

Małgorzata J. Lewandowska
Università di Varsavia
<https://doi.org/10.18778/8220-506-0.09>

L'ITALIANITÀ VISSUTA ATTRAVERSO IL CORPO L'(AUTO)PERCEZIONE DELLE ITALIANE NEI CONSIGLI MEDICI D'ARCHIVIO

Riassunto: Vivere il proprio corpo è un'esperienza che indubbiamente si lega a determinati luoghi, ambienti e tempi. Essere italiane è, dunque, un'esperienza differente dall'essere polacche, tedesche o americane. La percezione del corpo femminile rispecchia le leggi di un paese, il livello di pudicizia presente in una società, la tolleranza nei confronti di sé e dell'altro. Il lavoro che intendiamo presentare nasce dall'interesse verso la rappresentazione del corpo delle donne nei consigli medici presenti sui numeri del settimanale "Grazia" pubblicati tra il 1950 e il 1965. Attraverso l'analisi del discorso si otterrà un'immagine non solo del corpo, ma anche – in senso metonimico – della società italiana dell'epoca che Cesare Zavattini (1959) definì "un grande harem" fatto "di ciò che si tace e di quello che non si dice". L'analisi da noi proposta intende aprire un'altra prospettiva sull'italianità, dove per "altra" si può intendere sia "femminile" (come certo farebbero i seguaci di de Beauvoir) che "taciuta" o "non detta". Inoltre, dato il carattere del corpus analizzato, le missive delle lettrici offrono uno sguardo sull'immagine di sé delle stesse italiane, una prospettiva non solo molto intima, ma anche "interna" che, non di rado, non ha nulla a che vedere con l'immagine che si ha della società italiana fuori dall'Italia.

Parole chiave: consigli, italianità, stampa femminile, consigli pubblicati sulla stampa, Grazia.

Abstract: Italianness as Lived through the Body. Italian Women's (Self-) Perception in Archival Health Columns. The experience of one's own body is undoubtedly bound to certain places, environments and times. The experience of being an Italian woman is therefore different than that of being Polish, German, or American. The perception of the female body mirrors a country's laws, a society's level of demureness and the tolerance towards oneself and others. The work presented here stems from an interest in the representation of the female body as presented in health

columns in the 1950-1965 issues of the weekly magazine “Grazia.” Through discourse analysis it is possible to obtain an image not only of the body, but also, metonymically, of Italian society at a time when Cesare Zavattini (1959) defined it as “a huge harem” made “of what is silenced and what is unuttered.” The analysis proposed herein aims at opening another perspective on Italianness, whereby “other” can be understood both as “female” (as de Beauvoir’s followers certainly would) or as “silenced” or “unuttered.” In addition to that, considering the type of corpus being analysed, the letters from the female readership offer a view on Italian women’s self-image. A perspective which is not only intimate, but also “from the inside” and that frequently has nothing to share with the image of Italian society that is common outside of Italy.

Keywords: advice, Italianness, female press, counselling, Grazia.

Ogni parola che usiamo è letteralmente un atto d’identità (...)
Vera Gheno, “Il potere delle parole giuste”, TedxTalks

1. Introduzione

L’italianità come concetto fa riferimento soprattutto all’identità nazionale degli italiani che, come osserva Pietro Trifone (2006: 17), “si è rivelata ricca e feconda in quanto frutto di una millenaria ibridazione di genti, di lingue e di culture: si tratta in altri termini di un’identità dinamica e plurale”. Fino a che punto arriva però questa pluralità? Tenendo conto della prospettiva di genere, si potrebbe affermare che esistano due italianità diverse, ovvero quella degli uomini e quella delle donne? Se così fosse, l’italianità femminile connoterebbe concetti diversi, altre figure di riferimento e, probabilmente, sarebbe anche più legata alla fisicità e al corpo dall’italianità maschile. Inoltre, l’essere italiane si esprimerebbe diversamente dall’essere polacche, americane o francesi, risultando dall’insieme di esperienze di tutte le donne d’Italia.

Il modo in cui il corpo viene trattato e rappresentato nel discorso (italiano), ad esempio nei consigli medici pubblicati sulle riviste, può essere sintomatico sia del rapporto che ogni individuo ha con la propria fisicità, sia dei rapporti intersoggettivi che rappresentano e formano gli italiani e le italiane. Soprattutto però queste ultime, dato che il corpo femminile, rispetto a quello maschile, è molto più soggetto a critiche (anche nella stampa stessa) e discusso in diversi contesti sociali, dalla violenza alla maternità.

