprime il suo protagonismo), altre rubriche privilegiano aspetti diversi e più specifici che suggeriscono una differente classificazione (i racconti scritti dal pubblico, per esempio, da inserire nella narrativa; le lettere al medico o al grafologo da considerare come rubriche di vario interesse; ecc.).

³² LENZI, *Dizionario* 57.

³³ Il *dossier*, nel caso di *Primavera*, comparve a partire dal 1971. Venne, precedentemente, anticipato dal *paginone* (nelle due pagine centrali), prima (negli anni 1950-1956), e da un ampio *servizio monografico* (ma non con la caratteristica dell'inserto), poi (negli anni 1957-1959 e 1963-1966).

³⁴ Cf la voce *Poster*, in AA.VV., *Il Grande Dizionario Garzanti*, Milano, Garzanti 1987, 1458.

7) *Pubblicità*: comprendente sia le inserzioni pubblicitarie che la pubblicità redazionale.³⁵

I sommari-tipo (v. *tab. I, 1-1,8*, in appendice) permettono una prima lettura descrittiva relativa ai contenuti della rivista e, di riflesso, all'immagine della giovane delineata da *Primavera*. In sintesi, appaiono evidenti alcuni elementi, fra cui, innanzitutto, la notevole varietà di settori specifici che, caratteristica della rivista già al suo primo apparire,³⁶ è andata progressivamente aumentando, manifestando la tendenza a coprire un numero sempre maggiore di ambiti di interesse.

Si nota, in secondo luogo, la comparsa di settori nuovi (lo spettacolo e le rubriche di partecipazione, a partire dalla seconda metà degli anni Sessanta, con una dilatazione nel decennio successivo; il *poster* e l'editoriale, durante gli anni Settanta) che ne soppiantano altri, gradualmente ridotti fino a scomparire (gli articoli esplicitamente formativo-religiosi che, ridotti già a partire dal 1969, non sono più presenti dal 1977).

Si delineano, inoltre, alcune linee evolutive fondamentali:

- 1) la costante tenuta dello spazio dell'attualità e della cultura generale;
- 2) il notevole incremento delle rubriche tipicamente femminili e della narrativa, seguito da un rapido declino;
- 3) l'attenzione, nel corso degli anni Settanta, al *protagonismo* del pubblico (v. corrispondenza e rubriche di partecipazione), attenzione poi lievemente ridimensionata;
- 4) il costante ampliarsi dello spazio dedicato ai nuovi interessi (v. rubriche «varie»).

In seguito si vedrà come anche la posizione dei diversi settori sia un elemento significativo, tanto da meritare una specifica interpretazione (v., più avanti, le pagine di presentazione dei differenti settori, dall'editoriale agli articoli/servizi).

³⁵ Per pubblicità redazionale, si intende la «pubblicazione a pagamento di testi o commenti» (PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 118).

³⁶ Per «settore» si intende la superficie della rivista riservata a dei contenuti tipologicamente catalogabili entro una categoria (o sotto-categoria) specifica (per esempio, articoli culturali piuttosto che articoli formativi).

VARIAZIONI DI TIPO FORMALE-CONTENUTISTICO: ANALISI DEI CONTENUTI DELLA RIVISTA

Ci si introduce, a questo punto, nell'analisi dei contenuti di *Primavera* prendendo in considerazione non più solo lo spazio di *presentazione* della pubblicazione (ossia il sommario), ma la totalità della rivista.

Per una descrizione più precisa del contenuto della stessa si è imposta l'esigenza di un'elaborazione anche quantitativa del dato della superficie occupata dai vari settori.¹ L'analisi si sposta, così, al livello della rivista considerata nella sua globalità e organicità e ci introduce più direttamente nell'analisi del contenuto a partire, appunto, dai dati quantitativi e qualitativi offerti dal contenuto della rivista stessa.²

¹ Per una quantificazione adeguatamente rappresentativa è stata condotta un'analisi preliminare che ha portato alla selezione di un campione di annate (per un totale di 17). La selezione mette in evidenza i periodi di maggiore stabilità (periodi *a*) e quelli di maggiore dinamicità-evoluzione (periodi *b*). Il criterio-base comporta la scelta di un'annata ogni tre, per *a*, e una ogni due, per *b*. Fa eccezione a questo criterio il salto fra le due annate del 1983 e del 1988, motivato dalla loro vicinanza di struttura e di impostazione (cf sia *tab. I,7* che *tab. II,17-II,18*). In questo caso, infatti, l'unica differenza di un certo rilievo è data dal numero di rubriche di interesse vario (otto, pari al 9,91% della STS, nel 1988, contro quattro, pari al 4,84% della STS, nel 1983).

² Per l'analisi del contenuto della stampa periodica, oltre a KRIPPENDORFF, *Analisi*, cf anche PLUVINAGE-PATERNOSTRE, *L'adolescent*, dove si applica un metodo messo a punto da «le Centre des Techniques de Diffusion Collective» dell'Istituto di Sociologia della Libera Università di Bruxelles. Si tratta di «une méthode à la fois complète et simple, laquelle offre toutes les garanties de rigueur scientifique et reste néanmoins d'application facile. Cette méthode testée lors de nombreuses recherches est valable pour toutes les formes de Techniques de Diffusion Collective qu'il s'agisse de presse écrite (quotidienne ou périodique), d'émissions de radio ou de télévision» (*ivi* 7-8). Si nota, inoltre, che «c'est la première fois que cet-

Si procede servendosi, come griglia di riferimento, del sommario-tipo (v. *tab. I, 1-I, 7*), redatto per ogni annata in riferimento alle categorie e sotto-categorie dello schema-base (v. *l'annesso I*) rappresentativo dei contenuti della rivista in tutto l'arco di tempo considerato (1950-1988). L'analisi quantitativa, qui applicata (v. *tab. II, 1-II, 20*, in appendice), è volta a determinare, per ognuna delle annate selezionate, la parte di superficie³ riservata al contenuto di ciascuno dei diversi settori. Le inferenze sono, poi, giustificate sulla base di una delle caratteristiche dell'analisi del contenuto, costituita dall'uso di frequenze (entità misurabili) come indici diretti di fenomeni sottostanti (non altrettanto direttamente misurabili): la proporzione di spazio dedicata a un certo argomento viene così vista come quantità di attenzione a esso prestata.⁴ L'importanza o, al contrario, la non significatività accordate a un certo settore sono, allora, degli elementi utili a fornire delle indicazioni circa l'immagine di giovane delineata da *Primavera*.

1. Composizione secondo i contenuti

Per quanto riguarda la *composizione* (ossia la distribuzione dello spazio della rivista tra articoli, servizi, rubriche e «varie»), si nota un andamento evolutivo segnato da uno stacco netto nel 1971: si tratta di un momento-spartiacque, che delimita due diverse tendenze della rivista (per i dati v., in appendice, *tab. II, 1-II, 20*, alle quali si è già, in parte, fatto riferimento). Nel 1950, infatti, agli articoli/servizi, così come alle

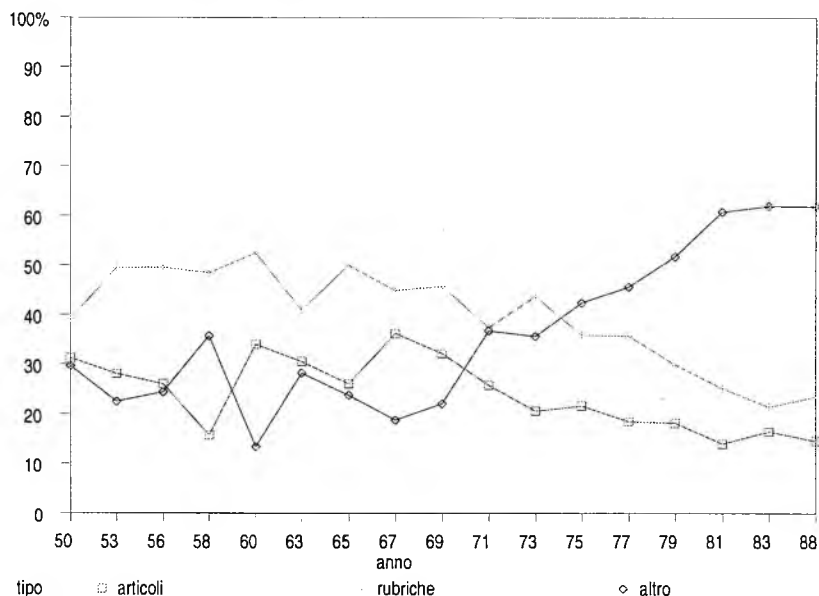
te méthode est appliquée à la presse périodique: le fait est d'importance et mérite d'être mentionné» (*l. cit.*). In seguito, però, questo metodo è stato applicato frequentemente e il suo utilizzo è divenuto comune. Assunto nelle linee fondamentali, esso è stato da noi adattato alle esigenze specifiche di una rivista come *Primavera*, che frequentemente si distanzia dalle caratteristiche delle pubblicazioni analizzate nello studio citato.

³ Per trarre inferenze valide, verranno considerati soprattutto i dati relativi (espressi in percentuali), essendo i dati assoluti (espressi in cm²) meno significativi, data la disparità delle superfici totali stampate. I dati relativi esprimono il rapporto tra la superficie di un settore (o di una sua parte, relativa a una sotto-categoria) e la STS. Tutte le misurazioni sono state effettuate in cm², con l'aiuto, oltre che del centimetro, di riproduzioni dei vari formati, suddivise in colonne e settori già quantificati. Le approssimazioni sono state limitate a cm 0,5.

⁴ Per quanto riguarda l'uso di indici nell'ambito delle ricerche sulle comunicazioni di massa, cf KRIPPENDORFF, *Analisi* 64-65.

«varie», veniva riservato rispettivamente il 30% e il 30% della STS, mentre il restante 40% era occupato dalle rubriche. Nell'ultima annata considerata (1988), invece, si registra una notevole riduzione dello spazio percentuale riservato sia agli articoli/servizi che alle rubriche (fino a una superficie percentuale pari, rispettivamente, al 14% e al 23% della STS), mentre la superficie delle «varie» risulta raddoppiata (fino al 62% della STS).

Grafico 1 - *Composizione della rivista*



Il momento di mutamento e di svolta è costituito dal passaggio a *Primavera* rinnovata (a partire dal 1970), quando la rivista dedica ai settori indicati rispettivamente il 26% (articoli e servizi), il 37% («varie») e, ancora, il 37% (spettacolo) della STS. È soprattutto a partire da questo momento che gli articoli, prima sostanzialmente costanti, e le rubriche, precedentemente estese anche fino al 50% circa della STS e soggette a riduzioni minime (-5%), subiscono una graduale ma decisa flessione (di circa metà della loro superficie, tra il 1971 e il

1988), mentre le «varie» si espandono rapidamente (di circa tre volte nello stesso periodo).

Sono dati già di per sé indicativi, ma che, per una interpretazione corretta, necessitano di una più attenta considerazione. Infatti, la superficie percentuale del *dossier* può essere conteggiata oltre che tra le «varie» (tra cui era stata inclusa per motivi formali) anche tra gli articoli (di carattere culturale), ai quali è assimilabile per il contenuto. Quest'ultimo criterio è stato seguito per l'organizzazione della seguente tabella (i dati sono espressi in percentuale):

Tab. n. 11 - *Composizione della rivista Primavera (spazio di articoli, rubriche e «varie», in percentuale)*

<i>Anno</i>	<i>Articoli</i>	<i>Rubriche</i>	<i>Varie</i>
1950	43,73	39,10	17,17
1953	38,08	49,46	12,46
1956	34,38	49,59	16,03
1958	32,42	48,51	19,07
1960	34,11	52,52	13,37
1963	43,12	41,06	15,82
1965	34,11	50,02	15,87
1967	36,24	44,97	18,79
1969	32,17	45,76	22,07
1971	37,92	37,40	24,68
1973	34,65	43,75	21,60
1975	34,96	35,93	29,11
1977	32,21	35,71	32,08
1979	35,04	29,95	35,01
1981	32,97	25,23	41,80
1983	36,48	21,49	42,03
1988	34,53	23,52	41,95

Sulla base di una lettura dei dati in tabella, l'evoluzione della rivista manifesta:

1) una sostanziale tenuta degli articoli; in tutto l'arco di tempo considerato (1950-1988), essi occupano, se si eccettuano due punte (del 43%), una superficie percentuale straordinariamente omogenea (tra il 32% e il 36-38% della STS, con una media complessiva del 35,71%);

2) un incremento delle rubriche tra il 1953 e il 1965 (con una superficie percentuale media del 48,53%), seguito da un calo (che porta la percentuale media al 40,59% rispetto alla STS) prima (1969-1977), e da una brusca riduzione (fino al 25,05%) poi (1979-1988);⁵

3) il graduale e costante ampliarsi delle «varie», passate dal 16,74% negli anni Cinquanta e Sessanta, al 28,50% negli anni Settanta, al 41,93% negli anni Ottanta.

Se, a questo punto, si passa alla considerazione del tipo di giovane delineata in *Primavera*, sembrerebbe emergere l'immagine di una ragazza considerata in tutta la complessità del suo essere persona, aperta a una molteplicità di ambiti e dimensioni. Essa appare ricca di esigenze teoriche (v. la superficie percentuale media occupata dagli articoli/servizi, pari al 35,71% della STS):⁶ del desiderio di conoscenza, cultura e informazione, oltre che di un *sapere* per *saper essere*, in una prospettiva che coinvolge anche il suo futuro (a questo proposito, cf quanto si è scritto nella prima parte del lavoro, circa l'età media dei lettori di *Primavera*). Una trasformazione netta è avvenuta, invece, sul piano degli interessi pratici (del *saper fare*). Fino alla metà degli anni Sessanta, la rivista riservava alle rubriche una percentuale preponderante (pari al 48,53% della STS), mentre negli anni Ottanta esse occupano uno spazio (pari al 25,05% della STS) minore di quello riservato agli interessi culturali. Ne emerge una giovane per cui è diminuita, quindi, la richiesta di un impegno in direzione di responsabilità o di esigenze concrete, soprattutto di tipo materiale, come si vedrà meglio in seguito.

Un'interpretazione, infine, del parallelo aumento delle «varie» può nascere solo da una lettura puntuale dei dati di ognuno degli elementi compositivi di questa categoria. Per ora è sufficiente notare che tale fenomeno indica il moltiplicarsi di settori nuovi (*poster* ed editoriale) e il riconoscimento di un maggior peso acquisito da parte di altri già esistenti (*dossier* e pubblicità). In tal modo si conferma l'immagine di una ragazza rappresentata dalla rivista come caratterizzata, nel rispetto della complessità del suo essere persona, da un'apertura a campi d'interesse ampi e sempre più diversificati.

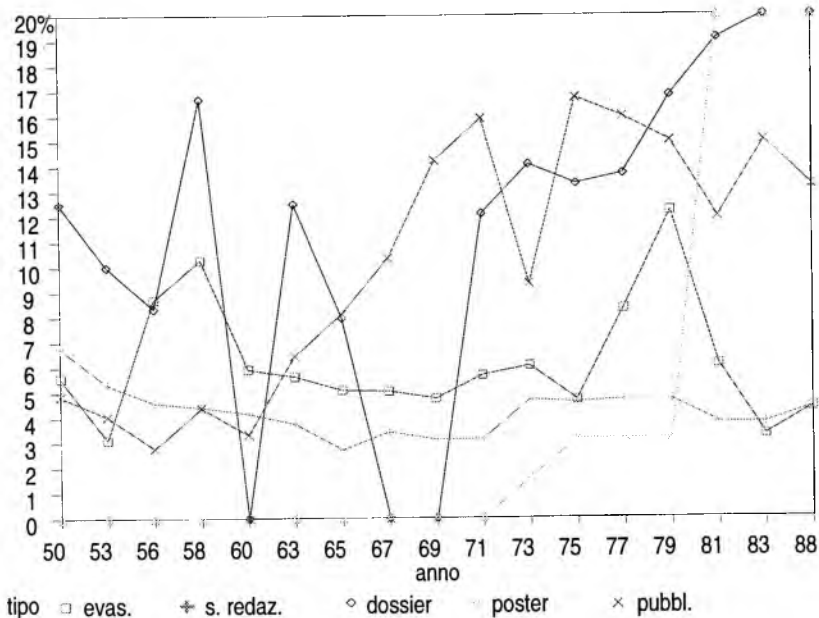
⁵ L'aumento, già segnalato, del numero delle rubriche (specie di quelle di vario tipo) non è accompagnato da un significativo aumento della relativa superficie.

⁶ Cf, più sopra, quanto scritto a proposito di una interpretazione diversa dei contenuti strutturati secondo la forma dell'articolo o, al contrario, secondo quella della rubrica, alle pp. 102-104.

2. Contenuti dello spazio delle «varie»

Passando a considerare più da vicino i contenuti dello spazio delle «varie» (le parti della rivista non riconducibili né agli articoli/servizi, né alle rubriche), si ricorda che all'interno di questo gruppo è possibile classificare: lo spazio dell'evasione, la copertina, il sommario e l'editoriale, il *dossier*, il *poster* e il *maxiposter* e infine la pubblicità.

Grafico 2 - Spazio delle «varie»



2.1. La pubblicità

Nel corso degli anni Cinquanta, la pubblicità occupa una superficie veramente esigua (in media, il 3,86% della STS), gradualmente aumentata dopo il 1960 (con una media pari, nel periodo 1963-1967, all'8,29% della STS). Tuttavia è soltanto a partire dal 1969 che la pubblicità conquista uno spazio più apprezzabile (con una media del

14,14%, nel periodo 1969-1988) ma mai superiore a un settimo della STS della rivista.⁷ La superficie redazionale (superficie redazionale = STS - superficie pubblicitaria) può, pertanto, estendersi fra un massimo pari al 97,24% della STS (nel 1956) e un minimo dell'84,11% (nel 1971) (per i dati, v. soprattutto *tab. riassuntiva II,20*, in appendice).

Si nota che, in genere, l'aumento dello spazio redazionale di una rivista fa seguito a ogni aumento della sua superficie pubblicitaria.⁸ Nel caso della rivista *Primavera*, invece, sembrerebbe possibile affermare l'autonomia dello sviluppo del primo rispetto all'ampliamento della seconda. Infatti, come si è già osservato, l'incremento della superficie redazionale, da una parte è addebitabile in larga parte all'introduzione del *maxiposter* e, dall'altra, non è motivato dalla necessità di equilibrare l'ampliamento, relativamente scarso, della superficie pubblicitaria. I vari aumenti del volume della rivista non sono quindi addebitabili a un aumento della superficie redazionale come conseguenza dell'aumento della superficie pubblicitaria; i dati elaborati indicherebbero, invece, che solo una minima parte degli ampliamenti della STS sono stati occupati dalla pubblicità. Inoltre, anche le rilevanti trasformazioni tipografiche (sviluppo del colore, riduzione del formato, carta di migliore qualità), che la rivista ha subito a partire soprattutto dal 1971, sono mutamenti che non possono essere motivati dalla presenza, scarsa, delle inserzioni pubblicitarie.

Da questa analisi emergono dei dati che, interpretati in funzione dell'immagine della giovane rappresentata da *Primavera*, delineano il profilo di una ragazza compromessa con la filosofia della società dei consumi e con la sua logica dell'*avere* in un modo prima irrilevante, poi leggermente più significativo. Ciò è in sintonia con la situazione italiana degli anni Cinquanta, caratterizzati dalla ricostruzione e dallo sforzo legato al cosiddetto *miracolo economico*. Ma anche in seguito la rivista continua a non dare molto spazio alla pubblicità e a proporre, quindi,

⁷ È significativo rilevare che, nel campione analizzato nella ricerca di PLUVINA-GE-PATERNOSTRE, la percentuale di pubblicità riscontrata nella maggior parte (9 su 19) delle riviste (dell'anno 1965) era del 15-20% (cf *L'adolescent* 11).

⁸ «La pubblicità esercita un'influenza diretta sulla struttura di un periodico prima di tutto per quanto concerne il numero delle pagine [...]. Non è possibile accordare alle inserzioni uno spazio che oltrepassi la metà delle colonne di un giornale senza che esso assuma l'aspetto di un catalogo. A ogni aumento della superficie pubblicitaria fa così seguito un aumento dello spazio redazionale» (PESCE - MASENTI, *L'immagine* 67).

l'immagine di una giovane non molto suscettibile di essere influenzata e manipolata da questa⁹ e i cui bisogni, sostanzialmente, non vengono indotti dall'esterno. La rivista mantiene una certa distanza critica dalla pubblicità, con un atteggiamento di resistenza e cautela. Durante gli anni Sessanta (soprattutto fino al 1967), potrebbe trattarsi anche di una forma di prevenzione da parte della rivista, dettata da un'etica del *risparmio*, verso la società industriale che si regge su larghi e diffusi consumi. Successivamente (1969-1988), si coglie invece una minore diffidenza di fronte a una pubblicità che, affrontata con maggiori mezzi culturali di resistenza, si fa «informazione, a volte utile, a volte no, ma comunque necessaria».¹⁰

2.2. *Il poster e il maxiposter*

Un'altra componente delle «varie» è rappresentata dal *poster* che compare a partire dagli anni Settanta (1973), nel corso dei quali ha occupato la STS per un 3,13%.¹¹ Nel decennio successivo,¹² esso si trasforma in *maxiposter* e la percentuale dello spazio riservatogli sale al 20%, ben un quinto della STS, una misura discretamente superiore a quella occupata dalla superficie pubblicitaria.

Parlando della pervasione televisiva, M. Mc Luhan afferma: «L'età pittorica è finita; incomincia l'era iconica»,¹³ il mondo delle immagini. Fu così anche per la rivista *Primavera* che, dopo l'avvento della televi-

⁹ A proposito della forza persuasiva della pubblicità, tra altri possibili interventi cf MC LUHAN Marshall, *Understanding media*, New York, Mc Graw - Hill Book Company 1964 (trad. it., *Gli strumenti del comunicare. Significati psicologici e sociali di ogni sistema di comunicazione*, Milano, Garzanti 1977).

¹⁰ Cf LIVOLSI Marino, *E comprano felici e contenti. Pubblicità e consumi nell'Italia che cambia*, Milano, Edizioni del Sole 24 Ore 1987, 14-15.

¹¹ L'introduzione del *poster* è favorita dal sistema tipografico della rotocalcolografia. «Il rotocalco [infatti] permette l'unione di due pagine, senza la caratteristica divisione del quotidiano, dovuta al telaio e così le foto possono essere sviluppate in una più ampia successione, a esempio nel paginone centrale» (PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 56). Questo manifesto illustrato ha seguito a ruota l'adozione del supporto della carta patinata, avvenuta nel 1971.

¹² Per l'adozione dell'iniziativa del *maxiposter*, cf fra le note relative alle *Mutazioni degli aspetti materiali della rivista*, la numero 18, p. 83. Esso venne stampato a parte, in sedicesimo, e introdotto nella rivista come inserto.

¹³ MC LUHAN, *Gli strumenti* 173.

sione nel nostro paese e non appena ebbe a disposizione un supporto adeguato (la carta patinata), ha lasciato intravedere segni del suo *relativizzarsi* a questo *medium*. Fu proprio allora, infatti, che essa introdusse queste grandi immagini, riflesso della nuova sensibilità iconica, legata all'evoluzione dei gusti e del linguaggio verificatasi in seguito all'incremento dell'esposizione al *medium* televisivo.

Con l'inserzione di questo particolare ambito (del *poster*, poi *maxi-poster*), la rivista propone l'immagine di una ragazza, in e da essa delineata, caratterizzata da una graduale crescita di familiarità con il linguaggio simbolico-iconico (v. l'influenza della pervasione gradualmente assunta dal mezzo televisivo) rispetto al linguaggio logico-verbale e alla cultura della parola scritta. E ciò anche perché l'immagine fotografica (come il linguaggio audiovisivo) ha un impatto sulla percezione molto più forte e si rivela più coinvolgente degli altri linguaggi tradizionali (parola stampata).¹⁴

Inoltre il carattere espositivo del *poster* fa sì che, in qualità di modello culturale, la sua lettura venga interiorizzata dallo spettatore in modo da coinvolgerlo sul piano non solo delle emozioni ma anche della risposta sociale, ossia al livello dell'assunzione, attraverso un processo di identificazione, di mode, comportamenti o anche atteggiamenti.¹⁵ Questa osservazione porterebbe, quindi, a rilevare, attraverso l'evoluzione della rivista, una fisionomia nuova di ragazza: maggiormente attenta a comportamenti adeguati alle norme sociali e, insieme, più esposta all'influsso degli stessi modelli sociali proposti.

2.3. L'editoriale

Tra le «varie», ma soltanto a partire dal 1973 (v. *tab. I,8*, in appendice), compare l'*editoriale*, poi costantemente presente, a eccezione del biennio 1984-1985. La superficie occupata è relativamente ampia: una pagina intera, a esclusione degli anni 1979 (in cui ne riempie i tre quarti, pari all'1,07% della STS) e 1981 (metà pagina, equivalente allo 0,63%).

¹⁴ Il fenomeno della forza con cui l'immagine fotografica colpisce la percezione trova una spiegazione nel fatto che la fotografia «dà l'impressione di avvicinare l'occhio alle cose» (PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 56).

¹⁵ *L. cit.* L'esposizione, che per la fotografia è solo una delle possibili modalità di utilizzo, per il *poster* risulta essere, invece, una caratteristica necessaria.

Anche la posizione è molto significativa: l'editoriale è collocato o in apertura di rivista (1973-1981 e 1988), oppure in posizione centrale, tra le rubriche di partecipazione, in apertura o a chiusura di queste (1982-1983 e 1986-1987). Nel secondo caso la posizione assegnatagli lo propone come un momento di *dialogo* tra la rivista e il suo pubblico. L'editoriale, infatti, come una tra le più esplicite marche dell'enunciazione, crea la possibilità di una corretta promozione del recettore al ruolo di interlocutore. Il soggetto empirico che ha prodotto il testo ha qui lasciato delle tracce molto evidenti e significative, relative al processo di enunciazione (v. soprattutto la firma: in un primo tempo «Camilla», personificazione della rivista stessa, e successivamente «Primavera - Mondo Giovane»). L'enunciatore,¹⁶ produttore del e prodotto dal testo, si rende qui manifesto (v., tra l'altro, l'uso frequente della prima persona). Questa scelta di mostrarsi diventa poi, per il recettore, un invito ad accettare la proposta conversativa del testo stesso, per instaurare un dialogo *alla pari*.

Questa pratica discorsiva, che «mette in scena» il soggetto enunciatore, è antitetica a quella che si assesta sul «mascheramento dell'origine espressiva e sulla proposta-progettazione di un enunciatario autonomamente impegnato in un lavoro di fondazione del discorso (oltre che, naturalmente, di un destinatario indotto a viverci come tale)».¹⁷ Essa, invece, propone-progetta un enunciatario in rapporto con il soggetto enunciatore (a questo proposito G. Bettetini usa il concetto di «conversazione» simbolica), oltre che un soggetto recettore empirico (in questo caso: il lettore) che, se accetta la proposta conversativa del testo, entra in contatto interattivo con le articolazioni semiotiche del testo stesso. Si tratta, dunque, di un lettore potenzialmente disponibile «a dialogare con il soggetto enunciatore, accettandone il progetto comunicativo (e, quindi, inserendosi nel ruolo simbolico dell'enunciatario costruito dal testo) o [in caso contrario] costruendosi ruoli alternativi».¹⁸ Egli, di fronte alla dichiarazione d'identità dell'enunciatore, è stimolato a manifestare la propria, a divenire soggetto attivo, in un ruolo di autentica «partecipazione».¹⁹

¹⁶ I concetti di soggetto empirico, soggetto enunciatore, soggetto enunciatario vengono qui usati nelle accezioni indicate da BETTETINI, *La conversazione* 99-101.

¹⁷ *Ivi* 101.

¹⁸ *Ivi* 102.

¹⁹ Per il ruolo di *partecipazione* affidato al soggetto recettore empirico, cf *ivi* 101-102.

L'editoriale, insomma, è un'occasione in cui «l'«io» parlante può [...] manifestarsi come un apparato produttore che, definito da una politica culturale (la cosiddetta «linea editoriale»), si rende istituzionalmente garante nei confronti dei propri [...] lettori] della qualità e della significatività dei suoi discorsi». ²⁰ In conclusione, ci troviamo di fronte a una rivista che, in tal modo, si vuole proporre con un ruolo di interlocutore diretto paritario, come un'*amica*, ²¹ per instaurare con il suo lettore ²² una relazione simmetrica, speculare, quasi alla pari. Al lettore, quindi, sembra quasi venga rivolta l'offerta di trovare nella rivista *qualcuno* con cui poter chiacchierare, discutere e comunicare, sperimentare emozioni e affetti. È in questo spazio dell'editoriale, infatti, che si realizza in modo privilegiato la messa in scena del soggetto enunciatore (che, nell'interscambio comunicativo, rappresenta simbolicamente il trasmittente empirico). L'editoriale è, dunque, un luogo in cui il soggetto enunciatore non si nasconde, ma si manifesta: per la ragazza, che sta vivendo le dinamiche della scoperta della propria identità, questi diventa allora un soggetto con cui interagire, un «tu» per costruire se stessa. ²³

2.4. Lo spazio dell'evasione

Tra le «varie», appare anche, costante fin dagli inizi, lo spazio dell'*evasione*, ²⁴ costituito da:

– *giochi e umorismo*: si tratta rubriche fisse, ²⁵ generalmente posizio-

²⁰ *Ivi* 30.

²¹ Come si è già osservato, l'editoriale è firmato, nel 1973, con il nome di «Camilla» (nella prima parte di questo lavoro, cf *Destinatari*, p. 53 e relativa nota 47), che rappresenta la personalizzazione della rivista nella figura di un'adolescente. A partire dagli anni Ottanta l'editoriale è invece firmato «Primavera - Mondo Giovanex».

²² Il nuovo atteggiamento, assunto dalla rivista con l'introduzione dell'editoriale, può essere letto come risposta a delle esigenze di *comunicazione* ipotizzate come presenti nella ragazza. A conferma, v. anche l'affermarsi delle rubriche di partecipazione (*tab. II, 12 e tab. II, 18*).

²³ Cf LANZONI Marisa - FERRAROLI Lorenzo, *Socializzazione, vita di gruppo e amicizia*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza* 67-83.

²⁴ Il *dossier*, che avrebbe dovuto essere analizzato a questo punto, verrà trattato assieme agli articoli d'attualità e cultura, privilegiando, come già osservato, l'aspetto contenutistico rispetto a quello formale.

²⁵ È significativo che nei quasi quarant'anni di storia della rivista considerati, le

nate in fondo alla rivista, subito prima della terza o quarta pagina di contro-copertina;²⁶

– *concorsi*: presenti nei periodi 1950-1973 (a eccezione delle due annate 1952 e 1972) e 1975-1982, oltre che nell'anno 1986, sono collocati in un primo tempo (anni Cinquanta e Sessanta) in una posizione frequentemente di rilevanza (in fondo alla rivista, subito prima dei giochi, o in apertura di rivista, oppure tra le pagine centrali), slittano poi nella seconda metà della rivista, tra le rubriche;

– *quiz poliziesco* (1973 e 1985), *fumetto quiz* (1979) o *quiz a premi* (1986-1987): anch'essi sono inseriti nella seconda parte della rivista (così come l'*oroscopo*, presente nelle annate 1978, 1981-1982 e 1988).

L'evasione occupa una superficie rilevante rispetto a quella di altri settori (corrispondenza e rubriche di altro tipo). La percentuale media è infatti del 6,16% (un sedicesimo della STS), con un minimo del 3,10% (nel 1953), seguito da una crescita (fino a una percentuale pari all'8,69% e al 10,27%, rispettivamente negli anni 1956 e 1958) che giunge a un picco massimo del 12,20% (nel 1979). Il periodo successivo è segnato da una graduale diminuzione dello spazio occupato da questo settore (con un minimo del 3,28%, nel 1983).

L'evasione è intesa, in senso lato, come «rottura della [...] monotonia quotidiana».²⁷ Anche il settore di un rotocalco così denominato rimanda, dunque, all'idea della *rottura*: nei confronti degli altri settori, orientati a tematiche che fanno riferimento al *quotidiano* della vita e che possono anche essere interessanti e/o divertenti, ma senz'altro non *evasivi*. Questo rimando (dal settore dell'evasione agli altri settori «non evasivi») permette il delinearsi di una caratterizzazione della ragazza, che *può evadere* nel senso che, per tutto il resto del tempo, è impegnata in un lavoro quotidiano (studio o attività lavorativa). La sua vita, se cerca momenti di distensione, non è all'insegna dell'evasione ma, sottoposta a un impegno notevole (quello della sua crescita globale), ha bisogno di «estensioni della reazione [...] allo stress del lavoro quotidiano»: i giochi appunto, considerabili «reazioni sociali, collettive

rubriche dei giochi e dell'umorismo non manchino mai, con un'unica eccezione nel 1978. Questo dato indica la forza con cui i tratti inferibili caratterizzano l'immagine della giovane delineata.

²⁶ La posizione dei giochi e dell'umorismo, come quella di altri elementi costantemente presenti, non compare nei sommari-tipo (v. la nota apposta alla legenda, nella *tab. I, 1*).

²⁷ *Evasione*, in DEVOTO - OLI, *Il dizionario* 702.

all'impulso o all'azione principale di una cultura [...]. Sono inoltre re-
vulsivi, cioè modi di adattarsi allo *stress* delle azioni specializzate che si
manifestano in qualsiasi gruppo sociale». ²⁸ I giochi (e l'evasione), inol-
tre, interpretabili come modelli drammatici della vita psicologica, da
una parte aiutano l'individuo a liberarsi da tensioni particolari ²⁹ e, dal-
l'altra, «permettono di ritrovare l'integrità di quella persona che nel
mondo del lavoro quotidiano può utilizzare soltanto un piccolo settore
del proprio essere». ³⁰

Con la sua relativamente ampia presenza, lo spazio dell'evasione
sottolinea in modo emblematico due diversi aspetti di quella che è la
prima delle caratteristiche della ragazza delineata da *Primavera*: il suo
essere giovane. In quanto tale, infatti, è un soggetto sia impegnato nella
crescita, tempo dinamico e dispendioso di energie, sia desideroso di
spazi per sperimentare se stesso, in pienezza. In quest'ultimo senso,
l'evasione indica una prospettiva dinamica di apertura al plurale e al
diverso: trattandosi di una «categoria creatrice di senso» è, per eccel-
lenza, la categoria di chi è *giovane*. ³¹

3. Contenuti dello spazio delle rubriche

Passando a considerare lo spazio occupato dalle rubriche, si ricorda
come esso comprenda: la corrispondenza, lo spazio della partecipazio-
ne, la narrativa, le rubriche tipicamente femminili e, infine, le «varie»
(rubriche di altro tipo non classificabili tra quelle fin qui indicate).

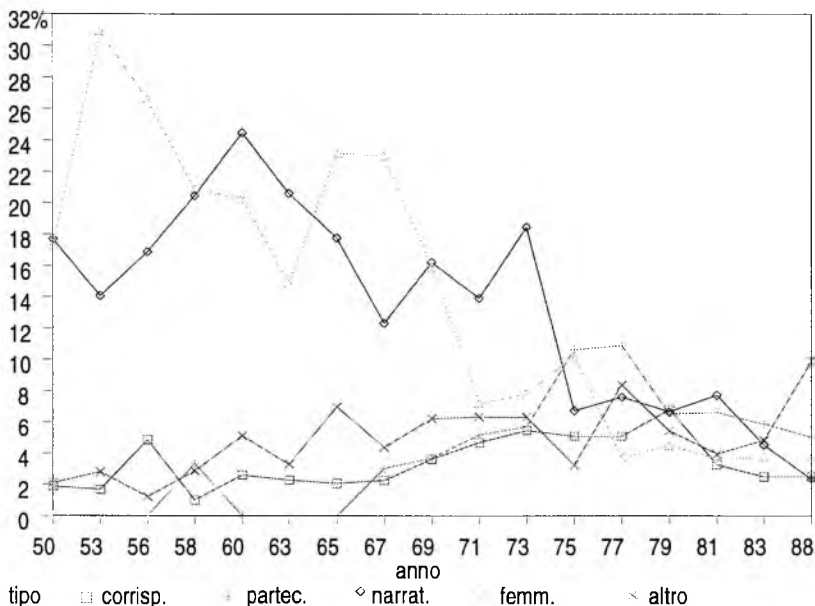
²⁸ MC LUHAN, *Gli strumenti* 244.

²⁹ *Ivi* 245.

³⁰ *Ivi* 243.

³¹ Cf VOLPI Domenico, *Didattica dell'umorismo*, Brescia, La Scuola 1983, 25.

Grafico 3 - Spazio delle rubriche



3.1. La corrispondenza

In questo ambito, la *corrispondenza* compare fin dagli inizi della pubblicazione di *Primavera*. Essa è costituita da:

– le *lettere alla redazione*:³² costantemente presenti, a eccezione dell'anno 1959: per lo più compaiono in una posizione che ne mette in rilievo l'importanza:³³ in apertura di rivista o nelle primissime pagine (nelle annate 1957-1958, 1961 e 1963-1978), oppure in posizione centrale (1953, 1955-1956 e 1981-1988), o almeno nella prima metà della rivista (1979-1980);

³² Dal 1963 tale rubrica viene denominata «Bruna ti risponde». Nell'annata 1979, si segnala la presenza anche di una seconda rubrica di corrispondenza indirizzata alla redazione.

³³ Una presenza delle lettere alla redazione in posizioni più secondarie (in fondo alla rivista, nelle annate 1950-1952 e 1962, o nella sua seconda parte, tra altre rubriche, nelle annate 1954 e 1960) è poco frequente.

– le *lettere al sacerdote*: presenti negli anni Settanta (1968-1979), anch'esse in una posizione di rilevanza (nella prima parte della rivista: o in apertura o verso una posizione centrale);³⁴

– le *lettere agli esperti*.³⁵

La superficie occupata complessivamente dalla corrispondenza è mediamente modesta (il 3,39%, appena un trentesimo della STS); registra tuttavia una sensibile crescita negli anni Settanta (con una percentuale media del 6,78% contro un 2,35% delle restanti annate).

Poiché le tematiche affrontate all'interno di questo spazio riguardano soprattutto la vita personale della giovane, l'analisi del contenuto delle lettere evidenzia due grossi nuclei tematici: innanzitutto, la percezione dei cambiamenti che avvengono nel mondo interiore della ragazza, cui fa seguito la necessità di comunicarli (v. vissuti di preoccupazione per il futuro, attenzione alle trasformazioni psicologiche, attrattiva per l'amicizia, simpatie, ecc.); in secondo luogo, il bisogno di protagonismo e di autonomia (v., a questo proposito, la necessità di un dialogo e di un confronto da attuare al di fuori della propria famiglia, con un'*amica*: «Bruna...»).

