

Prefazione

Ogni genere testuale evolve, subendo dei cambiamenti a opera di chi ne fa uso. D'altra parte, chi utilizza un determinato genere testuale viene fortemente condizionato (in senso positivo o negativo) dai suoi contenuti, dal suo stile, dal suo linguaggio, ma spesso anche dai suoi vincoli strutturali. Il presente lavoro mira ad analizzare l'evoluzione e la formazione di un genere testuale considerato "femminile" per eccellenza, ovvero il consiglio della posta del cuore¹, attraverso uno studio dello storico settimanale italiano "Grazia".

Il titolo del volume – *"Grazia". Consigli che hanno formato le italiane* – fa riferimento a diversi tipi di formazione. Come si vorrà dimostrare, il consiglio della posta del cuore, adoperando un determinato discorso, ha per anni formato le italiane, trasmettendo loro una specifica visione del mondo, della femminilità e degli uomini, nonché delle relazioni di coppia. Al contempo le stesse italiane, come rubriciste e lettrici di "Grazia", hanno contribuito con le loro lettere alla formazione del genere testuale in questione, cambiandone alcuni elementi strutturali e influenzando su diversi aspetti del discorso. Il consiglio della posta

¹ Ovviamente siamo consapevoli del fatto che anche agli uomini capitasse di usufruire dei cosiddetti consigli sentimentali sulla stampa. Tuttavia, tra i lettori di questo genere testuale prevalevano nettamente le donne. Ciò derivava, tra l'altro, dall'immaginario sociale legato ai ruoli di genere e alla stessa tradizione del consigliare (v. sotto). La posizione privilegiata di cui avevano goduto per secoli gli uomini faceva sì che le donne dovessero costantemente lottare per l'accettazione della società, dimostrare il proprio valore, curare il loro aspetto e migliorare le loro maniere, il modo di muoversi o di parlare. La tradizione, le usanze e la religione le costringevano anche a cercare marito a un'età stabilita e, di conseguenza, a intraprendere relazioni tutt'altro che ideali, quando non direttamente violente (con, al contempo, il divieto di divorziare), che diventavano l'argomento delle loro lettere alle redazioni delle riviste. Si trattava, nella maggioranza dei casi, proprio di riviste femminili, settimanali e mensili, in cui si potevano commentare sentimenti ed emozioni, lasciando agli uomini (e ai periodici a loro dedicati) le questioni tradizionalmente considerate "serie" e "maschili", come la politica o l'economia. La posta del cuore divenne dunque, nella maggior parte delle culture occidentali, uno spazio prettamente femminile. Erano donne tanto le curatrici delle rubriche quanto le lettrici che scrivevano lettere alla redazione.

del cuore ha influenzato, per alcuni versi, anche l'autoformazione delle donne che, come sue utenti (autrici delle lettere o semplici lettrici), hanno acquisito determinate competenze, tra cui quelle pragmatiche e una fondamentale "competenza testuale". Quest'ultima

può essere considerata parte integrante della *competenza comunicativa*, cioè della capacità di usare la lingua in modo adeguato alle esigenze della situazione comunicativa in cui i messaggi vengono prodotti. È una competenza che si può distinguere da quella meramente linguistica, che riguarda solo la capacità di usare una lingua rispettandone le regole grammaticali. (Lavinio 2006: 145)

Il consiglio della posta del cuore ha inoltre offerto alle donne comuni un'altra possibilità di autoformazione, ovvero quella di raccontare le proprie vicende personali e di fare i conti con i propri problemi. Una tale pratica di narrazione di sé ha sicuramente prodotto effetti positivi sulla realtà femminile.

[N]arrando se stessa, la donna si riappropria di sé, esercita un'etica della padronanza che le consente di mettere in atto strategie di empowerment individuale e collettivo. Si tratta di strategie che permettono alla donna di acquisire e accrescere il proprio potenziale così da controllare attivamente e responsabilmente le propria vicenda, avere un controllo sulla propria vita. (Dato 2007: 108)

Quello che qui si propone è uno studio linguistico che, partendo dall'assunto filosofico che "donne non si nasce, ma si diventa" (de Beauvoir [1949] 2008: 271), intende esaminare la costruzione discorsiva della donna tramite uno specifico genere testuale, nel nostro caso il consiglio della posta del cuore. Accanto all'analisi della sua formazione sulle pagine del settimanale "Grazia", dunque, si intende presentare alcuni processi di carattere discorsivo determinanti nel formare le italiane. Si crede che uno studio di questo tipo possa contribuire alla ricostruzione del fenomeno della formazione delle donne attraverso i mass media. Tali studi sono solitamente oggetto di ricerche sociologiche, quelle svolte nell'ambito dei *women's studies* e degli studi di genere.