La relazione corpo – identità femminile, che si esprime attraverso il discorso usato per parlare delle donne e con le donne, può essere analizzata in base a svariati tipi di corpora (consigli medici, articoli di stampa, manuali di anatomia e biologia, ecc.), provenienti da diverse epoche storiche. Nel nostro

caso verranno analizzati i consigli medici pubblicati tra gli anni 1950 e 1965 su “Grazia”, ovvero una delle riviste più diffuse in Italia. Il nostro obiettivo è ricostruire qualcosa che potremmo chiamare l’immagine dell’italianità femminile di quel periodo, spesso taciuta e sicuramente conosciuta poco.

2. Specificità dei consigli medici sulla stampa femminile

I consigli dispensati sulla stampa femminile hanno varie forme. Se parliamo della cosiddetta “piccola posta”, detta anche “posta dei lettori” (nel nostro caso “delle lettrici”), intendiamo una coppia di lettere adiacenti (lettera-richiesta e lettera-risposta) o una sola risposta, scritta dall’esperto della redazione. Quest’ultimo caso si ha, quando le redazioni decidono di omettere le lettere-richieste per risparmiare spazio, spesso mettendo a rischio la comprensione del problema della lettrice presentato nella richiesta. È il caso delle lettere pubblicate non solo su “Grazia”, ma anche su tanti altri rotocalchi soprattutto dei primi decenni del XX secolo.

I consigli pubblicati sulla stampa, inclusa quella femminile, appartengono ai generi testuali mediatici di tipo pubblicistico-informativo (Wolny-Zmorzyński et al. 2014) e, come molti altri (la notizia, il reportage, l’intervista), sono caratterizzati da numerosi mutamenti e ibridazioni (Wojtak 2012: 10) a cui contribuiscono attivamente le redazioni (interventi redazionali di vario tipo), i giornalisti (ad es. con innovazioni stilistiche) e, in alcuni casi, anche i lettori e le lettrici (scrivendo alle redazioni e mostrando una sempre maggiore familiarità con il genere testuale di cui usufruiscono). Nel caso delle lettere pubblicate sui settimanali femminili tali mutamenti possono interessare il contenuto, lo stile e la struttura, mentre lo scopo pragmatico, ovvero chiedere e dare consiglio, resta pressappoco uguale.

Quanto ai consigli medici dispensati sulla stampa, varie ricerche hanno dimostrato notevoli cambiamenti diacronici a livello stilistico, con il passaggio da uno stile divulgativo con terminologia comunemente comprensibile a uno divulgativo con terminologia medica esatta (Žuk 2009). In generale una delle principali caratteristiche di tutti i consigli medici è, per l’appunto, la presenza dei termini medici popolari e del linguaggio medico specialistico (Dombrowski 2015). Inoltre, il contenuto e lo stile applicati nelle missive possono testimoniare lo stato del sapere e il livello di pudicizia presente in una società (Lewandowska, in corso di stampa).

Vale la pena aggiungere che la piccola posta come scambio di missive tra le lettrici e l’esperto del settimanale possiede alcune importanti caratteristiche che incidono sulla *privacy* di chi decide di rivolgersi a una rivista per un problema medico. Innanzitutto, le lettere vengono stampate, diventando in

tal modo pubbliche¹. Tuttavia, malgrado una costante presenza di terzi, chi chiede consiglio può sentirsi al sicuro, protetto da uno pseudonimo (non di rado uno pseudonimo parlante v. Lewandowska in corso di stampa). I lettori/le lettrici abituali di una stessa rubrica iniziano inoltre, in un secondo momento, a formare una cerchia, basata sulla confidenza reciproca e sulla condivisione delle esperienze e del sapere (medico, in questo caso).

3. L'italianità nei consigli e nei consigli medici

A parte gli elementi menzionati in precedenza, lo scambio di carteggi tra le lettrici e le redazioni può essere considerato una preziosa testimonianza di rapporti sociali e condizione della donna. Il valore delle lettere-richieste e -risposte, pur essendo a volte contestato dagli studiosi² (vd. ad es. Buonanno 1975: 75), si è affermato nella tradizione italiana, soprattutto dai tempi di “Le italiane si confessano” (1959) di Gabriella Parca, come “specchio del costume”. A prescindere dalla questione degli interventi redazionali, quello che ad un certo punto ha portato a una serie di cambiamenti è la funzione pragmatica delle lettere-richieste e delle lettere-risposte nella società italiana dell'epoca:

[...] è sembrato che lo spazio della «piccola posta» abbia contribuito alla costruzione di un nuovo modo di pensarsi donne. Abbia permesso cioè di conoscere sé stesse (scrivere di sé impone che prima si pensi a sé) e di rapportarsi alle altre, scoprendo di volta in volta realtà simili o differenti. Una crescita perciò generata dal confronto. [...] (Endrighetti 2015: 13).