L'immagine delineata da questo ambito è, dunque, quella di una giovane che sta prendendo coscienza di sé, che vuole esprimere liberamente il proprio pensiero, costruire la propria identità e progettare il proprio avvenire. Il fatto che la ricerca delle occasioni di confronto avvenga *al di fuori* della famiglia rivela il suo bisogno di *uno spazio per sé*, desatellizzato nei confronti di essa.

3.2. Le rubriche di partecipazione

Accanto alla corrispondenza, si situano le *rubriche di partecipazione* la cui superficie media corrisponde globalmente al 6,05% della STS. Da un punto di vista quantitativo si registra, dopo una pressoché totale assenza iniziale,³⁶ una presenza modesta (pari al 3,36% nelle annate

³⁴ Una posizione secondaria delle lettere al sacerdote è rilevabile solo nelle annate 1968 (nelle ultime pagine) e 1979 (nella seconda metà della rivista, tra altre rubriche).

³⁵ La presenza delle lettere agli esperti è stata rilevata solo nell'annata 1966.

³⁶ Le rubriche di partecipazione compaiono saltuariamente nelle annate 1957-1958 e 1961, ma divengono costanti e assumono una fisionomia più precisa solo a partire dal 1967.

1958 e 1967-1969) e una successiva percentuale media del 7,06%, con una punta, nella seconda metà degli anni Settanta, del 9,37% (quasi un decimo della STS).

In questo gruppo di rubriche identifichiamo:

– *le foto delle lettrici*: si tratta di uno spazio presente soltanto a cavallo tra la fine degli anni Cinquanta e l'inizio degli anni Sessanta (nelle annate 1957-1958 e 1961); accompagnate da una breve didascalia, occupano il 3,34% della STS;

– *«Club Primavera»*: è una rubrica degli anni Settanta (1971-1973 e 1977-1978) che si propone l'obiettivo di creare *gruppo*, aggregazione fra le lettrici stesse: in media, le è riservato l'1,66% della STS;

– *«Antenna»*: la rubrica offre ai lettori uno spazio per richieste, appelli, scambi, ecc.; è presente a partire dal 1971 (con la sola interruzione del 1972), su una superficie media dell'1,34%;

– *le poesie*: questa rubrica, costantemente presente a partire dal 1974 (con l'1,62% della STS), nasce dalla trasformazione di un'altra precedente che riportava interventi di tipo diverso da parte del pubblico; ora vengono selezionati in maniera specifica quelli espressi in forma poetica, come frutto di una creazione capace di partecipare sentimenti e suscitare emozioni;

– *le rubriche di partecipazione* in senso stretto: compaiono a partire dal 1967, estendendosi su una superficie media del 3,62% della STS, e sono destinate alla comunicazione di esperienze (personali o di gruppo), alla discussione relativa a problematiche varie, al dialogo genitori-figli, ecc.

Rilevante risulta anche la posizione di questo gruppo di rubriche: nella prima parte della rivista,³⁷ generalmente in posizione centrale³⁸ (a ridosso del *dossier*, assieme alla corrispondenza).

Le rubriche di partecipazione costituiscono uno spazio relativamente recente nella vita di *Primavera*: a partire dal 1967, appunto. Il loro inserimento nella struttura della rivista va messo in relazione, da un lato, con la comparsa dell'editoriale e del *poster* (nel 1973) e, dall'altro,

³⁷ Come eccezione al criterio rilevato si hanno alcune presenze nella seconda parte della rivista: le poesie (negli anni 1979-1983 e 1985-1988) ma in posizione ancora centrale, a ridosso del *poster*; «Antenna» (nelle annate 1971, 1973-1974 e 1983); rubriche di partecipazione (1969-1970); «Club Primavera» (1971).

³⁸ Alcune eccezioni (negli anni 1972-1973 e 1978-1979), con una posizione in apertura di rivista, indicano una rilevanza delle rubriche di partecipazione anche maggiore.

con la crescita negli anni Settanta della superficie riservata alla corrispondenza (con il 6,78% della STS contro il 2,35% del restante arco di tempo). Da una parte, perciò, sono da porre in relazione con l'immagine di una ragazza che sta cambiando rispetto a quella del periodo anche solo immediatamente precedente e che presenta, pertanto, esigenze diverse (v. la maggiore familiarità con il linguaggio simbolico-iconico); dall'altra, è evidente che corrispondenza e rubriche di partecipazione sono un fenomeno che si manifesta come tipicamente proprio degli anni Settanta.³⁹

La posizione di entrambe le rubriche, inoltre, è tale da costituire frequentemente un'unità, un blocco compatto all'interno della rivista: quasi il ritagliarsi di un'*isola* al centro di molti altri interessi. Viene così confermata la necessità, già osservata a proposito della corrispondenza, di fornire al destinatario *uno spazio per sé*: un'opportunità di autonomia e di protagonismo e, contemporaneamente, di condivisione e di *partecipazione*. È lo spazio del *gruppo*.

Questa lettura è suffragata dalla stessa denominazione di una rubrica di partecipazione, «*Club Primavera*»: ⁴⁰ quasi la personificazione del gruppo e dell'esigenza che la ragazza *si faccia* – a sua volta – *gruppo* in uno spazio inteso come luogo di un'ulteriore socializzazione, rispetto a quella primaria della famiglia. Nei confronti del ventennio precedente, si coglie il passaggio, per la ragazza delineata da *Primavera*, da un tipo di trasmissione di tipo verticale dei modelli culturali a una di tipo orizzontale, in cui prevale l'interazione tra pari e si rende possibile la produzione di contenuti nuovi. La rivista, in altri termini, sembra progettare per il proprio lettore la scoperta di un ruolo più attivo e protagonista nell'assunzione di responsabilità e, contemporaneamente, sembra favorire la costruzione di un'identità personale e sociale.⁴¹

Il protagonismo è evidente in «*Antenna*», la rubrica dei nuovi biso-

³⁹ Dopo gli anni Settanta, la percentuale media della superficie della corrispondenza e delle rubriche di partecipazione ha subito una riduzione (al 2,5%, per la prima, e dal 9,37% del 1975-1979 al 5,44%, per le seconde). Ciò nonostante non si tratta di un fenomeno "datato" (esclusivo degli anni Settanta). Esso indica, piuttosto, un tratto della giovane inizialmente manifestatosi sotto le spinte del rapido mutamento socio-culturale e, in seguito, ridimensionato entro un equilibrio più globale.

⁴⁰ A proposito di «*Club Primavera*», spazio caratteristico degli anni Settanta, cf lo spettro delle rubriche di partecipazione a p. 121.

⁴¹ Cf DE NICOLÒ Giancarlo, *Il preadolescente in una società complessa*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza*, soprattutto pp. 24-25 e 34.

gni-interessi: la rubrica del *fare insieme*, della dimensione operativa (v. ricerche di materiale, scambi, ecc.) ma anche dell'*amicizia*, della dimensione affettivo-relazionale (*pen-friends*).⁴² Quest'ultima dimensione esplode nella rubrica delle *poesie* dove si delinea il profilo di una ragazza con un suo mondo interiore, un campo psicologico che si sta dilatando e che la spinge a strutturare contenuti emotivo-affettivi, a sollecitare la fantasia e a elaborare schemi di espressione di sé personalizzati.

Dopo il gruppo *operativo* («Antenna») e quello *espressivo* (poesie), la ragazza rappresentata da *Primavera* trova uno spazio di protagonismo anche in un gruppo *formativo*: le *rubriche di partecipazione*, in senso stretto. In questo ambito la ragazza si caratterizza per la possibilità di:

- autonomia intellettuale: esprime con libertà le proprie idee e le confronta con quelle degli altri; fa esperienza della propria crescita intellettuale ed esercita la propria capacità logico-critica attorno a problemi reali e realmente avvertiti;⁴³

- autonomia etica e religiosa: prende coscienza di ciò che conta nella propria vita e, nell'esperienza concreta della condivisione con altri, interiorizza i valori, lasciando emergere un primo riferimento assiologico più personalizzato;⁴⁴

- autonomia personale (almeno a un livello di primi indizi): trova uno spazio per il dialogo con i genitori, conciliando due opposte tendenze compresenti: da una parte, continuare ad avvalorare le figure dei genitori come supporto per la propria crescita e, dall'altra, sganciarsi dalla propria famiglia in una sempre maggiore assunzione di autonomia.⁴⁵

In sintesi, durante gli anni Settanta, con le rubriche di partecipazione si è assistito al configurarsi di un'immagine di ragazza rappresentata nella rivista *Primavera*, che:

- manifesta una progressiva crescita di sensibilità verso la *dimensione sociale*,⁴⁶ inferibile sia dall'emergere di un più forte bisogno di auto-

⁴² Cf *ivi* 30-31. Cf anche LANZONI - FERRAROLI, *Socializzazione* 82-83.

⁴³ Cf DELPIANO Mario, *Modelli di religiosità*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza* 155.

⁴⁴ *L. cit.*

⁴⁵ Cf FONTANA Umberto, *Il preadolescente e la famiglia*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza* 187-188.

⁴⁶ Per socializzazione s'intende «l'insieme dei processi mediante i quali un individuo impara a diventare membro della società; è, se si vuole, l'imposizione di

nomia (dalla famiglia) e di protagonismo (v. il *fare gruppo*) che dal passaggio da una socializzazione di tipo verticale a una orizzontale;⁴⁷

– vive intensamente al livello della dimensione *affettivo-relazionale*, fenomeno rilevabile dall'«accentuarsi dell'attenzione [...] alla relazionalità intersoggettiva [...] accogliente [e] rassicurante [...] e dal] prevalere della dimensione emotiva»⁴⁸ (dimensioni caratterizzanti gli spazi riservati sia alle rubriche dei *pen-friends* e della poesia che a quelle costituitesi attorno al nucleo centrale del *fare gruppo*).

La rivista, dunque, mediante lo spazio della partecipazione delinea l'immagine di una ragazza a cui viene riconosciuto un ruolo di protagonismo e di partecipazione e sono offerte, all'interno della rivista stessa, le condizioni per un suo forte coinvolgimento. Si tratta delle stesse caratteristiche riscontrabili nello spettatore televisivo, in quanto «l'immagine televisiva esige una partecipazione immediata [...] e non tollera indugi».⁴⁹ Quello della partecipazione sarebbe, dunque, uno spazio addebitabile, più o meno direttamente, al già notato *relativizzarsi* della rivista *Primavera* alla televisione; ne emerge l'immagine di una giovane con esigenze tipiche di un pubblico giovanile ormai ampiamente condizionato dall'esposizione al *medium* televisivo. A partire dagli anni Settanta, quindi, anche il profilo della ragazza di *Primavera* si ritrova nella sintesi di M. Mc Luhan: «I giovani che hanno vissuto un decennio di TV ne hanno automaticamente assorbito un impulso al coinvolgimento in profondità che fa loro apparire tutti i lontani obiettivi visualizzati della cultura dominante non solo irreali ma irrilevanti e non solo

modelli sociali sul comportamento. [...] È la garanzia [...] della possibilità che una società trasmetta il patrimonio culturale accumulato nel tempo; ma è anche la garanzia dell'esperienza sociale dell'individuo stesso, anzi è fondamentale alla base della formazione della sua identità, personale e sociale» (DE NICOLÒ, *Il pre-adolescente* 27).

⁴⁷ A proposito degli aspetti psichici dei *mass-media* e, in particolare, della televisione, cf l'analisi condotta da M. Mc Luhan. Secondo questo Autore, i *media* freddi «ritribalizzano» la comunità, ossia «rendono agli individui, progressivamente raggruppati, il senso dell'interdipendenza e dell'interrelazione degli uomini fra di loro [...] e] ispirano loro il sentimento della "grande famiglia umana" o del "Villaggio globale". La televisione, fra tutti i *media*, sembra agire più efficacemente in questo senso» (MC LUHAN Marshall, *Dall'occhio all'orecchio*, a cura di Gianpiero Gamaleri, Roma, Armando 1982, 21. Si tratta della traduzione di scritti inglesi e scritti francesi di M. Mc Luhan, raccolti in una edizione apparsa in Canada).

⁴⁸ DELPIANO, *Modelli* 154-155.

⁴⁹ MC LUHAN, *Gli strumenti* 338.

irrilevanti ma anemici. È il coinvolgimento totale in una contemporaneità onnicomprensiva che, attraverso l'immagine a mosaico della TV, s'instaura nella vita dei giovani. [...] Il bimbo-TV non può guardare avanti perché ha bisogno di sentirsi coinvolto e non può quindi accettare un obiettivo o un destino frammentario e puramente visualizzato né nella cultura né nella vita».⁵⁰

3.3. *La narrativa*

Dopo lo spazio della corrispondenza e delle rubriche di partecipazione, passiamo ora a considerare quello della *narrativa* che, in un primo tempo (1950-1973), riveste una rilevanza notevole, occupando quasi un quinto della STS (con una percentuale media pari al 17,55%, un minimo del 12,31% nel 1967 e un picco pari al 24,48% nel 1960). Successivamente (1975-1988), però, subisce una contrazione repentina (del 12% tra il 1973 e il 1975), limitando la propria superficie media al 5,94%. A una lettura più attenta, tuttavia, la percentuale media risulta del 7,19% nel periodo 1975-1981 e viene ridotta ulteriormente al 3,44% nel periodo 1983-1988 (con appena un 2,34% nel 1988).

Anche la quantità numerica delle proposte di narrativa all'interno della stessa pubblicazione ne conferma sia l'acme attorno al 1960 (nel periodo 1957-1962 se ne contano cinque/sei per numero) che il successivo declino, decisamente accentuato negli anni Ottanta (dopo il 1981, sono due al massimo).

Fino al 1967 la posizione di questo tipo di rubriche è molto variabile: esse sono sparse un po' ovunque, a intervallare in modo irregolare gli altri spazi. Manifestano, tuttavia, una certa tendenza a condensarsi nella prima parte della rivista, elemento indicativo dell'importanza che viene accordata loro.⁵¹ Dal 1968, invece, si collocano nella seconda parte della pubblicazione, in una posizione di minore preminenza.⁵²

Nel complesso, l'analisi del contenuto fin qui condotta mette in evidenza, almeno fino ai primi anni Settanta, l'immagine di una ragazza

⁵⁰ *Ivi* 349.

⁵¹ La posizione della narrativa nella prima parte della rivista è particolarmente evidente nelle annate 1952, 1954 e, a riconferma della sua significatività attorno al 1960, negli anni 1958-1962.

⁵² Eccezionalmente si trovano nella prima parte una rubrica di biografia (nel 1969), una pagina di diario (nel 1973), e un fumetto (nel 1980).

connotabile come bisognosa di *evasione* e di spazi per la fantasia. Nel periodo successivo (1975-1988), il tratto del profilo della giovane relativo a questa particolare prospettiva (il bisogno di *evasione*) risulta molto ridimensionato (per la quantità di spazio accordato; v., a questo proposito, i dati sopra riferiti, con particolare attenzione al rapporto delle percentuali medie dello spazio riservato alla narrativa nel periodo 1950-1973 e negli anni 1975-1988, rapporto di 1 : 2,94). La funzione primaria della narrativa sarebbe, infatti, l'*evasione*⁵³ e anche qualora la vicenda sia ambientata in un contesto dai connotati realistici, il lettore, identificandosi con i personaggi, esce dalla propria realtà contingente.

Tuttavia, in una interpretazione che in qualche modo tenga presenti anche gli elementi riscontrati nei settori precedenti, la ragazza rappresentata dalla rivista negli anni Cinquanta-Sessanta ha a disposizione un numero inferiore di possibilità di *evasione* rispetto a quella del periodo successivo.⁵⁴ Ciò la porterebbe a ricercare nella lettura della sua rivista anche forme e soluzioni di tipo evasivo.

⁵³ «La narrativa [...] si collega alla funzione sociale [...] identificabile nell'«evasione»» (PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 43-44).

⁵⁴ L'ipotesi di una minore possibilità di *evasione* da parte della ragazza degli anni Cinquanta-Sessanta è suffragata, a livello della rivista, dalla considerazione della quantità e tipologia delle rubriche tipicamente femminili presenti nei due periodi posti ora a confronto. Queste (e le successive) affermazioni sono convalidate anche a livello sociologico. A questo proposito, tra altri possibili Autori, cf ALBERONI Francesco, *Lo spettacolo nel tempo libero dei giovani*, in *I giovani e lo spettacolo*, Milano, Vita e Pensiero 1962): «Alcune zone altamente industrializzate sono caratterizzate [...] da un certo *benessere economico* e sociale o almeno da discrete prospettive di benessere. I consumi si sono espansi e tendono a espandersi ancora di più: i giovani in parte sono, e in maggior misura tendono a diventare, dei *forti consumatori*. Tutto ciò non esisteva quando questi giovani erano bambini [ossia per i giovani della generazione immediatamente precedente]. Allora l'equilibrio sociale appariva precario, le prospettive economiche poco buone [...]. La socializzazione di questi giovani è avvenuta a opera di genitori che vivevano in questa società. Essi perciò sono stati socializzati [...] in vista di] una società povera, instabile, piena di promesse remote o di minacce. Poi è avvenuto il grande cambiamento. Raggiunta la giovinezza essi trovano una società che è migliore di quella anticipata e per la quale sono stati formati, meno povera, più generosa [...]. Gli aumentati contatti culturali e l'aumento del reddito hanno prodotto un aumento del bisogno di informazioni [...]; queste a loro volta hanno indotto *nuovi bisogni* e provocato la richiesta di *nuovi beni, primi fra tutti lo spettacolo* che permette di vivere fantasmaticamente in modo doizioso. Non è lo spettacolo tradizionale che viene richiesto, ma quello che è più direttamente *espressione della civiltà del benessere* [...]. La televisione con i suoi spettacoli fastosi ed ottimistici [...], con i suoi divi umani e familiari, ma anche

Per contro, nei due decenni successivi (anni Settanta-Ottanta) la rivista delinea l'immagine di una ragazza alla quale non manca la possibilità di scegliere tra offerte di carattere diverso. Tra queste figurano le proposte che provengono dal mezzo di comunicazione che va assumendo (e, per certi aspetti, ha già assunto) un ruolo preminente: la televisione. In questo periodo sotto la spinta di una generale situazione di concorrenza e di moltiplicazione dell'offerta complessiva, mai conosciuta in Italia fino a questo momento, la televisione aumenta a dismisura la proposta di programmi, soprattutto di tipo evasivo.⁵⁵ Inoltre, a sminuire ulteriormente il valore dello spazio della narrativa, si è già visto che per la prima volta il giovane può disporre di reali *spazi per sé* (tra cui anche uno spazio fisico). Cresce, nello stesso tempo, l'importanza attribuita al gruppo (reale, ma anche simbolico) e, con esso, l'importanza di sentirsi "*parte di...*" e di "*identificarsi con...*".

Si è di fronte, ancora una volta, alla contrapposizione di due diverse logiche (logico-verbale e simbolico-iconica). Da una parte, è delineata l'immagine di una giovane che ama la lettura e il seguire analiticamente una vicenda; è pure capace di un'integrazione fantastica degli elementi della descrizione; dall'altra, invece, emerge quella di una ragazza che preferisce i *flash* brevi, sincreticamente descrittivi e il narrativo della televisione, già formalmente configurato, più direttivo e meno adeguato a stimolare la creatività.

Queste considerazioni conclusive trovano una conferma nell'analisi della tipologia delle rubriche di narrativa, comprendente:

– il *racconto*: con una presenza (del 4,15% della STS) che resta costante durante tutto l'arco di tempo considerato,⁵⁶ è stata l'unica di questo gruppo di rubriche a non risentire della crisi: la sua struttura

ricchissimi e felici [...] ha avuto ed ha un ruolo fondamentale in questo campo, ma non è la sola. La stampa, soprattutto periodica, riprende questi temi, offre [...] la vita privata dei divi i quali in tal modo continuano la loro vita spettacolare ed esemplare e finiscono per costituire il centro di una comunità quasi reale a interazione stellare e sbilanciata, ma fondamentale per la formazione di una comune risonanza culturale» (*ivi* 19-23. Le sottolineature sono nostre).

⁵⁵ «I ragazzi imparano ben presto a seguire i programmi di "maggiore successo", quelli già destinati [...] a raggiungere i più alti livelli di *audience* [...]. L'interesse [...] si orienta in modo inequivocabile verso i contenuti più evasivi e, in particolare, per i programmi di *fiction*, quelli di varietà, i giochi e i *quiz*» (FERRERO, *Mass-media* 221).

⁵⁶ Il racconto è assente, eccezionalmente, nelle annate 1956, 1963-1964, 1966, 1969 e 1975-1976.

narrativa è, forse, più vicina a quella adottata anche dal linguaggio televisivo;⁵⁷

– il *racconto a puntate*: è presente (con il 4,58% della STS) fino alla metà degli anni Settanta (dal 1953 fino al 1976, con una sospensione negli anni 1966-1970 e 1973-1974): questo spazio suggerisce tratti di personalità (quali la capacità di guardare in prospettiva e di progettare in relazione a tempi lunghi, per esempio) che sono invece assenti nella ragazza del successivo periodo della pervasione televisiva, una giovane che «non può guardare avanti»;⁵⁸

– il *racconto umoristico*: compare nella seconda metà degli anni Cinquanta (1955-1957 e 1959-1960, con il 2,99% della STS); si tratta di uno spazio che, quanto a significato, va accostato a quello dell'evasione: entrambi caratterizzano, infatti, l'immagine di una ragazza equilibrata, divisa tra impegno e *relax*;⁵⁹

– il *racconto per bambini*: si tratta di un'altra rubrica della seconda metà degli anni Cinquanta (soprattutto degli anni 1954, 1958-1959 e 1961, quando occupa una percentuale media del 2,38% della STS): delinea l'immagine di una ragazza inserita in una famiglia abbastanza

⁵⁷ Negli audiovisivi l'assenza della possibilità di commentare il passato «attraverso il filtro della narrazione», scegliendo opportune forme temporali dei verbi, «spinge a riversare tutti i contenuti dell'enunciato sul versante della narrazione, che si attua in una mostra al presente dell'oggettualità dinamica destinata a significare [...]. Nella rappresentazione audiovisiva [...] il soggetto dell'enunciazione è istituzionalmente spinto a raccontare e a trasformare in racconto anche le esperienze del proprio passato, per farle accedere a un funzionale e riconosciuto-legittimato livello di comunicazione. [...] Quando il discorso verbale si riduce all'illustrazione-presentazione di fatti (riassunti narrativi, didascalie, progetti o descrizioni di "visualizzazioni", ecc.) abbandona i tempi del racconto, nonostante si trovi alle prese con strutture narrative, e sceglie l'atemporalità di un ambiguo presente» (BETETINI, *Tempo del senso. La logica temporale dei testi audiovisivi*, Milano, Bompiani 1979, 102-105). Il racconto *tout court* è, fra le diverse forme narrative rintracciabili nella rivista *Primavera*, quella che più facilmente, oltre che nel modo più semplice, si avvicina a questa logica narrativa dell'audiovisivo.

⁵⁸ MC LUHAN, *Gli strumenti* 346. È significativa la sospensione del racconto a puntate non molto tempo dopo i primi segnali dell'influenza della televisione sulla rivista *Primavera*.

⁵⁹ La considerazione, di una ragazza equilibrata, divisa tra impegno e *relax*, poggia sulla vicinanza (relativa alla funzione svolta) tra il racconto umoristico e lo spazio specificatamente classificato come di evasione e, quindi, nel rimando dal concetto di *evasione*, inteso come rottura della monotonia quotidiana, a quello di *quotidiano*, inteso come *impegno* (a questo proposito, cf la parte relativa allo spazio dell'evasione, in *Contenuti dello spazio delle «varie»*, p. 117).

numerosa e, quindi, capace di relazionarsi a eventuali bambini più piccoli (con una funzione di affiancamento della madre);

– la *novella*: compare fino al 1969 (a esclusione degli anni 1953-1955, 1963 e 1965-1968), con una superficie media pari al 5,77% della STS: rispecchia l'organizzazione narrativa della favola,⁶⁰ compreso l'obbligato lieto fine; tra le rubriche di questo gruppo, è quella che più facilmente proietta, sull'immagine della giovane inferita, le connotazioni del sogno e dell'evasione sentimentale;

– il *condensato*: frequente nel periodo 1963-1971, occupa uno spazio relativamente ampio (il 7,97% della STS): è costituito dal riassunto, a puntate, di libri di narrativa e suggerisce, pertanto, oltre alla passione per la lettura, anche protratta, una logica di tipo analitico-verbale;

– la *biografia*: fino al 1969 è una rubrica fissa (manca solo nelle annate 1966 e 1968), che occupa una superficie media pari al 4,77% della STS; negli anni Settanta (dal 1971 al 1980, oltre che nel 1966-1968) è stata sostituita dal *diario* (con il 2,19% della STS): sia la biografia che il diario elaborano dei modelli nei confronti dei quali è facile prevedere che la ragazza attui un processo di identificazione-immedesimazione («essere come...»);⁶¹

– il *fumetto*: compare (escluse le annate 1972, 1975, 1979 e 1983) dal 1971 al 1984 (con il 4,75% della STS): esso rimanda, ancora una volta, a una forma di comunicazione in cui la struttura narrativa si esprime attraverso un linguaggio iconico in simbiosi con quello verbale.

3.4. *Le rubriche tipicamente femminili*

L'analisi delle rubriche tipicamente femminili permette inferenze particolarmente significative per quanto riguarda l'immagine della gio-

⁶⁰ Cf lo schema organizzativo della favola, secondo PROPP Vladimir Jakovlevic, *Morfologija skazki. Voprosy poetiki*, Leningrado, 1928 (trad. it., *Morfologia della fiaba*, Torino, Einaudi 1966): a) esordio e situazione iniziale; b) azione del protagonista; c) intervento dell'antagonista; d) danneggiamento; e) intervento dei donatori; f) azione del protagonista; g) sconfitta dell'antagonista; h) vittoria finale.

⁶¹ I modelli proposti dalla narrativa dei rotocalchi sono, generalmente, stereotipati e ricorrenti. Tuttavia considerando gli obiettivi educativo-formativi della rivista *Primavera*, tali connotazioni possono essere attribuite ai modelli presentati nelle sue pagine solo dopo un'analisi qualitativa più puntuale. Si potrebbe infatti ipotizzare che la rivista tenda piuttosto a proporre modelli *alternativi* (non massificanti) e stimolanti la promozione della personalità della giovane.

vane rappresentata nella rivista *Primavera*. Negli anni Cinquanta e Sessanta esse hanno un'incidenza notevole sulla composizione della rivista, ottenendo oltre un quinto della STS: la percentuale media della superficie occupata è pari al 21,45%, con una punta massima del 30,90% nel 1953 e un minimo del 14,86% nel 1963. Successivamente, lo spazio riservato a esse si riduce, prima fino a una percentuale media dell'8,43% (nel periodo 1971-1975) e poi ad appena il 3,87% della STS (con un calo, dal 1975 al 1977, del 6,53%).

Anche in questo caso la quantità numerica delle proposte all'interno dello stesso numero di pubblicazione conferma sia la punta massima dell'espansione nel periodo 1953-1961 (con cinque, sei proposte) sia la loro massima contrazione negli anni 1977-1988 (con due, tre proposte, solo talora quattro).

Si può notare (v. *tab. n. 12*, presentata di seguito) un andamento evolutivo delle rubriche femminili parallelo a quello della narrativa, con una decrescita posticipata di alcuni anni (da tre/quattro a sei) a favore di queste ultime.

Tab. 12 - *Comparazione delle superfici della rivista Primavera occupate dalla narrativa e dalle rubriche femminili*

Narrativa		Rubriche femminili	
Anni	percentuale	percentuale	Anni
fino al '73	17,55	21,45	fino al '69
1975-81	7,19	8,43	1971-75
1983-88	3,44	3,87	1977-88

La tabella rende evidente una contrapposizione tra gli interessi della ragazza delineata dalla rivista negli anni Cinquanta-Sessanta e quella degli anni Ottanta. Questi due momenti estremi sono mediati dal periodo degli anni Settanta che, però, evidenziano già un cambiamento di tipo innovativo.

Le rubriche femminili rimandano soprattutto al ruolo tipico affidato alla donna (quello di sposa e di madre) che la pone in relazione con la casa e con la famiglia. Nel primo periodo (anni Cinquanta e Sessanta), allora, la rivista delinea l'immagine di una ragazza per la quale è preponderante un ruolo tipicamente tradizionale. Successivamente es-

so sembra venire ridimensionato all'interno di una visione più ampia che si mostra maggiormente aperta all'ambito extra-familiare.⁶² Si è così di fronte all'immagine di una giovane cui il modello di donna elaborato in precedenza risulta insufficiente e inadeguato. Essa, infatti, tende a non riconoscersi più (o almeno in misura molto minore) legata alla casa e ai suoi significati (è emblematica, a questo proposito, la riduzione anche dello spazio della narrativa, un interesse del tempo libero tipicamente *casalingo*, nel senso di «legato alla casa».)⁶³

In questo modo l'evoluzione dello spazio delle rubriche femminili riconferma un tratto della giovane già emerso nell'analisi delle rubriche di partecipazione, quello relativo al fenomeno della desatellizzazione dalla famiglia e della ricerca di uno spazio per sé, da condividere con il gruppo, nuova entità di riferimento.

Nei primi venti anni della sua pubblicazione, dunque, *Primavera* ci rimanda l'immagine di una ragazza che presta un aiuto in famiglia, come forma di corresponsabilità e di riconoscimento della propria maturità e della propria capacità di *fare cose da grandi*, anticipando così il proprio inserimento nella vita adulta. Inoltre, nel frequente contatto con la madre, essa facilmente matura un processo di identificazione con questa figura materna. L'immagine di questa giovane si adegua, quindi, al ruolo socio-culturale tradizionale per la donna, che la rivista, da parte sua, ha rinforzato e soprattutto, almeno in un primo momento, valutato in modo assai positivo (cf per esempio la posizione avanzata – nella prima metà della rivista – assegnata alle rubriche femminili nel 1950).

In seguito l'aiuto domestico diventa irrilevante, o perché non richiesto o perché non colto dalla ragazza come congruente al proprio

⁶² Come si vedrà meglio in seguito (v. l'analisi dello spazio dell'«attualità - cultura generale») la rivista tende, fin dall'inizio, ad aprirsi verso orizzonti più ampi dell'ambito familiare. Il condizionamento del modello tradizionale di donna, tuttavia, era molto pesante (v. lo spazio delle rubriche femminili e della narrativa, appunto) e rischiava di rendere tale apertura poco significativa.

⁶³ Le considerazioni sono inferite sulla base dei dati ricavati dall'analisi quantitativa, all'interno della quale, tuttavia, sono già riconoscibili elementi di tipo qualitativo (la tipologia dei contenuti, classificati secondo le categorie/sottocategorie dello schema-base, per esempio, per la quale v. *tab. I, 1-1, 8*). Sono questi ultimi che permettono di riconoscere due diversi modelli di giovane donna: quella tradizionale, del *privato* (v., soprattutto, lo spazio riservato alle rubriche tipicamente femminili e alla narrativa) e quella più proiettata nell'ambito sociale, *pubblico* (v. lo spazio riservato alle rubriche della partecipazione o, più avanti, all'attualità).

modello d'identificazione (v. il fenomeno dell'allontanamento da un modello materno, legato soprattutto al ruolo domestico, e della preferenza per modelli propositivi di un ruolo nuovo, socialmente più prestigioso e gratificante).⁶⁴ E se l'identificazione con la figura materna continua a permanere, certo si attua nei confronti non del ruolo, ma dei tratti di personalità non stereotipati e, piuttosto, corrispondenti a un proprio e specifico modo d'essere come persona.⁶⁵

A questo proposito può risultare un elemento significativo la considerazione della posizione occupata dalle rubriche femminili: fino al 1970 tendono a formare un blocco compatto e, più tardi, a disperdersi tra le altre rubriche. Restano comunque sempre nella seconda parte della rivista (a esclusione della prima annata, quando si trovano nella prima metà della pubblicazione) con la tendenza anche a slittare verso le ultime pagine, subito prima dei giochi. Il fatto che non solo *perdano* la precedente posizione avanzata, ma passino anche dal blocco compatto alla dispersione tra altre rubriche suggerisce che si è verificato un mutamento del loro carattere e della loro funzione: da rubriche propriamente *femminili* tendono a trasformarsi in interventi qualsiasi, non necessariamente mirati sulle tematiche della donna-casa o della donna-sposa e madre. L'analisi rileva che esse sono diventate semplici rubriche di interessi vari, alcuni fra i tanti possibili. Inoltre, la scomparsa di alcune di queste rubriche e il ridimensionamento di altre possono essere due elementi significativi dell'acquisizione di una maggiore indipendenza della donna che, più libera di allontanarsi dalla casa, è ora capace di allargare i propri interessi verso ambiti nuovi e diversi (socio-politico, sportivo, musicale, ecc.) da quelli a lei tradizionalmente attribuiti.

A questo proposito si ritiene utile fornire lo spettro della tipologia delle rubriche tipicamente femminili. Esso comprende diversi settori, quali:

- *cucina*: l'unica rubrica fissa di questo gruppo (a eccezione degli anni 1957, 1964, 1974, 1981 e 1985), occupa una superficie media del 2,19% della STS;

- *moda*: si tratta di una rubrica che, pur presentando alcune inter-

⁶⁴ Cf ROSSI Maria - COLOMBO Antonia, *Identità e ruolo psicosessuale*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza* 136.

⁶⁵ L'ipotesi di una «maggior difficoltà da parte della ragazze di assumere un ruolo stereotipato» sembra essere avvalorata anche dalla già citata ricerca nazionale COSPES sulla pre-adolescenza (*l. cit.*).

ruzioni,⁶⁶ interessa tutto l'arco di tempo considerato, con una superficie media del 4,98%: questo settore indica l'interesse per il modo in cui la ragazza è chiamata a presentarsi davanti agli altri e segnala, pertanto, un'assegnazione d'importanza al giudizio al quale potrebbe essere sottoposta;

– *casa*: è presente soltanto fino al 1960,⁶⁷ con una percentuale media del 2,44%: la sua scomparsa sottolinea la maturazione della tendenza ad allontanarsi (come interessamento pratico, oltre che emotivo, affettivo e fisico) dall'ambiente della fanciullezza;

– *cucito*: compare in modo costante fino al 1971 (e poi ancora negli anni 1973, 1975 e 1978), con una percentuale media del 5,59%; a questo spazio si affiancano le rubriche del *ricamo* (nelle annate 1953 e 1955-1966, con un 2,89% della STS) e della *maglia* (apparsa solo saltuariamente, negli anni 1955, 1957, 1961-64, 1966 e 1968): a favore della ragazza dei primi venti anni di pubblicazione della rivista emergono tratti che affermano abilità e competenze nel lavoro manuale;

– *bricolage*: si tratta di una rubrica soprattutto degli anni Settanta-Ottanta (non compare solo nelle annate 1973-1974, 1980 e 1987-1988, mentre in precedenza era stata presente negli anni 1958-1960 e 1967), assieme alle pagine sulla *bellezza* (1967, 1971-1977, 1981-1986 e 1988): le due rubriche, così diverse per contenuti, sottolineano, l'una, il bisogno di esprimere le proprie abilità e di sviluppare la propria operatività, e l'altra, l'importanza nuova attribuita alla cura estetica nei confronti del proprio corpo e del proprio aspetto.

3.5. *Rubriche di altro tipo*

Anche per quanto riguarda l'andamento generale delle *rubriche di altro tipo* si possono individuare due fasi temporali: la prima arriva fino al 1963 (periodo in cui la media di STS occupata è pari al 2,91%) e la seconda si estende dal 1965 al 1988 (con una media del 6% della STS). L'andamento evolutivo di questo gruppo di rubriche, tuttavia, è ancora più complesso: si registrano, infatti, momenti di lievitazione già nella

⁶⁶ La rubrica della moda è assente negli anni 1962-1964, 1966, 1968 e 1976-1979.

⁶⁷ La rubrica dedicata alla casa è assente negli anni 1950-1951 e ricompare, in seguito, nel 1967 e 1969-1970.

prima delle due fasi individuate (fino al 5,13% della STS, nel 1960) e periodi di contrazione che si protraggono anche nella seconda (come negli anni 1975 e 1981, con rispettivamente il 3,23% e il 3,95% della STS). Inoltre il 1988 presenta un fenomeno nuovo (quantitativamente e, di riflesso, anche qualitativamente): la percentuale dello spazio riservato a queste rubriche, infatti, registra un picco che raggiunge il 9,91% della STS, con un incremento del 5,07% rispetto al 1983.

L'andamento della quantità numerica delle proposte all'interno dello stesso numero di pubblicazione, indice di varietà tipologica, oltre a confermare questi dati,⁶⁸ evidenzia come la crescita registrata negli anni Sessanta al livello della superficie percentuale occupata non sia stata accompagnata da un analogo incremento sul piano qualitativo, ossia della varietà nella tipologia delle rubriche. L'incremento si è, pertanto, esaurito in un ampliamento della superficie riservata a quelle già esistenti. La moltiplicazione degli interessi caratterizza, invece, il periodo successivo (1969-1971), già indicato come quello di maggior trasformazione della rivista: la varietà delle proposte all'interno dello stesso numero di pubblicazione sale a sei. Il fenomeno si ripete anche nel 1981 e nel periodo 1985-1988, fino alle otto diverse proposte del 1988.

Il dato della moltiplicazione degli interessi viene a confermare l'immagine di una ragazza, rappresentata nella rivista, considerata nella sua complessità di persona aperta a una molteplicità di dimensioni e di possibilità,⁶⁹ una ragazza inserita e non avulsa dalla società del suo

⁶⁸ Le percentuali sopra riportate si riferiscono allo spazio occupato dalle rubriche di altre tipo, non alla quantità numerica delle proposte.

⁶⁹ Per quanto riguarda l'immagine della ragazza connotata dalla complessità, cf quanto già detto a proposito della *composizione* della rivista, p. 111. Si usa il concetto di «complessità» per caratterizzare l'immagine della ragazza delineata in *c* da *Primavera* in quanto in essa si riconoscono due dimensioni:

(a) quella della persona *tout court*, innanzitutto: si fa riferimento, in questo caso, a quella «identità complessa» che all'individuo è possibile raggiungere «solo attraverso un superamento diffuso delle relazioni infantili» (cf TONOLO Giorgio, *Esiste la preadolescenza?*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza* 272), identità contrapposibile a quella ricalcata su dei modelli stereotipati;

(b) quella della persona cui «la società oggi offre la ricchezza di molteplici possibilità, il più delle volte avvertite soggettivamente. [In questo secondo caso] ci riferiamo [...] alle condizioni di vita che si aprono a nuovi interessi e occasioni, alla pluralità di possibili scelte, alla molteplicità di appartenenze e di modelli di identificazione [...], alla possibilità di sperimentare nuovi ruoli» (DE NICOLO, *Il preadolescente* 25).

