



LETTURE DA SPIAGGIA

di Elisabetta Calegari
 escalegari@ticinomanagement.ch

Arriva l'estate e le vendite dei periodici femminili s'impennano. La spiaggia è, infatti, uno dei luoghi deputati ad una lettura tradizionalmente considerata 'leggera'.

Certo, i femminili non sono tutti uguali, anzi! La tipologia delle riviste varia molto, così come la qualità dei servizi. In effetti, tramontata l'epoca in cui esisteva un solo grande 'modello standard' a cui tutti facevano più o meno riferimento, da una buona ventina d'anni la tipologia della rivista femminile si è fortemente diversificata, al punto che risulta persino difficile trovare un minimo comun denominatore tra testate che in realtà continuano ad essere classificate nella medesima categoria semplicemente perché sono in prevalenza destinate ad un pubblico di donne. Cioè - più o meno - alla metà della popolazione...

Ma, anche se non si può fare di ogni erba un fascio, di fatto la categoria dei femminili resta, almeno nell'immaginario collettivo, graniticamente univoca e gode, tra l'altro, di buona salute, con oltre sedici milioni di copie vendute in Svizzera nell'ultimo anno. Una realtà editoriale non sottovalutabile quindi, che merita una riflessione.

Per non trascurare questo 'tema di stagione' - coscienti del rischio in agguato dell'autoreferenzialità - abbiamo dunque deciso di dedicare l'inchiesta di apertura proprio alla lettura dei femminili, scegliendo come interlocutrici delle 'addette ai lavori': un gruppo di giornaliste attive nei diversi media del Cantone. Con l'obiettivo di capire cosa ne pensino di questa categoria di riviste, nella quale rientra, pur con le sue peculiarità, anche Ticino Management Donna.

Al di là delle critiche, più o meno aperte e in molti casi condivisibili, continuamente mosse all'immagine stereotipata della donna così come presentata da molte testate o all'inconsistenza di certe tematiche trattate, quando si tratta di dare un'opinione su riviste comunemente apprezzate per la qualità dell'informazione offerta, il giro di boa delle opinioni delle colleghe ripropone l'ormai 'vexata quaestio' della dicotomia tra coloro che ritengono importante dare uno spazio tutto suo alla 'parte femminile' dell'informazione e quelle che, invece, considerano assolutamente superato questo approccio.

Insomma, femminile sì - femminile no.

È indubbiamente condivisibile il pensiero di chi è a favore dello sdoganamento di certe tematiche considerate tradizionalmente 'femminili' (società, famiglia, educazione, salute, psicologia, ma anche modi e stili di vita), perché riguardanti tutti e quindi meritevoli di trovare riconoscimento e valorizzazione tra i temi giornalistici 'forti', senza restare perennemente confinate tra gli 'argomenti da femminili'. Ma questo, di fatto, è già una realtà. E per fortuna, ci permettiamo di aggiungere.

Quello che però, credo, le molte lettrici dei femminili apprezzano nella lettura di questo tipo di tematiche è piuttosto la modalità di trattazione: le opinioni di fondo, la sensibilità nell'approccio ed il linguaggio usati sono tipicamente 'muliebri'. Ispirati da quella 'diversità' che è un dato di fatto, sebbene non riconosciuta né accettata da tutte le donne.

Quindi, anche quando è destinato ad essere letto in spiaggia, un femminile di qualità deve puntare proprio su questa diversità. Che, in fondo, è l'essere donna.