Dunque, l'esistenza di un pubblico di sconosciute ha reso possibile l'aprirsi delle donne al mondo, lontano da occhi sospettosi, invidie locali e giudizi spietati della propria cerchia. Questo, abbinato allo sviluppo della cosiddetta “competenza comunicativa”³, avrebbe contribuito all'autoformazione di

¹ Questo tipo di corrispondenza va dunque collocato a metà strada tra la lettera aperta e la lettera privata, l'ultima delle quali è da considerarsi prototipica (Wojtak 2002: 196; Smól 2018: 72).

² Secondo Buonanno (1975) la piccola posta non rappresenta mai l'opinione di tutte le donne, ma solo di alcune lettrici le cui missive vengono scelte da una redazione in base a determinati criteri.

³ La competenza comunicativa è la “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).

ciascuna delle lettrici e, di conseguenza, anche alla formazione di una nuova generazione di italiane: capaci di raccontarsi, più consapevoli, meno pudiche e più aperte al dialogo e al confronto con altri/e.

A quanto detto sopra si aggiunge il valore divulgativo delle stesse riviste femminili che, per molti anni, si affermarono come agente di diffusione del sapere riguardante gli ambiti più importanti della quotidianità delle donne. Scrive così De Mauro (2014: 87):

Nell'Italia pretelevisiva, ma ancora lungo gli anni Sessanta e Settanta [...] le storie d'amore fotoromanzate hanno potuto varcare il muro della non lettura, raggiungendo fin dal 1946 e 1947 un successo straordinario specialmente tra il pubblico femminile del più vario livello. Un ruolo a parte, ancora più significativo, hanno avuto i settimanali femminili, «Anna», «Gioia», «Grazia». Nelle poche pagine informative dedicate all'attualità politica e sociale essi hanno in generale presentato le notizie con una sobrietà non reticente, rara nel restante giornalismo, e su diversi temi, dalla prevenzione sanitaria alla contraccezione o al divorzio, hanno colto e secondato le esigenze anche più innovative delle donne, aprendo orizzonti più ampi e liberi di costume e vita (De Mauro 2014: 87).

Considerando ciò che si è detto in precedenza, si pensa che l'analisi dei consigli medici di un determinato periodo possa dare conto, oltre che della condizione di salute, anche della condizione sociale delle donne dell'epoca.

4. Corpus e dati della ricerca

La scelta del settimanale “Grazia” è stata dettata da numerose motivazioni tra cui innanzitutto la sua lunga storia e l'intramontabile popolarità. Nata nel 1938 da un'altra rivista femminile, “Sovrana”, è sempre stata uno dei periodici più diffusi in Italia, raggiungendo negli anni Sessanta l'apice di oltre due milioni e duecentomila vendite settimanali⁴. Dedicata al pubblico medio-borghese, “Grazia” accompagnava le italiane nella loro quotidianità, in quanto “giornale di servizio”⁵, con consigli riguardanti ogni aspetto della vita

⁴ A credere ai dati statistici della Doxa riportati in una lettera del direttore di “Grazia” Renato Olivieri alle lettrici [15/11/1964 (1239)], all'inizio degli anni Sessanta ogni numero del settimanale veniva letto da oltre due milioni e duecento mila persone.

⁵ Termine usato da Carrarini (2003: 825) per un determinato tipo di periodico che “forniva alla donna della media borghesia le informazioni utili a orientarsi nelle scelte relative alla casa, alla famiglia, al lavoro e ai costumi”.

femminile dell'epoca: la cura della casa, il bon-ton, la cucina, la salute e persino la condotta morale⁶.

Il corpus della ricerca è costituito da lettere dalla rubrica *I consigli del medico*, pubblicata su "Grazia" negli anni 1950-1965. In quegli anni la rubrica occupava circa mezza pagina e includeva in media 10 consigli, intesi come lettere-risposte⁷. A dispensarli era il Dottor Antonio, alla cui vera identità non è stato possibile risalire. Sono state analizzate 20 rubriche con consigli medici, 12 provenienti dagli anni Cinquanta e 8 provenienti dalla prima metà degli anni Sessanta, con l'intento di ricostruire quello che abbiamo chiamato "italianità vissuta attraverso il corpo", ovvero la percezione che le italiane avevano del loro corpo nel periodo direttamente precedente alla rivoluzione sociale e sessuale avvenuta tra la fine degli anni Sessanta e l'inizio degli anni Settanta. Per poter realizzare tale obiettivo si è deciso di analizzare il discorso presente nei consigli su quattro livelli: la presenza dell'autocritica, legata alla percezione di sé e del proprio corpo, le tracce del sistema patriarcale, il livello della pudicizia e, infine, le false credenze.