Il concetto di ragazza *complessa* viene così a contrapporsi, innanzitutto, ai mo-

tempo, anch'essa connotata primariamente dalla «complessità».⁷⁰ Si tratta di una giovane per la quale si moltiplicano e settorializzano i *luoghi* sociali di formazione, le appartenenze e le esperienze frammentate di società. I dati (v. la moltiplicazione dei settori d'interesse, appunto) delineano un soggetto la cui rappresentazione del mondo è andata scomponendosi in tante caleidoscopiche immagini parziali e i cui centri di riferimento sono andati, a loro volta, moltiplicandosi.⁷¹ L'incremen-

delli stereotipati proposti soprattutto da personaggi del mondo ludico e scenico. L'attuale preponderante assimilazione a essi «è di certo stimolata e indotta dall'influsso costante dei *mass-media*, di cui i preadolescenti sembrano essere largamente fruitori [...]. C'è da domandarsi se l'attrattiva per questi modelli poco personalizzati, piuttosto lontani, in un certo senso anche "irreali", favorisca il processo di personalizzazione tanto importante per lo sviluppo dell'Io, faciliti cioè la ricerca e l'assunzione di un "modello personale", per cui il preadolescente possa passare dall'essere come all'essere io» (DEL CORE Pina, *Dalla domanda di autonomia a una nuova consapevolezza di sé*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza* 92-93). In secondo luogo, si delinea l'immagine di una giovane ora in contrapposizione anche con il modello di ragazza proposto dalla stessa rivista *Primavera* nel suo primo periodo di pubblicazione (fin verso la metà degli anni Sessanta): un'immagine di ragazza vicina a quella tradizionalmente riservata alla donna e strutturata attorno ai poli tradizionali della casa/famiglia, della scuola (oppure del lavoro) e della Chiesa.

⁷⁰ «La società di oggi si caratterizza per il crescente grado di complessità e complessificazione. Anzi, sembra che la complessità sia oggi in grado di identificare il modo di funzionamento, se non addirittura la struttura della società contemporanea. *Complessità* [...] significa l'enorme differenziazione funzionale interna, la moltiplicazione dei processi di istituzionalizzazione, la complicazione e disarticolazione di strutture e meccanismi di funzionamento dei singoli sottosistemi e dei loro reciproci rapporti, la presenza di tendenze ambivalenti e contraddittorie non risolvibili all'interno del sistema sociale, l'alterazione degli spazi di azione e di decisione dei soggetti con la messa in difficoltà dei tradizionali processi decisionali» (DE NICOLÒ, *Il preadolescente* 25). «La complessità sociale» è stata definita il «nuovo paradigma dello sviluppo. [... Essa, infatti,] diventa parte integrante dell'identità sociale, condizione irrinunciabile ed insopprimibile per realizzare il nuovo modello di società. [... Si ha] a che fare con una realtà sociale [...]:

– che rifugge dalla linearità e dalla semplicità, preferendo la differenziazione e la discontinuità;

– che fa dell'assenza di regole rigide di normatività una condizione essenziale per liberare le proprie potenzialità;

– che alla consequenzialità necessaria ha sostituito le alternative possibili;

– che cerca in tutti i modi di liberarsi dall'abbraccio letale della massificazione e dell'omologazione dei comportamenti, ricercando itinerari sempre più personalizzati e non sovrapponibili» (ALBERONI - FERRAROTTI - CALVARUSO, *I giovani* 67-68).

⁷¹ Cf DELPIANO, *Modelli* 144.

to dello spazio occupato e della varietà nella tipologia di questo gruppo di rubriche, inoltre, è l'unico significativo elemento che differenzia la *Primavera* del 1988 da quella del 1983. Un'interpretazione possibile di questi dati si muove ancora nella direzione dell'immagine di una giovane connotata come aperta a una sempre maggiore complessità sociale e che vive questa trasformazione sociale come una *ricchezza* e una *conquista*.⁷² È ormai un lontano ricordo la ragazza degli anni Cinquanta e Sessanta, per la quale – secondo l'immagine delineata nella rivista – gli interessi del tempo libero erano sinonimo di narrativa o di rubriche femminili e i cui confini spaziali e sociali, pertanto, coincidevano con il perimetro della casa e della famiglia.

Considerando la tipologia delle rubriche di questo gruppo, incontriamo:⁷³

– *Rubrica di psicologia*: compare in modo costante assieme allo spazio riservato alla recensione dei libri (manca solo negli anni 1958 e 1962), con una percentuale media pari all'1,99% della STS. Negli anni Settanta (1969 e 1971-1981) è accompagnata da una *rubrica di grafologia* (cui è riservato lo 0,83% della STS). Questo tipo di spazi, di taglio specificamente psicologico, sottolineano soprattutto i tratti della personalità della ragazza che la caratterizzano, in particolare, dal punto di vista dell'età (cronologica, biologica e socio-psicologica): è il tratto della crescita e, soprattutto, delle «crescite nascoste».⁷⁴ Anche il dato della continuità (si è già detto del carattere di *rubrica fissa* di questo spazio) è significativo, a conferma di una costante attenzione a una dimensione che resta invariata. Durante tutto l'arco di tempo considerato, quella di *Primavera* è, prima di tutto, una persona in crescita, tesa a strutturare una nuova consapevolezza di sé (all'interno della quale emerge anche

⁷² ALBERONI - FERRAROTTI - CALVARUSO, *I giovani* 67.

⁷³ Per il gruppo delle rubriche di altro tipo non viene presa in considerazione, quale elemento significativo, la posizione assunta dalle stesse all'interno della rivista, data la sua estrema variabilità. Tendenzialmente, però, tendono a comparire nella prima parte della rivista.

⁷⁴ Il sottotitolo della prima ricerca nazionale sulla pre-adolescenza (cf DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza*) la definisce come l'età delle «crescite nascoste». Si tratta di crescite che, dopo quella a livello fisico, sono principalmente *psicologiche* (cognitive, emotivo-affettive, sessuali e sociali): «A prima vista la preadolescenza non dà l'impressione di costituire un periodo dalla fisionomia propria. Tuttavia sembrano caratterizzarla come momento autonomo le sue trasformazioni reali quanto spesso sfuggenti o nascoste» (TONOLO, *Esiste* 270).

una nuova e più matura immagine di sé).⁷⁵ Le preoccupazioni della rivista, allora, sembrano cadere costantemente, più che sull'assunzione di un predeterminato modello di donna, sulla ragazza come persona in formazione (sulla necessità che essa prenda coscienza delle progressive trasformazioni connesse con l'età evolutiva attraversata e gestisca il fenomeno della crescita per formarsi innanzitutto come persona).

– *Rubrica di galateo*: non è molto significativa dal punto di vista sia della durata (è presente solo negli anni 1955, 1958 e 1969-1972) che della percentuale di spazio occupato (appena una percentuale media dello 0,63% della STS). Questa relativa assenza è significativa di un atteggiamento, caratterizzante l'immagine della giovane delineata nella rivista, favorevole a una certa libertà nei confronti dell'etichetta del comportamento. Si incoraggia la spontaneità e la creatività più che il conformismo.

– *Rubrica di recensione libri*: è un altro spazio fisso, presente (con l'1,22% della STS) pressoché in modo costante (a esclusione del 1957, del 1959 e del 1962). Questa rubrica sembra caratterizzare una giovane, delineata in e da *Primavera*, che presta attenzione al mondo del libro e manifesta, quindi, una certa familiarità con la lettura.

La presenza di questo spazio già durante il primo periodo di pubblicazione della rivista (anni Cinquanta e Sessanta) rimanda già al profilo di una ragazza con un livello di istruzione tale da giustificare la presenza stessa della rubrica. Tuttavia essa non scompare nel corso del secondo periodo (anni Settanta e Ottanta), quando la rivista (sull'onda di fenomeni quali la pervasione televisiva, per esempio) riserva degli spazi specifici ad altri interessi e ad altre tematiche e propone l'immagine di una giovane per molti aspetti diversa da quella del periodo precedente. Essa, però, per questa presenza dello spazio riservato alla presentazione e alla recensione di libri rimane ancora caratterizzata da capacità linguistiche di tipo logico-verbale, anche dopo l'avvenuto passaggio alla supremazia del linguaggio simbolico-iconico (v. l'immagine della *ragazza televisiva*).⁷⁶ In tal modo, quella di *Primavera* è una gio-

⁷⁵ «L'immagine di sé, espressa nell'auto-valutazione, appare tuttavia molto legata all'*etero-valutazione*, a quel giudizio, cioè, che gli altri formulano e riflettono come uno specchio. [... L'Io] assume il carattere di un'immagine, quando comincia a percepirsi e a porsi di fronte a se stesso come a un oggetto, divenendo capace di valutazione» (DEL CORE, *Dalla domanda* 97).

⁷⁶ «Permeato dall'immagine a mosaico della TV, il bambino guarda il mondo con uno spirito antitetico all'alfabetismo» (MC LUHAN, *Gli strumenti* 348). Per una

vane che, pur con caratteristiche legate all'influsso del *medium* televisivo, continua ad aver presenti contenuti anche alternativi rispetto a quelli presentati dalla televisione, potenzialmente stimolanti tutte le dimensioni sensoriali, intellettuali e cognitive della persona, comprese quelle legate alle forme di una cultura prevalentemente tipografica.

– *Rubrica di recensione dischi*: è la rubrica degli anni Settanta e, soprattutto, Ottanta (con una superficie media pari allo 0,78%). Infatti, comparsa ad anni alterni nel decennio 1966-1976, ritorna ancora nel 1980 e diventa rubrica fissa a partire dal 1982. Essa delinea l'immagine di una ragazza appassionata di musica e, presumibilmente, anche attratta dai modelli dei personaggi del mondo della canzone. Si tratta di caratterizzazioni tipiche di una ragazza impregnata di una cultura condizionata dai *mass-media*. Inoltre la maggior frequenza con cui questa rubrica compare è significativo dell'acquisizione di una sua maggiore rilevanza. Nelle due fasi succitate l'immagine della giovane delineata è, quindi, diversamente connotata proprio nella modalità del suo rapportarsi al mondo della canzone. In un primo tempo non sembra attribuire alla musica un ruolo essenziale (v., appunto, l'alternanza della rubrica): la accosta per arricchire i suoi interessi del tempo libero. Successivamente (nel corso degli anni Ottanta), la musica diventerebbe, invece, un elemento del suo *quotidiano*, un modo irrinunciabile per occupare il tempo libero.

– *Rubrica delle professioni femminili* (1965), secondo la denominazione del titolo originale, e semplicemente *delle professioni*, poi (v. annate 1970-1971, 1977, 1981 e 1988): occupa una percentuale media pari al 2,06% della STS. A partire dalla metà degli anni Sessanta la rivista propone l'immagine di una ragazza lontana dalla credenza stereotipa secondo cui il posto della donna sarebbe all'interno della casa (nella famiglia) e quello dell'uomo nella vita sociale e professionale. Questo spazio, infatti, delinea la fisionomia di una giovane che inizia a progettare il futuro prospettandosi l'assunzione di un ruolo in un ambito extra-familiare ed extra-domestico. Tuttavia il passaggio dal familiare all'extra-familiare è graduale e inizialmente solo alcune professioni vengono tematizzate (le professioni *femminili*, per l'appunto, tipo infermiera, insegnante nella scuola primaria, sarta, ecc.). Ma già soltanto

distinzione tra la «cultura della parola» (o «alfabetica») e la «cultura dell'immagine» (o «iconico-uditiva» o anche «televisiva»), cf anche VALERIANI, *L'educazione* 44.

pochi anni dopo (dal 1970), il titolo della rubrica, usando il termine *professioni*, senza ulteriori specificazioni, non prevede più la preclusione di alcuni settori alla donna. All'interno di questo spazio, potenzialmente, la giovane rappresentata considera e sceglie qualsiasi tipo di occupazione.

– *Rubrica della salute*: è presente (con lo 0,75% della STS) soprattutto durante gli anni Ottanta (nelle annate 1967, 1969-1971 e 1983-1988), assieme alla *rubrica dello studente* (negli anni 1976, 1978 e 1985-1988, con l'1,25% della STS) e ad altre rubriche minori, quali l'*oroscopo* (che compare negli anni 1981 e 1988, con una percentuale media pari all'1% della STS), l'*onomastica* (nel 1981, con lo 0,35% della STS) e le rubriche di *fotografia* e *turismo* (negli anni 1983 e 1988, con lo 0,63%). Il tratto della complessità, cui si è già fatto riferimento più sopra,⁷⁷ caratterizza in modo particolare l'immagine della giovane delineata in questo gruppo di rubriche. Nell'insieme esse ribadiscono, infatti, la già sottolineata pluralità di settori d'interesse da parte della giovane delineata nella *Primavera* degli anni Ottanta.

In particolare, però, le rubriche affermatesi nella seconda metà degli anni Ottanta, quelle della salute e dello studente, propongono un'immagine di ragazza, da un lato, provvista di una certa informazione e competenza medico-scientifica e, dall'altra, identificata primariamente nel ruolo di studente (v. il fenomeno della scolarizzazione).⁷⁸

⁷⁷ A proposito del concetto di «complessità», v. quanto già detto soprattutto alle note 69 e 70, pp. 135-136.

⁷⁸ Le indagini sociologiche da tempo hanno rilevato un notevole aumento della scolarità, soprattutto femminile: «Il processo di emancipazione della donna emerge dall'incremento della presenza femminile nella scuola nell'ultimo decennio [1962-1972: ...] l'incidenza percentuale delle femmine sul totale degli iscritti nella scuola media inferiore [...] sale dal 42,8% al 47,1% e negli istituti di istruzione secondaria di secondo grado dal 37,7% al 42,4%» (LEONZI, *La donna* 242). Successivamente le ricerche svolte in campo sociale hanno anche evidenziato come il ragazzo e il giovane degli anni Ottanta si identifichi sempre più con il ruolo dello studente. «Si rileva [infatti] che: a) tende a ridursi nettamente, per arrivare quasi ad annullarsi, la percentuale di coloro che escono dal sistema scolastico privi di titoli di studio; b) tende però a rimanere stabile la percentuale di coloro che possiedono solo la licenza elementare anche se, tra i più giovani, si registra una certa tendenza a riprendere gli studi [...]; c) tende a diminuire nel tempo il numero dei giovani che smette di studiare dopo aver conseguito la licenza di scuola media; d) tende a ridursi nel tempo anche il numero dei diplomati che terminano di studiare una volta entrati in possesso di un titolo di scuola secondaria superiore» (CESAREO Vincenzo, *Percorsi ed esperienze nella scuola*, in AA.VV., *Giovani oggi. Indagine Iard sulla condizione giovanile in Italia*, Bologna, Il Mulino 1984, 22).

– *Altro*: si tratta di spazi comparsi in alcune annate (1960, 1964, 1969 e 1973) che occupano una superficie pari all'1,72% della STS e che non rientrano in alcuna delle categorie fin qui considerate.

In sintesi, il settore delle rubriche permette di riconoscere nell'evoluzione della rivista *Primavera* due diverse immagini di giovane, delineate nel corso degli anni Cinquanta-Sessanta, la prima, e degli anni Settanta-Ottanta, la seconda. Esse sono definite in modo molto netto nei due decenni estremi, mentre presentano un dinamismo di transizione dal primo al secondo dei due profili nel periodo, soprattutto, tra la metà degli anni Sessanta e la metà degli anni Settanta. Le due immagini sono delineate rispettivamente da:

– la narrativa e le rubriche femminili, preponderanti soprattutto nel corso del primo periodo (anni Cinquanta e Sessanta);

– la corrispondenza, le rubriche di partecipazione e quelle di altro tipo, caratterizzanti il secondo periodo (anni Settanta e Ottanta).

La rivista rimanda, dunque, l'immagine di una giovane che, nei due casi, occupa il suo tempo libero in modi diversi. Nel primo caso lo impiega soprattutto all'interno della famiglia: lo si denomina *tempo libero* in quanto si trova *al di fuori* del tempo delle occupazioni primariamente affidate alla ragazza (la scuola o il lavoro). In realtà, però, è anch'esso un tempo di lavoro: è delimitata l'immagine di una giovane che presta un aiuto in famiglia, affiancando la madre nel suo ruolo domestico (v. le rubriche femminili). Il tempo libero restante viene occupato ancora all'interno della casa, nella lettura (v. lo spazio della narrativa). Nel secondo caso, invece, compare l'immagine di una ragazza che ha effettivamente conquistato un tempo libero come *spazio per sé*. Si tratta di uno spazio di autonomia e di protagonismo e, contemporaneamente, di condivisione e di *partecipazione*, lo spazio del gruppo in cui aprirsi a una ulteriore socializzazione rispetto a quella primaria della famiglia (v. le rubriche di partecipazione). È un ambito significativo anche di un'avvenuta moltiplicazione di interessi, fenomeno tipico di una società connotabile come complessa (v. le rubriche di altro tipo).

L'andamento evolutivo del settore delle rubriche permette, dunque, di individuare l'immagine di una giovane che mostra una trasformazione nelle modalità di vivere gli spazi a sua disposizione al di fuori della scuola o del lavoro: essa passa da un tempo libero occupato in funzione di un ruolo domestico a uno vissuto maggiormente in funzione della propria crescita, personale e sociale (oltre che dei numerosi e vari interessi particolari).

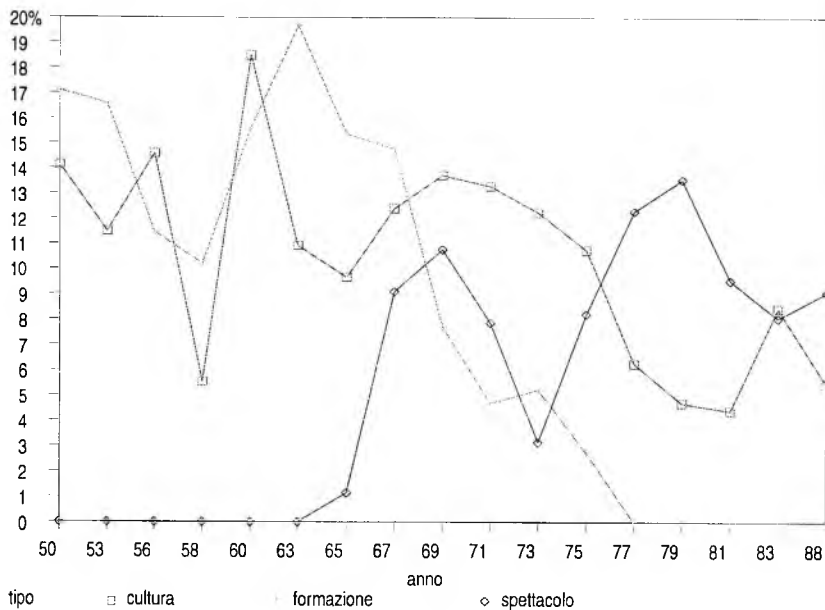
4. Contenuti dello spazio degli articoli e dei servizi

Passiamo ora a considerare lo spazio degli *articoli* e dei *servizi*, comprendente i settori dell'attualità-cultura generale, della formazione-religione e, infine, dello spettacolo.

4.1. La composizione dello spazio degli articoli/servizi

È utile riservare una prima considerazione alla quantificazione dello spazio occupato dagli articoli/servizi, prima, e dalle varie categorie riscontrate in questo gruppo (attualità-cultura generale, formazione-religione, spettacolo), poi.

Grafico 4 - Spazio degli articoli



Se, nell'ambito degli articoli/servizi, si include pure lo spazio del *dossier* (operazione resa legittima dalla considerazione del suo contenuto) si osserva, durante tutto l'arco di tempo considerato, una note-

vole stabilità al livello della quantificazione (percentuale di STS occupata).⁷⁹ Se invece, per motivi formali, il *dossier* resta escluso, allora la superficie degli articoli/servizi si riduce di oltre il 50%, passando da una percentuale pari al 31,23% della STS, nel 1950, a una quota pari al 14,97%, nel 1988 (la media complessiva è del 24,13%). In particolare, però, possono essere distinte tre fasi:

1950-1969	media percentuale	28,93%
1971-1979	" "	20,97%
1981-1988	" "	14,97%

È evidente la rilevanza di questo tipo di interventi (articoli/servizi) negli anni Cinquanta e Sessanta (con una superficie occupata pari a quasi un terzo della STS) e il progressivo cedimento registrato nel passaggio agli anni Settanta (-7,96%), prima, e agli anni Ottanta (-6%), poi. Questo andamento è significativo in quanto, all'interno della rivista, lo spazio degli articoli e dei servizi è quello che più degli altri precedentemente considerati usa un linguaggio di tipo logico-verbale.⁸⁰ Tuttavia, il fatto che la sua riduzione sia integrata dal *dossier* segnala l'evoluzione della rivista verso l'immagine di una giovane non in antitesi con questo tipo di spazio, ma piuttosto come "bisognosa" di un'informazione più specifica, dettagliata e approfondita relativa ad argomenti monografici (il *dossier*, appunto). Verrebbero, comunque, penalizzati gli ambiti più tradizionali dei servizi e degli articoli.

È, inoltre, significativo che il numero di articoli/servizi mediamente presenti resti costante nel punto di partenza (1950) e in quello di arrivo (1988) (v. *tab. 13*, di seguito), mentre si riduce lo spazio riservato a ciascuno di essi.

Tab. 13 - Numero medio di articoli/servizi (in un numero di Primavera)

Annate	N. medio art./servizi
1950-1966	6,6
1967-1974	9,1
1975-1979	5,4
1981-1982	3,6
1983-1988	6,5

⁷⁹ V., in *Composizione secondo i contenuti*, p. 110, là dove si affronta il problema della composizione della rivista.

⁸⁰ Cf MICHELINI, *Sviluppo* 124.

La rivista, in altri termini, sostituisce gli interventi più lunghi con altri caratterizzati da brevità e concisione. A fronte di una quantità numerica inalterata (v. il numero medio di articoli/servizi nei due anni estremi, 1950 e 1988) la STS diminuisce sensibilmente (la media percentuale è pari al 31,23% nel 1950 e al 14,53% nel 1988).

Per quanto riguarda invece la posizione degli articoli/servizi all'interno della rivista, si nota un andamento per certi aspetti inverso. A partire dal 1969, infatti, l'importanza loro attribuita viene sottolineata mediante una collocazione, pressoché costante, nella prima parte della rivista, mentre dal 1980 essi formano un blocco compatto che occupa le prime pagine. Precedentemente, invece, era più facile trovarli anche nella seconda parte o, addirittura, verso il fondo della pubblicazione. Ciò può essere interpretato come tendenza verso una crescita dell'attenzione rivolta loro da parte della giovane rappresentata nella e dalla rivista (v., appunto, la collocazione di questo spazio a partire dal 1969 e, in particolare, dopo il 1980). Questa rilevazione della maggiore importanza attribuita loro contribuisce ad avvalorare la riduzione dello spazio riservato al singolo articolo e servizio come operazione di adattamento della rivista (già al livello della struttura) a dei nuovi interessi ipotizzati nella giovane, che ora è più assuefatta a una logica di tipo analogico-iconico e meno familiare a quella di tipo logico-verbale.⁸¹ Si tratta dunque di un'operazione che potrebbe essere letta nella direzione, auspicata da M. Mc Luhan, della realizzazione di una sintesi dei metodi visivi, propri della tradizione alfabetica, con le percezioni della nuova cultura, derivata dai media elettronici. Tenendo conto delle difficoltà di impatto della giovane con la cultura alfabetica,⁸² la rivista ri-

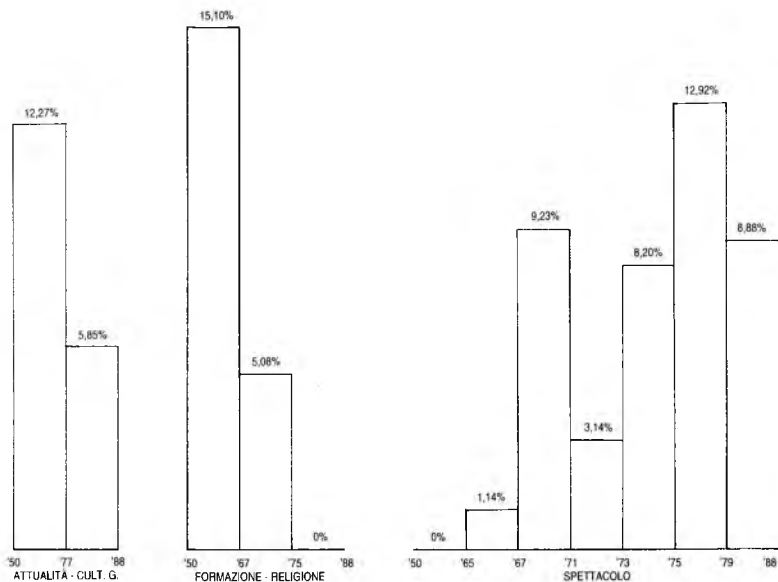
⁸¹ È significativa, a questo proposito, l'analisi condotta da M. Mc Luhan sullo stato di disagio in cui si trovano le nuove generazioni (caratterizzate da una cultura legata ai *media* elettronici) all'interno di un sistema educativo «che impone alla gioventù ritribalizzata gli antiquati valori visuali della morente cultura alfabetica [...]». Il divario tra le generazioni è in realtà un baratro, che non soltanto divide due gruppi d'età diverse ma due culture largamente divergenti [...]. Il bambino dell'era della televisione trova difficile [...] adattarsi agli obiettivi frammentari d'una educazione visuale dopo che i *media* elettronici hanno coinvolto tutti i suoi sensi: egli aspira a un coinvolgimento in profondità e non a un distacco lineare e a modelli uniformi e sequenziali» (MC LUHAN, *Dall'occhio* 44-45).

⁸² Il ragazzo «improvvisamente e senza alcuna preparazione [...] viene sottratto al grembo *freddo* e inclusivo della televisione e quindi esposto al *medium caldo* della stampa [...]. Il suo istinto naturale, condizionato dai *media* elettrici, lo spinge ad assimilare simultaneamente tramite i suoi sensi il libro [...]. La stampa respinge

dimensiona gli spazi che maggiormente ne presuppongono la presenza (v. la riduzione della superficie percentuale occupata), ma non vi rinuncia. Li propone, però, nella forma di interventi caratterizzati da brevità e concisione, che favoriscono quel «coinvolgimento sensoriale totale»⁸³ che già la televisione accorda al suo pubblico.

Significativa è anche la considerazione della suddivisione dello spazio degli articoli/servizi tra *attualità-cultura generale*, *formazione-religione*, *spettacolo*, i tre diversi settori usati per la classificazione di articoli e servizi in base alle categorie dello schema-base (rappresentativo dei contenuti della rivista in tutto l'arco di tempo considerato).

Tab. 14 - Istogramma dell'evoluzione degli spazi degli articoli/servizi della rivista Primavera



Legenda: in ascissa = anni

in ordinata = percentuale di STS occupata dai diversi settori degli articoli/servizi (cultura, formazione e spettacolo).

risolutamente questo genere di approccio, perché essa richiede una disposizione visuale e isolata [...] invece di un approccio di tipo *gestalt* che coinvolge tutto l'apparato sensoriale» (ivi 45).

⁸³ L. cit.

Già il *grafico 4* segue analiticamente l'evoluzione quantitativa dei tre settori. Sembra interessante, tuttavia, anche riconoscere e distinguere in modo preciso le diverse fasi di tale andamento (di stasi, crescita o decrescita). Una rappresentazione grafica (v. l'istogramma della *tab. n. 14*, sopra) permette di individuarle già a un livello visivo.⁸⁴

Vale la pena di sottolineare alcuni elementi significativi:

- il sostanziale mantenimento del settore attualità-cultura generale dagli inizi fino alla metà degli anni Settanta⁸⁵ e la sua successiva, rapida, diminuzione (-4,50%, dal 1975 al 1977);

- la preponderanza del settore della formazione-religione fin verso la fine degli anni Sessanta (1967): in questo periodo emergono punte pari anche al 19,68% della STS (nel 1963), superate solo da alcune percentuali della narrativa e delle rubriche tipicamente femminili; questa fase è seguita da una rapida recessione: dal 1967 al 1969, si registra un calo del 7,06%, con una percentuale media che scende al 5,08%; verso la metà degli anni Settanta (1977), il settore scompare definitivamente;

- l'assenza dello spettacolo e la sua timida comparsa nel 1967 (con appena l'1,14%), seguita da un andamento evolutivo complesso: segnato prima dal passaggio da una notevole dilatazione del settore (nel periodo 1967-1971) a una sua forte contrazione (fino al 3,14%, nel 1973) e poi da un successivo riequilibrio (con l'8,20%, nel 1975) che precede un nuovo balzo in avanti (fino al 12,92% della STS, tra il 1977 e il 1979): solo negli anni Ottanta il settore si riequilibra definitivamente (con una media dell'8,88%, tra il 1981 e il 1988).

Dall'analisi di questi dati emergono alcune considerazioni relative all'immagine della giovane delineata nella e dalla rivista. Si nota infatti che, nel corso della sua evoluzione, *Primavera* attribuisce ai vari settori degli articoli e dei servizi un'importanza diversa, valutabile in base al grado di tematizzazione da essi registrato (v. la *tab. II,20 a*, in appen-

⁸⁴ Ogni colonna dell'istogramma è rappresentativa di un arco di tempo diverso. Non è stato possibile comparare i settori all'interno dei medesimi periodi, per l'esigenza di rispettare l'andamento evolutivo reale di ciascuno di essi (fasi di stasi, crescita o decrescita).

⁸⁵ Gli sbalzi dello spazio occupato dall'attualità-cultura generale registrati negli anni 1958, 1963 e 1965 sono da porre in collegamento con la graduale evoluzione dal "paginone" (pubblicato fino al 1958) al *dossier* che, nelle primissime impostazioni, mostrava ancora la sua derivazione dagli articoli culturali (dai quali tuttavia già si differenziava, sia per la maggiore ampiezza del discorso che per l'approfondimento riservato alle tematiche affrontate).

dice, e, nella precedente *tab. n. 14*, l'istogramma dell'evoluzione degli spazi degli articoli/servizi). Interpretando questi dati in funzione dell'oggetto del nostro studio, si delinea anche un'evoluzione nell'immagine della giovane il cui profilo muta da un periodo all'altro, in particolare riguardo a: la disponibilità nei confronti dell'impegno socio-culturale (v. lo spazio dell'attualità-cultura generale); la sensibilità alla formazione umana e religiosa (v. lo spazio della formazione-religione); l'attenzione portata al mondo dello spettacolo (v. lo spazio dello spettacolo). In tal modo, si delinea nella rivista l'immagine di una giovane connotata appunto da un diverso grado di interesse (*non interessata*, oppure *abbastanza*, *molto*, *moltissimo interessata*) nei confronti di ciascuno dei tre settori.⁸⁶ Qui di seguito viene presentata una corrispondenza tra il grado di tematizzazione dei diversi settori (il cui valore viene ricavato sulla base della percentuale di spazio occupato da ognuno di essi) e la scala di valutazione del differente grado di interesse (della giovane rappresentata in *Primavera*):

Tab. 15 - Valutazione del grado di interesse, che connota l'immagine della giovane delineata in e da *Primavera*, nei confronti dei diversi settori degli articoli/servizi.

Spazio riservato a ogni settore (espresso in percentuale)	Grado di tematizzazione di ogni settore	Valutazione dell'interesse dei confronti di ogni settore	
0%	non tematizzato	non interessata	
fino al 6%	abbastanza tematizzato	abbastanza interessata	
dal 6% al 10%	molto tematizzato	molto interessata	
oltre il 10%	moltissimo tematizzato	moltissimo interessata	

Annate	Impegno a livello socio-culturale	Sensibilità alla formazione umana/religiosa	Attenzione al mondo dello spettacolo
1950-1966/1968	moltissimo	moltissimo	no
1969/1976	moltissimo	abbastanza	molto/abbastanza
1977/1980	abbastanza	no	moltissimo
1981/1988	abbastanza	no	molto

Legenda: no: non interessata; abbastanza/molto/moltissimo: abbastanza/molto/moltissimo interessata

⁸⁶ È una metodologia consolidata nell'analisi del contenuto applicata all'universo delle comunicazioni di massa interpretare «la proporzione di spazio dedicata a un certo argomento come indice della quantità di attenzione a esso prestata» (KRIPPENDORFF, *Analisi* 155. A questo proposito, cf anche *ivi* 159-160).

La precedente tabella mette in evidenza quattro diverse fasi evolutive dell'immagine della giovane delineata in *Primavera* e, in particolare, del suo atteggiamento nei confronti di ognuno dei settori degli articoli e dei servizi. Le fasi sono state individuate in base al grado di tematizzazione di ognuno dei settori degli articoli/servizi, interpretato come indice del grado di interesse a esso prestato.

L'immagine della giovane di *Primavera*, costante durante quasi due decenni (Cinquanta e Sessanta), muta poi molto rapidamente, soprattutto tra la fine degli anni Sessanta e nel corso degli anni Settanta. Dall'istogramma (v. *tab. n. 14*) emerge che l'instabilità di questo periodo (1967-1980) è legata anche all'evoluzione del settore spettacolo. Dopo la sua introduzione nella rivista (nel 1965), infatti, lo spazio riservatogli aumenta, ma in modo instabile e non costante, con un andamento segnato da continui riequilibri e ridimensionamenti (è emblematica la percentuale del 3,14%, nel 1973). L'introduzione del genere spettacolo, entrato in punta di piedi (con appena l'1,14%), appare come l'elemento di rottura di equilibri già raggiunti dalla rivista. A esso corrisponde, infatti, con un rapporto inversamente proporzionale al suo dilatarsi, innanzitutto il declino dello spazio esplicitamente dedicato alla formazione-religione e, in secondo luogo, il ridimensionamento, anche se a più lungo termine, dello spazio della attualità-cultura generale.⁸⁷

Tutto ciò si riflette sull'immagine della ragazza delineata in *Primavera*. Fin verso la fine degli anni Sessanta, la rivista, molto attenta agli aspetti legati all'educazione, permette il delinearci del profilo di una giovane notevolmente impegnata per la maturazione sia della nuova consapevolezza di sé (v. lo spazio della formazione-religione) che del suo radicamento culturale (v. lo spazio della attualità-cultura generale). A questo punto, però, la rivista (e, di riflesso, l'immagine di giovane in e da essa proposta) manifesta delle incertezze riguardo alla posizione nei confronti del genere spettacolo, introdotto, appunto, solo a partire dal 1965 e con discrezione (con appena l'1,14% della STS). La scelta operata, a ogni modo, ripercuotendosi sugli altri settori degli articoli/servizi, viene a modificare anche gli equilibri interni a quell'immagine di ragazza sopra individuata.

⁸⁷ Gli anni 1977-1979 rappresentano il momento della più ampia apertura al genere dello spettacolo (con una media percentuale pari al 12,92%). Ciò si registra in concomitanza con la scomparsa dello spazio della formazione-religione (1977) e con la più sensibile riduzione di quello dell'attualità-cultura generale (-4,5% nel 1977 e -1,56% nel 1979).

Sinteticamente, lo spazio riservato al mondo dello spettacolo (e di rimbalzo quello modificato dei settori dell'attualità-cultura generale e della formazione-religione) si sviluppa secondo la seguente linea evolutiva:⁸⁸

– fino al 1965: *assente*;⁸⁹

– 1965: appena *accertabile*;

– 1967-1971: *presente ma non predominante*: allo spettacolo è riservata un'accoglienza significativa, ma si registra anche una buona tenuta dello spazio della attualità-cultura generale (con il 13,13% della STS), oltre a un progressivo cedimento di quello della formazione-religione (fino al 9,05%);

– 1973: *appena accertabile*: il mondo dello spettacolo (presente con appena il 3,14% della STS) registra una sensibile riduzione dello spazio occupato, a fronte del persistere della tenuta dello spazio dell'attualità-cultura generale (con il 12,24%) e del ripetersi del cedimento di quello della formazione-religione (ridotto al 5,21% della STS);

– 1975: *presente ma non predominante*: a fronte di una ripresa del genere spettacolo (con una superficie pari all'8,20% della STS) si rilevano le prime incertezze nei confronti dell'attualità-cultura generale (cui è riservato il 10,75% della STS) e un nuovo crollo dello spazio della formazione-religione (fino al 2,73%);

– 1977-1979: *predominante*: lo spettacolo ottiene (con una superficie pari al 12,92%) oltre i due terzi della superficie occupata da articoli e servizi, mentre si registra la scomparsa dello spazio esplicitamente riservato alla formazione-religione e un crollo anche di quello dell'attualità-culturale generale (fino al 5,47% della STS);

– 1981-1988: *presente, ma non predominante*: si rileva un riequilibrio dei settori dello spettacolo (con l'8,68% della STS) e dell'attua-

⁸⁸ Per il settore dello spettacolo si fa riferimento ai dati dell'istogramma che rappresenta l'evoluzione degli spazi degli articoli/servizi (v. *tab. n. 14*). Anche le medie percentuali dello spazio dell'attualità-cultura generale e di quello della formazione-religione sono state qui calcolate in base alla periodizzazione riscontrata per lo spazio dello spettacolo.

⁸⁹ Per la scala di valutazione si fa riferimento a KRIPPENDORFF (*Analisi* 142) che, a proposito delle metriche ordinali, riporta il seguente esempio di come «i giudizi che riguardano la relativa importanza di un attributo [o della presenza di un certo elemento, come nel nostro caso] possano essere registrati:

assente --- appena --- presente ma non
accertabile --- predominante --- predominante».

lità-cultura generale (con il 6,1%), anche se ancora con una leggera preminenza del primo sul secondo.

