

IRENE PIAZZONI

IL QUOTIDIANO, IL SETTIMANALE:
RIFLESSIONI METODOLOGICHE SULLA
PERIODICITÀ NELLA CARTA STAMPATA

1. FISIONOMIA E MISSION DEI QUOTIDIANI E DEI SETTIMANALI
D'ATTUALITÀ ITALIANI

La periodicità, come è noto, è l'essenza costitutiva dei periodici: è il ritmo d'uscita, infatti, che forgia la fisionomia di una testata e condiziona il processo che, dalla selezione dei temi e delle notizie alla confezione di un numero, la portano al lettore¹. Non a caso i quotidiani e i settimanali, che sono senza dubbio i formati che spiccano per l'importanza che rivestono nella sfera della comunicazione a stampa, si configurano come due prodotti dall'identità ben definita.

Nella tradizione del giornalismo italiano – scelto come osservatorio per questo saggio – i quotidiani, perlopiù e al netto della loro evoluzione nel tempo – nella fase risorgimentale sono soprattutto politici, poi sono politici e di notizie con una parte dedicata al *loisir* (l'appendice letteraria, teatrale, musicale, artistica), infine sono politici, di cronaca e di cultura (con l'istituzionalizzazione della “terza” pagina, o comunque di una sezione destinata ai temi culturali) –, si rifanno a un modello “forte”

¹ Per le questioni metodologiche connesse allo studio dei periodici si rimanda a Ernst/von Hoff/Scheiding 2022.

comune, anche se con varianti nelle dimensioni, nella struttura e negli argomenti, e sono destinati a un pubblico omogeneo, eminentemente maschile almeno fino agli anni settanta del Novecento, borghese o politicizzato, interessato alla vita civile, alla dialettica politica, alla cronaca giornaliera, a un'informazione aggiornata. L'economia prima («Il Sole» nasce nel 1864) e poi lo sport («La Gazzetta dello Sport» nasce nel 1896) sono gli unici due ambiti capaci di dare vita a un mercato di lettori di quotidiani specializzati, un'infima percentuale tuttavia rispetto a quelli generalisti. I settimanali – come i mensili – contemplano molte tipologie, articolandosi per tematiche (d'attualità, di varietà, di viaggi, di moda, femminili, sportivi, letterari, teatrali, cinematografici, satirici, a fumetti, a fotoromanzo, eccetera) e target (uomini, donne, bambini, ragazzi, famiglie). Si tratta di una prima grande differenza, che dimostra, da un canto, la forza politica e informativa del quotidiano, capace di “mordere” il flusso degli eventi e giocare un ruolo di primo piano nel dibattito pubblico, dall'altro l'estrema flessibilità dei prodotti a stampa a più alta periodicità. Poiché però è impossibile in questa sede prenderli in considerazione tutti, ci si riferirà a quello che più si avvicina al quotidiano, vale a dire il settimanale d'attualità.

In Italia, i connotati dei quotidiani e dei settimanali d'attualità si plasmano – elaborandone strutture, ingredienti, strategie – su prototipi messi a punto a metà Ottocento, in epoca risorgimentale.² I due fenomeni sono coincidenti: proprio quando si affacciano i primi esempi di quotidiani politici, tra 1847 e 1849, alla vigilia di e durante il biennio rivoluzionario, si consuma anche la vicenda del primo vero e proprio settimanale d'attualità illustrato, «Il Mondo illustrato», fondato nel 1847 a Torino dall'editore Giuseppe Pomba, sulle tracce di esperienze in corso sulla scena europea: «The Illustrated London News» esce nel 1842, «L'Illustration» nel 1843, e così l'«Illustrirte Zeitung» di Lipsia.³ L'evoluzione che seguirà sarà molto più radicale nel caso del settimanale. Se il quotidiano conserverà a lungo le sue fattezze, il settimanale troverà diversi formati e formule, rivelandosi più sensibile ai progressi tecnologici, che incideranno su una sua componente imprescindibile: il materiale iconografico, tra illustrazioni e fotografie. L'incidenza dei progressi tecnologici è rilevante anche per la consistenza del mercato del settimanale. Il sorpasso, in termini di tirature, dei settimanali sui quotidiani si verifica con l'introduzione della tecnica del rotocalco, che contribuisce ad abbassare in misura cospicua i costi di stampa e quindi permette – negli anni trenta e quaranta del Novecento – un decisivo ampliamento del numero di lettori del settimanale, a fronte di una sostanziale stagnazione di quello del quotidiano: un ampliamento che avviene in tutte le direzioni: non solo verso il “basso”,