Per facilitare la lettura, gli esempi verranno codificati nel seguente modo: (nome della rubrica: data [numero di "Grazia"]), ad esempio (CDM: 28/11/1954 [719]) per una lettera-risposta pubblicata sulla rubrica *I consigli del medico*, il 28 novembre 1954, nel numero 719 del settimanale.

5. L'autocritica

Le tematiche presenti nei consigli medici di "Grazia" permettono una parziale ricostruzione del modo in cui le italiane dell'epoca percepivano sé stesse e il proprio corpo. Tra i problemi più ricorrenti troviamo un eccessivo peso corporeo e diversi tipi di imperfezioni (gambe corte, naso troppo grande ecc.). Il primo è decisamente un problema "storico" presente nelle missive delle lettrici di "Grazia" già ai tempi del fascismo (Di Franco 2018: 409). Si può tuttavia osservare che negli anni successivi alla Seconda Guerra Mondiale il problema del peso non perde di importanza:

(1) Essendo alta m.1.55, potrà agevolmente ridurre il suo peso di kg. 58 ai 52-54 kg. per lei regolari, mediante una semplice cura dietetica (limitazione

⁶ Sulla stampa italiana, soprattutto quella degli anni Sessanta, i sacerdoti dispensavano consigli sulla morale e sulla buona condotta, occupando spesso il posto degli organi istituzionali, quali assistenti sociali o centri di consulenza matrimoniale (vd. Forte 1966: 44).

⁷ All'epoca la redazione decise di non pubblicare le lettere-richieste.

quotidiana dei carboidrati: pane, pasta, riso, patate, dolci), da seguire con pazienza e con metodo. (CDM: 04/08/1957 [858]);

(2) (...) con un peso di kg. 65 e una statura di m. 1,63 ritengo che potrebbe ottenere discreti risultati mediante una modesta ma regolare limitazione dei carboidrati (pane, pasta, riso, patate, dolci): si proponga, ad esempio, di giungere, *senza troppa fretta*, alle quote per lei regolari (e neppure lontane dalla sua attuale) di 60-62 kg. (CDM: 07/07/1957 [855]);

Da un'analisi di mezzi lessicali usati per parlare del peso corporeo risulta che esso provocava nelle lettrici paure angosciose:

(3) «**FOBIA**» INGIUSTIFICATA (...) Se il peso tende ad aumentare, faccia un po' di ginnastica da camera al mattino (...), ma si guardi bene dalle cure jodiche, che dovrebbero essere vietate alle minorenni... «**cicciofobe**» come e più di certi films! (CDM: 16/05/1954 [691]);

(4) (...) La sua «**disperazione**» sembra davvero superflua: infatti un peso di kg. 66 con una statura 1,68 non può assolutamente essere considerato eccessivo (...) (CDM: 12/09/1954 [708]);

Alcuni neologismi "simpatici" coniat dal dottor Antonio, come appunto le sopracitate *cicciofobe*, non riescono tuttavia a nascondere un notevole livello di ignoranza legato alle cure dimagranti da applicare nei casi di sovrappeso o obesità (alle lettrici viene spesso consigliato di non consumare dolci o pasta). Oltre a ciò, nel discorso riguardante il (presunto) peso eccessivo rientrano domande che testimoniano una scarsa consapevolezza dei dati necessari per poter fornire qualsiasi giudizio o aiuto da parte dell'esperto del settimanale:

(5) Non ha indicato peso e statura attuali, dati indispensabili per stabilire se e quali cure dimagranti siano per lei indicate. (CDM: 21/09/1958 [918]);

(6) Lei non ha indicato la sua statura ed è perciò impossibile stabilire un peso-limite proporzionato appunto alla sua altezza. (...) (CDM: 28/11/1954 [719]);

Il fatto di dover cercare l'accertamento riguardo il proprio peso può da un lato testimoniare poca accettazione del proprio corpo: le italiane si credono in sovrappeso anche laddove il peso è assolutamente nella norma. Dall'altro lato però, segno positivo, dimostrano una crescente necessità di sapere e di consultare chi è considerato un esperto in merito.