Sembra possibile, a questo punto, far emergere dei collegamenti tra queste dinamiche evolutive dello spazio degli articoli/servizi (v. in modo particolare quella legata all'introduzione e affermazione del settore spettacolo) e la televisione, il *medium* che si rivela «rivoluzionario»⁹⁰ anche per la rivista *Primavera*. È opportuno, innanzitutto, ricordare altri collegamenti di questo tipo, sottolineando così l'esistenza di un parallelismo tra questi dinamismi ora intravisti e alcuni movimenti precedentemente individuati, anch'essi interpretati in rapporto con l'universo della televisione. Si è già ricorsi alla televisione per spiegare l'avvento del *poster* e del *maxiposter*, la dilatazione dello spazio della partecipazione e la forte contrazione, infine, di quello riservato alla narrativa e alle rubriche tipicamente femminili. A partire dalla fine degli anni Sessanta e, più decisamente, nel corso degli anni Settanta, dunque, la televisione esercita un notevole influsso sulla rivista *Primavera*. E sembrerebbe che, proprio in seguito e a causa dell'affermarsi di questo mezzo, la rivista si sia trovata di fronte alla necessità di ristrutturarsi e, in particolare, di non dilazionare ulteriormente l'introduzione anche del settore spettacolo. Si trattava di non perdere l'aggancio con un pubblico giovanile, ormai connotabile come *televisivo*,⁹¹ che altrimenti avrebbe faticato a riconoscersi nell'immagine che, di lui, era presentata dalla rivista. L'entità del dominio della televisione in tutto il contesto sociale, prima ancora che in *Primavera*, infatti, registra una continua crescita: al livello della diffusione (v. la penetrazione della televisione in tutti gli strati e gli ambienti sociali); a quello delle modalità dell'esperienza (v. la graduale sostituzione dell'esperienza diretta della realtà con quella televisiva); a quello, infine, delle modalità percettive (v. l'imposizione di modalità nuove, che condizionano la stessa percezione della realtà e, quindi, la sua rappresentazione negli altri *media*).⁹²

⁹⁰ MC LUHAN, *Gli strumenti* 326.

⁹¹ Cf *ivi* 346-348.

⁹² Cf BETTETINI Gianfranco, *Il segno dell'informatica. I nuovi strumenti del comunicare: dal videogioco all'intelligenza artificiale*, Milano, Bompiani 1987. «La televisione si è diffusa con una penetrazione assillante in tutti gli strati e gli ambienti sociali [...]. L'esperienza televisiva sta gradualmente sostituendo l'esperienza diretta della realtà [...]. La televisione ha imposto nuove modalità percettive, ha condizionato la stessa percezione della realtà e quindi [...] la sua rappresentazione negli altri *media*» (*ivi* 75).

Anche la rivista *Primavera* non può ignorare che «oggi il mondo è quello della televisione».⁹³ Anch'essa risente di quella tendenza dell'universo dei *mass-media* a dipendere dalla televisione per la rappresentazione della realtà. A essa ci si adegua, in una logica riproduttiva (riproduzione di una realtà simulacrale, ridotta «a un mondo di specchi e di echi», un «mondo frantumato in immagini [mentre] le immagini divengono mondo»)⁹⁴ per il contenuto,⁹⁵ oltre che per la forma.⁹⁶ E uno degli elementi che più significativamente segnalano l'influenza della televisione sulla rivista *Primavera* si coglie proprio nel fenomeno dell'introduzione e dell'ampliamento dello spazio dello spettacolo, avvenuto dopo che esso si era già abbondantemente affermato in altri *media*.⁹⁷ Ciò è particolarmente evidente qualora si interpreti il grado di

⁹³ Ivi 77.

⁹⁴ BETTETINI Gianfranco, *Le logiche comunicative degli audiovisivi*, in AA.VV., *Immagini* 22.

⁹⁵ I settimanali «nell'ambito dell'attualità si stanno ritagliando una fetta a parte, dedicandosi allo spettacolo della televisione [...]. Se la nostra società comunica per immagini, e la stampa è strutturale al sistema della visualizzazione, e il piccolo schermo TV non è un elettrodomestico qualsiasi [...] ma il mezzo preferito in misura preponderante e massiccia per l'impiego del tempo libero, perché non offrire altri particolari di retroscena e di pettegolezzo spicciolo su personaggi e fatti che il pubblico è abituato a vedere in ventitré o ventisei pollici? Basta impostare il settimanale in modo che esso ratifichi e rafforzi il piacere televisivo, con una formula editoriale che presuppone la TV come valore positivo [...] e riproponga eventi e personaggi televisivi» (PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 36-37).

⁹⁶ A proposito della realtà simulacrale, cf l'analisi condotta da G. Bettetini sul fenomeno che ha coinvolto la televisione da quando non ha più «potuto gestire in modo univoco il suo rapporto con l'utenza. [...] Essa] si dilata senza attestarsi e, nello stesso tempo, pretende di elevare a una dimensione di spettacolarità festiva la sua routine e la sua pratica di informazione: trasforma la realtà in uno spettacolo realistico, cancella ogni istanza di rappresentazione e finisce per coinvolgere nella sua corsa verso l'appiattimento della *feria* [...] quasi tutti gli altri mezzi di comunicazione» (BETTETINI, *Il segno* 50). Si veda anche N. Postman che mostra come la televisione sia divenuta uno «spettacolo, un piacere visivo. [...] Essa] ha fatto del divertimento il modello naturale per rappresentare ogni esperienza [...]. L'intrattenimento è la superideologia di ogni discorso in televisione» (POSTMAN Neil, *Amusing Ourselves to Death*, Viking Penguin Inc. 1985 [trad. it., *Divertirsi da morire. Il Discorso pubblico nell'Era dello Spettacolo*, Milano, Longanesi 1986, 88-89]).

⁹⁷ Sarà sufficiente ricordare che la nascita della televisione in Italia risale al 1954 e che l'intervallo di tempo giornaliero a essa dedicato è cresciuto, dal 1960 al 1983, fino a superare le quattro ore per i bambini e gli adolescenti, con una punta massima, registrata proprio fra gli undici e i quattordici anni (cf ANOLLI Luigi, *Aspetti razionali e irrazionali nella fruizione dei mass-media*, in AA.VV., *Immagini*

tematizzazione degli articoli e dei servizi in funzione dell'immagine di ragazza presentata dalla rivista *Primavera* negli anni 1977-1980, quando cioè essa appare attentissima al mondo dello spettacolo (v. *tab. n. 15*). È in questo periodo infatti che lo spazio dello spettacolo è divenuto sovrabbondante: dopo la comparsa (proprio a partire dagli ultimi anni Settanta) dei *networks* privati che hanno provocato un «continuo lievitare di generi ad alto ascolto ma spesso di bassa qualità e puramente ripetitivi, dai telefilms ai cartoni animati [...] ai “programmi leggeri” come i varietà e i musicali».⁹⁸

In sintesi, l'immagine della giovane delineata nella rivista *Primavera* già a partire dalla fine degli anni Sessanta si presenta come condizionata dalla televisione: una ragazza *televisiva*, insomma. Ciò vale indipendentemente dalla quantità di spazio specificamente riservato a tematiche inerenti la televisione. Si tratta, infatti, di un'influenza più profonda, a livello strutturale (v. le dinamiche evolutive dello spazio degli articoli/servizi, oltre alle diverse innovazioni interpretate in relazione all'influenza della televisione), prima ancora che al livello dei contenuti espressi (v. l'introduzione del genere spettacolo e, più tardi, lo spazio riservato al tema della televisione).

4.2. *L'attualità-cultura generale*

Passando a considerare analiticamente la composizione del settore degli articoli e dei servizi, risulta che nello *spazio dell'attualità-cultura generale* appaiono le seguenti tematiche:

– *Cultura generale*: è apparsa solo nelle prime due annate (con uno spazio pari all'8,32% della STS), collocata nella prima parte della rivi-

25), divenendo un modo abituale di occupare il tempo libero. Il ragazzo, inoltre, fruisce della televisione trovando largamente i programmi preferiti tra quelli di maggior successo, caratterizzati dai contenuti più evasivi. Si tratta, in particolare, di programmi di *fiction* e di varietà, di giochi e di *quiz*: «i generi sui quali si fonda gran parte dell'offerta televisiva» (FERRERO, *Mass-media* 221-222).

⁹⁸ BELLOTTO Adriano, *Cinema e teatro TV, sceneggiato e telefilm*, in BELLOTTO Adriano - BETTETINI Gianfranco, *Questioni di storia e teoria della radio e della televisione*, Milano, Vita e Pensiero 1985, 92. Per quanto riguarda i generi e il peso dello spettacolo in televisione, cf anche BELLOTTO Adriano, *Qualità e quantità della fiction 1954-1984*, in BELLOTTO - BETTETINI, *Questioni*; GRASSO Aldo, *Serial italiano e Teleromanzo*, in BELLOTTO - BETTETINI, *Questioni*; SIMONELLI Giorgio, *Spettacolo leggero, Sport, Talk show, Telegiornale*, in BELLOTTO - BETTETINI, *Questioni*.

sta. La presenza di uno spazio culturale permette di inferire l'immagine di una giovane di cui si specifica e sottolinea una particolare connotazione: quella legata a nuovi e sempre più ampi interessi che la rivista propone come *occasione* per allargare i confini del mondo intersoggettivo della giovane di *Primavera*. Il significato che questo spazio assume resta, pertanto, collegato al fenomeno dell'«espansione dell'«Io» [della giovane], in quanto «luogo» di scoperta, definizione e ulteriore differenziazione» di se stessa.⁹⁹ Emerge, dunque, il profilo di una ragazza caratterizzata dal «bisogno di confrontarsi» con queste espressioni culturali perché esse le «offrono le parole e le regole per «potersi dire» e crescere nella consapevolezza del presente che vive».¹⁰⁰ Gli obiettivi che le vengono offerti, comunque, sono non tanto di apprendimento quanto piuttosto, ancora una volta, di formazione, di aiuto perché essa si collochi criticamente nell'ambito della vita sociale e sia avviata al possesso di un comune patrimonio culturale. È, tuttavia, significativo che il primo discorso culturale che compare nella rivista sia generico e di stile scolastico, più attento alle *curiosità* che all'*attualità*. Esso sembra più interessato agli aspetti di una generica formazione della *persona* (perché sia anche istruita) che preoccupato dell'educazione di un *cittadino* consapevole della contemporanea situazione socio-culturale e provvisto degli strumenti necessari per inserirvisi come protagonista. Nei primi tempi di pubblicazione di *Primavera* si profila, quindi, coerentemente con la fisionomia tratteggiata dalla narrativa e dalle rubriche femminili, un'immagine di giovane inserita più nell'ambito della casa e della famiglia che nel più ampio contesto sociale (quello che la sociologia indica come il luogo di una socializzazione secondaria, dopo quella primaria della famiglia).

– *Turismo/folklore*: si tratta di una tematica che compare solo agli inizi (negli anni 1950 e 1953-1956, con una superficie pari al 3,61% della STS) e, per lo più, in posizione di rilievo (nella prima metà della rivista). In questo spazio vengono presentati usi e costumi di vari popoli, attrazioni naturali e artistiche, curiosità, ecc.

⁹⁹ DELPIANO Mario, *Obiettivi educativi nella preadolescenza*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza* 285.

¹⁰⁰ *Ivi* 287. A questo proposito si precisa che «una funzione fondamentale della cultura è quella di rendere universale, e quindi accessibile a una collettività, il vissuto individuale, perché permette di esprimerlo linguisticamente; ma la cultura realizza anche l'incontro dell'uomo con l'esperienza storica e unica di chi ha vissuto prima o altrove l'avventura della vita e gliela offre nelle forme linguistiche che lo raggiungono» (*l. cit.*).

A.C. Quintavalle, in uno schema nel quale raffronta i sistemi strutturali interni alla favola e al rotocalco, individua un parallelismo tra «la fiaba fondata sull'idea del viaggio» (vera e propria prova oppure viaggio di piacere) e gli spazi del settimanale che presentano viaggi (di esplorazione o esotico-culturali).¹⁰¹ È significativo che questa tematica, ricondotta al mito, venga interpretata come *ritorno* (dagli inferi o dalla morte) riconoscendovi un significato che si ricollega ai riti di passaggio e, nel sistema tribale in genere, ai riti di iniziazione puberale.¹⁰² Si tratta di un significato, quindi, che si connette in modo prioritario a delle età di transizione, quali sono la pre-adolescenza, «un'età-ponte tra infanzia e adolescenza»,¹⁰³ e l'adolescenza, l'età della formazione dell'identità.

La tematica del viaggio, quindi, verrebbe a sottolineare, ancora una volta, la caratteristica dell'età giovane (da un punto di vista cronologico, ma soprattutto socio-psicologico) della ragazza rappresentata nella rivista *Primavera*. A questo proposito, è emblematico che la stessa tematica del viaggio ritorni a notevole distanza di tempo (a partire dal 1985), giungendo a denominare una rubrica specifica (v., tra le rubriche di genere vario, lo spazio «*City tours*»).

Inoltre, sempre sulla base dell'opera di A.C. Quintavalle, la tematica del viaggio si collega strutturalmente a un pubblico il cui ceto socio-economico è piuttosto modesto:¹⁰⁴ un elemento che connota in modo significativo l'immagine della giovane delineata dalla rivista.

– *Arte*: appare in modo alterno fino alla metà degli anni Sessanta (1951-1953, 1955, 1959-1960 e 1963-1966), occupando una superficie

¹⁰¹ QUINTAVALLE, *Introduzione* LXXVIII. L'opera propone una «costruzione parallela della fiaba "storica" e di quella dei rotocalchi [... individuando] alcuni dei nuclei principali in senso narrativo attorno ai quali vengono costruite [...] le fiabe, naturalmente quelle che trovano corrispondenza anche nei rotocalchi» (*l. cit.*).

¹⁰² *Ivi* LXXX e LXX-LXXI.

¹⁰³ TONOLO, *Esiste* 269.

¹⁰⁴ Secondo A.C. Quintavalle, le «varie fiabe a struttura tematica e iconica fissa sono usate nel contesto culturale popolare». D'altra parte, egli riconosce l'esistenza di una dicotomia «a livello di settimanali con una netta distinzione di miti, quelli [...] popolari e quelli di *élite* [...]. In prospettiva [...] delle classi colte, quelle dei settimanali di consumo sono fiabe, e quelli proposti dai settimanali culturali stessi sono modelli e dunque (efficienza, emancipazione femminile, ecc.) miti; in prospettiva delle classi sottoposte non esistono se non come raggiungimenti ultimi i miti della classe dominante e invece si mantengono quali miti prossimi proprio quelli che per i borghesi coscienti sono al massimo fiabe» (QUINTAVALLE, *Introduzione* LXXIX).

pari al 3,09% della STS. Per lo più è collocata in posizione secondaria, a meno che, come arte religiosa, essa non divenga uno *spazio di cornice* per offrire un rilievo maggiore alle pagine formativo-religiose (nelle annate 1951-1952 e 1963-1966).

Questa tematica conferma le osservazioni già formulate a proposito degli articoli di cultura generale: attraverso questo spazio si profila l'immagine di una giovane che persegue soprattutto una formazione personale, di cui anche la cultura artistica è parte. Essa, inoltre, è caratterizzata da una certa sensibilità per il valore del bello e da interessi del tempo libero che possono rivolgersi anche al campo artistico (un'attività culturale nel senso tradizionale del termine). Si tratta di un *hobby* poco diffuso,¹⁰⁵ che presuppone una giovane dotata di una discreta cultura generale, oltre che particolarmente sensibile: una ragazza che, per educazione, si distingue quindi dalla massa dei coetanei. Questo interesse artistico differenzia, infine, l'immagine della giovane rilevabile nella rivista degli anni Cinquanta-Sessanta da quella del periodo successivo che trova altre modalità per soddisfare sensibilità per il *bello* e gusto estetico altrettanto vivi (v. il *poster*, soprattutto, ma anche la maggior cura grafica della rivista).

– *Personaggio*: si tratta di articoli che non compaiono frequentemente¹⁰⁶ e occupano una superficie pari al 2,9% della STS. Collocati, a partire dal 1968, nella prima parte della rivista, sono incentrati su una persona, generalmente di un certo rilievo. La presenza esplicita di questa tematica sottolinea, ancora una volta, il fenomeno della crescita caratterizzante l'immagine della giovane emergente da *Primavera*. L'e-

¹⁰⁵ A proposito degli interessi del tempo libero, cf quanto la Doxa ha rilevato in un'inchiesta che, da una parte, si propone di ottenere un quadro il più possibile preciso e completo della condizione giovanile in Italia e che, dall'altra, è temporalmente abbastanza vicina al periodo in questione (la tematica dell'arte compare in *Primavera* fino al 1966). «Gli interessi diversi dalla lettura e dallo sport appaiono poco diffusi; infatti il 66% degli intervistati dichiara di non coltivare alcun altro interesse» (ISTITUTO DOXA PER LE RICERCHE STATISTICHE E L'ANALISI DELL'OPINIONE PUBBLICA, *Questi i giovani. Inchiesta nazionale sulle opinioni, gli atteggiamenti, le aspirazioni e gli ideali della gioventù*, Inchiesta Shell n. 9, Genova, Shell Italiana, Aprile 1970, 117).

¹⁰⁶ Articoli incentrati su di un personaggio compaiono negli anni 1952, 1966, 1968, 1970, 1972-1973 e 1983. *Primavera* pubblica con una certa sistematicità pagine di questo tipo ma, a seconda del taglio, esse sono state classificate in altro modo (se l'attenzione cade primariamente non sul personaggio in sé ma sulla professione, per esempio, o su un'esperienza, o su altri aspetti ancora).

semplarietà del personaggio, infatti, richiama i fenomeni dell'imitazione di modelli e dell'esigenza di «essere come...», connessi con le dinamiche dell'autodefinizione proprie dell'età adolescenziale.¹⁰⁷

– *Scienza*: compare con continuità fino alla metà degli anni Sessanta (1965) e in modo alterno nel decennio successivo (1967, 1969-1971 e 1973-1974); dopo un decennio di sospensione si ripresenta con costanza nel 1983. La posizione, per lo più nella prima parte della pubblicazione (tranne che negli anni 1953-1954, 1970, 1973 e 1985), è indicativa del rilievo che la rivista le attribuisce. Le tematiche scientifiche occupano mediamente una superficie del 4,33% della STS, ma la loro presenza è significativamente più rilevante negli anni 1956-1969 (con il 6,05%, contro il 2,32% delle restanti annate), anni di grandi scoperte ed esplorazioni, dei viaggi nello spazio e della conquista della luna. È significativo che, successivamente, di fronte a una scienza che, anche al livello della divulgazione, scopre i territori *nuovi* dell'elettronica e dell'informatica, l'interesse di *Primavera* per questo settore s'indebolisce. Tuttavia se, da un lato, questi nuovi ambiti offrono forse delle componenti meno spettacolari ed esigono un più alto livello di competenza, dall'altro, concorrono a caratterizzare l'interesse precedente come cronachistico e tendenzialmente evasivo, più che veramente scientifico.¹⁰⁸

– *Notizie*: pur registrando periodi di sospensione, questo spazio è presente con una significativa costanza (negli anni 1953-1958, 1960-1962, 1967, 1969-1976, 1978 e 1986-1988) e con un certo rilievo (v. la posizione riservatagli, nella prima parte della rivista o tra le pagine centrali). Le notizie occupano mediamente uno spazio pari all'1,91% della STS, ma la loro rilevanza è decisamente superiore a partire dagli anni 1973-1975, periodo in cui occupano il 3,07% della STS, contro un restante 1,62% (successivamente, il minor spazio accordato è compensato da una collocazione nelle prime pagine).

Si profila l'immagine di una ragazza caratterizzata da un interesse progressivamente maggiore per l'attualità e le vicende della società contemporanea e, quindi, via via più informata e consapevole (e, potenzialmente, anche più protagonista) dei problemi della società contemporanea. Si supera, in tal modo, l'immagine stereotipata della don-

¹⁰⁷ Cf DEL CORE, *Dalla domanda* 91.

¹⁰⁸ A conferma dell'individuazione di una connotazione evasiva anche negli articoli scientifici, cf nello schema strutturale di A.C. Quintavalle (QUINTAVALLE, *Introduzione LXXVII*), il parallelismo tra le fiabe (v. la lotta con il mostro e la magia) e il rotocalco (v. la scienza come dominio sulla natura).

na, o della giovane donna, interessata esclusivamente all'ambito *dome-*
stico o, comunque, del *privato*. Le si riconosce, invece, una sua capaci-
tà/possibilità di protagonismo a livello sociale e politico: un pro-
tagonismo che si gioca, in primo luogo, proprio sul piano della consa-
pevolezza nei confronti della storia presente.

– *Attualità socio-politica*: sebbene sia l'unica tematica di questo
gruppo apparsa con un relativo ritardo (nel 1959), sembra essere quel-
la a cui la rivista riserva il maggior rilievo. Si tratta, infatti, di quella che
registra, negli anni, il minor numero di assenze (solo nel periodo 1963-
1964 e 1976) e, per contro, la percentuale maggiore di spazio occupato
(il 5,3%). L'interesse più vivo è riscontrato nel decennio 1967-1977
(con una superficie pari al 7,23% della STS, contro il restante 3,37%),
anche se, in generale, non è possibile affermare che, in seguito, la sua
rilevanza vada declinando. La collocazione, infatti, resta generalmente
nella prima parte della rivista (tranne nelle annate 1962, 1965 e 1973),
quando non è addirittura anticipata nelle pagine di apertura (negli anni
1959-1960, 1979-1982 e 1984-1987).

I tratti dell'immagine della giovane appena individuati riguardo allo
spazio delle «notizie» possono essere ritenuti validi anche per questo
spazio. Si può, inoltre, osservare che esso distingue nettamente il pro-
filo della ragazza delineata dalla rivista negli anni Cinquanta, rappre-
sentata come priva di interessi nel campo socio-politico, da quella degli
anni Settanta e Ottanta, presentata come pienamente integrata in esso,
mentre negli anni Sessanta è già possibile riconoscerci i primi sintomi
di quella trasformazione esplosa al loro finire (il 10,11% della STS nel
1967 e il 10,13% nel 1971 è occupata da temi socio-politici).¹⁰⁹ A par-

¹⁰⁹ A proposito della trasformazione che, in particolare, ha portato a una nuova
consapevolezza e a un nuovo ruolo della donna nel sociale, è significativa la sintesi
di P. Luzzato-Fegiz nella prefazione a un'inchiesta svolta proprio nel momento di
passaggio tra i due periodi individuati nel nostro studio. La ricerca è stata condotta
dalla Doxa (su commissione della Shell) e coordinata da F. Dogana, incaricato di
Psicologia presso l'Università di Chieti e responsabile della divisione Ricerche So-
cio-psicologiche dell'Istituto Doxa. Dall'indagine emerge che «i quattro *principali*
desideri della donna di venti-trent'anni fa erano, in ordine di importanza, i seguenti:
1) trovare marito; 2) avere figli; 3) avere la casa perfettamente ordinata e pulita; 4)
sentirsi difesa e protetta. La graduatoria dei quattro *principali desideri della donna*
di oggi sarebbe invece questa: 1) essere istruita; 2) avere un lavoro fuori casa; 3) es-
ser indipendente nel modo di pensare e vedere le cose; 4) avere una vita agiata»
(LUZZATO FEGIZ Pierpaolo, *Prefazione*, in ISTITUTO DOXA PER LE RICERCHE STA-
TISTICHE E L'ANALISI DELL'OPINIONE PUBBLICA, *La donna oggi in Italia. Inchiesta*

tire dagli anni Settanta, dunque, la ragazza rappresentata risulta maggiormente inserita nel sociale, aderente alla concretezza storica del momento.

4.3. *La formazione-religione*

Passando a considerare lo spazio della *formazione-religione*, ci si trova di fronte a un settore riservato alle seguenti tematiche:

– *Formazione umana e religiosa*: si tratta di uno spazio che compare fino alla metà degli anni Sessanta (tranne che nel 1962) e poi ancora nel periodo 1973-1976 (con una media complessiva pari al 2,78% della STS). Il fatto che, fino al 1956, esso costituisca il servizio d'apertura ne indica la significatività e la rilevanza. Successivamente tende a compattarsi con gli altri interventi dello stesso tipo, costituendo il blocco degli articoli formativo-religiosi (1957-1960 e 1964-1965), la cui posizione resta, comunque, nella prima parte della rivista. Questa tematica suggerisce un'istanza educativa molto forte, con un modello di socializzazione previsto di tipo verticale: dai padri ai figli, da generazione a generazione. È uno spazio che delinea, pertanto, l'immagine di una ragazza connotata primariamente come figlia, soggetto da educare. Gli atteggiamenti che la caratterizzano, quindi, sono quelli della dipendenza, dell'ascolto, fondamentali per la trasmissione di valori sui quali esiste un accordo implicito e non si dà contestazione.

È significativa inoltre la già citata creazione, alla fine degli anni Cinquanta e all'inizio degli anni Sessanta, del blocco degli articoli di questo gruppo: una particolare dimensione (l'aspetto umano-religioso) viene isolata e sottolineata. Ma è proprio questo tipo di rilevanza accordata al tema, il dato che permette di caratterizzare la giovane delineata come sensibile ai primi sintomi di una crisi socio-culturale (registrata puntualmente da una rivista cattolica) che porterà gradualmente «il mondo delle esperienze religiose e della rappresentazione religiosa della vita [... a essere] sempre più considerato un mondo accanto agli altri, un'aiuola di comportamenti e di atteggiamenti personalmente significativi ma socialmente irrilevante, un affare privato e riguardante

nazionale sui problemi della condizione femminile e sul ruolo della donna nella nostra società, Inchiesta Shell n. 10, coordinamento di F. Dogana, Genova, Shell Italiana, Maggio 1973, 9).

solo alcuni “ambiti ristretti” della vita». ¹¹⁰ Queste note descrivono il cambiamento della religiosità all'interno di un contesto socio-culturale sempre più definibile in termini di complessità.

In seguito a questi mutamenti, la rivista reagisce attraverso la messa in atto di nuove strategie comunicative, da cui si inferisce l'immagine di una giovane nei confronti della quale possa avvenire più facilmente il processo di identificazione da parte del lettore empirico (che si presuppone segnato dalla realtà socio-culturale appena descritta). Da questo punto di vista, diventa significativa la scomparsa di questo gruppo di articoli/servizi. La costituzione del blocco formativo-religioso, nell'intento di dar rilievo a questo aspetto dell'esistenza, infatti, aveva ricreato all'interno della rivista, anche se solo al livello strutturale, quella situazione socio-culturale per cui ambiti secolarizzati della vita si trovavano *accostati* solo contigualmente ad ambiti religiosi. Si tratta di una situazione in cui «il “discorso religioso”, la risignificazione in termini religiosi del mondo esperienziale, individuale e anche sociale [...], sembra perdere la sua funzione unificante e la pretesa egemonica che in passato gli era riconosciuta». ¹¹¹ La scomparsa del blocco corrisponderebbe, dunque, alla ricerca di una nuova qualità dell'offerta formativa e di nuovi processi di socializzazione religiosa. Viene rifiutata la «religiosità “ad aiuola”, ben recintata, separata dal mondo vicino della vita e dell'esperienza [...] e collocata nel mondo dell'adulto [...], in quell'*altro livello di realtà* [...] rappresentato dal “mondo delle cose che si devono fare”». ¹¹² Si fa avanti, invece, una religiosità a un nuovo livello, quello del *senso*, legata ai problemi del significato e alla scoperta di «quelle esperienze e valori che risultano significativi, vissuti nella loro piena autonomia e consistenza». ¹¹³

– *Religione*: presente fino al 1960 (con il 4,44% della STS), è collocata nella prima parte della rivista (a eccezione del 1953). L'esistenza, accanto alla formazione umana e religiosa, del tema «religione», che non esclude neppure un approccio di tipo dottrinale, rinforza l'immagine di una ragazza connotata dalla rivista come religiosa.

– *Missioni*: è un tema che compare (con il 3,44% della STS) fino al 1975 (tranne nelle annate 1968-1969), in una posizione di rilievo (nella

¹¹⁰ DELPIANO, *Modelli* 144.

¹¹¹ *L. cit.*

¹¹² *Ivi* 148.

¹¹³ *Ivi* 154.

prima parte della rivista o tra le pagine centrali, a eccezione degli anni 1967, 1971 e 1973-1975). Questo spazio permette di inferire l'immagine di una ragazza interessata a dei contenuti che la possano orientare alla disponibilità verso gli altri e all'aiuto del prossimo.¹¹⁴

– *Storia della Chiesa*: già apparsa negli anni 1952-1954, è una tematica presente soprattutto negli anni Sessanta (1961-1968). Fra gli argomenti di carattere formativo-religioso, la Storia della Chiesa è quello che, per lo stile narrativo, occupa la percentuale di spazio maggiore (il 5,83%). Anche la posizione è di rilievo (generalmente figura nella prima parte della rivista o tra le pagine centrali). Questi dati concorrono a definire l'immagine di una ragazza connotata da un senso di appartenenza a una comunità ecclesiale così forte da indurla a conoscerne la storia. Inoltre, il fatto che la storia della Chiesa sia narrata anno dopo anno, in progressione (il racconto, a puntate, va dalle origini ai tempi più recenti), caratterizza la giovane come dotata di continuità di lettura e capace di pensare in relazione a tempi lunghi.¹¹⁵

– *Vangelo*: è una tematica presente dal 1960 al 1972 (con il 4,76% della STS), in sostituzione degli spazi della «formazione umana e religiosa» e della «religione». La collocazione nelle due pagine di centro (solo nel 1968 si trova tra le altre pagine, nella prima parte della rivista) è significativa dell'importanza attribuitagli dalla rivista. Simbolicamente tale posizione rimanda a un'immagine di giovane la cui vita ha un *centro* e un sistema di riferimento preciso e ben definito (quello religioso, appunto). Inizialmente (negli anni Cinquanta) l'esigenza di collocare nelle «pagine centrali»¹¹⁶ gli spazi formativi o religiosi non venne sentita come determinante. Al contrario, tale posizione diventa un richiamo non appena si afferma una società in cui sembrano aprirsi «settori d'esperienza e di vita più o meno compiutamente autonomizzati rispetto al "sacro", secolarizzati, appunto».¹¹⁷ Essa si contrappone, simbolicamente, a una situazione in cui «la sfera del religioso sembra

¹¹⁴ Cf DEL CORE, *Dalla domanda* 110-112.

¹¹⁵ A proposito delle inferenze relative allo spazio della Storia della Chiesa, v. quanto già detto circa il «racconto a puntate», p. 129.

¹¹⁶ Cf *Verbale Convegno Primavera - 6-11 agosto 1959*, 10. Programmando l'impostazione della rivista per l'anno successivo (1960), si decide di destinare «due delle [...] pagine migliori» (*l. cit.*) alla parte di «Religione» che, in tal modo, «costituirà, anche tipograficamente, il cuore [della rivista] con le [...] pagine centrali» (*Conclusioni*, in DCNP 1959, 1).

¹¹⁷ DELPIANO, *Modelli* 144.

venire progressivamente marginalizzata e spinta verso la privatizzazione»,¹¹⁸ come più ampiamente si è già rilevato a proposito dello spazio della formazione umana e religiosa.

– *Attualità religiosa*: è presente solo negli anni 1968-1970 (con il 3,85% della STS), anch'essa in posizione centrale. Il periodo in cui questa tematica si afferma e l'estrema brevità della sua durata connotano la fine degli anni Sessanta come un periodo di forte transizione, soprattutto per quanto riguarda l'atteggiamento religioso (v. la decrescita dello spazio formativo-religioso del 7,06% tra il 1967 e il 1969 e del 3,01% tra il 1969 e il 1971). Questa tematica conferma l'interesse della rivista per il più ampio settore dell'attualità, ambito all'interno del quale viene ritagliato questo spazio specifico, ricollegabile con le tematiche religiose.

Se, a questo punto, si torna a considerare la tabella di valutazione del grado di interesse nei confronti dei diversi settori degli articoli/servizi (v. *tab. n. 15*), si osserva come, fino al 1968, *Primavera* proponga l'immagine di una giovane particolarmente sensibile alla formazione umana e religiosa, mentre dal 1969 al 1976 lo sarebbe solo in un grado molto più ridotto. Dopodiché questa dimensione sembra pressoché assente.¹¹⁹ Ci si può interrogare, allora, se si profili l'immagine di una giovane connotata come non interessata alla propria formazione e non religiosa e se la rivista abbia rinnegato le sue finalità formative ed educative. È interessante notare, però, un altro dinamismo, inversamente proporzionale al declino e alla successiva scomparsa della tematica esplicitamente formativa: l'affermazione dello spazio riservato alla partecipazione dei lettori, il cui acme (nel 1977, con una superficie pari al

¹¹⁸ L. cit.

¹¹⁹ Lo spazio della formazione-religione talora si ripresenterà anche in seguito come contenuto specifico di alcuni *dossier*. Tale dato, tuttavia, non emerge se non dalla considerazione analitica dei contenuti di tutti gli spazi di tutti i singoli numeri (il che esula dall'impostazione metodologica seguita). A titolo esemplificativo, citiamo alcune delle proposte dei primi anni: *Maria di Nazareth, chi sei?*, in *Primavera* 29 (1978) 9; *Missionari fermo-posta*, in *Primavera* 29 (1978) 20; *I giovani credono in Dio?*, in *Primavera* 29 (1978) 24; *Come leggere il Vangelo di Marco oggi?*, in *Primavera* 30 (1979) 4; *Il Vangelo della gioia*, in *Primavera* 30 (1979) 21; *Tornare per fare festa. Traccia per un cammino di riconciliazione verso la Pasqua*, in *Primavera* 31 (1980) 3. Come si nota, la loro frequenza è andata diradandosi. Negli anni successivi un solo numero del *dossier* è dedicato a tematiche formative-religiose (cf, a questo proposito, *Primavera* 32 (1981) 4; 33 (1982) 20; 34 (1983) 4; 35 (1984) 4; 36 (1985) 3; 37 (1986) 3; 38 (1987) 1; 39 (1988) 1.

10,92% della STS) coincide proprio con la scomparsa dei servizi formativo-religiosi. Ricollegandosi, dunque, all'interpretazione che propone lo spazio della partecipazione come una nuova modalità di socializzazione, si deve parlare allora non di assenza dell'attenzione formativa, ma piuttosto di evoluzione e trasformazione delle modalità formative stesse: «a una trasmissione di tipo verticale [...] tende a sostituirsi un altro tipo di trasmissione, che procede per linee orizzontali da una leva giovanile all'altra»¹²⁰ ed è, più propriamente, un'*interazione* che offre anche la possibilità della «produzione di contenuti nuovi». ¹²¹ Per contro, la scomparsa del settore della formazione è già stata interpretata come un sintomo, puntualmente registrato da una rivista cattolica, di una situazione socio-culturale in cui si verifica la perdita del *centro* (qui inteso nel senso di sistema di riferimento preciso e ben definito),¹²² personale e sociale. Ne consegue, quindi, da un lato, una moltiplicazione e settorializzazione dei *luoghi* sociali di formazione e di esperienza extrafamiliare, nonché, dall'altro, la scomposizione della rappresentazione collettiva del mondo in tante caleidoscopiche immagini parziali.¹²³ Tuttavia, la scomparsa del settore formativo, in questo contesto, presenta anche la possibilità di un'interpretazione in positivo, quale rifiuto della separazione tra il mondo dell'esperienza quotidiana e il mondo del sacro (*oggettivazione del mondo religioso* quale *aiuola* accanto ad altre) per ricercare, piuttosto, una nuova religiosità, al livello del *senso* e, quindi, dentro quelle *aree di vita*, quegli spazi-tempi espressivi che, soprattutto per un giovane, rappresentano l'aspetto della realtà mondana più immediata e affascinante. È una religiosità in cui si tende a un'appropriazione soggettiva, a una rielaborazione personale e creativa, mediata da un contesto identificativo estremamente significativo e gratificante: il gruppo dei coetanei (v., appunto, l'importanza attribuita allo spazio della partecipazione).¹²⁴

¹²⁰ DE NICOLÒ, *Il preadolescente* 31.

¹²¹ *L. cit.*

¹²² «L'immagine più nitida della società complessa è quella della società a-centrata, senza un centro preciso e definito [...] o con indifferenti centri (il che è la stessa cosa)» (*ivi* 25).

¹²³ A questo proposito, cf DELPIANO, *Modelli* 144.

¹²⁴ *Ivi* 150-151.154.

4.4. Lo spettacolo

A questo punto dell'analisi, restano ancora da considerare le tematiche dei servizi apparsi nello spazio dello *spettacolo*. Innanzitutto è opportuno rilevarne la collocazione, a ulteriore conferma della problematicità della loro affermazione all'interno della rivista (v. i periodi di espansione seguiti da altri di contrazione). Tale spazio, infatti, venne inizialmente collocato in fondo alla rivista (1965-1966). In seguito gli venne attribuita una maggiore rilevanza e gli fu riservata una posizione più avanzata: nella prima metà del giornale, come gli altri spazi degli articoli/servizi di cui si è già sottolineata l'importanza. Ma se per questi ultimi tale collocazione fu, con pochissime eccezioni, la regola a partire dal 1969, per lo spettacolo invece si dovette attendere il 1982 (precedentemente, infatti, restano nella seconda parte della rivista la musica, per cinque volte; il cinema, per quattro volte; la televisione, per tre e il teatro, per una). Riguardo alle tematiche, lo *spazio dello spettacolo* è suddiviso tra:

– *Spettacolo* propriamente detto: si tratta di una categoria generica, che compare solo agli inizi (nel 1965 e, ad anni alterni, dal 1968 al 1976), con una superficie pari al 1,14% della STS.

– *Cinema*: del settore spettacolo è questo il primo ambito specifico introdotto nella rivista (nel 1967). Assieme allo sport e alla musica, è anche uno dei più rappresentati (occupa il 2,82% della STS e manca solo negli anni 1970, 1974, 1983).

– *Musica*: è quasi costantemente presente (tranne che nelle annate 1972, 1976, 1980) e occupa mediamente uno spazio pari a quello del «cinema» (il 2,82% della STS). L'interesse riservato a questi due ambiti è però, nel tempo, inversamente proporzionale: fino al 1975 il cinema occupa il 3,33% della STS contro l'1,88% della musica, mentre in seguito a quest'ultima è riservato il 3,17% contro il 2,33% del primo.¹²⁵

¹²⁵ A proposito della crescita di interesse da parte dei giovani per la musica a scapito del cinema è significativo che in un'inchiesta (condotta, nelle principali città italiane, dal giornalista C. Testa tra cinquemila giovani dai quattordici ai ventun anni) vengano dedicati ben due paragrafi al settore cinematografico, che risulta occupare «un posto preminente» tra le occasioni di divertimento (con il 51,9% delle preferenze) (cf TESTA, *Giovani '70*, 32-38). L'ascolto della musica invece compare, occupando uno spazio molto più ridotto, solo legato al fenomeno del ballo (*ivi* 64-67). Dalla ricerca Iard sulla condizione giovanile in Italia condotta nel

Per l'interpretazione dei dati è necessario tener presente che alcune delle attività classificate nella categoria spettacolo sono connotabili come *passive*: si tratta della visione di films, dell'ascolto di musica e del consumo della televisione (per quest'ultima, v. più avanti). La superficie percentuale media (pari al 6,5% della STS) occupata complessivamente da questi spazi permette, quindi, di inferire l'immagine di una giovane che sembra riservare un'attenzione limitata alle attività cosiddette di «fruizione passiva» del tempo libero (quali, appunto, la musica, il cinema, la televisione).¹²⁶ Essa, quindi, sembra contrapporsi a una tendenza diffusa per cui, poiché «il tempo libero viene ridotto a un'attività di consumo di beni, [...] dilaga tra i giovani una passività che soffoca in loro qualsiasi iniziativa creativa».¹²⁷ Quella di *Primavera* è, invece, una ragazza il cui tempo libero è diverso: innanzitutto per il fatto che già la lettura di una rivista rientra fra gli interessi connotabili come *attivi*; in secondo luogo, perché è una giovane cui è offerta la possibilità di un ruolo più attivo (v., appunto, il rapporto tra lo spazio riservato a cinema, musica e televisione e quello riservato agli altri interessi).