I processi formativi trattati in questa sede si rivelano tanto più interessanti per il fatto che avvengono in un contesto tipicamente femminile (rivista femminile, consigliere e lettrici donne) in assenza degli uomini o, semmai, con una presenza maschile ben celata che serve a creare l'atmosfera ideale per confessarsi e per parlare (quasi) senza inibizioni tra donne. Per una maggiore percettibilità dei fenomeni legati alle due formazioni – quella del genere testuale e quella delle donne – si è deciso di prendere in considerazione tre periodi diversi: il primo comprende gli anni Trenta e Quaranta, il secondo gli anni Sessanta e il terzo gli anni Novanta. Questi tre periodi corrispondono non solo a tre generazioni di italiane, ma approssimativamente anche alle tre ondate femministe del XX secolo. Si propone, dunque, un'analisi diacronica di un genere testuale "femminile" e mediatico, anche se, come nota Colombo (1998: 9), "gli studi sui mass media [...] hanno sovente privilegiato la dimensione sincronica".

Il nostro lavoro inizierà dallo “Stato delle ricerche” (Capitolo 1), ossia il capitolo in cui collochiamo il presente studio nel contesto dell’analisi del discorso (1.2-1.3) e presentiamo le principali tendenze di ricerca sul consiglio della posta del cuore. Di seguito si passerà a due sezioni dedicate alle tipologie testuali: la prima presenta alcune considerazioni generali (1.4), mentre la seconda si concentra sui generi testuali mediatici (1.5). Queste sezioni ci permetteranno di collocare il consiglio della posta del cuore tra gli altri generi testuali. Le sezioni successive (1.6-1.8) presenteranno, invece, una panoramica degli studi sui generi testuali e saranno dedicate, rispettivamente, agli studi sui generi testuali in senso generale (1.6), a quelli sui generi testuali mediatici (1.7) e agli studi sui generi testuali percepiti come “femminili” (1.8). Le sezioni seguenti tratteranno il tema del consiglio, inteso sia come atto comunicativo (1.9) che come genere testuale (1.11). Si terrà particolarmente conto delle caratteristiche dei consigli destinati alle donne (1.10), dei consigli presenti sulla stampa femminile (1.12) e del consiglio della piccola posta come genere testuale (1.13). L’ultima parte del capitolo (1.14) verrà dedicata agli studi sui diversi livelli di funzionamento del consiglio della posta del cuore: strutturale, pragmatico-stilistico e contenutistico.

Il Capitolo 2, “Storia, evoluzione e funzione culturale del consiglio della piccola posta”, come da titolo, mira a illustrare le questioni più rilevanti legate alla tradizione, all’evoluzione e alla funzione culturale dei consigli. Il capitolo inizia con alcune osservazioni generali sulla pratica del consigliare (2.2) e continua con la storia del consiglio della piccola posta (2.3), con un particolare riguardo alla tradizione di tali consigli sulla stampa italiana (2.4). Le sezioni successive (2.5 e 2.6), invece, hanno come fine presentare il settimanale “Grazia” con i suoi consigli, i quali costituiscono l’oggetto principale di questo studio. Il capitolo si conclude con alcuni spunti teorici riguardanti gli aspetti formativi e funzionali del consigliare le donne sulla stampa (2.7).

Il Capitolo 3, “Teoria, metodo, corpus”, si propone di presentare i motivi (3.2), l’oggetto (3.3), gli obiettivi e l’ipotesi della nostra ricerca (3.4), nonché di delineare il quadro teorico-metodologico (3.5) che verrà applicato nella parte analitica del lavoro. Si intende, tra l’altro, parlare più dettagliatamente dei livelli strutturale e pragmatico-stilistico del consiglio, ossia quei livelli di funzionamento del genere testuale che verranno analizzati in questa sede. Per ogni livello si presenteranno alcune nozioni chiave quali mosse, discorso, stile e modalità deontica. La sezione successiva (3.6) sarà dedicata alla presentazione del metodo che verrà poi applicato nella nostra analisi. L’ultima parte del capitolo (3.7) includerà tutti i dettagli riguardanti il corpus, la presentazione dei dati e dei risultati.

I capitoli 4, 5 e 6, che costituiscono la parte analitica del nostro lavoro, tratteranno due livelli funzionali del genere testuale del consiglio: strutturale e pragmatico-stilistico. Nell’ambito del primo livello verrà esaminata la struttura dei consigli, usando una metodologia specifica dell’analisi del discorso,

cioè l'analisi in mosse (v. sotto). A livello pragmatico-stilistico, invece, si presenteranno le scelte stilistiche che conseguono dai rapporti tra le partecipanti, dai costumi e dalle convenzioni sociali di ogni decennio. Ogni capitolo analitico seguirà lo stesso ordine: *Introduzione, Contesto, Rubrica, Livello strutturale, Livello pragmatico-stilistico, Conclusioni*.