**3 KG. IN MENO
IN UNA SETTIMANA**

**Senza alcuna medicina,
senza digiuno, senza
contare le calorie**

"Più leggera di 3 chili, e tre volte più felice in una settimana... ci scrive la signora M. R. di Pavia"

Quante donne deluse, e anche abbandonate, riconoscono di aver trascurato ogni cura per il mantenimento della linea o di non aver saputo come liberare il loro fisico dagli eccessi di grasso che uccidono la giovinezza, senza dover adoperare mezzi debilitanti e pericolosi per la loro salute.

Il metodo dimagrante esterno SVELTOR

SVELTOR ha permesso a decine di migliaia di donne in dodici nazioni di ritrovare la gioia di vivere belle e amate.

Fate come loro
restate la Donna che vostro marito ha sposato.

Se questi orribili cuscinetti di grasso non sono dovuti a malattie organi-

ca (cosa molto rara) sbarazzatevi subito, già da oggi, con questo metodo esterno dimagrante, il più sano, il più sicuro e il più scientifico.

una NOVITA'

Noi non Vi domandiamo una fiducia cieca... Siamo noi che diamo una fiducia completa al Vostro giudizio.

Inviateci il buono qui unito o la sua copia, noi vi invieremo una documentazione, soprattutto un'offerta speciale che vi permetterà di provare a casa vostra, una cura completa, e in tali condizioni, che se voi non avrete ritrovato la linea desiderata non vi sarà costata un centesimo.

Non inviate soldi soltanto due francobolli per la risposta

GRATUITO > BUONO N° B6

Inviate questo buono o la sua copia a **LABORAT. REUNIS - Via Filippo Carcano, 4 - MILANO**

Inviate, senza alcun impegno da parte mia la documentazione sul metodo SVELTOR, come pure la proposta di prova a vostre spese.

36 b

SVELTOR

LOS ANGELES - PARIS - LA HAYE
BRUXELLES - CASABLANCA

PRIMA 78 KG.

15 giorni 71 KG.

1 mese 64 KG.

Fig. 1. Pubblicità di un prodotto dimagrante, "Grazia" 16/05/1954 [691]

Vale la pena di osservare che la mancata accettazione del proprio corpo e una ancora scarsa conoscenza del tema del peso portano alla diffusione di svariati manifesti pubblicitari di prodotti che promettono la perdita di chili senza alcuno sforzo (vd. Fig. 1. e 2.). Il più delle volte essi vengono piazzati su pagine non lontane dalla rubrica di consigli medici o addirittura sulla stessa

pagina. Le pubblicità, essendo parte del contesto editoriale in cui appaiono i consigli, diventano in tal modo un elemento formante del discorso sul peso corporeo, su corpi ideali/idealizzati e sul modello della femminilità italiana dell'epoca.



Fig. 2. Pubblicità di un prodotto dimagrante, “Grazia” 21/07/1957 [857]

A testimoniare una scarsa accettazione del proprio corpo vi sono anche lettere-risposte riguardanti piccoli e grandi difetti delle lettrici. In questi casi il Dottor Antonio si limita a (dubbie) consolazioni o a fornire indirizzi di cliniche specializzate in chirurgia plastica:

(7) NASO DA RIMPICCIOLIRE (I. S.) – Lei dovrebbe rivolgersi all’istituto che ha sede a Milano, in via Commenda 19. (CDM: 28/11/1954 [719]);

(8) Lei scrive di essere fidanzata «a un dottore di Milano» (...) mi sembra dunque strano che lei non abbia pensato a ricorrere a lui come primo e più vicino «liberatore» del suo complesso di inferiorità... gambesca (...) la invito a fare queste considerazioni: l’o la sua condizione di fidanzata dovrebbe già di per sé stessa persuaderla che quel difetto fisico non è poi così repellente come a lei sembra, ma che è anzi sopportabilissimo da un

futuro marito che, anche per ragioni professionali, può avere varie occasioni di confronto (...) Ed ora non mi resta che... attendere i confetti! (CDM: 14/11/1954 [717])

Aggiungiamo che, anche in questo caso, i consigli medici sono fortemente contestualizzati dalla presenza di pubblicità di cliniche e svariati prodotti di bellezza, soprattutto per ingrandire e tonificare il seno (vd. Fig. 3). I lineamenti tipicamente italiani sono in quegli anni secondi al modello americano à la Marilyn Monroe che, con il suo naso piccolo, i capelli biondi e il seno abbondante, incarna il sogno non solo americano⁸.