– *Sport*: presente quasi costantemente (manca solo negli anni 1970, 1973, 1975) è, tra le tematiche di questo gruppo, quella che suscita il maggior interesse, soprattutto a partire dal 1977 in poi. A fronte di un precedente 1,54%, infatti, in questo ultimo periodo occupa una superficie pari al 3,92% della STS, con una punta del 5,42% nel biennio 1977-1979 (la media complessiva è del 3,03% della STS). A partire dalla fine degli anni Settanta, dunque, la rivista delinea l'immagine di una ragazza per la quale lo sport è di estrema importanza.¹²⁸ Questo

1984 risulta, invece, che tra le attività «ad alta diffusione perché praticate da più del 60% del campione [...] l'ascolto di musica registrata [...] coinvolge quasi il 90% del campione», mentre il cinema interessa solo il 65,1% dei giovani (AA.VV., *Giovani* 144-145).

¹²⁶ Il dato emerso è in dissonanza con quello rilevato dalla succitata ricerca Iard, secondo la quale, invece, è «la gran parte del tempo libero [...] a essere] rivolto ad attività di fruizione passiva» (*ivi* 146).

¹²⁷ ALBERONI - FERRAROTTI - CALVARUSO, *I giovani* 30.

¹²⁸ I dati rilevati sono in sintonia con quelli riscontrati dalla ricerca nazionale COSPES, condotta negli anni 1983-1987: «I preadolescenti, richiesti di esprimersi sul gruppo di appartenenza sulla base di quattro possibilità (gruppo sportivo, formativo, espressivo, culturale), danno risposte quantitativamente rilevanti circa l'attività sportiva. È un dato di fatto che oggi lo sport è di primaria importanza, per una serie di ragioni culturali, sociali, politiche. La famiglia stessa tende a orientare i figli verso attività ludico-sportive, poiché crede allo sport come fattore promotore la crescita globale del ragazzo. Una massiccia pubblicizzazione da parte dei *mass-*

spazio, poi, oltre a rimandare all'esistenza di un contesto di cultura della corporeità, pone in evidenza quelle caratterizzazioni della giovane connesse all'interesse e, presumibilmente, anche all'attività di tipo sportivo: si tratta di due aspetti legati al bisogno impellente di movimento e di esplorazione dello spazio. Si parla a questo proposito di «esplosione spazio-motoria», particolarmente intensa durante la preadolescenza.¹²⁹

– Con il *teatro* (presente solo nel 1975, con il 2,34% della STS), la *televisione* è quella che registra la presenza meno significativa dal punto di vista sia temporale (introdotta solo nel 1967, manca negli anni 1971-1973, 1975-1978, 1980, 1982 e 1984), che spaziale (le è riservato solo l'1,71% della STS: risulta superiore solo alla tematica generale «spettacolo»).¹³⁰

La comparsa dello spazio dello spettacolo è ovviamente legata all'influenza della pervasione televisiva¹³¹ ed è significativa di una crescente attenzione per una cultura di tipo mass-mediale (v. la percentuale dello spazio riservato, complessivamente, a questo settore). Negli anni Settanta-Ottanta, anche la rivista *Primavera* delinea l'immagine di una ragazza per la quale «l'esposizione ai *mass-media* [da cui la dilatazione dello spazio dello spettacolo nella rivista è, indirettamente, influenzata] costituisce un segno e, per certi aspetti, un requisito di appartenenza alla società contemporanea». ¹³² Si tratta di una giovane che, oltre a manifestare tratti connessi a esigenze di tipo cognitivo (informative e formative), si completa con caratteristiche legate ai bisogni ludico-evasivi.

media [...] favorisce ulteriormente tale opzione» (TERUGGI Giuseppina - TAPPARO Maria Luisa, *Corporeità ed esplosione spazio-motoria*, in DE PIERI - TONOLO, *Preadolescenza* 53).

¹²⁹ *Ivi* 52-53.

¹³⁰ Sono evidenti le difficoltà incontrate da un quindicinale per un'informazione utile sulle offerte di un mezzo, come quello televisivo, che ha tempi e necessità di programmazione diversi da quelli di un periodico come *Primavera* (quindicinale, appunto).

¹³¹ La validità dell'affermazione è, ovviamente, legata all'influsso della televisione nel contesto socio-culturale e non alla quantità dello spazio della rivista avente la televisione come diretto referente del discorso. In *Primavera*, infatti, questa tematica è poco significativa: tra le rubriche, registra la presenza più modesta (dal punto di vista sia dello spazio a essa riservato che delle annate di pubblicazione interessate).

¹³² ANOLLI, *Aspetti* 25.

Dal punto di vista psicologico, la ragazza così delineata è potenzialmente esposta ad alcuni rischi più di quanto probabilmente (o presumibilmente) non fosse la sua coetanea degli anni Cinquanta-Sessanta. Nel godere gli spettacoli di evasione, infatti, l'individuo può vivere sul piano fantasmatico e in modo vicario, mediante il meccanismo dell'identificazione proiettiva, situazioni gratificanti e piacevoli, nell'intento di conseguire in tal modo una sorta di compensazione alle inevitabili frustrazioni ricorrenti della vita quotidiana. In questa dinamica il soggetto tende a isolarsi, a rifugiarsi in un mondo gradevole, al fine di conseguire un distanziamento (e anche una negazione!) dai problemi concreti della realtà.

La compresenza e il maggior rilievo dello spazio culturale, specie della tematica socio-politica, ampliando gli orizzonti della consapevolezza della ragazza, potrebbe però, oltre che vanificare tali rischi, «favorire la crescita cognitiva e razionale, nonché l'assunzione di ruoli appropriati nel processo di adattamento attivo alla realtà e all'ambiente sociale»¹³³ ed educare, quindi, un corretto approccio al mondo dello spettacolo. Tuttavia, se mettiamo in relazione i dati relativi all'affermazione di questo spazio con quelli che mostrano la scomparsa delle biografie (dal 1970) e del diario (1981), si rileva che il bisogno di *assomigliare a qualcuno* e la tendenza ad assimilarsi a *un modello* vengono soddisfatti non più attraverso modelli espressamente proposti dall'adulto (biografie) o attraverso l'identificazione con altri giovani (diario), ma mediante l'immedesimazione con personaggi di successo, provenienti dal mondo dello sport e dello spettacolo. I personaggi del mondo ludico, scenico e agonistico sembrano polarizzare maggiormente le energie assimilative e identificative anche della pre-adolescente delineata in *Primavera*.¹³⁴

Sintetizzando, l'immagine della giovane rappresentata nella e dalla rivista *Primavera*, quale viene inferita dallo spazio degli articoli/servizi, si differenzia abbastanza nettamente all'interno di due periodi-chiave:

¹³³ *Ivi* 33.

¹³⁴ Per una valutazione di questo fenomeno, tuttavia, sarebbe necessario un'analisi delle modalità con cui il personaggio viene presentato (*mitizzanti* o, all'inverso, *umanizzanti*). Se nelle pagine della rivista, inoltre, trovano spazio anche "personaggi" di tono minore, quotidiano, il peso dei *big* del mondo ludico, scenico e agonistico viene, con ciò stesso (per il solo fatto, cioè, di elevare a notizia il *quotidiano*), ridimensionato.

il primo è individuabile in corrispondenza degli anni 1950-1965; il secondo si estende, approssimativamente, dal 1975 al 1988. Tra i due periodi è riconoscibile una fase di transizione, circoscrivibile nel decennio 1965-1975, con una accelerazione evolutiva in corrispondenza degli anni 1969-1971.

La prima distinzione fondamentale tra i due periodi emerge al livello delle culture (v. il passaggio dalla sola cultura «alfabetica» – detta anche «cultura della parola» – a quella iconico-uditiva, «non più sintattica ma del sentire globale», connessa alla progressiva pervasione dei *media* elettronici)¹³⁵ e dei linguaggi (quello logico-verbale opposto a quello analogico-iconico) riconoscibili come maggiormente familiari ai due diversi tipi di giovane. Nel secondo periodo, tuttavia, è evidente anche un tentativo di sintesi tra le due culture e i due linguaggi: emerge, infatti, il profilo di una giovane connotabile come «televisiva» (con caratteristiche legate all'influenza esercitata dall'esposizione alla televisione), che si sforza, però, di far propri anche i valori legati a una cultura «alfabetica» (o «della parola e del libro»).

All'interno di questa prima e più ampia distinzione, i due tipi di giovane si differenziano, inoltre, per una notevole attenzione alla cultura e alla formazione (umana e cristiana), nel primo periodo, e al mondo dello spettacolo, nel secondo. Nel primo caso, la rivista delinea l'immagine di una ragazza particolarmente impegnata per la sua maturazione personale e intellettuale; nel secondo caso, invece, quella di una ragazza «televisiva», nell'accezione di M. Mc Luhan, ossia maggiormente esposta all'influenza della televisione e meno capace di adattarsi ai valori mediati attraverso un linguaggio logico-verbale, oltre che più coinvolta dall'attualità.

Lo spazio riservato al settore della cultura sottolinea il fatto che la giovane sta vivendo un periodo di particolare transizione (v. la tematica del viaggio, nello spazio del turismo e folklore), caratterizzato dall'apertura a nuovi e sempre più ampi interessi (v. lo spazio della cultura generale, ma anche quello della scienza). Si tratta, tuttavia, di interessi orientati soprattutto verso la formazione della persona (v. gli articoli dedicati a un personaggio) e attività culturali varie (v. lo spazio dell'arte), nel primo periodo, oppure verso l'attualità e le tematiche socio-culturali, nel secondo caso.

¹³⁵ MC LUHAN, *Gli strumenti* 348. V. anche quanto già scritto alla nota 76, p. 138.

È lo spazio della formazione (umana e cristiana), però, quello che fa emergere le maggiori differenze tra i due tipi di giovane. Da una parte, viene proposta l'immagine di una ragazza connotabile come molto religiosa: i valori religiosi costituiscono il sistema di riferimento centrale nella sua vita; appartiene a una comunità ecclesiale nei confronti della quale vive un forte senso di appartenenza; è disponibile verso gli altri e aiuta il prossimo. Dall'altra, la totale assenza, almeno a livello strutturale, di espliciti riferimenti a tematiche formativo/religiose si presenta come un sintomo della trasformazione del contesto socio-culturale (secolarizzazione), mentre si delinea il profilo di una ragazza che vive una religiosità intesa come ricerca di senso e che si mostra attenta a esperienze e a valori colti e interpretati come già autonomamente significativi. È proprio al livello degli articoli e dei servizi formativi che si coglie con particolare evidenza l'evoluzione di cui si è parlato: in un primo momento è evidente il tentativo di salvare formule e impostazioni tradizionalmente sperimentate, sottolineandole e enfatizzandole proprio mentre esse risentono dei primi sintomi di crisi (v. la creazione del blocco degli articoli formativi e la sua collocazione nelle pagine centrali della rivista). Più tardi, si manifesta una certa riluttanza all'innovazione, una remora al cambiamento, tendenzialmente procrastinato e dilazionato (v. la gradualità con cui lo spazio della formazione è stato eliminato e le incertezze nell'introduzione del settore spettacolo). In questa direzione, gli anni 1969-1971 sono quelli di maggior trasformazione (soprattutto per quanto riguarda l'aspetto religioso).

La transizione viene risolta mediante la trasformazione, anche all'interno della rivista, delle modalità di socializzazione del giovane: anche in *Primavera* si coglie il passaggio da una socializzazione di tipo verticale al prevalere di una *interazione* di tipo orizzontale (v. lo spazio della partecipazione). Inoltre viene proposta l'immagine di una ragazza che, sensibile all'autonomia dei valori, coglie anche il momento ludico-evasivo come valore (v. l'introduzione del settore spettacolo). Per questo ultimo aspetto, gradualmente prende forma l'immagine di una giovane, proposta nella e dalla rivista, che si caratterizza per una concezione del tempo libero come occasione per:¹³⁶

¹³⁶ La rivista, il cui consumo rientra già tra le attività del tempo libero, delinea l'immagine di una giovane caratterizzata da una precisa modalità di fruizione del medesimo. Per le categorie di suddivisione delle attività del tempo libero, cf AA.VV., *Giovani* 144-147.

a) attività di fruizione passiva (cinema, musica, televisione), che si impongono in quanto «il mondo [...] oggi è quello della televisione»: ¹³⁷ ma, anche se apprezzato, questo settore dello spettacolo è oggetto di un'attenzione limitata (v. la superficie percentuale da esso occupata);

b) attività che hanno attinenza con la sfera della socialità, dello stare insieme, delle manifestazioni collettive (v. lo spazio dello sport);

c) attività culturali e formative, che rendono il tempo libero un'occasione, oltre che per il divertimento e lo svago, anche per curare la formazione e la cultura (v. lo spazio della cultura): lo scopo, tra l'altro, è quello da una parte di acquisire gli strumenti per un inserimento più consapevole e protagonista nel sociale (v. il rilievo riservato alla tematica socio-culturale) e dall'altra di maturare un corretto approccio allo stesso mondo dello spettacolo (v. la crescita cognitiva e razionale che permette di meglio comprenderlo, per non lasciarsene passivamente condizionare).

In conclusione, a partire dalla metà degli anni Settanta (ma in realtà, da un punto di vista tendenziale, già da un decennio prima) anche per la rivista *Primavera* i contenuti degli articoli, come quelli della televisione, «possono essere suddivisi in due gruppi: a) l'informazione impegnata, quali notizie e programmi d'interesse culturale in senso lato; b) gli spettacoli, la cui funzione precipua non è quella d'informare». ¹³⁸ Da questo punto di vista, mentre negli anni Cinquanta-Sessanta, l'immagine della giovane delineata nella e dalla rivista è attenta soprattutto alla formazione e alla cultura personale, in vista di un impegno all'interno della casa e della famiglia (v. le rubriche corrispondenti), negli anni Settanta-Ottanta, invece, l'immagine è quella di una ragazza più complessa, con esigenze sia cognitivo-informative che ludico-evasive; inserita nella sua socio-cultura, ma non passivamente acritica di fronte ai condizionamenti della cultura dei *mass-media*.

¹³⁷ BETTETINI, *Il segno* 77.

¹³⁸ TANNENBAUM Percy H., *Panorama generale economico-finanziario*, in: AA. VV., *Nuove dimensioni televisive*, Torino, ERI 1981, 61.

RICOSTRUZIONE DELL'EVOLUZIONE DELLA RIVISTA SULLA BASE DI ALCUNE ANNATE SIGNIFICATIVE

I dati finora raccolti nell'analisi rendono possibile la ricostruzione dell'evoluzione di *Primavera* sulla base di alcune annate significative, ossia rappresentative e riassuntive delle innovazioni e delle modifiche-revisioni della rivista stessa. A questo scopo è stata costruita una tavola di comparazione (v. *tab. 16*) che sintetizza tale evoluzione, in quanto riporta i dati rilevati più significativi.

La presentazione di questa tavola e la descrizione che ne viene fornita hanno, dunque, una duplice finalità:

- 1) sintetizzare l'evoluzione della rivista a partire dalle sue trasformazioni strutturali più evidenti;
- 2) riassumere tale evoluzione attraverso le annate-campione più significative.

Si tratta, in particolare, di quegli anni che, sulla base di tutte le considerazioni formulate nelle pagine precedenti, appaiono ora come i momenti chiave dell'evoluzione dell'immagine della giovane rappresentata nella rivista *Primavera*. Poiché la ricostruzione che ci si propone ha, come si è già detto, un valore essenzialmente di sintesi e di riassunto e poiché essa viene redatta a posteriori (quando cioè l'analisi condotta ha già fornito molte indicazioni utili), si ritiene sufficiente focalizzare l'attenzione solo su otto annate specifiche (quelle risultate appunto come le più significative). Si ricorderà, infatti, che l'analisi sviluppata in questa sede ha avuto come base di partenza (e di lavoro) trentanove anni di pubblicazione, dal 1950 al 1988 (cf a questo proposito le *tab. I, 1-I, 8*, in appendice), e che solo successivamente l'indagine si è incentrata su un numero di annate più ristretto (diciassette, quelle di cui rendono ragione le *tab. II, 1-II, 20*). Il passaggio a otto annate di pubblicazione è funzionale a fornire uno sguardo di sintesi sul lavoro svolto.

Tab. 16 - *Tabella di comparazione della rivista Primavera (annate 1950-1988)*

Anno	E. n.	Località	Valore	SOMMARIO GENERALE																
				RUBRICHE (in percentuale)																
				SOMMARIO PER ANNO																
				RUBRICHE (in percentuale)																
				SOMMARIO PER ANNO																
				RUBRICHE (in percentuale)																
				SOMMARIO PER ANNO																
				RUBRICHE (in percentuale)																
				SOMMARIO PER ANNO																
				RUBRICHE (in percentuale)																
				SOMMARIO PER ANNO																
				RUBRICHE (in percentuale)																
50	29	13	21.12.51	13.800,00	15.415	12.009	1.688	17.711	12.410	4.320	6.225	12.590	1.653							
51					1.174	172														
52					3.147	171	1.472													
53	15	21	27.7.53	26	19.667,00	7	4.471	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
54					23.809,00	7	3.471	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
55						8	4.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
56						8	4.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
57						2	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
58						2	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
59						2	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
60						2	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
61						11	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
62						11	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
63						12	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
64						9	5.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
65						10	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
66						3	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
67						3	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
68						12	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
69						12	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
70						13	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
71						11	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
72						11	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
73						12	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
74						15	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
75						14	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
76						12	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
77						12	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
78						17	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
79						11	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
80	20	19.12.73	1.80	19.720,00	15	1.721	1.371	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041		
81						17	1.721	1.371	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
82						18	1.721	1.371	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
83	21					18	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
84						18	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
85						21	2.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
86						21	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
87						21	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	
88						23	3.371	1.751	5.210	7.611	1.680	5.212	10.500	7.011	3.100	5.212	10.500	7.011	4.041	

Legenda:

P.: periodicità

M.: mesi annui

E.: spese

L.: struttura

P.: articoli

C.: cultura

L.: forazione

S.: spettacolo

E.: rubriche

C.: corrispondenza

P.: partecipazione

S.: narrazive

L.: rubriche (totali)

S.: altro

E.: evasione

S.: spazio redazionale

E.: designer

P.: master

L.: pubblicità

Per ciascuna delle annate selezionate viene fornita una rappresentazione grafica che ne mostra visivamente la composizione. Il metodo utilizzato è quello della visualizzazione tramite "torte". In particolare, una prima "torta" illustra la composizione generale della rivista: per gli articoli e per le rubriche sono fornite le percentuali complessive, mentre il restante spazio, quello delle «varie», viene presentato distinguendo i diversi settori che lo compongono. Una seconda "torta", oltre a esprimere la percentuale complessiva dello spazio delle «varie», mostra la tipologia degli articoli e delle rubriche.¹

Le annate di pubblicazione che, sulla base della tavola di comparazione, risultano riassuntive e rappresentative delle innovazioni e delle modifiche-revisioni della rivista *Primavera* sono le seguenti:

– *annata del 1950*: è la prima pubblicata; è significativa perché permette di considerare la prima immagine di ragazza delineata nella e dalla rivista;

– *annata del 1958*: dopo quasi un decennio sono stati modificati alcuni rapporti tra gli spazi della rivista (v. la diminuzione dello spazio degli articoli e la crescita di quello delle rubriche); in particolare viene assegnata maggiore rilevanza al rapporto con il pubblico (v. l'ampliamento della superficie occupata dalla corrispondenza e dalle rubriche di partecipazione);

– *annata del 1963*: lo spazio della formazione riveste la massima importanza; si nota già una decrescita della superficie percentuale occupata dalle rubriche femminili; la pubblicità presenta una prima espansione di un certo rilievo;

– *annata del 1969*: è preceduta da anni di notevoli trasformazioni (v. l'introduzione delle rubriche di partecipazione e del settore spettacolo, la riduzione di quello della formazione-religione e l'ampliamento, invece, dello spazio occupato dalle rubriche di altro tipo) ed è, essa stessa, premessa di altre modificazioni;

– *annata del 1973*: dopo un periodo di rapida evoluzione (a partire, soprattutto, dal lancio di *Primavera* rinnovata, il 1° ottobre 1970) si è di fronte a una rivista più articolata, nella quale è aumentato lo spazio occupato dalle «varie» (v. l'ampliamento dello spazio del *dossier* e

¹ Nella "torta" che rappresenta la tipologia degli articoli e delle rubriche, per motivi tecnici, talora lo spazio della corrispondenza e quello delle rubriche di partecipazione viene, sulla base dell'affinità delle due tematiche, presentato come somma.

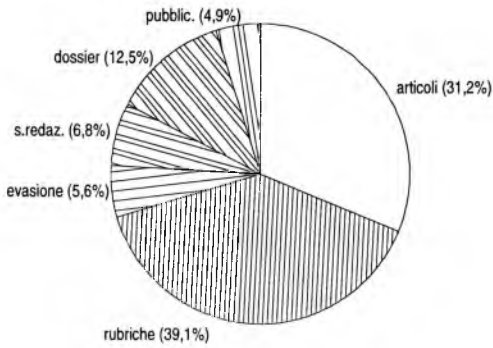
l'introduzione di quello del *poster*), dalla pubblicità e dalle rubriche di partecipazione, mentre si è ulteriormente contratto quello delle rubriche femminili;

– *annata del 1979*: la superficie delle «varie» registra un vero e proprio balzo in avanti, fino a occupare oltre il 50% della rivista; la presenza delle rubriche si riduce ulteriormente: in particolare crollano quelle femminili e la narrativa; lo spazio dello spettacolo si *sostituisce* a quello della formazione-religione;

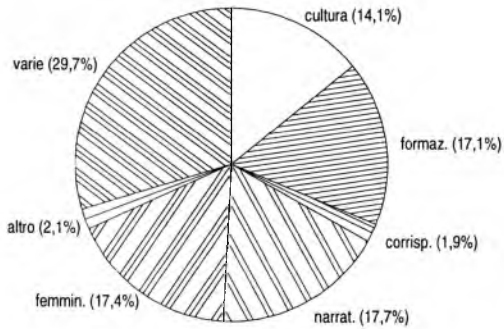
– *annata del 1983*: si registra un ulteriore incremento della superficie occupata dalle «varie»; è rivalutato il settore dell'attualità-cultura generale e si assiste, per contro, al ridimensionamento degli spazi dello spettacolo, della partecipazione e dell'evasione; viene, inoltre, dilatata in modo notevole la superficie occupata dal *poster*, che si trasforma in *maxiposter*;

– *annata del 1988*: rappresenta il punto d'arrivo del periodo di pubblicazione della rivista considerato: rispetto al 1983 l'unica trasformazione degna di nota è l'ampliamento dello spazio occupato dalle rubriche di genere vario.

Composizione rivista

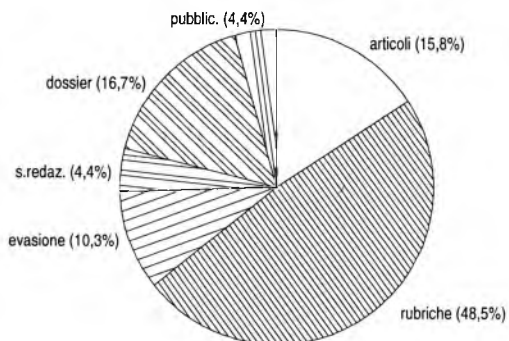


Articoli e Rubriche (tipologia)

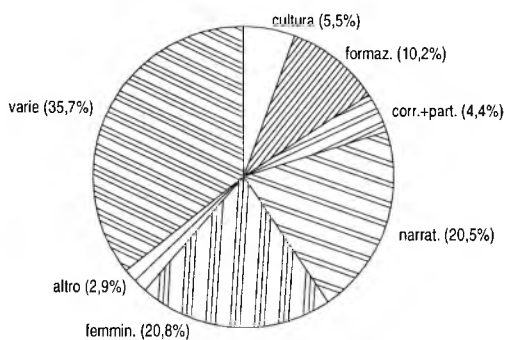


La rivista Primavera: anno 1950 (grafici 5-6)

Composizione rivista

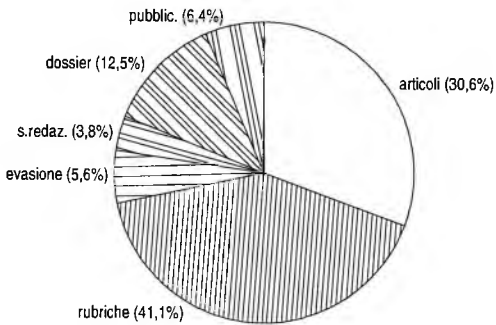


Articoli e Rubriche (tipologia)

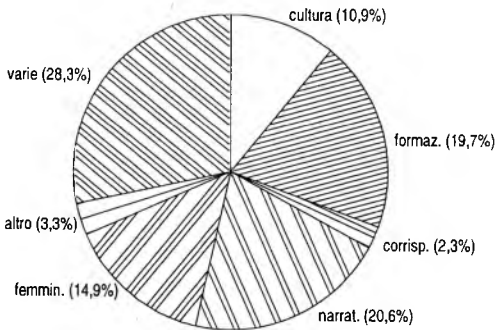


La rivista Primavera: anno 1958 (grafici 7-8)

Composizione rivista

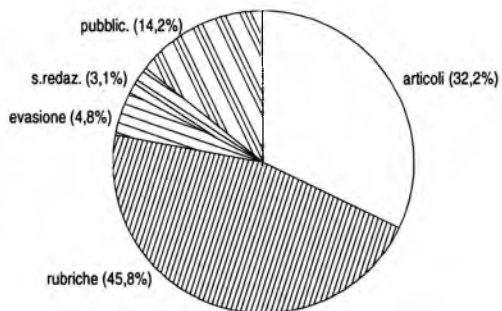


Articoli e Rubriche (tipologia)

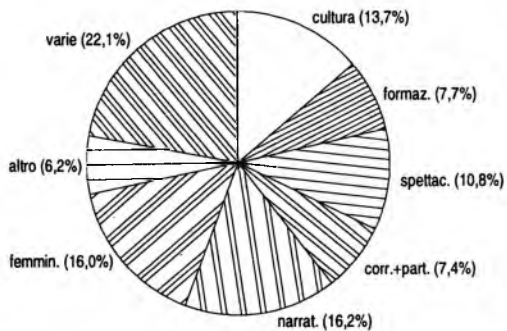


La rivista Primavera: anno 1963 (grafici 9-10)

Composizione rivista

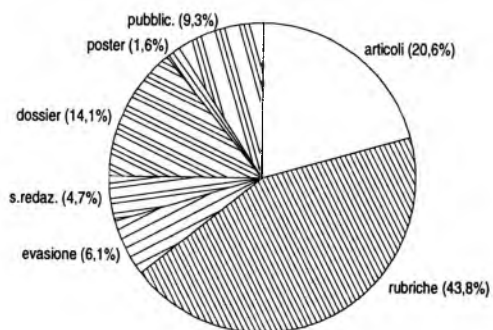


Articoli e Rubriche (tipologia)

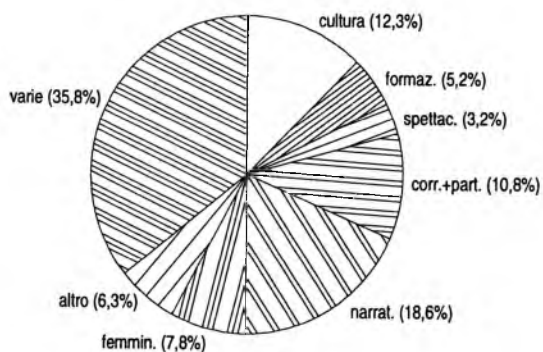


La rivista Primavera: anno 1969 (grafici 11-12)

Composizione rivista

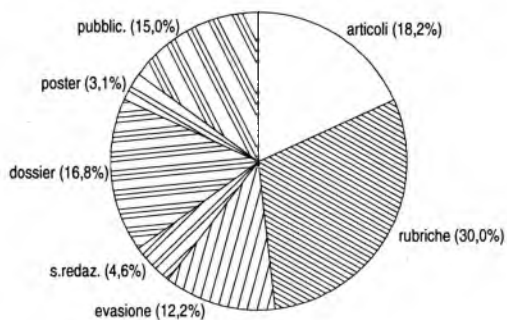


Articoli e Rubriche (tipologia)

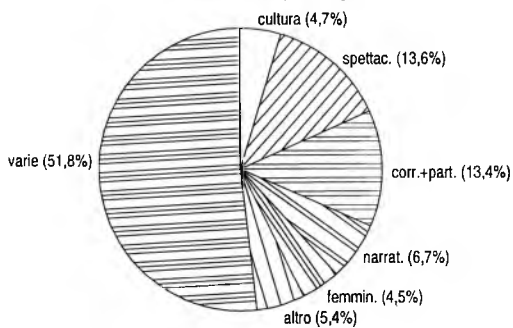


La rivista Primavera: anno 1973 (grafici 13-14)

Composizione rivista

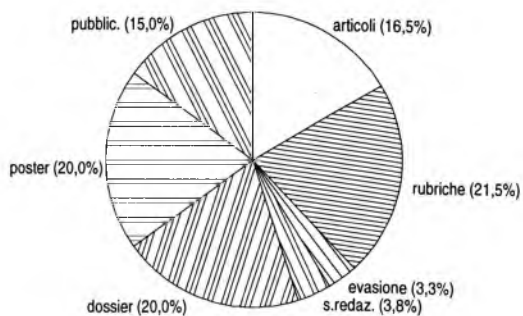


Articoli e Rubriche (tipologia)

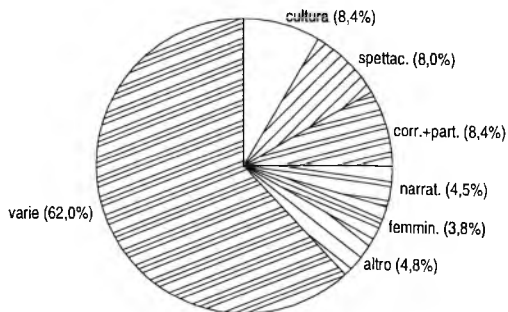


La rivista Primavera: anno 1979 (grafici 15-16)

Composizione rivista

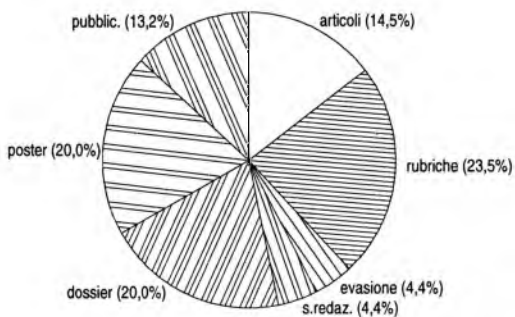


Articoli e Rubriche (tipologia)

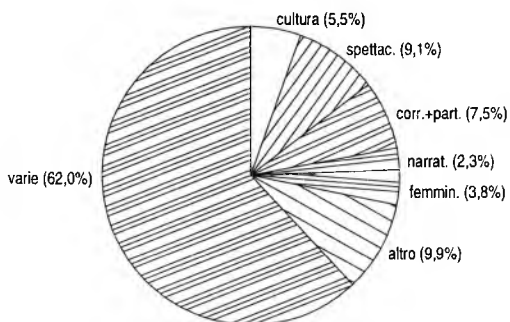


La rivista Primavera: anno 1983 (grafici 17-18)

Composizione rivista



Articoli e Rubriche (tipologia)



La rivista Primavera: anno 1988 (grafici 19-20).

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE SULLA QUANTIFICAZIONE STRUTTURALE DELLA SUPERFICIE REDAZIONALE

Giunti alle battute conclusive del lavoro, si ritiene interessante analizzare i dati che emergono dalla quantificazione strutturale della superficie redazionale. A questo proposito, all'interno di ognuna delle otto annate-campione, è preso in considerazione un *numero-campione*.

Il criterio metodologico seguito per la scelta del numero-campione è quello detto «a campionamento sistematico».¹ Si tratta di un criterio che tende a essere preferito, tra l'altro, quando «i dati provengono da pubblicazioni a periodicità regolare»,² come nel nostro caso. Esso «comporta la scelta di ogni n-esimo elemento da una lista dopo aver determinato a caso il punto d'inizio della sequenza».³ Nel nostro caso, per ragioni di ordine pratico e poiché questa ulteriore fase del lavoro è finalizzata esclusivamente ad alcune osservazioni di carattere puramente conclusivo, i numeri-campione vengono scelti tra quelli già utilizzati per l'analisi precedente, che compaiono nella *tab. II, 1* (v. in appendice). Com'è noto, quest'ultima è stata compilata escludendo i numeri di pubblicazione che, per caratteristiche particolari e contingenti, non potevano essere considerati come sufficientemente rappresentativi della rivista in quell'anno: si tratta dei numeri speciali (estivi o pubblicati per occasioni particolari) e di quelli il cui contenuto va letto, per una buona parte, in relazione a una certa festività o a altro (i numeri, per esempio, con uno spazio preponderante dedicato a una determinata tematica).

¹ Fra i diversi testi di possibile riferimento, cf KRIPPENDORFF, *Analisi* 101-102.

² *Ivi* 101.

³ *L. cit.*

Inoltre, per evitare di selezionare tutti i numeri-campione in corrispondenza dello stesso periodo di pubblicazione (e incorrere, quindi, in possibili errori di campionamento),⁴ per ogni annata-campione (all'interno della quale sono già stati selezionati quattro numeri, in funzione della precedente analisi: v. *tab. II, 1*), si è deciso di scegliere un numero-campione secondo una progressione cardinale (via via, il primo, il secondo..., il quarto per ricominciare quindi dal primo), fissando come n-esimo elemento il quinto della sequenza dei numeri presenti nella lista delle annate-campione. I numeri selezionati sono, pertanto, i seguenti:⁵

1950	n. 12, 15 dicembre;
1958	n. 2, 15 gennaio;
1963	n. 10, 15 maggio;
1969	n. 16, 15 agosto;
1973	n. 22, 15 novembre;
1979	n. 2, 15 gennaio;
1983	n. 10, 15 maggio;
1988	n. 16, 1 ottobre.

Seguendo A. Pluvinage-Paternostre, la superficie redazionale (o SR, espressa, come si è già detto, dalla formula: $SR = STS - \text{superficie pubblicitaria}$) è stata divisa, da un punto di vista strutturale,⁶ in:

- superficie dei *testi* propriamente detti;
- superficie dei *titoli*, sottotitoli, sopra-titoli, occhielli e sommari;
- superficie delle *illustrazioni* (fotografie o disegni, con i loro titoli e le loro legende);
- superficie del *bianco tipografico*: delle tre categorie in cui esso è suddivisibile, si fa riferimento solo a quello dei *margini*,⁷ la cui superficie è espressa dalla formula: superficie del bianco tipografico = $STS -$

⁴ Come esempio di errore di campionamento, cf *ivi* 101-102.

⁵ La scelta di un n-esimo (il cui valore è fissato, nel nostro caso, in "5") elemento dopo aver determinato a caso il punto d'inizio della sequenza non può essere applicata a partire dal 1950, data la particolarità di questa prima annata la cui struttura si definisce con gradualità (v. nota 1 in calce alla *tab. II, 1*). Per il 1950 si prende allora in considerazione l'ultimo numero. Il campionamento sistematico viene impiegato a partire dalla seconda annata-campione (1953).

⁶ Cf PLUVINAGE-PATERNOSTRE, *L'adolescent* 8.

⁷ I margini comprendono quella parte di bianco tipografico (ossia della «parte non stampata della pagina») che si trova «all'inizio e al termine di una linea di composizione» (LENZI, *Dizionario* 14).

(superficie dei titoli + superficie delle illustrazioni + superficie dei testi + superficie pubblicitaria).

Si riportano, qui di seguito, le tabelle con i dati (espressi prima in cm², poi in percentuale) dei settori in cui la SR della rivista risulta strutturalmente divisa.

Tab. 17 - *Quantificazione strutturale della superficie di Primavera* (espressa in cm²)⁸

<i>Annate</i>	<i>Testi</i>	<i>Titoli</i>	<i>Illustr.</i>	<i>Bianco</i>	<i>Pubblic.</i>	<i>STS</i>
1950	5260,41	821,76	6068,21	3766,37	703,25	16620
1958	6319,07	1370,33	6150,70	4919,90	938,00	19698
1963	7516,98	1494,38	8240,17	7435,12	1477,35	26264
1969	11456,89	2916,80	9466,55	12897,18	5941,58	42679
1973	7740,95	3094,97	10426,45	9183,63	3666,00	34112
1979	10633,50	1916,37	8220,74	9285,39	4056,00	34112
1983	6850,00	1771,64	6077,88	7625,48	6251,00	28576
1988	7411,94	2803,09	6838,64	9181,33	4869,00	31104

⁸ I dati riportati per le annate 1983 e 1988 fanno riferimento alla STS senza considerare, però, la superficie del *maxiposter* (di cm² 7144, nel 1983, e di cm² 7776, nel 1988), conteggiata a parte.

Tab. 18 - *Quantificazione strutturale della superficie redazionale di Primavera* (espressa in percentuale)⁹

Annate	Testi	Titoli	Illustr.	Bianco	SF
1950	33,05	5,17	38,12	23,66	100%
1958	33,68	7,31	32,78	26,23	100%
1963	30,33	6,43	33,24	30,00	100%
1969	31,18	7,95	25,77	35,10	100%
1973	25,42	10,16	34,25	30,17	100%
1979	35,38	6,38	27,35	30,89	100%
1983 s.m.	30,68	7,94	27,23	34,15	100%
1983 c.m.	31,01	7,25	32,48	29,26	100%
1988 s.m.	28,25	10,68	26,07	35,00	100%
1988 c.m.	21,79	9,42	41,79	27,00	100%

Legenda: s.m./c.m. = senza/con la percentuale dello spazio riservato al *maxiposter*

I titoli, le illustrazioni e il bianco tipografico sono degli elementi che, avendo la medesima funzione di *evidenziare* il testo,¹⁰ possono diventare oggetto di una valutazione complessiva.