L'ultima sezione di questo studio, "Considerazioni finali", riassumerà tutta l'analisi svolta. In essa verranno altresì fornite alcune tabelle al fine di mostrare in modo sistematico i mutamenti avvenuti diacronicamente nell'ambito del consiglio della posta del cuore. Tale modalità di illustrazione dei cambiamenti renderà possibile una messa a confronto tra i consigli di "Grazia" dei diversi periodi analizzati.

Di seguito si presentano i più importanti termini usati in questa ricerca:

consigliere/a	"chi consiglia, persona a cui si ricorre occasionalmente oppure abitualmente per consiglio ² ".
consiglio della piccola posta	genere testuale pubblicato in un'apposita rubrica di un titolo di stampa composto da una lettera-richiesta e una lettera-risposta.
consiglio della posta del cuore	genere testuale pubblicato in un'apposita rubrica di un titolo di stampa composto da una lettera-richiesta e una lettera-risposta e dedicato a problemi sentimentali.
consiglio sulla stampa	ogni tipo di consiglio pubblicato su un periodico; i consigli sulla stampa vengono pubblicati indipendentemente (come diversi generi testuali) o nelle apposite rubriche della <i>piccola posta</i> .
discorso	"un sistema di significati formanti l'identità dei soggetti e degli oggetti" (Laclau e Mouffe 2007 citati in Witosz 2011: 26, trad. mia).
discorso formativo	discorso usato a scopi educativi e formativi che tende a sviluppare la personalità, la consapevolezza e l'intelligenza.
genere testuale	"modello astratto o prototipo di testo, orale o scritto, avente diverse realizzazioni concrete e funzionante in una data comunità discorsiva" (Wojtak 2004b: 30, trad. mia) e "insieme di convenzioni che aiutano i membri di una comunità discorsiva a dare forma a determinate interazioni" (Wojtak 2004a: 16, trad. mia).

² <http://www.treccani.it/vocabolario/consigliere/> (ultimo accesso: 18.07.2021).

lettera-richiesta	lettera inviata da una lettrice o un lettore alla redazione di un periodico con richiesta, implicita o anche esplicita, di risposta da parte dell'esperto/a della redazione.
lettera-risposta	lettera pubblicata su un periodico di stampa come risposta a una lettera mandata alla redazione da un lettore o una lettrice. A volte una lettera-risposta viene pubblicata in risposta a più lettere-richieste dedicate a uno stesso problema.
mossa	unità discorsiva funzionale nel discorso parlato o scritto.
piccola posta	nome generico usato per lo scambio di lettere tra un periodico e i suoi lettori/le sue lettrici; il termine può essere usato in riferimento a tutte le rubriche di consigli (medici, di <i>bon ton</i> , di moda ecc.).
posta dei lettori	sinonimo di <i>piccola posta</i> .
posta del cuore	nome usato per lo scambio di lettere tra un periodico e le sue lettrici/i suoi lettori, riguardante principalmente i più svariati problemi sentimentali.
postulante³	“[p]ersona che chiede, in genere con una certa insistenza, favori, concessioni, o fa istanze e premure per ottenere (o farsi ottenere) un impiego, una carica e sim.” ⁴ . Nell'ambito della <i>piccola posta</i> una lettrice che invia la propria lettera-richiesta ad un periodico di stampa.
problemi sentimentali	problemi ed emozioni legati al sentimento dell'amore e, in senso lato, tutti i problemi e tutte le emozioni che risultano dalla vita in coppia o sono collegabili a sentimenti di chi vive da solo, come single o vedovo/a, ma ha avuto o desidera avere un/a compagno/a.
rubricista	“[a]utore, redattore di rubriche di quotidiani o di altri periodici, o di rubriche radiotelevisive” ⁵ .
stile	“un dato inventario di mezzi, riconoscibile e ordinato, integrato al suo interno da un insieme di determinate regole e provvisto di determinati valori, tra cui la conoscenza del mondo, una determinata razionalità, un'immagine definita del mondo, intenzioni comunicative” (Bartmiński, 1993: 116, trad. mia).

³ Il termine “postulante” è stato proposto da Pezzuoli (1975: 93) nel suo libro *La stampa femminile come ideologia*.

⁴ <http://www.treccani.it/vocabolario/postulante/> (ultimo accesso: 18.07.2021).

⁵ <http://www.treccani.it/vocabolario/rubricista/> (ultimo accesso: 18.07.2021).

testo

una totalità coerente parlata o scritta, “un prodotto della comunicazione dai confini ben stabiliti e identificabili nel processo della trasmissione di informazioni” (Dobrzyńska 1993: 9, trad. mia).