Riassumendo, il fatto che alcune questioni legate puramente all'aspetto fisico venissero classificate come problemi di natura medica rappresenta di per sé una testimonianza "cognitiva", legata al modo di pensare di sé, del proprio corpo e del mondo circostante. Il discorso usato nei consigli medici degli anni Cinquanta e Sessanta mostra le italiane come donne cariche di complessi e incapaci di accettare il proprio aspetto fisico.

Voi potete avere questo

SPLENDIDO BUSTO

in tre settimane

Grazie ai trattamenti scientifici esterni e doppia azione PLASTO SEIN, di fama mondiale. Frutto dei lavori dei Professori COLLIP e CAMPBELL essi hanno salvato migliaia di casi disperati. Non subite quindi più questa tortura intima, che martirizza tante donne.....

Esistono 3 formule diverse che potrete provare a nostra spesa

BUONO per una prova gratuita

LABORATOIRES REUNIS
4, Via Filippo Carcano - Milano
BUONO N°B
Vi prego di inviarmi la documentazione completa sulla formula n. ... e l'offerta di provare il trattamento completo a vostre spese. Unisco L. 75 di francobolli per invio discreto. **28**

Meglio che con un campione voi provate durante 10 giorni, a nostre spese un trattamento completo adatto al vostro caso.

Per riceverlo, è sufficiente scegliere la formula che vi conviene indicarla nel buono e spedircelo senza unire alcun importo.

Plasto-Sein
agli estratti mammari

Sviluppare

Seni troppo piccoli con la formula n. 1

Rassodare

Seni cascanti e flaccidi con la formula n. 2

Ridurre

Seni troppo pesanti con la formula n. 3

PARIGI - BRUXELLES - MILANO - AMSTERDAM - CARACAS - CASABLANCA -

73

Fig. 3. Pubblicità di un prodotto per il seno, "Grazia" 14/11/1954 [717]

⁸ Per la storia della bellezza femminile in Italia si veda: Gundle (2009).

6. La visione patriarcale della realtà

L'analisi svolta ha permesso di individuare la presenza di tracce del discorso patriarcale all'interno dei consigli medici di "Grazia". Le lettrici non vengono trattate come pazienti adulte e responsabili, ma come bambine che, decidendo di mandare le loro lettere-richieste, rischiano sempre di essere rimproverate o criticate:

(9) [...] Smetta qualsiasi cura dimagrante, mangi secondo il suo appetito e non risparmi il sale: ne ha bisogno... specie in zucca. (...) (CDM: 21/09/1958 [918]);

(10) «Non mi faccia, anche se lo merito, della morale». E sta bene: lasciando sottintesa la «morale» che lei sa di meritare, mi limito a farle notare che problemi come i suoi possono e debbono essere risolti soltanto *dopo* il matrimonio, inutile dire il perché [...] (CDM: 04/08/1957 [858]);

La critica e il rimprovero sono meccanismi caratteristici di discorsi paternalistici e patriarcali usati, anche se non sempre consapevolmente, allo scopo di imporre alle donne varie forme di sottomissione. I consigli medici sono però un caso particolarmente delicato dal momento che sfruttano la fiducia prestata nella figura del medico e toccano elementi legati al corpo femminile. In questo senso possono risultare pericolosi persino per le stesse lettrici, soprattutto molto giovani, vendendo quel che è "morale" e "corretto" per quello che è "sano" e che "fa bene". La questione della moralità è particolarmente relativa laddove la tematica delle lettere-richieste riguarda la salute riproduttiva (v. Lewandowska in corso di stampa).

Nelle lettere-risposte del Dottor Antonio, oltre al sapere medico, appaiono opinioni comuni che mettono al centro dell'attenzione l'istituzione del matrimonio. Esso non solo viene proposto come soluzione a vari problemi di natura medica, ma diventa anche un motivo per prendersi cura della propria salute:

(11) Soluzione ideale (per entrambe [le amiche – ML]): il matrimonio (CDM: 19/02/1961 [1044]);

(12) Anche tenendo conto della sua scoliosi (...) secondaria a lombartrite, la sua idoneità al matrimonio e ad eventuali maternità non sembra sostanzialmente compromessa. (CDM: 04/08/1957 [858]);

(13) (...) La prospettiva del matrimonio rende più doverosa l'osservanza delle norme salutari che lei intuisce (...) (CDM: 12/08/1956 [808]);

Nei consigli medici di “Grazia” le donne sane diventano “idonee al matrimonio”, mentre quelle che non stanno bene devono curarsi e fare di tutto per tornare in salute. Il matrimonio è un obiettivo importante per il quale prepararsi, ma anche un grande passo che dovrebbe coincidere con l’iniziazione sessuale e una quasi immediata maternità.