A questo punto, considerando a parte la superficie del *maxiposter*,¹¹ si rileva che la somma delle superfici percentuali di questi tre elementi (titoli, illustrazioni, bianco tipografico) è, nei vari anni, del 66,95% (1950), 66,32% (1958), 69,67% (1963), 68,82% (1969), 74,58% (1973), 64,62% (1979), 69,32% (1983) e 71,75% (1988). Come si nota, sono percentuali che, oscillando da un massimo del 74,58% (nel 1973) a un minimo del 64,62% (nel 1979), non differiscono eccessivamente tra loro, e la cui media complessiva è piuttosto elevata (il 69% della

⁹ Per le annate 1983 e 1988 vengono riportati i dati degli elementi strutturali con e senza *maxiposter*. Diventa necessario, infatti, tener presente anche i dati che lo considerano come scorporato dalla rivista poiché il *maxiposter*, oltre a essere autonomo quanto a caratteristiche tipografiche e fruibili, rientra nella categoria delle grandi immagini. La sua presenza, perciò, modifica in modo sensibile le proporzioni tra le diverse percentuali delle superfici strutturali rilevate nella rivista, a favore dello spazio percentuale delle illustrazioni.

¹⁰ Cf PLUVINAGE-PATERNOSTRE, *L'adolescent* 8.

¹¹ La superficie del *maxiposter*, come già detto, modifica la proporzione tra le percentuali delle superfici strutturali della rivista.

SR). Al testo scritto, invece, durante tutto l'arco di tempo considerato, è riservato mediamente appena il 31% della SR (con una percentuale massima del 35,38% nel 1979 e una minima del 25,42% nel 1973). Il rapporto, quindi, tra il testo e gli elementi strutturali che hanno la funzione di *evidenziarlo* è di 1 : 2,23.

Passando a considerare anche la superficie del *maxiposter*, si nota che essa, accentuando queste proporzioni, le rende ancora più evidenti: il rapporto (testo - elementi che lo evidenziano), per il periodo 1983-1988, sale a 1 : 2,79. In particolare, infatti, la percentuale complessiva delle superfici con la funzione di *evidenziare* il testo sale al 68,99% nel 1983, e al 78,21% nel 1988 (con una percentuale media complessiva pari al 73,60%), mentre al testo scritto stesso è riservato appena il 26,40% della SR, con un andamento che registra una rilevante flessione (di circa il 10%) dopo il 1983.

Dati simili sono significativamente riproposti anche dalla considerazione del rapporto tra il testo scritto e le illustrazioni: esso è di 1 : 1,15 nel 1950, si mantiene poi costantemente attorno ai valori di un rapporto paritetico, con una leggera preminenza dell'uno (v. il rapporto 1,21 : 1 nel 1979) o delle altre (v. il rapporto 1 : 1,26 nel 1973), e solo alla fine (nel 1988) registra una superficie percentuale delle illustrazioni quasi doppia rispetto a quella del testo (1 : 1,92).

Nel corso dell'analisi dei diversi settori della rivista, si è sottolineato l'influsso della televisione nel passaggio dalla cultura «alfabetica» (o della parola e del libro) a quella audiovisiva.¹² Si tratta, nel secondo caso, di una cultura che comunica prevalentemente per immagini, caratterizzata, quindi, da una presenza dominante, nei mezzi di comunicazione di massa, dell'elemento iconico¹³ a scapito di quello logico-verbale. Ci si sarebbe attesi, dunque, anche nell'evoluzione della rivista *Primavera*, una graduale diminuzione della superficie percentuale riservata al testo scritto, a fronte di un considerevole ampliamento (soprattutto a partire dalla fine degli anni Sessanta) dello spazio degli altri elementi strutturali, particolarmente di quello occupato dalle illustrazioni. Questo andamento ipotizzabile per le illustrazioni è stato riscontrato, invece, solo: a) per le altre due superfici strutturali (dei titoli e del bianco tipografico) con funzione di *mettere in evidenza* il testo (v. tab. 17, sulla quantificazione strutturale della SR); b) per il rapporto tra il

¹² A questo proposito, cf anche VALERIANI, *L'educazione* 44-45.

¹³ Cf PESCE - MASSENTI, *L'immagine* 55.

testo e le illustrazioni (passato dal precedente, di tipo paritetico, a quello di 1 : 1,92) dopo il 1983. Per il resto, la superficie percentuale delle immagini è piuttosto elevata già a partire dal 1950 (il 38,12% della SR) e, come abbiamo appena notato, il rapporto tra il testo e le illustrazioni ha subito modifiche di un certo rilievo solo dopo il 1983. La rivista *Primavera* privilegia, quindi, *lungo tutto l'arco di tempo considerato* (e fino al 1983 indipendentemente dagli influssi del contesto socio-culturale), un'impostazione della pagina che dà abbondante risalto, soprattutto con le illustrazioni, a un testo scritto relativamente piuttosto contenuto (v. la percentuale media pari al 31% della SR).

La rilevanza della superficie percentuale delle immagini fin dal 1950 e il sostanziale mantenimento della proporzione testo-illustrazioni anche dopo il 1983 sono, quindi, elementi non previsti, sui quali ci si interroga in relazione all'immagine di giovane delineata dalla rivista.

Tale rilevanza delle immagini è senz'altro addebitabile, innanzitutto, al fatto che i rotocalchi sono, «tra i prodotti a stampa, quelli che più usano le immagini come asse portante della propria struttura».¹⁴ La preminenza del linguaggio iconico nel rotocalco trova due possibili motivazioni. La prima consiste nel fatto che il sistema di stampa della rotocalcografia permette risultati migliori (v. la fedeltà di riproduzione, la perfetta resa e intensità dei colori, la piena valorizzazione dei contrasti) rispetto a quelli ottenibili con gli altri sistemi di stampa a larga tiratura. La seconda motivazione è riscontrabile nella necessità di un adeguamento e di una risposta alle esigenze di lettura alimentate nel pubblico dalla crescente esposizione ai mezzi audiovisivi.¹⁵ Ma nel nostro caso queste ragioni, di ordine tecnico e socio-culturale, non sono le sole e neppure le predominanti, soprattutto, come si è già osservato, la seconda (che pur è utile a spiegare le trasformazioni sia quantitative – del rapporto testo-illustrazioni, dopo il 1983 – sia qualitative, cui si è già fatto riferimento). Non sono, infatti, ancora motivazioni sufficienti a spiegare da sole un rapporto testo-illustrazioni che è a favore delle seconde fin dagli inizi della pubblicazione della rivista (1950), indipendentemente quindi dall'influenza del contesto socio-culturale. Probabilmente, allora, si devono cercare ragioni di altro ordine. Sembra possibile individuarle soprattutto a livello psicologico, nel rapporto tra alcuni aspetti psichici dei linguaggi logico-verbale e analogico-iconico e

¹⁴ *L. cit.*

¹⁵ *L. cit.*

la maturazione della componente cognitivo-intellettuale del ragazzo, nel passaggio dalla fanciullezza all'adolescenza.

Secondo la definizione di C. Morris, infatti, «un segno iconico è un segno che per alcuni aspetti somiglia al suo denotato»: ¹⁶ vi è una certa rassomiglianza, un rapporto analogico, appunto, tra immagine e realtà rappresentata, per cui la prima possiede alcune delle caratteristiche del suo oggetto di riferimento. Ma se il rapporto immagine-realtà è tale per cui l'iconico è un analogo, ¹⁷ sembrerebbe possibile riconoscere l'esistenza, durante l'età preadolescenziale, di un primato del linguaggio iconico (di tipo analogico, appunto) rispetto a quello logico-verbale. Il pre-adolescente, infatti, si muove ancora prevalentemente sul versante del pensiero concreto, caratterizzato primariamente dal fatto di rimanere «essenzialmente unito al reale». ¹⁸ Proprio come lo stesso preadolescente. Egli, infatti, vive in un contesto di cose concrete. ¹⁹ «Ciò conferma – secondo le categorie piagetiane – l'appartenenza dell'età preadolescenziale allo *stadio logico-operativo e concreto dello sviluppo cognitivo* [...], mentre] il passaggio dal pensiero operativo concreto a quello formale avviene in maniera lenta e graduale e, tutto sommato, abbastanza tardiva, nel senso che è proprio della fase terminale più che di quella iniziale della preadolescenza». ²⁰

D'altra parte, con la maturazione della capacità di pensiero formale, essenzialmente ipotetico e deduttivo, «si opera un'inversione di fondo tra il reale ed il possibile. Il possibile, invece di manifestarsi semplicemente sotto forma di un prolungamento del reale o delle azioni eseguite sulla realtà, subordina a sé il reale». ²¹ È da sottolineare, inoltre, il fatto che, sempre secondo il Piaget, la proprietà più evidente del pensiero formale ²² è quella di «*fondarsi su degli elementi verbali e non più*

¹⁶ PESCE Alberto - MASSENTI Anna, *Leggere foto*, Brescia, La Scuola 1985, 70-72.

¹⁷ Cf BETTETINI, *Il segno* 60.

¹⁸ Cf PIAGET - INHELDER, *Dalla logica* 248.

¹⁹ Per il pre-adolescente vivere realtà concrete si associa al «bisogno di sperimentalte fisicamente e di tradurle in un vissuto personale. Il suo mondo vitale è fatto di realtà concrete [...]; è intessuto di valori "vicini", quasi toccati con mano. Il preadolescente vive fortemente nel presente e nell'immediato: il suo linguaggio non può che esprimere e "raccontare" tutto questo [...]. Il resto gli è estraneo e sconosciuto, probabilmente anche sul piano linguistico» (MICHELINI, *Sviluppo* 117).

²⁰ *Ivi* 117-118.

²¹ PIAGET - INHELDER, *Dalla logica* 248. Cf anche p. 249.

²² A proposito dell'importanza dell'elemento verbale nel passaggio tra il pen-

*direttamente sugli oggetti [...]. In realtà, spesso è sufficiente tradurre in semplice proposizione un'operazione concreta, senza presentare al soggetto oggetti manipolabili che servano da punto d'appoggio a questa operazione, perché essa divenga possibile solo al livello [del pensiero] formale».*²³

I dati relativi alla quantificazione strutturale della superficie redazionale permettono di far emergere dalla rivista *Primavera* un'immagine di giovane che, pur usando il linguaggio logico-verbale (escludendo il *maxiposter*, il testo occupa, anche nel 1988, il 28,25% della SR), manifesta costantemente un forte interesse per le espressioni del linguaggio analogico-iconico. Sulla base delle precedenti considerazioni, questa propensione per l'immagine, presente fin dal 1950, sembrerebbe essere non tanto il frutto di un condizionamento socio-culturale, quanto piuttosto un elemento addebitabile alla caratteristiche psicologiche dell'età del pubblico cui la rivista si rivolge. Ciò indurrebbe a riconoscere che, ancor prima di un'influenza da parte della televisione sulla giovane in generale,²⁴ e su quella di *Primavera* in particolare (v. l'analisi dei diversi settori della rivista), esiste una *predisposizione* cognitivo-intellettuale della pre-adolescente stessa (v. la lenta maturazione dal pensiero operativo-concreto a quello formale durante questa età) verso il linguaggio iconico e verso i *media* audiovisivi nei quali esso è predominante. La rivista *Primavera*, d'altra parte, delinea l'immagine di una giovane che se, da un lato, trova il linguaggio analogico-iconico più idoneo (v., oltre alle capacità cognitivo-intellettive, anche il bisogno di coinvolgimento),²⁵ dall'altro, se ne serve in forma complementare, e non alternativa, al linguaggio logico-verbale.

La quantificazione strutturale della superficie redazionale di *Primavera*, dunque, pone in evidenza il profilo di una giovane, rappresentata nella e dalla rivista, che trova più idoneo al livello di maturazione del

siero concreto e quello formale, il Piaget afferma che «è innanzitutto a causa di questo solo fattore distintivo che abbiamo già cercato di opporlo al pensiero concreto» (*l. cit.*).

²³ *L. cit.*

²⁴ A questo proposito, cf MC LUHAN, *Gli strumenti*, particolarmente alle pp. 345-349.

²⁵ Il linguaggio iconico ha una carica comunicativa molto più immediata di quella del linguaggio verbale. Esso inoltre coinvolge una pluralità di funzioni psicofisiche (oltre a quelle percettive e cognitive, anche quelle legate alla sfera emotivo-affettiva) (cf FERRARI Osvaldo - FERRARI Renato, *Il linguaggio grafico del bambino. Genesi, evoluzione ed interpretazione*, Brescia, La Scuola 1984, 9.133).

suo pensiero (ancora legato allo stadio logico operativo e concreto) il linguaggio analogico-iconico. Questo infatti possiede una capacità comunicativa più immediata e quindi maggiormente alla portata della pre-adolescente, per la quale «ciò che va al di fuori del proprio *vissuto* non esiste o comunque viene abbandonato, se non altro sul piano dell'interesse».²⁶ L'immagine della giovane di *Primavera*, tuttavia, è caratterizzata pure da una notevole familiarità con il linguaggio logico-verbale. La superficie percentuale media occupata dal testo, infatti, piuttosto contenuta in termini assoluti (il 31%), è tuttavia non indifferente se si tiene presente che *Primavera*:

- a) è un rotocalco;
- b) è destinato a un pubblico giovanile;
- c) è fruito soprattutto nello spazio del tempo libero (e quindi in occasioni in cui il giovane è meno predisposto a un atteggiamento impegnato).

²⁶ MICHELINI, *Sviluppo* 126.

CONCLUSIONI

A questo punto sarà utile tentare di condurre alcune conclusioni, a partire dal lavoro svolto. Innanzitutto, sembra importante proporre una sintesi degli elementi principali che caratterizzano l'immagine della giovane delineata nella e dalla rivista *Primavera* seguendo, anche da un punto di vista cronologico, la linea della sua evoluzione.

1. Evoluzione dell'immagine della giovane

Per seguire l'evoluzione dell'immagine della giovane inferita nel corso del presente lavoro, i quasi quarant'anni di storia della rivista (già considerati nell'analisi) vengono qui di seguito suddivisi per decenni: 1950-1960; 1961-1970; 1971-1980; 1981-1988. Questo tipo di presentazione è funzionale a fornire una visione di sintesi dell'evoluzione dell'immagine della giovane nel corso della pubblicazione della rivista.

Si potrà notare come emerga un profilo di giovane donna più definito nei due decenni estremi (gli anni Cinquanta, da un lato, e gli anni Ottanta, dall'altro). L'immagine inizialmente proposta comincia, invece, a mostrare dei sintomi di trasformazione già nella prima metà degli anni Sessanta: si tratta dei primi segnali di un'evoluzione verso un modello nuovo e diverso di donna che si evidenzierà soprattutto a partire dalla seconda metà degli anni Settanta.

1.1. *Nel periodo 1950-1960*

L'immagine della giovane delineata nel corso degli anni Cinquanta appare connotata soprattutto in relazione alla casa e alla famiglia e corrisponde, pertanto, a un'immagine essenzialmente tradizionale di donna.

In questo periodo, il modello di socializzazione-educazione che passa attraverso la rivista è decisamente di tipo verticale; di conseguenza, l'immagine della giovane si definisce primariamente come *figlia*: il suo *status* è cioè quello di un soggetto *da educare*, punto d'arrivo di un progetto educativo, appunto. Gli atteggiamenti presupposti in questa giovane (quelli dell'ascolto e della dipendenza) sono funzionali alla trasmissione di valori su cui esiste un accordo implicito, e non si dà contestazione. È una giovane, quindi, alla quale sono proponibili dei modelli di comportamento e dei ruoli selezionati a partire dall'educatore, che riveste una funzione e un'importanza primarie nell'azione educativa. Per quanto riguarda la giovane è prevedibile che attui un processo di identificazione-immedesimazione con il sistema di valori trasmesso.

In questa direzione, a livello di analisi, si è sottolineato come il rapporto comunicativo che intercorre tra *Primavera* e il suo pubblico sembra poter presupporre l'esistenza di un solido patto di fiducia. L'immagine che emerge dalla rivista è infatti quella di una giovane disposta ad accogliere ciò che le viene offerto da parte di un giornale che può ancora vantare un ruolo di non alternatività e di unicità nei suoi confronti. Il rapporto tra il giornale e la ragazza, di tipo verticistico e totalizzante, permette di pensare a una coincidenza tra il sistema culturale-valoriale rappresentato nella rivista e quello in cui si identifica il destinatario.

Già in questo primo periodo di pubblicazione, dunque, la rivista riserva un'attenzione prioritaria all'obiettivo formativo-educativo che essa si propone, soprattutto a motivo dell'età giovanile del suo pubblico. È l'ambito educativo, dunque, che sussume qualsiasi altra attenzione riscontrabile nella rivista. Così, quando *Primavera* connota la giovane come impegnata a livello culturale, la propone come motivata all'acquisizione di una formazione personale, prima ancora che a un generale e generico *apprendimento*. La rivista delinea una giovane caratterizzata dal *bisogno* di confrontarsi con la realtà culturale e sociale del suo tempo e dall'esigenza di acquisire degli strumenti per maturare la consapevolezza di sé e della realtà stessa. Tuttavia, il discorso culturale proposto si presenta come abbastanza generico e di stile scolastico, finalizzato più agli aspetti della formazione della *persona* (perché essa sia anche istruita) che all'educazione di una *cittadina* consapevole della situazione socio-culturale in cui è inserita. In altri termini, se la giovane che la rivista prospetta ha la possibilità di estendere il suo mondo verso degli orizzonti conoscitivi vasti e diversificati, continua tuttavia a essere

inserita più nell'ambito della casa e della famiglia che in un contesto sociale più ampio.

In questo periodo, inoltre, la rivista sottolinea gli aspetti della religiosità della giovane con più forza di quanto non farà in seguito. I valori religiosi, ai quali la giovane è chiamata ad accostarsi anche con un approccio di tipo dottrinale, sono riconosciuti e proposti da *Primavera* come «il» sistema di riferimento centrale per la sua vita. La rivista, perciò, rappresenta una giovane inserita in una comunità ecclesiale, e per la quale è importante il *senso di appartenenza*, il *riconoscersi* in questa comunità. Perciò i valori che la connotano sono anche quelli della disponibilità verso gli altri e dell'aiuto portato al prossimo.

Inizia, inoltre, a delinearsi l'immagine di una giovane in *dialogo* con il *suo* giornale: quest'ultimo, in particolar modo, riserva già un'attenzione significativa al moltiplicarsi (fenomeno tipico soprattutto dell'adolescenza) delle occasioni di confronto, cercate e attuate anche *al di fuori* della famiglia. La rivista si mostra attenta ad andare incontro alle esigenze di autonomia e di protagonismo che portano la giovane a cercare *uno spazio per sé*, desatellizzato dalla famiglia. *Primavera* si offre allora come momento e luogo di *evasione* fantastica, ludica o umoristica (si pensi, per esempio, allo spazio occupato dalla narrativa e dai racconti, dai *quiz* e dai giochi, ecc.).

Tuttavia, l'elemento che caratterizza questo primo periodo è la rappresentazione di un'immagine di ragazza per la quale è preponderante la preparazione al ruolo tradizionalmente affidato alla donna (quello di sposa e di madre); un ruolo che porrà la giovane in relazione innanzitutto con la casa e la famiglia. La rivista delinea il profilo di una giovane donna che presta un aiuto in famiglia, il luogo dove assolve delle funzioni di corresponsabilità a fianco della madre. A lei è riconosciuta la capacità di *fare cose da grandi*, anticipando così in qualche modo il suo inserimento nella vita adulta, nonché la capacità di relazionarsi a eventuali bambini più piccoli (sempre, dunque, con una funzione di affiancamento della madre, in vista di un processo di identificazione con il suo ruolo). A completamento di questa immagine emergono alcuni tratti che affermano delle abilità e delle competenze tipiche del lavoro manuale tradizionalmente pensato come femminile (cucinare, cucire e confezionarsi abiti per sé e per gli altri, ecc.).

In sintesi, sono soprattutto l'ambito religioso e quello familiare che la rivista prospetta come adeguati al ruolo che questa giovane donna dovrà svolgere nella società in cui si appresta a entrare. Interessi di al-

tro tipo sembrano, per il momento, non essere previsti per questa ragazza. I confini spaziali e sociali della giovane degli anni Cinquanta coincidono, insomma, nella visione inferita da *Primavera*, con il perimetro della casa e della famiglia. Anche il tempo libero («libero» cioè dagli impegni della scuola o del lavoro) viene impiegato soprattutto all'interno della famiglia. In realtà è anch'esso un *tempo di lavoro*: la giovane delineata presta un aiuto in famiglia, affiancando la madre nel suo ruolo domestico.

L'immagine della giovane delineata da *Primavera* negli anni Cinquanta risponde, insomma, all'«*idea* [...] della] donna in casa»,¹ il cui ruolo è concepito a edificazione della famiglia.

1.2. *Nel periodo 1961-1970*

L'immagine proposta con tratti molto nitidi nel corso degli anni Cinquanta, all'inizio del decennio successivo si presenta con alcuni elementi riconfermati o accentuati, e altri investiti dalla trasformazione e già in evoluzione. Si tratta, insomma, di un'immagine che comincia a entrare in crisi. Nel 1965 i sintomi del cambiamento sono già ben evidenti e sfociano, a partire dal 1969, in un forte tentativo di innovazione della struttura e dell'assetto stesso della rivista.

La revisione e ristrutturazione dei contenuti permette di inferire un'immagine di giovane per certi aspetti nuova. Essa appare, ora, particolarmente impegnata a livello culturale. Se questo impegno era già, in parte, riconosciuto anche nel primo periodo della rivista, ora si collegano trasformazioni relative soprattutto alla tipologia della proposta culturale. Inizialmente l'attenzione è rivolta al mondo della scienza (gli anni Sessanta, come è noto, sono quelli delle grandi scoperte e delle esplorazioni, dei viaggi nello spazio e della conquista della luna). Verso la fine di questa fase (dal 1967) emerge invece un'interesse nuovo per l'attualità socio-politica, poi gradualmente rinforzato. A questo riguardo, è significativo notare che, mentre negli anni Cinquanta *Primavera* non prevedeva per la giovane degli interessi in questo campo, a partire dalla fine del decennio successivo le tematiche socio-culturali trovano sempre più spesso spazio nelle pagine della rivista. L'immagine di giovane che *Primavera* trasmette sta, dunque, mutando: la giovane è pen-

¹ Cf VESPA, *Lettere* 29-1-1954.

sata come un soggetto inserito nel sociale e, quindi, possibile destinatario di temi e di informazioni che riguardano l'attualità. È facile immaginare che anche *Primavera* si sia adeguata alle trasformazioni portate dal clima espresso emblematicamente nel Sessantotto, con il suo rifiuto dell'ordine e della tradizione a favore dell'improvvisazione, della spontaneità e della fantasia, un rifiuto connotato spesso dalla contestazione e dalla nascita di una cultura specifica e di una diversa identità giovanile. La nuova generazione presentava delle divergenze fondamentali nei confronti di quelle precedenti, che coinvolgevano soprattutto la mentalità, i valori, le idee, nonché le istituzioni.

Inoltre, a partire soprattutto dalla metà degli anni Sessanta, un secondo elemento, precedentemente caratterizzante l'immagine della giovane inferita da *Primavera*, si trasforma: è quello relativo alla formazione umana e religiosa della giovane. Infatti, anche se la rivista resta attenta agli aspetti legati all'educazione della ragazza e continua a proporre un'immagine che la presenta impegnata per la propria formazione e maturazione sia culturale che religiosa, qualcosa sta cambiando. A questo proposito, si è già sottolineata, tra l'altro, la nuova attenzione riservata al settore «spettacolo», accanto allo spazio dell'attualità-cultura generale, mentre si verifica un progressivo cedimento di quello della formazione-religione. Di fronte a queste trasformazioni (l'apertura ai temi socio-politici e il cedimento di quelli più propriamente religiosi e formativi), si può, tuttavia, affermare che l'istanza educativa resta ancora molto forte: permane un modello di socializzazione-educazione di tipo verticale e l'immagine della giovane è ancora, primariamente, quella della *figlia*, soggetto da educare. Dalla rivista, però, si inferisce ormai che non si presuppone più una situazione in cui non si dà contestazione sui valori trasmessi: è proprio nello spazio occupato dagli articoli formativi (e quindi relativamente agli elementi che connotano la giovane come religiosa) che emerge un'incrinatura riguardo all'accordo tra la rivista e i suoi lettori. *Primavera* registra puntualmente i primi sintomi di una crisi socio-culturale che investe, tra gli altri, anche l'ambito dell'esperienza religiosa.

La rivista reagisce enfatizzando alcuni aspetti precipui del discorso religioso, spostandolo dal piano formativo (o anche dottrinale) a quello dell'annuncio evangelico: a questo punto, diventa necessario per *Primavera* sottolineare la centralità del Vangelo come sistema di riferimento preciso e ben definito. Ciò si verifica non appena sembra delinearsi una società in cui si aprono settori d'esperienza e di vita più o

meno compiutamente autonomi e indipendenti rispetto al sacro (secolarizzati, appunto). Inoltre, mentre la sfera del religioso sembra venire progressivamente marginalizzata e spinta verso la privatizzazione, la rivista cerca di mantenere vivo l'interesse per questo ambito spostando l'attenzione sull'attualità religiosa, ossia sulla comunicazione dell'esperienza della reale appartenenza a una comunità ecclesiale. *Primavera*, dunque, continua a proporre l'immagine di una giovane ancora connotata come soggetto religioso e segnato da una certa sensibilità alla formazione umana e spirituale. Quest'immagine resta fino al 1968 compreso. A partire dal 1969 essa viene, invece, fortemente ridimensionata.

Riepilogando, i segnali di trasformazione indicano che, se l'immagine della ragazza proposta negli anni Sessanta è ancora caratterizzata da una forte componente religiosa (in quanto i valori religiosi costituiscono il sistema di riferimento centrale nella sua vita), alla fine degli stessi questa dimensione subisce una notevole flessione. Si inizia a notare, inoltre, una decrescita di attenzione per argomenti connessi alla casa e alla famiglia, in favore di nuovi ambiti. È questo il momento in cui, tra l'altro, la presenza della pubblicità diviene più significativa, anche se, da parte della rivista, permane una certa distanza critica, accompagnata da resistenza e cautela, una sorta di prevenzione verso la società industriale che si regge su larghi e diffusi consumi.

In sintesi, soprattutto alla fine di questo periodo, l'immagine di giovane delineata da *Primavera* è quella di un soggetto per il quale, pur senza rinnegare le finalità educative della rivista, la pubblicazione prevede una molteplicità di interessi e un'apertura a delle dimensioni (culturali, sociali, politiche, storiche) prima sconosciute. Si tratta di una giovane la cui rappresentazione del mondo va gradualmente scomponendosi in tante caleidoscopiche immagini parziali e per la quale si stanno potenzialmente moltiplicando e settorializzando i *luoghi* sociali di formazione, i centri di riferimento, le appartenenze e le esperienze di società.

1.3. *Nel periodo 1971-1980*

Nel corso degli anni Settanta, l'immagine della giovane delineata da *Primavera* è già notevolmente mutata. Innanzitutto, lo scambio comunicativo tra il giornale e il suo pubblico non è più dato per scontato,

ma piuttosto cercato dalla rivista, costruito e instaurato sulla base di alcuni punti forti, pensati come comuni all'emittente e al recettore. Allo scopo di farsi riconoscere come soggetto privilegiato di comunicazione, *Primavera* sente la necessità di esplicitare la sua identità e fisionomia, adottando una strategia comunicativa in cui accentua l'atteggiamento propositivo (dell'offerta). Si è infranto il precedente rapporto comunicativo totalizzante e apparentemente soddisfacente tutti i bisogni del destinatario e la rivista si ritrova ora a esercitare nei suoi confronti una funzione di stimolo, anziché di incessante cura pedagogica.

È coerente con questi elementi l'esplicitazione, da parte della rivista, di un *dialogo* con il suo pubblico nello spazio dell'editoriale. La scelta dell'enunciatore di manifestarsi diventa per il recettore un invito ad accettare la proposta conversativa del testo, per instaurare un dialogo *alla pari*. La pratica discorsiva che *mette in scena* il soggetto enunciatore, antitetica a quella che si assesta sul mascheramento dell'origine comunicativa, offre, tra l'altro, la possibilità al soggetto recettore (se egli accetta la proposta conversativa del testo) di entrare in contatto interattivo con le articolazioni semiotiche del testo. Di fronte alla dichiarazione d'identità dell'enunciatore, il destinatario è stimolato a manifestare la propria, divenendo un soggetto attivo e ricoprendo un ruolo di partecipazione. La rivista, adottando una tale strategia comunicativa, si propone, ora, come un'*amica*, al fine d'instaurare con il lettore una relazione simmetrica, speculare, quasi alla pari.

Si deve ricordare che questo terzo periodo della rivista è segnato dal passaggio a *Primavera* rinnovata (1 ottobre 1970). Si tratta di un momento-spartiacque che delimita due diverse tendenze: l'attenzione preminente verso la pubblicazione di rubriche (e un'equa suddivisione dello spazio restante tra articoli/servizi e «varie»), fino al 1970; la scelta in favore delle «varie», a tutto svantaggio degli articoli/servizi e delle rubriche, dopo tale data. Articoli e rubriche subiscono una graduale ma decisa flessione, mentre le «varie» si espandono rapidamente.

In particolare, in rapporto al contenuto degli interventi pubblicati continua a crescere l'interesse per l'attualità socio-politica e le tematiche socio-culturali: mentre la televisione riduce il mondo a un villaggio planetario e lo porta in casa, la rivista non può più esimersi da un'attenzione all'attualità e alle vicende della società contemporanea, non può rinunciare all'informazione e alla consapevolezza sociale, politica e culturale dei suoi destinatari. Il riconoscimento della capacità/possibilità di una identità a livello sociale, culturale e politico segna il supera-

mento dell'immagine stereotipata della donna, interessata esclusivamente all'ambito *domestico* o comunque del *privato*.

L'ambito della formazione umana e religiosa, già in forte declino dal periodo precedente, alla metà degli anni Settanta scompare definitivamente (dal 1977 non sono più pubblicati articoli esplicitamente formativo-religiosi). La scomparsa di questo spazio dichiaratamente formativo-religioso sembra una rinuncia di *Primavera* a quell'immagine di giovane per la quale la dimensione religiosa era al centro del proprio progetto formativo, un progetto connotato come *risignificazione* in termini religiosi del mondo esperienziale individuale, sociale e della vita quotidiana della giovane. In realtà la rivista non ha rinnegato le sue finalità formative ed educative, piuttosto ora ricerca nuovi processi (e nuove *strade*) di socializzazione, anche religiosa. A una trasmissione verticale tende a sostituire un tipo differente di comunicazione, che procede per linee orizzontali ed è, più propriamente, un'*interazione* che offre anche la possibilità della produzione di contenuti nuovi. È la risposta di *Primavera* a una situazione socio-culturale in cui si verifica la perdita del *centro* (inteso come sistema di riferimento preciso e definito) personale e sociale. La religiosità della giovane ora inferibile da *Primavera* è costituita dalla ricerca del *senso* della vita e del significato ultimo delle cose e dalla scoperta di esperienze e valori di per se stessi significativi. È una religiosità frutto di una conquista personale, che parte dal soggetto stesso ed è mediata da un contesto identificativo estremamente significativo e gratificante, quello del gruppo dei coetanei.

In generale, questi sono gli anni in cui gli spazi riservati alla partecipazione del pubblico acquistano un grande rilievo, mentre si registra una forte contrazione di quelli riservati alla narrativa e alle rubriche tipicamente femminili. L'interesse per la scienza è ancora presente, ma in modo più ridotto in quanto i territori ora esplorati sono soprattutto quelli dell'elettronica e dell'informatica (nuovi ambiti che offrono forse delle componenti meno spettacolari rispetto agli interessi scientifici del periodo precedente e che esigono un più alto livello di competenza).

Inoltre, la giovane delineata dalla rivista riserva ora un'attenzione maggiore al mondo dello spettacolo (fra cui il teatro) e a quello dello sport: i bisogni ludico-evasivi (e, sul piano dell'evasione, non si può più trascurare l'esposizione ai *mass-media* e alla televisione in particolare).

Infine, *Primavera* manifesta un atteggiamento di minore diffidenza di fronte a una pubblicità che si fa comunicazione, a volte utile, a volte

no, ma comunque necessaria. Nell'era iconica, legata alla crescente pervasione televisiva, la rivista segnala il suo *relativizzarsi* alla televisione attraverso la rappresentazione di un'immagine di ragazza caratterizzata da un'evoluzione dei gusti e del linguaggio. La rivista si muove nella direzione di un'enfatizzazione del linguaggio simbolico/iconico (v. la rilevanza accordata alle immagini e, soprattutto, alle grandi immagini) rispetto a quello logico/verbale.

Di tutti gli elementi qui sinteticamente ricordati, due in particolare necessitano di una considerazione ulteriore: l'incremento delle rubriche di partecipazione e il ridimensionamento di quelle tradizionalmente femminili. Il primo conferma l'immagine di una ragazza che sta cambiando e che presenta delle caratteristiche diverse rispetto al periodo immediatamente precedente. Nei suoi confronti viene adottata una nuova strategia comunicativa che passa da una trasmissione verticale dei modelli culturali a una di tipo orizzontale. La giovane è caratterizzata da un ruolo più attivo e protagonista, che favorisce la costruzione di un'identità personale e sociale. Quello della partecipazione è uno spazio di *autonomia* e di *protagonismo*, di *condivisione* e di *partecipazione*, è lo spazio del *gruppo*, inteso come occasione per una socializzazione ulteriore rispetto a quella primaria realizzata all'interno della famiglia. Si tratta di uno spazio per le richieste, gli appelli, gli scambi, ma anche per la partecipazione dei sentimenti (attraverso l'invio di poesie) o la discussione di problemi o, infine, per un dialogo tra genitori e figli. In questo modo *Primavera* delinea una giovane cui è offerta la possibilità, attraverso il giornale stesso, di uno spazio di protagonismo all'interno di un *gruppo* che si connota come *operativo* (è l'aspetto connesso con i bisogni di *fare insieme*), come *espressivo* (riguarda la strutturazione di contenuti affettivi, la sollecitazione della fantasia, l'elaborazione di schemi di espressione di sé personalizzati), ma anche come *formativo*. Quest'ultimo, in particolare, è pensato come il luogo per l'acquisizione di una maggiore autonomia a vari livelli: a) intellettuale (l'espressione delle idee, l'esperienza della crescita intellettuale, il confronto e l'esercizio di capacità logico-critiche); b) etico-religioso (la presa di coscienza e l'interiorizzazione dei valori); c) personale (il dialogo con i genitori, figure costantemente avvalorate come supporto per la crescita della giovane).

L'immagine di una ragazza alla quale la rivista stessa affida un ruolo di protagonismo e per la quale apre uno spazio di partecipazione, creando le condizioni per un suo coinvolgimento è, forse, la risposta di

Primavera a un pubblico giovanile ormai ampiamente condizionato dall'esposizione al *medium* televisivo, un pubblico che esige spazi di partecipazione e luoghi di espressione dei bisogni, anche di quelli relativi alla sfera personale.

Il secondo elemento da considerare ulteriormente è quello costituito dal forte ridimensionamento delle rubriche femminili che, precedentemente mirate sulle tematiche della donna-casa o della donna-sposa e madre, tendono ora a lasciare il posto a rubriche di interessi vari, alcuni fra i tanti possibili. Ne emerge l'immagine di una giovane che ha acquisito una maggiore indipendenza e, più libera di allontanarsi dalla casa, allarga i propri interessi verso ambiti nuovi e diversi (socio-politici, culturali, sportivi, musicali, ecc.) rispetto a quelli a lei tradizionalmente attribuiti. Da una parte, quindi, l'aiuto domestico diventa meno rilevante, o perché non richiesto o perché non colto dalla ragazza come congruente al proprio modello d'identificazione. Dall'altra, viene ribadito il fenomeno della desatellizzazione della giovane dalla famiglia, che resta l'istituzione formativa basilare, ma al di fuori della quale si aprono spazi di autonomia, di protagonismo e di creatività da condividere con il gruppo, nuova entità di riferimento. L'immagine di una ragazza non più coincidente con lo stereotipo che la ricollega alla casa (prevedendo solo per l'uomo un inserimento nella vita sociale e professionale) è confermata anche da un ulteriore elemento: quello che la caratterizza ora come impegnata a progettare il suo futuro prospettandosi l'eventuale assunzione di ulteriori ruoli, da esercitare in un ambito extra-familiare ed extra-domestico.

1.4. *Nel periodo 1981-1988*

Negli anni Ottanta, la rivista ritrova una sua struttura ben definita, dove gli spazi privilegiati sono quelli dell'attualità, della partecipazione, del *dossier*, delle rubriche e del *maxiposter*. In particolare, le aree tematiche importanti in questo periodo risultano: l'*attualità*, particolarmente quella socio-culturale; le attività del tempo libero da vivere come luogo di *esperienze* e di valori; la religiosità proposta, come già negli anni Settanta, quale *ricerca di senso*; l'*interazione* con il *gruppo dei pari*, incentivo a una socializzazione di tipo orizzontale. Altri settori, come per esempio quello dello spettacolo, trovano una loro strutturazione definitiva, mentre una trasformazione netta avviene sul piano de-

gli interessi pratici, con una forte penalizzazione soprattutto di quelli tipicamente femminili e una moltiplicazione di quelli di altro tipo.

In sintesi, gli anni Ottanta accentuano e definiscono aspetti e tendenze già emersi nel periodo immediatamente precedente. La struttura della rivista, i contenuti tematici, le scelte a favore delle aree di interesse sopra richiamate (nonché l'opzione per nuove modalità di presentazione, anche grafiche, della rivista) rinviano a un'immagine di giovane molto simile a quella che si era già andata configurando nel decennio precedente.

Concludendo, si può osservare che, se si considerano i due decenni centrali (1961-1970 e 1971-1980) come un unico lungo periodo di transizione, l'immagine della giovane rappresentata nella rivista risulta essersi evoluta attraverso tre fasi principali. La prima delinea un profilo tradizionale di donna, sposa e madre, legata alla casa e alla famiglia; la seconda (che riunisce appunto il lungo periodo centrale: gli anni Sessanta e Settanta) individua soprattutto i tratti di trasformazione; la terza, infine, rappresenta la donna nuova, maggiormente proiettata nel sociale, mutata e, nello stesso tempo, aperta a ulteriori possibilità innovative. Queste tre fasi (immagine tradizionale, evoluzione, immagine nuova) sono state in questa sede ripercorse, assumendo come criterio di riferimento le dinamiche che le hanno animate (l'immagine nel punto di partenza; il momento della sua messa in discussione e la sua ridefinizione attraverso soluzioni innovative; l'immagine nel punto di arrivo).

2. L'immagine della giovane: elementi costanti

A questo punto, vale la pena di riflettere sugli aspetti della giovane rappresentata da *Primavera* che, fatte salve le trasformazioni intervenute, si sono mantenuti costanti e immutati nel tempo.

Innanzitutto occorre notare come la rivista non abbia mai trascurato di sottolineare il ruolo educativo e formativo che poteva svolgere ai fini dell'orientamento della giovane all'interno del mondo familiare ed extra-familiare. L'importanza prioritaria attribuita, fin dalle origini della rivista, all'aspetto dell'educazione, si spiega soprattutto in relazione all'età dei suoi destinatari, un pubblico essenzialmente concentrato nelle fasi evolutive della pre-adolescenza e dell'adolescenza. Si tratta di due momenti di estrema importanza, rispettivamente come fase di passaggio (*età ponte* tra l'infanzia e l'adolescenza), la prima, e co-

me età della formazione dell'identità personale, la seconda. La rivista, chiamata a misurarsi con un pubblico *giovane* (a livello cronologico, ma soprattutto psicologico), si è fatta carico di un'attenzione e di una consapevolezza connessa, appunto, al ruolo educativo da svolgere in un momento particolarmente delicato per la formazione e la maturazione della giovane.

In questo senso, la giovane rappresentata da *Primavera* trova in questo stesso *medium* sia un'occasione per aprirsi a una realtà sociale sempre più vasta e con la quale misurarsi, sia gli strumenti per una sua interpretazione e comprensione.

Un secondo elemento che resta costante è quello che caratterizza la giovane come bisognosa di momenti di distensione. La rivista non dimentica, neppure in questo caso, che il suo è un pubblico composto da pre-adolescenti e adolescenti, per i quali il gioco e l'evasione sono due aspetti fondamentali, che restano pertanto a caratterizzare l'immagine della ragazza di *Primavera* anche quando questa sembra essere caratterizzata soprattutto da connotazioni connesse con interessi sociali, culturali e socio-politici.

Infine, un terzo elemento resta costante nell'immagine di giovane trasmessa da *Primavera*. Il profilo che emerge è quello di una ragazza assorbita da due diversi tipi di interessi: *conoscitivi*, da un lato, e più propriamente *pratico-operativi*, dall'altro. Da una parte, quindi, *Primavera* costantemente promuove nella ragazza le capacità di leggere e comprendere, il desiderio di conoscere e approfondire, di indagare e confrontare. In questo caso, gli sforzi della rivista sono rivolti a orientare la giovane a sviluppare la sua personalità in una pluralità di direzioni (etiche, religiose, sociali, intellettuali, affettive...). Dall'altra, la rivista trasmette un'immagine di giovane assorbita dall'azione, impegnata a *fare*, a sperimentare le abilità più diverse (fisiche, esecutive e tecniche), oppure a esprimersi, nella relazionalità e nella comunicazione, occupata in interessi che hanno tutti la caratteristica dell'operatività.

3. L'immagine della giovane: elementi confermant

Dopo aver evidenziato gli elementi di transizione e richiamato quelli costanti nell'immagine della giovane, è utile tentare di ricondurre a unità tutti i dati emersi nel corso del lavoro, anche attraverso un indi-

spensabile richiamo alla prima parte, incentrata sulla genesi e sull'evoluzione della rivista. È particolarmente significativo che l'analisi dell'immagine della giovane abbia confermato le principali caratteristiche individuate come programmatiche nella linea redazionale della rivista.

In breve, risulta confermato che la rivista:

– *si rivolge a un pubblico giovanile* e, più precisamente, di adolescenti, nel primo periodo di pubblicazione, e di pre-adolescenti, a partire dalla fine degli anni Sessanta: relativamente allo *status*, è un pubblico composto da studenti e da ragazzi già inseriti nel mondo del lavoro nel primo caso, costituito essenzialmente da studenti nel periodo successivo;

– *si presenta come educativamente propositiva*: essa risponde a un'identità precisa, costituita dai criteri educativi cristiani e salesiani, ma si costruisce, fundamentalmente, su valori umani, in cui tutti possano riconoscersi; il criterio primo, esplicitamente dichiarato dalla rivista stessa, è porre al centro del proprio interesse e dei propri obiettivi la persona umana;

– *si propone di attrarre le giovani* rispondendo ai loro gusti e adeguandosi ai loro desideri: a questo scopo si trasforma continuamente, seguendo le tendenze e i bisogni del suo pubblico giovanile, sensibile a cogliere le trasformazioni che avvengono nella società e nella cultura; la rivista, tuttavia, non si adegua indiscriminatamente alle richieste del pubblico, con il quale mantiene un rapporto prima di tutto educativo;

– *mira alla maturazione della consapevolezza della giovane*: si propone, infatti, di «dare idee»,² ossia di soddisfare l'esigenza cognitivo-informativa, ancor prima di quella ludico-evasiva;

– *risponde a una chiara e precisa concezione di donna*: si tratta di una visione coerente con la fede e l'impostazione cristiana, ma nello stesso tempo capace di evolversi seguendo la maturazione del dibattito e della riflessione (culturale, sociologica, filosofica e teologico-dottrinale) sulla donna.

A. Vespa scrisse di *Primavera* che era una rivista «attraente ma di sostanza [... che] rivela a ogni pagina l'intento educativo, ma in forma gioiosa, piacevole, delicata, sicché dovrebbe piacere anche a chi non vive la nostra fede ed è lontano dalla nostra morale».³ Questo pensiero può servire a sintetizzare, almeno in parte, gli aspetti che si sono voluti più sopra richiamare.

² *Ivi* [lettera non datata, di un 7 aprile fra il 1960 e il 1967].

³ *L. cit.*

4. Il dialogo tra la rivista «Primavera» e il suo pubblico

Dopo aver evidenziato come l'immagine della giovane presente nella rivista riconfermi alcuni elementi programmatici della linea redazionale della rivista stessa (il *target* giovanile; l'intenzionalità educativa; l'attenzione alle preferenze dei destinatari; l'obiettivo della formazione di una coscienza critica; ecc.), è possibile un'ulteriore riflessione che tenga presente a un tempo la giovane (il destinatario di *Primavera*), l'apparato produttore della rivista (con la sua intenzionalità educativo-formativa) e il *medium* rotocalco (un mezzo di comunicazione di massa). In questo modo si può rilevare che l'attenzione alla realtà empirica della giovane si riflette nella rivista attraverso le numerose indagini promosse dalla stessa redazione di *Primavera*, nonché attraverso la corrispondenza a essa indirizzata e gli interventi che il pubblico invia per la pubblicazione. Ad arricchire ulteriormente la percezione e la conoscenza del destinatario, a fianco della rivista restano, inoltre, la quotidiana esperienza di vita con i giovani e il moltiplicarsi delle occasioni di incontro con i lettori (v., per esempio, campi estivi e altre iniziative) promosse da *Primavera*. Si può, a questo punto, sottolineare l'esistenza, da parte della rivista, di una volontà di rapporto con la giovane, anche e soprattutto con la sua realtà di recettore. Se l'interazione è essenziale all'opera educativa, è proprio questa istanza di *Primavera*, di *incontro* e di *contatto* con la giovane, che ne rende possibile e realizzabile la progettualità educativa. In sua assenza, l'obiettivo pedagogico correbbe, in linea di principio, il rischio d'infrangersi, ancora prima di affrontarle, contro le possibili difficoltà di usare uno strumento dell'universo delle comunicazioni sociali a scopo educativo. La progettualità educativa sarebbe vanificata in assenza di una «presenza adulta [...] quale accompagnamento fatto di simpatia e di partecipazione»⁴ per il divenire del giovane verso l'autonomia e, da parte della rivista, di un *dialogo* ricercato e costruito a tale fine.

L'analisi condotta rivela costantemente, e soprattutto nei momenti di più forte transizione, i segni del *dialogo* tra la proposta della rivista e l'immagine che di sé il lettore invia (si pensi alle lettere, allo spazio della partecipazione o a quello della poesia). Quella rappresentata da *Primavera* è, quindi, l'immagine di una giovane frutto di un *dialogo* tra

⁴ TONOLO, *Sviluppo* 260.

l'emittente e il recettore. Questa affermazione – apparentemente semplicistica – con cui si definisce *Primavera* come un *medium* costruito su una realtà di dialogo fra le istanze dell'emittente (educativo-formative) e quelle del recettore (delineate dall'universo dei suoi interessi) sposta l'attenzione sul *medium*. Si tratta, nel nostro caso, di un rotocalco, un mezzo di comunicazione di massa che, per definizione, attua una comunicazione unidirezionale, per la quale cioè non è possibile una risposta in tempo reale, sullo stesso canale e con lo stesso potere del trasmettente. Affermare l'esistenza di un *dialogo* tra *Primavera* e il suo pubblico non è, certo, invalidare o mettere in discussione la definizione di *medium* di massa. È soltanto constatare che *Primavera*, nata da una realtà di esperienza quotidiana con i giovani, continua a “mettersi in ascolto” di essi e a costruirsi, oltre che *per* essi, anche *con* essi. Il suo, pertanto, è un *dialogo* non per il fatto che la comunicazione da parte dei giovani si svolge in tempo reale, o perché si realizza sullo stesso canale (anche se in parte, come si è visto, è così) o con lo stesso potere del trasmettente, ma per il fatto che i giovani restano «il» criterio centrale della progettualità di *Primavera*. È la rivista stessa che si impegna a recuperare le istanze e il bisogno di comunicazione e di dialogo del suo pubblico, esigenze particolarmente urgenti nell'età giovanile.

È possibile l'instaurarsi di un *dialogo* tra un *medium* (anche se di massa) e il suo pubblico (anche se giovanile e, anzi, proprio per questo potenzialmente più indifeso) qualora da parte di “chi ha il potere” (comunicativo, in questo caso) esista una volontà di ascolto e di dialogo.

In conclusione, i *mass-media* sono, prima di ogni altra cosa, un *fatto umano*. Prima di arrendersi alle presunte (o reali) manipolazioni, strumentalizzazioni o imposizioni di cui questi mezzi sarebbero gli strumenti, sarà utile ricordare che essi sono, appunto, *strumenti* e che pertanto possono divenire anche mezzi di promozione umana e di educazione.

A questo punto, mi piace concludere lasciando la parola a G. Lazati: «Potrebbe anche essere una troppo facile evasione dall'affronto del problema quella di demonizzare il sistema dei *mass-media* quale massimo responsabile di purtroppo reali e tristi fenomeni del nostro tempo: degrado dei valori, decadimento dei costumi, esplosione di comportamenti aberranti facilmente attribuibili ai mezzi di comunicazione veduti e classificati quali “persuasori occulti”». ⁵ Il problema da

⁵ LAZZATI Giuseppe, *Introduzione*, in AA.VV., *Immagini* 11.

affrontare, dunque, riguarda la consapevolezza dei *mass-media* come *fatto umano*, strumenti di una comunicazione nella quale si apre lo spazio dell'intenzionalità (e della libertà) della persona.

ANNESSO

SCHEMA BASE DEI TEMI PRESENTATI DAL SOMMARIO

1 - ARTICOLI/SERVIZI

a) *ATTUALITÀ-CULTURA GENERALE:*

notizie
attualità socio-politica
cultura generale
personaggio
scienza e tecnica
arte
turismo e folklore

b) *FORMAZIONE-RELIGIONE:*

formazione umana e religiosa
religione
Vangelo
storia della Chiesa
attualità religiosa
missioni

c) *SPETTACOLO:*

spettacolo
cinema
musica
radio e televisione
teatro
sport

2 - RUBRICHE

a) *CORRISPONDENZA:*

lettere alla redazione («Bruna ti risponde»)

lettere al sacerdote
lettere agli esperti

b) **SPAZIO DELLA PARTECIPAZIONE:**

rubrica della partecipazione (interventi dei lettori su un problema, in particolare giovanile)
poesie
richieste di amicizia, collezioni, scambi... («Antenna»)
foto delle lettrici
«*Club Primavera*»

c) **NARRATIVA:**

generi della finzione (racconto, racconto a puntate, racconto umoristico, racconto per bambini, novella, condensato, avventura...)
biografia
diario
romanzo
fumetto

d) **RUBRICHE FEMMINILI:**

bellezza
moda
ricamo
cucito
cucina
bricolage
casa

e) **LE ALTRE RUBRICHE:**

psicologia/test
grafologia
onomastica
galateo
recensione di libri
recensione di dischi
salute
presentazione di professioni
problematiche dello studente
fotografia
turismo
altro

3 - EVASIONE:

concorso
quiz/quiz a premi
oroscopo
giochi
umorismo

4 - SPAZIO DELLA REDAZIONE:

copertina
sommario
editoriale

5 - PAGINONE/DOSSIER

6 - POSTER/MAXIPOSTER

7 - PUBBLICITÀ

APPENDICE

Tab. I,1: *Sommario-tipo (annate 1950-1952)*¹

Legenda:

- A:** Articoli/Servizi
- c:** Attualità-Cultura generale
- f:** Formazione-Religione
- s:** Spettacolo

- R:** Rubriche
- c:** Corrispondenza
- p:** Spazio della partecipazione
- n:** Narrativa
- f:** Rubriche femminili
- a:** Le altre rubriche

- E:** Evasione

- S:** Spazio della redazione

- D:** Paginone/Dossier

- P:** Poster/Maxiposter

¹ Alcune componenti della rivista (copertina, sommario, giochi, umorismo, pubblicità), in quanto costantemente presenti, non vengono qui esplicitamente indicate. Il sommario presente nella rivista viene segnalato (tra parentesi) se collocato oltre la terza pagina.

1950 (pp. 16)

- RA** (RA = Rubriche/articoli)
- f* Formaz. um./relig. (Sommario)
 - a* Recens. libri
 - n* Novella
 - n* Racconto
 - c* Cultura generale
 - f* Religione
 - c* Turismo/folklore
 - c* Scienza/tecnica
 - f* Cucina
 - f* Casa
 - f* Moda
 - f* Cucito
 - D** Paginone
 - f* Missioni
 - n* Biografia
 - a* Psicologia
 - E** Concorso
 - c* Lett. a. redaz.

1951 (pp. 16)

- RA**
- f* Formaz. um./relig.
 - n* Novella
 - c* Cultura generale
 - f* Religione
 - E** Concorso
 - n* Biografia
 - a* Recens. libri
 - n* Racconto
 - c* Scienza/tecnica
 - D** Paginone
 - c* Arte
 - f* Missioni
 - n* Racconto
 - a* Psicologia
 - f* Cucina
 - f* Cucito
 - c* Lettere a. redaz.
 - f* Moda

1952 (pp. 16)

- RA**
- f* Formaz. um./relig.
 - a* Psicologia
 - n* Novella
 - n* Racconto
 - n* Biografia
 - f* Religione (Sommario)
 - c* Scienza/tecnica
 - a* Recens. libri
 - n* Biografia
 - c* Arte
 - D** Paginone
 - f* Missioni
 - c* Personaggio
 - f* Storia d. Chiesa
 - f* Casa
 - f* Cucito
 - f* Cucina
 - c* Lettere a. redaz.
 - f* Moda

Tab. I,2: *Sommario-tipo (annate 1953-1958)*

1953 (pp. 20)

- RA**
a Psicologia
f Formaz. um./relig.
n Racconto a puntate
n Biografia
a Recens. libri
c Turismo/folklore
E Concorso
f Missioni
c Lett. a. redaz.
D Paginone
c Notizie
f Storia d. Chiesa
n Racconto
n Racconto
f Religione
c Arte
c Scienza/tecnica
f Cucito
f Moda
f Ricamo
f Cucina
f Casa

1954 (pp. 20)

- RA**
f Formaz. um./relig.
a Psicologia
n Racconto
f Religione
a Recens. libri
c Turismo/folklore
n Racc. per bambini
c Notizie
n Biografia
D Paginone
f Storia d. Chiesa
f Missioni
c Scienza/tecnica
E Concorso
f Casa
f Cucina
c Lettere a. redaz.
f Cucito
f Moda

1955 (pp. 24)

- RA**
f Formaz. um./relig.
a Galateo
n Racconto a puntate
n Biografia
n Racconto umoristico
f Religione
c Turismo/folklore
c Notizie
c Scienza/tecnica
n Racconto a puntate
f Missioni
D Paginone
E Concorso
c Lettere a. redaz.
n Racconto
f Casa
f Cucina
f Cucito
f Ricamo
f Moda
f Maglia
a Recens. libri
c Arte

1956 (pp. 24)

- RA**
f Formaz. um./relig.
a Psicologia
n Novella
f Religione
c Scienza/tecnica
c Notizie
a Recens. libri
n Racconto a puntate
f Missioni
D Paginone
E Concorso
c Lettere a. redaz.
f Casa
f Cucina
f Ricamo
f Moda
f Cucito
n Biografia
n Racconto umoristico
c Turismo/folklore

1957 (pp. 24)

- RA**
c Lettere a. redaz.
E Concorso
p Foto d. lettrici
f Formaz. um./relig.
f Religione
n Novella
n Biografia
c Scienza/tecnica
c Notizie
D Paginone
n Racconto a puntate
f Missioni
a Psicologia
n Racconto
f Cucito
f Casa
f Moda
f Ricamo
f Maglia
n Racconto umoristico
f Moda

1958 (pp. 24)

- RA**
E Concorso
p Foto d. lettrici
c Lettere a. redaz.
c Notizie
n Novella
n Racconto a puntate
n Racconto
n Racc. per bambini
n Biografia
f Missioni
f Formaz. um./relig.
a Galateo
f Religione
c Scienza/tecnica
D Paginone
a Recens. libri
f Bricolage
f Casa
f Cucina
f Cucito
f Moda

Tab. I,3: *Sommario-tipo (annate 1959-1964)*

1959 (pp. 24)

- RA**
c Attual. socio-pol.
n Novella
n Biografia
f Missioni
f Formaz. um./relig.
f Religione
n Racconto a puntate
c Scienza/tecnica
n Racconto
D Dossier
n Racc. per bambini
a Recens. libri
f Bricolage
f Cucito
f Ricamo
f Cucina
E Concorso
f Moda
n Racconto umoristico
c Arte

1960 (pp.32)

- RA**
c Attual. socio-poi.
c Notizie
n Novella
n Biografia
c Scienza/tecnica
c Scienza/tecnica
n Racconto a puntate
n Racconto umoristico
n Racconto
f Missioni
f Formaz. um./relig.
f Vangelo
f Religione
f Moda
f Cucina
f Bricolage
f Ricamo
f Cucito
c Lettere a. redaz.
a Recens. libri
E Concorso
c Arte
a Psicologia
f Casa
a Altro

1961 (pp. 32)

- RA**
c Lettere a. redaz.
f Formaz. um./relig.
n Novella
f Missioni
c Attual. socio-pol.
c Scienza/tecnica
n Racconto
f Storia d. Chiesa
n Racc. per bambini
n Biografia d. Bosco
n Biografia
n Biografia
f Vangelo
a Psicologia
f Missioni
c Notizie
f Cucito
f Moda
f Cucina
f Ricamo
f Maglia
a Recens. libri
p Foto d. lettrici
E Concorso

1962 (pp. 32)

- RA**
n Biografia
c Notizie
n Novella
f Storia d. Chiesa
n Racconto
n Novella
f Missioni
n Racconto a puntate
f Vangelo
n Biografia d. Bosco
c Attual. socio-pol.
c Scienza/tecnica
f Cucito
f Cucina
f Ricamo
f Maglia
c Lettere a. redaz.
E Concorso

1963 (pp. 32)

- RA**
c Bruna ti risponde
n Biografia
f Missioni
D Dossier
a Psicologia
f Storia d. Chiesa
E Concorso
c Arte
f Vangelo
f Formaz. um./relig.
n Condensato
c Scienza/tecnica
f Ricamo
f Cucina
f Moda
f Cucito
n Racconto a puntate
a Recens. libri

1964 (pp. 44)

- RA**
a Recens. libri
n Biografia
c Lettere a. redaz.
c Scienza/tecnica
f Storia d. Chiesa
n Condensato
D Dossier
c Scienza/tecnica
a Psicologia
c Arte
f Vangelo
f Formaz. um./relig.
f Missioni
f Cucito
f Maglia
n Novella
f Ricamo
E Concorso
n Racconto a puntate
a Altro

Tab. I,4: *Sommario-tipo (annate 1965-1970)*

1965 (pp. 44)

- RA**
n Biografia
c Bruna ti risponde
f Storia d. Chiesa
a Professioni femm.
n Condensato
D Dossier
c Scienza/tecnica
c Arte
f Vangelo
f Formaz. um./relig.
f Missioni
n Racconto
f Cucito
f Moda
f Cucina
f Ricamo
n Racconto a puntate
E Concorso
a Recens. libri
a Psicologia
c Attual. socio-pol.
s Spettacolo

1966 (pp. 44)

- RA**
a Recens. libri
a Recens. dischi
c Lettere a. esperti
c Bruna ti risponde (Sommario)
n Condensato
c Attual. socio-pol.
f Storia d. Chiesa
D Dossier
s Cinema
a Psicologia
n Diario
c Arte
f Vangelo
f Missioni
c Personaggio
f Cucina
f Cucito
f Ricamo
f Maglia
E Concorso

1967 (pp. 44)

- RA**
c Bruna ti risponde (Sommario)
s Musica
c Attual. socio-pol.
s Sport
c Scienza/tecnica
n Biografia
n Biografia
c Notizie
p R. di partecipaz.
s Cinema
f Vangelo
n Racconto
f Cucina
f Moda
f Bellezza
f Cucito
a Salute
a Psicologia
f Bricolage
n Diario
f Missioni
f Storia d. Chiesa
E Concorso
f Casa
a Recens. libri
s Televisione

1968 (pp. 44)**RA**

- c* Lettere a. redaz.
(Sommario)
- s* Musica
- s* Sport
- f* Vangelo
- c* Att. socio-pol.
- c* Personaggio
- f* Attual. religiosa
- c* Attual. politica
- p* R. di partecipaz.
- f* Storia d. Chiesa
- f* Cucito
- f* Maglia
- f* Ricamo
- f* Cucina
- n* Condensato
- n* Diario
- s* Cinema
- s* Televisione
- s* Spettacolo
- n* Racconto
- n* Fumetto
- a* Psicologia
- a* Recens. libri
- a* Recens. dischi
- c* Lett. al sacerdote
- E** Concorso

1969 (pp. 52)**RA**

- c* Bruna ti risponde
- a* Recens. libri
- a* Galateo
- f* Casa
(Sommario)
- c* Lett. al sacerdote
- s* Musica
- s* Cinema
- s* Televisione
- c* Att. socio-poi.
- c* Scienza/tecnica
- s* Sport
- n* Biografia
- c* Notizie
- f* Vangelo
- f* Att. religiosa
- E** Concorso
- f* Cucito
- f* Moda
- f* Cucina
- p* R. di partecipaz.
- n* Condensato
- n* Novella
- n* Novella
- a* Grafologia
- a* Test
- a* Salute
- a* Altro

1970 (pp.52)**RA**

- c* Bruna ti risponde
- a* Recens. libri
- a* Recens. dischi
- a* Galateo
- a* Salute
(Sommario)
- c* Lett. al sacerdote
- s* Spettacolo
- c* Att. socio-pol.
- a* R. d. professioni
- c* Personaggio
- f* Att. religiosa
- f* Missioni
- c* Notizie
- f* Vangelo
- f* Cucina
- f* Cucito
- f* Casa
- s* Musica
- f* Moda
- E** Concorso
- n* Racconto
- f* Ricamo
- a* Test
- c* Scienza/tecnica
- s* Televisione
- p* R. di partecipaz.
- n* Condensato

Tab. I,5: *Sommario-tipo (annate 1971-1976)*

1971 (pp. 64)

- RA**
c Bruna ti risponde
s Musica
a Salute
a Grafologia
a Galateo
c Lett. al sacerdote
a Recens. libri
s Sport
c Att. socio-pol.
- E**
 Concorso
a R. d. professioni
p R. di partecipaz.
c Scienza/tecnica
f Vangelo
c Notizie
- D**
 Dossier
p Antenna
a Test
f Bellezza
f Moda
p Club "Primavera"
n Diario
f Cucina
n Condensato
n Fumetto
n Racconto a puntate
f Missioni
f Cucito
s Cinema
f Bricolage

1972 (pp. 64)

- RA**
p Club "Primavera"
c Bruna ti risponde
a Grafologia
a Recens. libri
a Recens. dischi
a Galateo
c Lett. al sacerdote
 (Sommario)
c Att. socio-pol.
c Notizie
s Spettacolo
s Sport
c Personaggio
f Missioni
f Vangelo
p R. di partecipaz.
- D**
 Dossier
s Cinema
n Racconto
n Diario
n Racconto a puntate
a Test
f Bellezza
f Moda
f Bricolage
f Ricamo
f Cucina

1973 (pp. 64)

- RA**
- S**
 Editoriale
c Bruna ti risponde
c Lett. al sacerdote
p R. di partecipaz.
a Test
c Personaggio
f Bellezza
c Notizie
- E**
 Quiz poliziesco
p Club "Primavera"
a Recens. libri
n Diario
f Formaz. um./relig.
- D**
 Dossier
- P**
 Poster
p Antenna
a Grafologia
n Fumetto
n Racconto
s Cinema
s Musica
f Cucito
f Moda
- E**
 Concorso
c Scienza/tecnica
c Att. socio-pol.
f Cucina
f Missioni
a Altro

1974 (pp. 64)

- RA**
- S** Editoriale
- c* Bruna ti risponde
- c* Att. socio-pol.
- a* Recens. libri
- c* Notizie
- s* Musica
- a* Recens. dischi
- s* Televisione
- f* Formaz. um./relig.
- p* R. di partecipaz.
- c* Scienza/tecnica
- p* Poesie
- s* Sport
- s* Spettacolo
- c* Lett. al sacerdote
- a* Grafologia
- D** Dossier
- P** Poster
- p* Antenna
- a* Psicologia
- n* Fumetto
- f* Moda
- n* Racconto
- f* Bellezza
- f* Missioni

1975 (pp. 64)

- RA**
- S** Editoriale
- c* Bruna ti risponde
- c* Notizie
- a* Test
- c* Att. socio-pol.
- f* Formaz. um./relig.
- s* Cinema
- p* R. di partecipaz.
- p* R. di partecipaz.
- p* Poesie
- p* Antenna
- s* Musica
- c* Lett. al sacerdote
- D** Dossier
- P** Poster
- s* Teatro
- f* Ricamo
- f* Cucito
- f* Bricolage
- f* Bellezza
- n* Racconto a puntate
- a* Recens. libri
- n* Diario
- a* Grafologia
- E** Concorso
- f* Cucina
- f* Moda
- f* Missioni

1976 (pp. 64)

- RA**
- S** Editoriale
- c* Bruna ti risponde
- c* Notizie
- s* Cinema
- s* Sport
- s* Spettacolo
- f* Formaz. um./relig.
- a* Psicologia
- p* R. di partecipaz.
- p* Poesie
- p* Antenna
- c* Lett. al sacerdote
- a* Recens. libri
- a* Recens. dischi
- a* Grafologia
- D** Dossier
- P** Poster
- E** Concorso
- n* Diario
- n* Racconto a puntate
- f* Bellezza
- a* R. d. studente
- n* Fumetto
- f* Cucina

Tab. I,6: *Sommario-tipo (annate 1977-1982)*

1977 (pp. 64)

- RA**
- S** Editoriale
c Bruna ti risponde
s Sport
c Att. socio-pol.
p Club "Primavera"
p R. di partecipaz.
p Antenna
c Lett. al sacerdote
p Poesie
s Musica
p R. di partecipaz.
a Psicologia
- D** Dossier
- P** Poster
a Recens. libri
n Racconto
s Cinema
f Bellezza
- E** Concorso
a Grafologia
a R. d. professioni
f Bricolage
f Cucina
n Fumetto

1978 (pp. 64)

- RA**
- S** Editoriale
c Bruna ti risponde
p Antenna
c Notizie
c Att. socio-pol.
s Sport
s Cinema
p Club "Primavera"
p Poesie
p R. di partecipazion
p R. di partecipaz.
c Lett. al sacerdote
- D** Dossier
- P** Poster
a Recens. libri
n Diario
a R. d. studente
f Bricolage
n Racconto
a Grafologia
f Cucina
f Cucito
s Musica
a Psicologia
- E** Concorso
- E** Oroscopto
- n* Fumetto

1979 (pp. 64)

- RA**
- S** Editoriale
c Att. socio-pol.
a Recens. libri
p Club "Primavera"
s Cinema
s Sport
c Bruna ti risponde
c Lettere a. redaz.
c Att. socio-pol.
- p* Antenna
- a* Psicologia
- D** Dossier
- P** Poster
s Musica
c Lett. al sacerdote
n Racconto
n Diario
p Poesie
f Bricolage
a Grafologia
s Televisione
f Cucina
- E** Fumetto-quiz
- E** Concorso

1980 (pp. 64)

RA
S Editoriale
 c Att. socio-pol.
 s Sport
 s Cinema
 c Bruna ti risponde
 p Club "Primavera"
 p Antenna
 p R. di partecipaz.
 n Fumetto
 a Psicologia
D Dossier
P Poster
 n Racconto
 n Diario
 p Poesie
 f Cucina
 a Recens. dischi
 a Recens. libri
 f Moda
E Concorso
 a Grafologia

1981 (pp. 80)

RA
S Editoriale
 c Att. socio-pol.
 s Sport
 s Cinema
 a R. d. professioni
 p R. di partecipaz.
 p Antenna
 c Bruna ti risponde
D Dossier
P Poster
 s Televisione
 n Racconto
 a Recens. libri
 s Musica
 a Recensioni
 f Bricolage
 a Grafologia
 f Bellezza
 p Poesie
 n Fumetto
 a Onomastica
 f Moda
E Concorso
E Oroscopo
 a Test

1982 (pp. 80)

RA
 s Musica
 c Att. socio-pol.
 s Sport
 a Psicologia
E Concorso
S Editoriale
 p R. di partecipaz.
 p Antenna
 c Bruna ti risponde
D Dossier
P Poster
 p Poesie
 n Fumetto
 f Cucina
E Concorso
 n Racconto
 a Recens. dischi
 a Recens. libri
 f Moda
 f Bellezza
E Oroscopo
 f Bricolage

Tab. I,7: Sommario-tipo (annate 1983-1988)

1983 (pp. 80)

- RA**
- s Cinema
- c Scienza/tecnica
- c Personaggio
- s Musica
- c Att. socio-pol.
- s Televisione
- s Sport
- p* R. di partecipaz.
- c* Bruna ti risponde
- S** Editoriale
- D** Dossier
- P** Poster
- p* Antenna
- n* Racconto
- p* Poesie
- a* Test
- a* Salute
- a* Recens. libri
- a* Recens. dischi
- f* Moda
- f* Bricolage
- f* Bellezza

1984 (pp. 80)

- RA**
- c* Att. socio-pol.
- s* Sport
- c* Scienza/tecnica
- s* Cinema
- s* Musica
- p* R. di partecipaz.
- p* Antenna
- c* Bruna ti risponde
- p* Poesie
- D** Dossier
- P** Poster
- f* Moda
- n* Racconto
- a* Salute
- a* Recens. libri
- a* Recens. dischi
- a* Test
- n* Fumetto
- f* Bricolage
- f* Bellezza
- f* Cucina

1985 (pp. 80)

- RA**
- c* Att. socio-pol.
- s* Musica
- s* Cinema
- s* Televisione
- s* Sport
- a* Test
- p* R. di partecipaz.
- p* Antenna
- c* Bruna ti risponde
- p* R. di partecipaz.
- D** Dossier
- P** Poster
- E** Quiz poliziesco
- n* Racconto
- p* Poesie
- a* R. d. studente
- f* Moda
- c* Scienza/tecnica
- f* Bellezza
- a* Salute
- a* Recens. libri
- a* Recens. dischi
- f* Bricolage

1986 (pp. 80)

RA
c Att. socio-pol.
c Notizie
s Musica
s Televisione
s Sport
E Concorso
s Cinema
c Scienza/Tecnica
p R. di partecipaz.
p R. di partecipaz.
p Antenna
c Bruna ti risponde
S Editoriale
D Dossier
P Poster
p Poesie
a Test
n Racconto
f Moda
a R. d. studente
f Cucina
E Quiz a premi
a Salute
a Recens. libri
a Recens. dischi
f Bricolage
f Bellezza

1987 (pp. 80)

RA
c Att. socio-poi.
c Notizie
s Musica
s Sport
s Cinema
s Televisione
c Scienza/Tecnica
p R. di partecipaz.
p R. di partecipaz.
p Antenna
c Bruna ti risponde
S Editoriale
D Dossier
P Poster
p Poesie
a Test
a Salute
a R. d. studente
a Fotografia
a Turismo
E Quiz a premi
n Racconto
f Cucina
a Recens. dischi
a Recens. libri
f Moda

1988 (pp. 80)

RA
S Editoriale
c Scienza/Tecnica
c Notizie
s Musica
s Televisione
s Cinema
s Sport
c Att. socio-pol.
c Bruna ti risponde
p R. di partecipaz.
a Test
p Antenna
D Dossier
P Poster
p Poesie
a R. d. studente
a R. d. professioni
a Fotografia
a Turismo
E Oroscopo
f Moda
a Salute
a Recens. libri
a Recens. dischi
f Bellezza
n Racconto
f Cucina

Tab. I,8: *Quadro riassuntivo sommario-tipo (annate 1950-1988)*

	A	f	s	Tot.	R	p	n	f	a	Tot.	D	P	E	S	Tot.	Tot.
'50	3	3	/	6	1	/	3	4	2	10	x	/	1	/	2	18
'51	3	3	/	6	1	/	4	3	2	10	x	/	1	/	2	18
'52	3t	4	/	7	1	/	4	4	2	11	x	/	/	/	1	19
'53	4	4	/	8	1	/	4	5	2	12	x	/	1	/	2	22
'54	3	4	/	7	1	/	3	4	2	10	x	/	1	/	2	19
'55	4	3	/	7	1	/	5	6	2	14	x	/	1	/	2	23
'56	3	3	/	6	1	/	4	5	2	12	x	/	1	/	2	20
'57	2	3	/	5	1	1	5	6	1	14	x	/	1	/	2	21
'58	2	3	/	5	1	1	5	5	2	14	x	/	1	/	2	21
'59	3	3	/	6	/	/	6	5	1	12	x	/	1	/	2	20
'60	5	4	/	9	1	/	5	6	3	15	/	/	1	/	1	25
'61	3	5	/	8	1	1	6	5	2	15	/	/	1	/	1	24
'62	3	3	/	6	1	/	6	4	/	11	/	/	1	/	1	18
'63	2	4	/	6	1	/	3	4	2	10	x	/	1	/	2	18
'64	3	4	/	7	1	/	4	3	3	11	x	/	1	/	2	20
'65	3	4	1	8	1	/	4	4	3	12	x	/	1	/	2	22
'66	3	3	1	7	2	/	2	4	3	11	x	/	1	/	2	20
'67	3	3	4	10	1	1	4	6	3	15	/	/	1	/	1	26
'68	3	3	5	11	2	1	4	4	3	14	/	/	1	/	1	26
'69	3	2	4	9	2	1	4	4	6	17	/	/	1	/	1	27
'70	4	3	3	10	2	1	2	5	6	16	/	/	1	/	1	27
'71	3	2	3	8	2	3	4	5	6	20	x	/	1	/	2	30
'72	3	2	3	8	2	2	3	5	5	17	x	/	/	/	1	26
'73	4	2	2	8	2	3	3	4	4	16	x	x	2	x	5	29
'74	3	2	5	10	2	3	2	2	3	12	x	x	/	x	3	25
'75	2	3	3	7	2	4	2	6	3	17	x	x	1	x	4	28
'76	1	1	3	5	2	3	3	2	5	15	x	x	1	x	4	24
'77	1	/	3	4	2	5	2	3	4	16	x	x	1	x	4	24
'78	2	/	3	5	2	5	3	3	4	17	x	x	2	x	5	27
'79	2	/	4	6	3	3	2	2	3	13	x	x	2	x	5	24
'80	1	/	2	3	1	4	3	2	4	14	x	x	1	x	4	21
'81	1	/	4	5	1	3	2	3	6	15	x	x	2	x	5	25
'82	1	/	2	3	1	3	2	4	3	13	x	x	3	x	6	22
'83	3	/	4	7	1	3	1	3	4	12	x	x	/	x	3	22
'84	2	/	3	5	1	3	2	4	4	14	x	x	/	/	2	21
'85	2	/	4	6	1	4	1	3	5	14	x	x	1	/	3	23
'86	3	/	4	7	1	4	1	4	5	15	x	x	2	x	5	27
'87	3	/	4	7	1	4	1	2	7	15	x	x	1	x	4	26
'88	3	/	4	7	1	3	1	3	8	16	x	x	1	x	4	27

Tab. II,1: *Quantificazione (annate e numeri esaminati)*

<i>Anno</i>	<i>Numeri esaminati</i>			
1950 ¹	/	10, 15 ottobre	11, 15 novembre	12, 15 dicembre
1953	2, 17 gennaio	10, 15 maggio	16, 15 agosto	20, 15 ottobre
1956	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	16, 15 agosto	20, 15 ottobre
1958	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	16, 15 agosto	20, 15 ottobre
1960 ²	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	17, 1 settembre	20, 15 ottobre
1963	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	16, 15 agosto	20, 15 ottobre
1965	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	16, 15 agosto	20, 15 ottobre
1967	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	16, 15 agosto	20, 15 ottobre
1969	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	16, 15 agosto	20, 15 ottobre
1971 ³	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	19, 1 ottobre	23, 1 dicembre
1973	6, 15 marzo ⁴	11, 1 giugno	19, 1 ottobre	22, 15 novembre
1975	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	19, 1 ottobre	22, 15 novembre
1977	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	19, 1 ottobre	22, 15 novembre
1979	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	19, 1 ottobre	22, 15 novembre
1981	3, 1 febbraio	9, 1 maggio	16, ottobre	17, 1 novembre
1983	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	16, 1 ottobre	19, 15 novembre
1988	2, 15 gennaio	10, 15 maggio	16, 1 ottobre	19, 15 novembre

¹ Negli ultimi tre numeri del 1950 la rivista assume una fisionomia già costante e definita nelle sue linee essenziali. Precedentemente la struttura di ogni numero manifesta una ricerca ancora in atto.