Nei consigli medici di “Grazia”, provenienti dagli anni inclusi tra il 1950 e il 1965 l’essere italiane prevede un solo modello di vita con tappe ben definite. Le donne che non osservano tutte le regole vigenti nella società rischiano di essere rimproverate e criticate dagli uomini: padri, nonni, parroci, insegnanti e persino medici. Il rimprovero e la critica fanno parte dell’atto del consigliare nel campo della medicina.

7. La pudicizia

Nella prefazione alla seconda edizione di “Le italiane si confessano” di Gabriella Parca, Cesare Zavattini (1959) definì l’Italia “un grande harem” fatto “di ciò che si tace e di quello che non si dice”. Si voleva dunque verificare se la pudicizia che intendeva il giornalista fosse presente anche nei consigli sulla salute, ovvero laddove ci si aspetta di riscontrare, oltre che l’assoluta sincerità, anche termini medici (semmai un po’ semplificati).

Data la specificità del corpus, abbiamo esaminato solo le risposte del medico che, almeno teoricamente, dovrebbero includere una terminologia medica semplificata allo scopo di rendere conto, quanto più precisamente, della condizione di salute delle lettrici. Contrariamente alle nostre aspettative le lettere-risposte sono tempestate di eufemismi per sostituire i nomi delle parti intime e di metafore per parlare della gravidanza e di questioni legate alla riproduttività (giorni fertili, fertilità, infertilità, ecc.):

(14) (...) Per la tua statura pesi troppo e dovresti perdere almeno tre chili. In questo modo anche il... con-cui-ti-siedi avrebbe certo misure più giuste. (...) (CDM: 28/11/1954 [719]);

(15) La risposta le giungerà un po’ tardiva, quando cioè il tempo e... la levatrice avranno già risolto il suo problema coniugale: tuttavia, nell’eventualità di una «cicogna bis», rimando lei e suo marito alla prima parte della risposta data a «Felice disperata TS» nel n. 700 di *Grazia* (...) (CDM: 14/11/1954 [717]);

(16) Può benissimo ricorrere allo stesso ambulatorio: se vi troverà qualcuno o qualcuna che abbia l’indiscrezione di domandarle il motivo della sua presenza, risponda che hai dei disturbi di «quel» genere. (CDM: 04/12/1960 [1033]);

L'analisi delle rubriche *I Consigli del Medico* provenienti dagli anni Cinquanta e Sessanta ha confermato la condizione della società italiana dell'epoca, fortemente pudica e falsamente morigerata. Sono anni in cui determinate questioni vengono taciute e determinate parole, senza nessuna eccezione, non vengono mai pronunciate⁹. L'italianità femminile è un'italianità del non detto, un'italianità piena di parole bizzarre che servono per celare e opprimere la sessualità delle donne.

8. Le false credenze

L'ultima parte della nostra analisi è dedicata a false credenze riguardanti la salute femminile. Tra le lettere-risposte non mancano quelle che smentiscono ciò in cui credono alcune delle lettrici di "Grazia":

(17) Ho già smentito recentemente su queste colonne la curiosa credenza che limita a uno solo di due gemelli la possibilità di avere figli (CDM: 26/05/1957 [849]);

(18) Assurdo invece credere che non si possono avere bambini quando la moglie è maggiore del marito (CDM: 02/04/1961[1050]);

(19) Nulla dovrebbe impedire di lavare i capelli in gravidanza e puerperio (...) (CDM: 14/07/1957 [856]).

Nonostante la presenza di lettere-risposte che suggeriscono un alto livello d'ignoranza tra le lettrici del settimanale, intendiamo sottolineare che l'intenzione comunicativa di chi chiede consiglio è sempre quella di sapere e di imparare qualcosa di nuovo. Nell'Italia del dopoguerra, spesso rurale e arretrata, le donne che chiedevano dovevano svolgere un ruolo importante, quello delle trasmettitrici del sapere. Erano loro le madri, le sorelle, le figlie e le amiche che portavano nelle loro case il sapere medico necessario per educare le future generazioni di italiane.

9. Conclusioni

La questione della relazione con il corpo viene spesso omessa, quando si discute l'identità nazionale tra le sue numerose componenti. Eppure, se pensiamo ad alcuni paesi arabi e ai corpi delle donne completamente coperti,

⁹ Per le metafore e i cliché usati nella posta del cuore si veda: Morris (2007: 317).

vediamo che il corpo e il vestiario non solo fanno parte dell'identità, ma ne sono, per certi versi, il risultato. Lo studio del discorso presente nei consigli medici di "Grazia" dimostra che l'immagine dell'italianità gaia e spensierata è alquanto superficiale. Le "belle more" sono in realtà piene di complessi, non accettano le loro curve formate dal buon cibo. Le famiglie grandi sono spesso il risultato della mancata educazione sessuale e di un modello di vita che in realtà non lascia alle donne nessuna scelta. Eppure, analizzando i consigli pubblicati su "Grazia", ma (supponiamo) anche su tanti altri rotocalchi femminili dell'epoca, si può intravedere un enorme desiderio di sapere, la curiosità, l'interesse per il proprio corpo, per l'igiene e per la salute, la voglia di migliorare sempre di più e di lavorare su sé stesse. È questa l'italianità degli anni Cinquanta e Sessanta che risulta dalla nostra ricerca.

Bibliografia

- Buonanno, Milly (1975). *Naturale come sei. Indagine sulla stampa femminile in Italia*, Rimini-Firenze, Guaraldi Editore.
- Carrarini, Rita (2003). "La stampa di moda dall'Unità a oggi", [in] Carlo M. Belfanti, Fabio Giusberti (a c. di), *Storia d'Italia. Annali: 19. La moda*, Torino, Giulio Einaudi, pp. 797-833.
- De Mauro, Tullio (2014). *Storia linguistica dell'Italia repubblicana dal 1946 ai nostri giorni*, Bari, Gius. Laterza & Figli.
- Di Franco, Manuela (2018). "Rotocalchi femminili nell'Italia Fascista. Grazia (1938-1943)", *The Italianist*, 38 (3), pp. 402-417.
- Dombrowski, Adam (2015). "Determinanty gatunkowe i stylistyczne porad medycznych w czasopismach dla kobiet", *Prace Językoznawcze*, XVII (1), pp. 5-20.
- Endrighetti, Francesca (2015). *Un confessionale in pubblico. La «piccolo posta» nei settimanali femminili*, Mestre, Storiamestre.
- Forte, Gioacchino (1966). *I persuasori rosa. Sociologia curiosa del rotocalco femminile in Italia*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane.
- Gundle, Stephen (2009). *Figure del desiderio. Storia della bellezza femminile italiana*, Roma-Bari, Gius. Laterza & Figli Spa.
- Lavinio, Cristina (2006). *Comunicazione e linguaggi disciplinari*, Roma, Carocci Editore.
- Lewandowska, Małgorzata (in corso di stampa). "Tra sapere professionale e false credenze. La salute riproduttiva nei consigli di *Grazia* degli anni 1950-1975".
- Morris, Penelope (2007). "A window on the private sphere: Advice columns, marriage, and the evolving family in 1950s Italy", *The Italianist*, 27 (2), pp. 304-332.
- Olivieri, Renato (1964). "Perché 'Grazia' è diventata la rivista più copiata d'Italia", *Grazia* 1239, pp. 64-65.
- Parca, Gabriella (1959). *Le italiane si confessano*, Firenze, Parenti Editore.
- Smól, Joanna (2018). *Poradnictwo w prasie kobiecej drugiej połowy XX wieku. Studium genologiczne*, Poznań, Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Trifone, Pietro (2006). "L'italiano. Lingua e identità", [in] Pietro Trifone (a c. di), *Lingua e identità. Una storia sociale dell'italiano*, Roma, Carocci, pp. 15-46.

- Wojtak, Maria (2002). "Stylistyka listów do redakcji na przykładzie poczty redakcyjnej miesięcznika «bikeBoarde»", [in] Mirosława Białoskórska, Leonarda Mariak (a c. di), *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, 8, Szczecin, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, pp. 195-214.
- Wojtak, Maria (2012). "Gatunki prasowe o dyskursywnym zakorzenieniu", [in] Joanna Szadura (a c. di), *Tekst, gatunek, dyskurs*, Polihymnia, Lublin.
- Wolny-Zmorzyński, Kazimierz et al. (2014). *Prasowe gatunki dziennikarskie*, Poltext, Warszawa.
- Zavattini, Cesare (1959). "Prefazione", [in] Gabriella Parca, *Le italiane si confessano*, Firenze, Parenti Editore, pp. XI-XIV.
- Żuk, Agata (2009). "Porada prasowa – poradzić, poinformować czy zmanipulować?", [in] Małgorzata Kita (a c. di), *Język – Styl – Gatunek*, Katowice, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, pp. 33-41.

Sitografia

www.treccani.it/vocabolario/italianita/ [22/02/2020].

www.youtube.com/watch?v=BTZq2q_Cicg&t=206s [22/02/2020].