² Vengono esclusi i seguenti numeri: 11 (1960) 16 (il numero di pagine è maggiorato per l'inserzione di «Lavoro Sereno»); i numeri dell'estate dall'anno 1971 in poi (numeri estivi speciali); 24 (1973) 10 (manca, eccezionalmente, dell'inserto); 32 (1981) 2/10 (sono ancora di sole pp. 64); 32 (1981) 18 (non rispetta la struttura standard dell'anno).

³ Dal 1971 le modifiche e le innovazioni vennero introdotte prevalentemente all'inizio non più del nuovo anno scolastico, ma del nuovo anno solare. Ciò ha motivato la scelta di prelevare dei numeri campione anche dopo il mese di ottobre (escludendo, tuttavia, i numeri del mese di dicembre, il cui contenuto va letto in relazione alla festa del Natale). Viene escluso il 22 (1971) 22 in quanto si allontana dalla struttura standard dell'annata.

⁴ Per la sua importanza, viene preferito il n. 6 nel quale si introduce il redazionale (con la figura di «Camilla»).

Tab. II,2: *Quantificazione annata 1950*

ANNO '50 (pp. 16)	n. 10	n. 11	n. 12	/	Media cm ²	Media %
Ac Cultura gener.	2077,50	1038,75	1031,00	/	1382,42	8,32
Turismo/folklore	563,38	1038,75	/	/	534,04	3,21
Scienza/tecnica	311,63	469,25	519,37	/	433,42	2,61
f Formaz. um./rel.	956,25	915,00	956,25	/	942,50	5,67
Religione	1038,75	807,75	1038,75	/	961,75	5,79
Missioni	1038,75	936,75	831,00	/	935,50	5,63
Rc Lettere a. redaz.	311,62	311,62	311,63	/	311,62	1,88
n Novella	890,25	1038,75	1038,75	/	989,25	5,95
Racconto	873,75	776,00	1436,12	/	1028,62	6,19
Biografia	900,25	1038,75	838,75	/	925,92	5,57
f Cucina	304,70	122,00	1038,75	/	488,48	2,94
Casa	329,80	415,50	236,50	/	327,27	1,97
Moda	1038,75	1038,75	1038,75	/	1038,75	6,25
Cucito	1038,75	1038,75	1038,75	/	1038,75	6,25
a Recens. libri	148,50	195,25	207,75	/	183,83	1,11
Psicologia	/	97,00	398,00	/	165,00	0,99
E Concorso	138,50	138,50	138,50	/	138,50	0,83
Giochi	484,75	484,75	307,75	/	425,75	2,56
Umorismo	103,87	673,38	311,63	/	362,96	2,18
S Copertina	1038,75	1038,75	1038,75	/	1038,75	6,25
Sommario	82,50	82,50	82,50	/	82,50	0,50
D Paginone	2077,50	2077,50	2077,50	/	2077,50	12,50
Pu Pubblicità	871,50	846,00	703,25	/	806,92	4,85
Superficie totale	16620,00	16620,00	16620,00	/	16620,00	100%

Tab. II,7: *Quantificazione annata 1963*

ANNO '63 (pp. 32)	n. 2	n. 10	n. 16	n. 20	Media cm ²	Media%
<i>Ac</i> Arte	820,75	820,75	820,75	820,75	820,75	3,13
Scienza/tecnica	1641,50	2462,25	2462,25	1641,25	2051,87	7,81
<i>f</i> Missioni	1641,50	1477,35	820,75	1969,80	1477,35	5,62
Storia d. Chiesa	1641,50	1641,50	1641,50	1641,50	1641,50	6,25
Vangelo	1641,50	1641,50	1641,50	1641,50	1641,50	6,25
Formaz. um./rel.	820,75	820,75	/	/	410,38	1,56
<i>Rc</i> Bruna ti risponde*	656,60	492,45	601,89	656,60	601,88	2,29
<i>n</i> Biografia	1641,50	1641,50	1641,50	1641,50	1641,50	6,25
Condensato	2462,25	2462,25	2462,25	2462,25	2462,25	9,37
Racconto a punt.	1313,20	1313,20	1313,20	1313,20	1313,20	5,00
<i>f</i> Ricamo	820,75	820,75	820,75	820,75	820,75	3,13
Cucina	820,75	820,75	820,75	820,75	820,75	3,13
Moda	820,75	820,75	1094,33	1094,33	957,54	3,65
Cucito	1367,92	1367,92	1094,33	1367,91	1299,52	4,95
<i>a</i> Psicologia	820,75	/	1641,50	820,75	820,75	3,13
Recens. libri	/	/	/	164,15	41,04	0,16
<i>E</i> Concorso	273,58	820,75	820,75	820,75	683,96	2,60
Giochi	656,60	656,60	656,60	566,61	634,10	2,41
Umorismo	164,15	164,15	164,15	164,15	164,15	0,62
<i>S</i> Copertina	820,75	820,75	820,75	820,75	820,75	3,13
Sommaro	164,15	164,15	164,15	164,15	164,15	0,62
<i>D</i> Dossier	3283,00	3283,00	3283,00	3283,00	3283,00	12,50
<i>Pu</i> Pubblicità	1969,80	1750,93	1477,35	1567,35	1691,36	6,44
Superficie totale	26264,00	26264,00	26264,00	26264,00	26264,00	100%

* «Bruna ti risponde»: rubrica di corrispondenza, la cui denominazione rimane invariata anche attualmente.

Tab. II,18: *Quantificazione annata 1988*

ANNO '88 (pp. 80)	n. 2	n. 10	n. 16	n. 19	Media cm ²	Media%
Ac Scienza/tecnica	972,00	/	972,00	972,00	729,00	1,88
Notizie	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	1,25
Att. socio-pol.	/	1701,00	972,00	972,00	911,25	2,34
s Musica	1458,00	972,00	1458,00	1458,00	1336,50	3,44
Televisione	/	972,00	486,00	972,00	607,50	1,56
Cinema	972,00	/	972,00	/	486,00	1,25
Sport	972,00	1458,00	972,00	972,00	1093,50	2,81
Fc Bruna ti risponde	972,00	972,00	972,00	972,00	972,00	2,50
p R. di partecipaz.	972,00	972,00	972,00	972,00	972,00	2,50
Antenna	486,00	607,50	855,00	486,00	608,62	1,57
Poesie	486,00	/	486,00	486,00	364,50	0,94
n Racconto	1458,00	1215,00	/	972,00	911,25	2,34
f Moda	972,00	/	972,00	972,00	729,00	1,88
Bellezza	486,00	/	486,00	486,00	364,50	0,94
Cucina	972,00	486,00	/	/	364,50	0,94
a Test	729,00	729,00	837,00	972,00	816,75	2,10
R. d. studente	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	1,25
Turismo*	486,00	486,00	/	486,00	486,00	1,25
Oroscopo	486,00	486,00	/	486,00	486,00	1,25
R. d. professioni	/	/	486,00	/		
Fotografia	/	/	486,00	/		
Salute	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	1,25
Recens. libri	486,00	486,00	486,00	972,00	607,50	1,56
Recens. dischi	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	1,25
E Giochi	972,00	729,00	972,00	972,00	911,25	2,34
Umorismo	972,00	486,00	972,00	729,00	789,75	2,03
S Copertina	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	1,25
Sommario	729,00	729,00	729,00	729,00	729,00	1,87
Editoriale	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	1,25
D Dossier	7776,00	7776,00	7776,00	7776,00	7776,00	20,00
P Poster	7776,00	7776,00	7776,00	7776,00	7776,00	20,00
Pu Pubblicità	4374,00	6925,50	4869,00	4374,00	5135,63	13,21
Superficie totale	38880,00	38880,00	38880,00	38880,00	38880,00	100%

* Le rubriche del turismo e dell'oroscopo e quelle delle professioni e di fotografia compaiono a numeri alterni. I valori medi sono perciò calcolati per le quattro voci complessivamente.

Tabella II,19: *Sintesi quantificazione (media in cm²)**COMPOSIZIONE DELLA RIVISTA (tabella II,19 a)*

anno 19..	articoli	rubriche	altro	totale
50	5189.63	6497.49	4932.88	16620.00
53	5524.18	9725.83	4416.99	19667.00
56	5886.57	11212.10	5505.73	22604.40
58	5103.15	9555.55	7039.30	19698.00
60	8959.86	13793.80	3510.34	26264.00
63	9165.04	10779.18	7441.47	26264.00
65	9438.62	18065.66	8608.72	36113.00
67	13090.96	16236.37	6785.67	36113.00
69	13728.25	19528.73	9422.02	42679.00
71	8805.61	12758.68	12547.71	34112.00
73	7016.75	14927.25	12168.00	34112.00
75	7395.37	12256.57	14460.06	34112.00
77	6324.50	12180.18	15607.32	34112.00
79	6223.75	10220.13	17668.12	34112.00
81	4967.32	9013.74	21738.94	35720.00
83	5886.76	7674.23	22159.04	35720.00
88	5649.75	9140.62	24089.63	38880.00

ARTICOLI (tabella II,19 b)

anno 19..	cultura	formazione	spettacolo
50	2349.88	2839.75	0.00
53	2263.78	3260.40	0.00
56	3296.48	2590.09	0.00
58	1089.10	2014.05	0.00
60	4856.11	4103.75	0.00
63	2872.62	5170.73	0.00
65	3488.19	5540.06	410.37
67	4473.08	5334.88	3283.00
69	5851.62	3283.00	4593.63
71	4530.50	1599.00	2676.11
73	4176.25	1774.50	1066.00
75	3664.37	932.75	2798.25
77	2132.00	0.00	4192.50
79	1599.00	0.00	4624.75
81	1562.75	0.00	3404.57
83	3013.87	0.00	2072.89
88	3126.25	0.00	3523.50

RUBRICHE (tabella II, 19 c)

anno 19..	corrispondenza	partecipazione	narrativa	femminili	altro
50	311.62	0.00	2943.79	2893.25	348.83
53	329.63	0.00	2766.77	6077.39	552.04
56	1099.51	0.00	3819.28	6015.54	277.77
58	197.99	657.00	4030.13	4103.74	566.69
60	683.95	0.00	6429.22	5334.86	1345.77
63	601.88	0.00	5416.95	3898.56	861.79
65	748.84	0.00	6429.22	8369.09	2518.51
67	820.75	1094.33	4445.73	8302.45	1573.11
69	1554.12	1583.75	6928.98	6809.83	2652.05
71	1599.00	1765.41	4752.58	2476.38	2165.31
73	1865.50	1940.25	6301.75	2665.00	2154.75
75	1732.25	3628.63	2301.00	3495.37	1099.32
77	1732.25	3726.12	2598.37	1265.88	2857.56
79	2323.75	2236.00	2277.16	1532.38	1850.84
81	1172.06	2372.04	2762.72	1297.64	1409.28
83	893.00	2092.98	1618.56	1339.49	1730.20
88	972.00	1945.12	911.25	1458.00	3854.25

ALTRO (tabella II, 19 d)

anno 19..	evasione	spazio redazionale	dossier	poster	pubblicita'
50	927.21	1121.25	2077.50	0.00	806.92
53	608.85	1046.60	1966.70	0.00	794.84
56	1962.19	1034.67	1883.70	0.00	625.17
58	2024.11	869.44	3283.00	0.00	862.75
60	1550.36	1094.33	0.00	0.00	865.65
63	1482.21	984.90	3283.00	0.00	1691.36
65	1038.39	971.50	2872.62	0.00	2926.31
67	1818.96	1231.12	0.00	0.00	3735.59
69	2029.87	1323.25	0.00	0.00	6068.90
71	1932.13	1066.00	4130.75	0.00	5418.83
73	2063.75	1599.00	4797.00	533.00	3175.25
75	1599.00	1563.25	4530.50	1066.00	5701.31
77	2831.57	1559.00	4663.75	1066.00	5447.00
79	4160.00	1599.00	5729.75	1066.00	5113.37
81	2176.65	1339.50	6809.13	7144.00	4269.66
83	1172.07	1339.50	7144.00	7144.00	5359.47
88	1701.00	1701.00	7144.00	7144.00	5135.63

Tabella II,20: *Sintesi quantificazione (media in percentuale)**COMPOSIZIONE DELLA RIVISTA (tabella II,20 a) (Grafico 1)*

anno 19..	articoli	rubriche	altro
50	31.23	39.10	29.67
53	28.08	49.46	22.46
56	26.05	49.59	24.36
58	15.75	48.51	35.74
60	34.11	52.52	13.37
63	30.62	41.06	28.32
65	26.15	50.02	23.83
67	36.24	44.97	18.79
69	32.17	45.76	22.07
71	25.82	37.40	36.78
73	20.59	43.75	35.66
75	21.68	35.93	42.39
77	18.54	35.71	45.75
79	18.24	29.95	51.81
81	13.91	25.23	60.86
83	16.48	21.49	62.03
88	14.53	23.52	61.95

ARTICOLI (tabella II,20 b) (Grafico 4)

anno 19..	cultura	formazione	spettacolo
50	14.14	17.09	0.00
53	11.50	16.58	0.00
56	14.58	11.47	0.00
58	5.53	10.22	0.00
60	18.49	15.62	0.00
63	10.94	19.68	0.00
65	9.66	15.35	1.14
67	12.39	14.76	9.09
69	13.71	7.70	10.76
71	13.28	4.69	7.85
73	12.24	5.21	3.14
75	10.75	2.73	8.20
77	6.25	0.00	12.29
79	4.69	0.00	13.55
81	4.38	0.00	9.53
83	8.44	0.00	8.04
88	5.47	0.00	9.06

RUBRICHE (tabella II,20 c) (Grafico 3)

anno 19..	corrispondenza	partecipazione	narrativa	femminili	altro
50	1.88	0.00	17.71	17.41	2.10
53	1.68	0.00	14.07	30.90	2.81
56	4.86	0.00	16.90	26.60	1.23
58	1.01	3.34	20.46	20.83	2.87
60	2.60	0.00	24.48	20.31	5.13
63	2.29	0.00	20.62	14.86	3.29
65	2.07	0.00	17.80	23.18	6.97
67	2.27	3.03	12.31	23.00	4.36
69	3.64	3.71	16.23	15.96	6.22
71	4.69	5.18	13.94	7.25	6.34
73	5.47	5.69	18.48	7.80	6.31
75	5.08	10.64	6.74	10.24	3.23
77	5.08	10.92	7.62	3.71	8.38
79	6.81	6.55	6.67	4.49	5.43
81	3.28	6.63	7.73	3.64	3.95
83	2.50	5.86	4.53	3.76	4.84
88	2.50	5.01	2.34	3.76	9.91

VARIE (tabella II,20 d) (Grafico 2)

anno 19..	evasione	spazio redazionale	dossier	poster	pubblicita'
50	5.57	6.75	12.50	0.00	4.85
53	3.10	5.32	10.00	0.00	4.04
56	8.69	4.58	8.33	0.00	2.76
58	10.27	4.42	16.67	0.00	4.38
60	5.91	4.16	0.00	0.00	3.30
63	5.63	3.75	12.50	0.00	6.44
65	5.08	2.69	7.96	0.00	8.10
67	5.04	3.41	0.00	0.00	10.34
69	4.75	3.10	0.00	0.00	14.22
71	5.67	3.12	12.10	0.00	15.89
73	6.05	4.68	14.06	1.56	9.31
75	4.69	4.58	13.28	3.13	16.71
77	8.30	4.68	13.67	3.13	15.97
79	12.20	4.69	16.80	3.13	14.99
81	6.09	3.76	19.06	20.00	11.95
83	3.28	3.75	20.00	20.00	15.00
88	4.37	4.37	20.00	20.00	13.21

BIBLIOGRAFIA

1. Opere di carattere generale

- AA.VV., *Dizionario Enciclopedico Italiano* 11, Istituto della Enciclopedia Italiana fondata da G. Treccani, Roma, Istituto Poligrafico dello Stato 1970.
- , *Immagini e ragione nell'età dei mass-media*, Atti del Convegno, Milano, 6-7 novembre 1982, Milano, Vita e Pensiero 1983.
- , *Il Grande Dizionario Garzanti*, Milano, Garzanti 1987.
- ALBERONI Francesco, *Lo spettacolo nel tempo libero dei giovani*, in *I giovani e lo spettacolo*, Milano, Vita e Pensiero 1962.
- ALBERONI Francesco - FERRAROTTI Franco - CALVARUSO Claudio, *I giovani verso il duemila*, Torino, Edizioni Gruppo Abele 1986.
- BELLOTTO Adriano - BETTETINI Gianfranco (a cura di), *Questioni di storia e teoria della radio e della televisione*, Milano, Vita e Pensiero 1985.
- BERGER Peter L. - BERGER Brigitte, *Sociologia. La dimensione sociale della vita italiana*, Bologna, Il Mulino, 1977 (Tit. originale: *Sociology. A Biographical Approach*, New York, Basic Books 1975).
- BETTETINI Gianfranco, *Tempo del senso. La logica temporale dei testi audiovisivi*, Milano, Bompiani 1979.
- , *La conversazione audiovisiva. Problemi dell'enunciazione filmica e televisiva*, Milano, Bompiani 1984.
- , *Il segno dell'informatica. I nuovi strumenti del comunicare: dal videogioco all'intelligenza artificiale*, Milano, Bompiani 1987.
- BOSCO Giovanni, *Memorie dell'Oratorio di S. Francesco di Sales. Dal 1815 al 1855*, Torino, SEI 1946.
- CAPECCHI Vittorio - LIVOLSI Marino, *La stampa quotidiana in Italia*, Milano, Bompiani 1971.
- CAPETTI Giselda (a cura di), *Cronistoria dell'Istituto delle Figlie di Maria Ausiliatrice 2*, Roma, Istituto FMA 1976.
- CASTRONOVO Valerio, *Giornale*, in *Enciclopedia Europea* 5, Milano, Garzanti 1977.
- CASTRONOVO Valerio - TRANFAGLIA Nicola (a cura di), *La stampa italiana del neocapitalismo*, Bari, Laterza 1976.
- CERIA Eugenio, *Memorie Biografiche del Beato Bosco Giovanni* 12, Torino, SEI 1931.

- , *Memorie Biografiche di S. Giovanni Bosco* 19, Torino, SEI 1939.
- , *Epistolario di S. Giovanni Bosco. Dal 1881 al 1888*, Torino, SEI 1959.
- CESAREO Vincenzo, *Percorsi ed esperienze nella scuola*, in *Giovani oggi. Indagine Iard sulla condizione giovanile in Italia*, Bologna, Il Mulino 1984.
- COLOMBO Antonia (a cura di), *Verso l'educazione della donna oggi*, Atti del Convegno Internazionale promosso dalla Pontificia Facoltà di Scienze dell'Educazione «Auxilium», Frascati, 1-15 agosto agosto 1988, Roma, LAS 1989.
- DE PIERI Severino - TONOLO Giorgio (a cura di), *Preadolescenza. Le crescite nascoste. Approccio interdisciplinare alle problematiche dei preadolescenti in Italia*, Roma, Armando Editore 1990.
- DE PIERI Severino - TONOLO Giorgio - DELPIANO Mario (coordinamento di), *L'età negata. Ricerca sui preadolescenti in Italia*, Associazione COSPES, Leumann (Torino), LDC 1986.
- DEVOTO Giacomo - OLI Gian Carlo, *Il dizionario della lingua italiana*, Firenze, Le Monnier 1990.
- DOXA, ISTITUTO PER LE RICERCHE STATISTICHE E L'ANALISI DELL'OPINIONE PUBBLICA, *Questi i giovani. Inchiesta nazionale sulle opinioni, gli atteggiamenti, le aspirazioni e gli ideali della gioventù*, Inchiesta Shell n. 9, Genova, Shell Italiana, aprile 1970.
- , *La donna oggi in Italia. Inchiesta nazionale sui problemi della condizione femminile e sul ruolo della donna nella nostra società*, Inchiesta Shell n. 10, coordinamento di F. Dogana, Shell Italiana, maggio 1973.
- ESPOSITO Rosario F., *La stampa periodica in Italia*, in *Via, Verità e Vita* 14 (1965) 1.
- FERRARI Osvaldo - FERRARI Renato, *Il linguaggio grafico del bambino. Genesi, evoluzione ed interpretazione*, Brescia, La Scuola 1984.
- FRANTA Herbert, *Atteggiamenti dell'educatore. Teoria e training per la prassi educativa*, Roma, LAS 1988.
- GRASSO Pier Giovanni, *I giovani stanno cambiando. Risultati di ricerche psicosociologiche sul quadro giovanile di valori*, Zurigo, Pas - Verlag 1963.
- KRIPPENDORFF Klaus, *Analisi del contenuto. Introduzione metodologica*, Torino, ERI 1983 (Tit. originale: *Content Analysis. An Introduction to its Methodology*, Beverly Hills - London, Sage Publications, Inc. 1980).
- LENZI Mario, *Dizionario di giornalismo*, Milano, Mursia 1965.
- LIVOLSI Marino, *E compravano felici e contenti. Pubblicità e consumi nell'Italia che cambia*, Milano, Edizioni del Sole 24 Ore, 1987.
- LOMBARDO Mario - PIGNATEL Fabrizio, *La stampa periodica in Italia. Mezzo secolo di riviste illustrate*, Roma, Ed. Riuniti 1985.
- MC LUHAN Marshall, *Gli strumenti del comunicare. Significati psicologici e sociali di ogni sistema di comunicazione*, Milano, Garzanti 1977 (Tit. originale: *Understanding media*, New York, Mc Graw - Hill Book Company 1964).
- , *Dall'occhio all'orecchio*, a cura di Gianpiero GAMALERI, Roma, Armando 1982.

- NIERO Mauro (a cura di), *Giovani e tempo libero. Ricerca qualitativa e indicazioni progettuali in un comune del Veneto*, Milano, Angeli 1989.
- PESCE Alberto - MASSENTI Anna, *L'immagine settimanale. Il rotocalco*, Brescia, La Scuola 1983.
- , *Leggere foto*, Brescia, La Scuola 1985.
- PIAGET Jean - INHELDER Bärbel, *Dalla logica del fanciullo alla logica dell'adolescente*, Firenze, Giunti Barbera 1980.
- PIO XI, *Casti Connubii*, Lettera Enciclica, 31 dicembre 1930, in *Acta Apostolicae Sedis* 22 (1930) 567.
- , *Quadragesimo anno*, Lettera Enciclica, 15 maggio 1931, in *Acta Apostolicae Sedis* 23 (1931) 200.
- PIO XII, *Doveri della donna nella vita sociale e politica*, Allocuzione, Padova, Editrice Gregoriana, 21 ottobre 1945.
- , *La fondamentale e multiforme missione della donna nel momento presente*, Allocuzione, 21 ottobre 1945, in *Discorsi e Radiomessaggi di Sua Santità Pio XII* 7, Milano, Vita e Pensiero 1946.
- PIOTTI Patrizia, *I quotidiani italiani e l'omicidio Dalla Chiesa*, Milano, Vita e Pensiero 1989.
- PONTIFICIA FACOLTÀ DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE «AUXILIUM», *Statuti*, Roma, Scuola tipografica privata FMA 1987.
- POSTMAN Neil, *Divertirsi da morire. Il Discorso Pubblico nell'Era dello Spettacolo*, Milano, Longanesi 1986 (Tit. originale: *Amusing Ourselves to Death*, Viking Penguin Inc. 1985).
- PROPP Vladimir Jakovlevic, *Morfologia della fiaba*, Torino, Einaudi 1966 (Tit. originale: *Morfologija skazki. Voprosy poëtiki*, Leningrado 1928).
- QUINTAVALLE Arturo Carlo, *Introduzione*, in AA.VV., *La bella addormentata. Morfologia e struttura del settimanale italiano*, Istituto di Storia dell'Arte - Università di Parma, Parma, Editrice La Nazionale 1972.
- ROSITI Franco, *L'analisi del contenuto come interpretazione*, Torino, ERI 1970.
- , *Studio sull'ambivalenza culturale: il caso della cultura giovanile*, in *Studi di sociologia* 7 (1969) 386.
- SCARPATI Rosario, *La condizione giovanile in Italia*, Milano, Angeli 1973.
- TANNENBAUM Percy H., *Panorama generale economico-finanziario*, in AA.VV., *Nuove dimensioni televisive*, Torino, ERI 1981.
- TESTA Carlo, *Giovani '70. Inchiesta sulla condizione giovanile in Italia*, Roma, Apes Editrice 1969.
- TOFANELLI Arturo, *I rotocalchi*, Firenze, Vallecchi 1959.
- VOLPI Domenico, *Didattica dell'umorismo*, Brescia, La Scuola 1983.

2. Opere di carattere specifico su «Primavera»

- AA.VV., *Documenti Convegno Nazionale Primavera*, Cinisello Balsamo, Archivio Primavera 1951-1988 [dattiloscritto. I Convegni sono citati segnalando

il luogo e la data in cui si sono tenuti, elementi precisati nella lista che segue]¹

Triuggio (MI)	22-25 agosto 1951
Triuggio	23-29 agosto 1952
Triuggio	31 agosto - 4 settembre 1954
Triuggio	29 agosto - 1 settembre 1955
S. Agnello di Sorrento (NA)	23-26 luglio 1956
Valle di Cadore (BL)	23-31 luglio 1957
Triuggio	24-29 luglio 1958
S. Ambrogio di Varese	6-11 agosto 1959
S. Ambrogio di Varese	6-10 agosto 1960
S. Ambrogio di Varese	10-13 agosto 1960
Gressoney (AO)	7-12 agosto 1961
Torino	29 maggio 1962
Torino	30 agosto 1963
Zoverallo (NO)	26-30 agosto 1965
Zoverallo	26-30 agosto 1966
Zoverallo	24-26 agosto 1967
Cinisello Balsamo (MI)	25-28 luglio 1969
Roma	29 dicembre 1969 - 6 gennaio 1970
Cinisello Balsamo	1-2 maggio 1971
Cinisello Balsamo	20 maggio 1971
Cinisello Balsamo	2 giugno 1972
Cinisello Balsamo	31 agosto - 1 settembre 1972
Torino	15 aprile 1973
Torino	6 maggio 1973
Cinisello Balsamo	31 agosto - 1 settembre 1973
Triuggio	30 agosto - 1 settembre 1974
Zoverallo	28-30 agosto 1975
Zoverallo	27-28 agosto 1976
Roma	13-14 settembre 1978
Roma	28-29 agosto 1979
Oulx (TO)	20-23 agosto 1980
Collevalenza di Todi	17-20 agosto 1981
Roma	17-20 agosto 1982
Roma	20-22 agosto 1983
Vitorchiano (VT)	27-30 agosto 1984
Torre Annunziata (NA)	29 agosto - 1 settembre 1985
Alberoni (VE)	29-30 agosto 1986
Frascati	29-30 agosto 1987
Frascati	29-30 agosto 1988

¹ Per non appesantire la rassegna, le fonti dei Convegni Nazionali di *Primavera*, inedite, vengono citate solo segnalando il luogo e la data dei lavori. I singoli documenti sono già citati nelle rispettive note del volume.

- , *Relazione dell'adunanza di Primavera del 21 marzo 1972*, Cinisello Balsamo, Archivio Primavera 1972 [dattiloscritto].
- ABACUS, *Indagine fra le lettrici di Primavera*, Cinisello Balsamo, Ed. Primavera 1981.
- , *Indagine fra le lettrici di Primavera*, Cinisello Balsamo, Ed. Primavera 1984.
- , *Indagine fra le lettrici di Primavera*, Cinisello Balsamo, Ed. Primavera 1988.
- ASSOCIAZIONE LOMBARDA DEI GIORNALISTI, *Scheda tecnica della testata*, Cinisello Balsamo, Archivio Primavera 1981 [dattiloscritto].
- CAPITOLO GENERALE FMA - 1947, *Allegati al Verbale dell'XI CG [Capitolo Generale] - Anno 1947*, Roma, Archivio Generale dell'Istituto delle FMA - CG XI 1947 [dattiloscritto].
- , *Atti del Capitolo Generale XI dell'Istituto delle FMA*, Torino, Istituto FMA 1947.
- COLLINO Maria, *Le mani nelle mani di Dio. Madre Angela Vespa, Superiora Generale FMA*, Roma, Istituto FMA 1988.
- CUEVAS LEON Sergio, *Verso un rinnovamento salesiano nella comunicazione sociale*, in *Atti del Consiglio Generalizio* 58 (1987) 321.
- DEMOSKOPEA, *Indagine fra le lettrici di Primavera*, Cinisello Balsamo, Archivio Primavera 1977 [dattiloscritto].
- IMA PAVIA (a cura di), *Indagine su Rivista Primavera*, Cinisello Balsamo, Archivio Primavera 1985 [dattiloscritto].
- LAGEDER Luis - GALIZZI Alessandra, *Giornali per ragazzi. Primavera*, in *Animazione ed Espressione* 21 (1983) 121, 313-314.
- RAINERI Giovanni, *Il pensiero di don Bosco come programma dell'editoria salesiana*, in *Atti del Consiglio Superiore della Società Salesiana* 62 (1981) 302.
- RICCERI Luigi, *San Francesco di Sales, modello di don Bosco e nostro in un apostolato sempre più attuale: la stampa*, in *Atti del Consiglio Superiore della Società Salesiana* 48 (1967) 249.
- VALENTINI Eugenio, *Don Bosco e l'apostolato della stampa*, Torino, SEI 1957.
- VESPA Angela, *Lettere autografe alla redazione di Primavera*, Roma, Archivio Generale dell'Istituto dell'Istituto delle FMA 1949-1965.
- VIGANÒ Egidio, *La comunicazione sociale ci interpella*, in *Atti del Consiglio Superiore della Società Salesiana* 62 (1981) 302.
- VOLPI Domenico (a cura di), *Esame critico della stampa giovanile*, Dossier-studio, Roma, marzo 1987 [dattiloscritto].

3. Opere di carattere specifico sulla stampa femminile e giovanile

- BUONANNO Milly, *Naturale come sei. Indagine sulla stampa femminile in Italia*, Rimini - Firenze, Guaraldi 1975.
- , *La donna nella stampa. Giornaliste, lettrici e modelli di femminilità*, Roma, Ed. Riuniti 1978.
- CAMERA Mirella, *L'immagine della donna in Famiglia Cristiana* 1968. *Ricerca*

- sulla corrispondenza femminile con il settimanale, in *Comunicazioni sociali* 12 (1990) 1.
- DI CRISTOFARO LONGO Gioia (a cura di), *Immagine donna. Modelli di donna emergenti nei mezzi di comunicazione di massa*, Ricerca promossa dalla Commissione Nazionale per la realizzazione della parità tra uomo e donna, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, Libreria dello Stato 1986.
- , *La donna dei media. Sportello immagine donna. Denunce, analisi, ricerche: modelli culturali emergenti*, Iniziativa promossa dalla Commissione Nazionale per la parità e per le pari opportunità tra uomo e donna, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato 1992.
- GENOVESI Giovanni, *La stampa periodica per ragazzi*, in CASTRONOVO Valerio - TRANFAGLIA Nicola, *La stampa italiana del neo-capitalismo*, Bari, Laterza 1976
- GRATIOT-ALPHONDERY Hélène, *La presse pour enfants et ses conséquences*, in AA.VV., *Les journaux pour enfants*, Paris, Presses Universitaire de France 1954.
- GRISONI Luigi, *La questione femminile nei mass media*, Ricerca realizzata presso il Centro-Pilota del CIOFS, Roma, stampato in proprio 1980.
- LEONZI Tina, *Le donne ieri e oggi*, Milano, Paleari 1977.
- LILLI Laura, *La stampa femminile*, in CASTRONOVO Valerio - TRANFAGLIA Nicola, *La stampa italiana del neo-capitalismo*, Bari, Laterza 1976
- PEZZUOLI Giovanna, *La stampa femminile (come ideologia)*, Milano, Il Formichiere 1976.
- PLUVINAGE-PATERNOSTRE Anne, *L'adolescent et sa presse. Analyse de contenu des publications destinées aux jeunes*, Bruxelles, Editions de l'Institut de Sociologie - Université libre de Bruxelles 1971.
- RIBUOLI Patrizia, *Problemi della donna nel giornalismo italiano contemporaneo. Con alcuni testi di Giovanni Paolo II*, Milano, Pubblicazioni «Servizio Librario» dell'Opera Universitaria, Università Cattolica Sacro Cuore 1980.
- SULLEROT Evelyne, *La presse féminine*, Paris, A. Colin 1963.

INDICE DELLE TABELLE E DEI GRAFICI

TABELLE

1. Grafico della suddivisione dei lettori per età (nel 1987)	48
2. Ripartizione geografica: percentuali di diffusione di <i>Primavera</i> in alcuni anni-campione (1974, 1983, 1988).....	65
3. Andamento della tiratura media di <i>Primavera</i>	66
4. Istogramma rappresentante la periodicità di <i>Primavera</i>	77
5. Rappresentazione grafica dei formati di <i>Primavera</i>	80
6. Istogramma dell'evoluzione dei formati di <i>Primavera</i>	80
7. Istogramma rappresentante la STS di <i>Primavera</i>	84
8. Sintesi dei rapporti tra le superfici di <i>Primavera</i> (senza la superficie del poster)	85
9. Sintesi dei rapporti tra le superfici di <i>Primavera</i> (senza la superficie della pubblicità).....	87
10. Analisi strutturale del sommario	92
11. Composizione della rivista <i>Primavera</i> (spazio di articoli, rubriche e «varie», in percentuale)	110
12. Comparazione delle superfici della rivista <i>Primavera</i> occupate dalla narrativa e dalle rubriche femminili	131
13. Numero medio di articoli/servizi (in un numero di <i>Primavera</i>).....	143
14. Istogramma dell'evoluzione degli spazi degli articoli/servizi della rivista <i>Primavera</i>	145
15. Valutazione del grado di interesse, che connota l'immagine della giovane delineata in e da <i>Primavera</i> , nei confronti dei diversi settori degli articoli/servizi	147
16. Tavola di comparazione della rivista <i>Primavera</i> (annate 1950-1988)	172

17. Quantificazione strutturale della superficie di <i>Primavera</i> (espressa in cm ²)	185
18. Quantificazione strutturale della superficie redazionale di <i>Primavera</i> (espressa in percentuale).....	186

TABELLE IN APPENDICE

I,1-7. Sommario-tipo (annate 1950-1988).....	213
I,8. Quadro riassuntivo sommario-tipo (annate 1950-1988).....	227
II,1. Quantificazione (annate e numeri esaminati)	228
II,2-18. Quantificazione annata (dal 1950 al 1988)	229
II,19. Sintesi quantificazione (media in cm ²)	246
II,20. Sintesi quantificazione (media in percentuale)	248

GRAFICI

1. Composizione della rivista.....	109
2. Spazio delle «varie»	112
3. Spazio delle rubriche	120
4. Spazio degli articoli	142
5-20. Composizione della rivista e della tipologia degli articoli e delle rubriche (annate 1950, 1958, 1963, 1969, 1973, 1979, 1983, 1988)	175

INDICE GENERALE

<i>Presentazione</i> (Gianfranco Bettetini)	5
<i>Sommario</i>	9
Introduzione	11
Parte prima: «PRIMAVERA»: LA RIVISTA	23
Capitolo 1 - Genesi della rivista	25
1. <i>Motivazioni</i>	27
1.1. Il boom della stampa nell'immediato secondo dopoguerra	28
1.2. L'evoluzione della condizione femminile	31
1.3. La stampa in don Bosco e nel carisma salesiano	35
2. <i>Obiettivi</i>	38
3. <i>Orientamento generale</i>	39
4. <i>Lancio editoriale</i>	41
Capitolo 2 - Evoluzione della rivista	45
1. <i>Destinatari</i>	45
1.1. Età	45
1.2. Categoria	48
2. <i>Indagini sui lettori</i>	54
3. <i>Diffusione</i>	61
3.1. Edizioni destinate all'estero	61
3.2. Diffusione sul territorio nazionale	64
3.3. Canali di distribuzione	66

Parte seconda: «PRIMAVERA»: L'IMMAGINE DELLA GIOVANE.....	71
Capitolo 1 - Analisi delle variazioni degli aspetti "materiali" della rivista.....	75
1. <i>Periodicità</i>	76
2. <i>Formato</i>	78
3. <i>Spessore</i>	81
Capitolo 2 - Variazioni di tipo formale-contenutistico: analisi del sommario della rivista.....	89
1. <i>Struttura</i>	90
1.1. Spazio occupato.....	91
1.2. Modalità di presentazione del sommario.....	99
1.3. Tematiche emergenti dal sommario.....	100
2. <i>Contenuti del sommario</i>	101
Capitolo 3 - Variazioni di tipo formale-contenutistico: analisi dei contenuti della rivista.....	107
1. <i>Composizione secondo i contenuti</i>	108
2. <i>Contenuti dello spazio delle «varie»</i>	112
2.1. La pubblicità.....	112
2.2. Il poster e il maxiposter.....	114
2.3. L'editoriale.....	115
2.4. Lo spazio dell'evasione.....	117
3. <i>Contenuti dello spazio delle rubriche</i>	119
3.1. La corrispondenza.....	120
3.2. Le rubriche di partecipazione.....	121
3.3. La narrativa.....	126
3.4. Le rubriche tipicamente femminili.....	130
3.5. Rubriche di altro tipo.....	134
4. <i>Contenuti dello spazio degli articoli e dei servizi</i>	142
4.1. La composizione dello spazio degli articoli/servizi.....	142
4.2. L'attualità-cultura generale.....	152
4.3. La formazione-religione.....	158
4.4. Lo spettacolo.....	163
Capitolo 4 - Ricostruzione dell'evoluzione della rivista sulla base di alcune annate significative.....	171

Capitolo 5 - Osservazioni conclusive sulla quantificazione strutturale della superficie redazionale.....	183
Conclusioni	193
1. <i>Evoluzione dell'immagine della giovane.....</i>	193
1.1. Nel periodo 1950-1960.....	193
1.2. Nel periodo 1961-1970.....	196
1.3. Nel periodo 1971-1980.....	198
1.4. Nel periodo 1981-1988.....	202
2. <i>L'immagine della giovane: elementi costanti</i>	203
3. <i>L'immagine della giovane: elementi confermant</i> <i>zione editoriale</i>	204
4. <i>Il dialogo tra la rivista «Primavera» e il suo pubblico.....</i>	206
Annesso.....	209
Appendice	213
<i>Bibliografia.....</i>	251
<i>Indice delle tabelle e dei grafici</i>	257