2 Della Peruta 2011.

3 Tunzi 2023; Tunzi 2022; Stead/Védrine 2008; Stead/Védrine 2018; Smits 2020; Sinemma 1995; Beck 2018; Bachmann/Ramtke 2024, in particolare, oltre all'introduzione dei curatori, i contributi di Kihlberg 2024 e Corporaal 2024. Per la storia della stampa illustrata italiana, è ancora valido Giordano 1983.

ma anche nella fascia media del mercato, che si va estendendo proprio negli anni del dopoguerra e del boom economico. La possibilità, inoltre, di accogliere e impaginare agevolmente un gran numero di fotografie porta a una metamorfosi di questo tipo di “illustrato”, che rafforza ed enfatizza il suo versante visivo.⁴

Quali sono, in sintesi, le principali differenze tra i quotidiani e i settimanali d'attualità illustrati?

Il quotidiano ha una funzione politica, d'informazione e di cronaca tempestiva, assidua e minuziosa, compresa quella cittadina, che di fatto diventerà una *condicio sine qua non*. Il settimanale d'attualità non ha la pretesa di dire cose nuove, semmai individua, per citare un editoriale del «Mondo illustrato», «i documenti più importanti, e meritevoli d'essere consegnati alla storia», perché ha il tempo di masticare e soppesare, a una relativa distanza temporale, gli eventi, che col tempo perdono o acquisiscono e precisano senso e spessore, e ha spazio e respiro tali per poterli «esporre chiaramente e ordinatamente».⁵ Al pari del quotidiano però, è rivolto alla contemporaneità, con una precipua attenzione alla “situazione” politica e alla cronaca varia, non solo nazionale, considerato il carattere di «universalità» – per rievocare il sottotitolo del «Mondo illustrato» –, che è ambizione di sguardo sul “mondo”, a garanzia di modernità e di presidio del panorama internazionale. A ciò si aggiungono articoli di divulgazione – anche qui nel significato di utile aggiornamento – su temi artistici, storici, letterari, geografici, scientifici e tecnologici, e una sezione riservata all'intrattenimento – poesie, novelle, rebus. Il settimanale, rispetto al quotidiano, ha come punti di forza l'approfondimento e una maggiore libertà nel vaglio e nel trattamento degli argomenti; solo in qualche caso questa vocazione si tradurrà in una più pronunciata specializzazione nell'inchiesta.

Un'altra importante differenza riguarda il raggio di diffusione dei due formati. Il quotidiano, per il modo in cui l'Italia si è conformata e si conforma, è perlopiù locale, cittadino, macrocittadino, al più regionale. Non mancano eccezioni, vale a dire testate a tutti gli effetti nazionali, ma si tratta di organi di partiti o di quotidiani d'opinione che prevedono edizioni per le principali città, dotandosi di una sezione locale. I settimanali sono invece *tout court* nazionali. Il modello che si delinea a metà Ottocento, d'altra parte, guarda a quelli inglese e francese, nati per un mercato nazionale; i costi di produzione, inoltre, sono tali – sia per la presenza delle illustrazioni sia per la foliazione – da esigere un numero di lettori più ampio di quelli che gli angusti mercati locali possono assicurare. Così «Il Mondo illustrato» è nazionale anche quando la nazione non è ancora nata, e la sua sospensione nel 1849 – sarà pubblicato di nuovo nel 1860 – molto si deve alla chiusura delle frontiere per la circolazione del materiale a stampa alla fine del biennio rivoluzionario.

4 De Berti/Piazzoni 2009. Per il caso tedesco e francese, si veda Satterthwaite 2020.

5 G. Stefani, *Cronaca politica*, in «Il Mondo illustrato», 7 luglio 1860.

La dimensione visuale è, nel settimanale illustrato, cruciale, mentre a lungo lo è stata poco, o assai meno, nel quotidiano. E questo a cominciare dalla prima pagina, che presto si trova a fungere da copertina, prima con l'illustrazione in bianco e nero, in seguito con l'illustrazione a colori, e infine con la fotografia. La sua valorizzazione non ha solo uno scopo ornamentale ed editoriale, perché risponde anche a logiche di marketing, legata a filo doppio alla diffusione delle edicole, quando esse iniziano a scalzare l'abbonamento come principale condotto distributivo. A differenza dei quotidiani – che si acquistano perlopiù per fidelizzazione, senza “guardarli”, a prescindere dall'attrattiva della prima pagina – i settimanali possono – e auspicabilmente – essere acquistati anche in forza delle capacità attrattive della copertina. Più l'edicola si afferma e si diffonde, più aumenta la forza delle copertine. In un articolo su «Belfagor» del luglio 1952 si legge:

Basta avvicinarsi a una qualsiasi edicola per avere una prima idea approssimativa della potenza che il giornale a rotocalco rappresenta nella graduatoria della stampa in genere e della influenza che esso può esercitare sull'opinione pubblica. Sono decine e decine di testate diverse, copertine più o meno attraenti che vi si aprono allo sguardo, fotografie nitide e carnose che stanno in agguato pronte ad assalirvi, titoli e nomi suggestivi che cercano di insinuarsi nel torbido ingranaggio degli istinti, pezzi della piccola e grande cronaca del mondo che, appresi da voi qualche giorno prima dal quotidiano o dalla radio o dal collega d'ufficio, vi si ripresentano ora all'improvviso in una luce tutta nuova, in immagini imponenti, in questo o quel particolare ingigantito. E l'importante è che ve ne è per ogni gusto, per ogni grado di educazione e di età, si direbbe per gli stati d'animo più diversi.⁶

Illustrazioni e fotografie nelle pagine interne sono altrettanto fondamentali.⁷ Oltre a conferire al settimanale una modalità comunicativa peculiare, sulla quale tornerò, esse lo rendono più prezioso del quotidiano. Fin dagli esordi ne è prevista la conservazione e la rilegatura; e che l'abitudine alla conservazione privata si sia mantenuta lo rivela la presenza di intere annate rilegate nel mercato antiquario e del *second hand*. D'altronde la consapevolezza della *mission* del settimanale è acuta. Come si legge nella «Tribuna illustrata» del dicembre 1890:

Gli avvenimenti si succedono con tale rapidità, che ad essi può tener dietro, con freschezza delle notizie, soltanto il giornale quotidiano. Il giornale illustrato si deve contentare di giungere in ritardo il meno possibile, con un vantaggio però sull'altro, che, dove in questo, per quel che riguarda la cronaca, un numero cancella l'impressione del precedente, la illustrazione resta, a costituire come una storia grafica che non perde mai d'interesse.⁸

6 *Noterelle e schermaglie*, in «Belfagor», luglio 1952.

7 Bacci 2009; Pallottino 1988: 137-162. Per la storia del fotogiornalismo in Italia si rimanda a Lucas/Agliani 2015. Sul fotogiornalismo nella stampa internazionale si veda almeno Gervais 2017. Sul design nei periodici si vedano i contributi raccolti in Beck *et al.* 2019.

8 *Le nostre incisioni*, in «La Tribuna illustrata», 21 dicembre 1890.

Il quotidiano è tempestivo, ma caduco; il settimanale può offrire una storia grafica, che non si dimentica, perché le immagini si fissano nella mente, e può durare nel tempo, può essere collezionato e conservato.

Non va però dimenticato il nesso strettissimo, benché problematico, tra contenuti testuali ed elementi iconografici. Anche qui una citazione tratta dalla rubrica d'apertura della «Tribuna» del gennaio 1893 è utile:

Per far le prediche, per dirigere l'Europa, per dar dei consigli a Caprivi, a Gladstone o a Giolitti, vi sono i giornali quotidiani; bastano, a questo, i nostri colleghi dell'altra *Tribuna* [il quotidiano]. Questo nostro *Supplemento* se n'infischia, dell'Europa: e per questa rubrica – ho a dirla? – la rivoluzione che l'Inghilterra minaccia negli usi e nell'estetica maschile – quella, cioè, di farci radere baffi e barba, di mettere di moda la faccia rasa come tanti chierici o camerieri di casa signorile – ha maggiore importanza, per esempio, dell'*Home rule* con cui essa secca da mezzo secolo l'umanità. In queste nostre chiacchiere settimanali [...] tutto passerà, meno le cose noiose; e la politica non è divertente davvero... Senza pretesa, senza cattedra o tripode, alla buona, chiacchiereremo su tutto: e tutto ciò su cui, per una ragione o per l'altra, si sarà fermata l'attenzione del pubblico, avrà diritto di cittadinanza in questo paio di colonne: l'ultimo libro e l'ultimo figurino; la commedia patologica d'Ibsen che ti si mette sullo stomaco e l'allegria *pochade* francese che spumeggia come lo Champagne; l'esposizione di quadri e quella di merletti o di carote o di animali da cortile; l'ultima scoperta scientifica e l'ultimo avvenimento mondano; l'uomo di Stato e la prima attrice.⁹

Temi e soggetti del settimanale d'attualità sono pensati in un'ottica di controcanto e complementarità rispetto al quotidiano: le curiosità, i prodotti culturali più attuali a prescindere dal loro tenore, i personaggi, la vita mondana, celebrazioni e cerimonie, il costume, e, appena lo si potrà, la cronaca nera e giudiziaria: incidenti, disgrazie, fatti di sangue, processi. La politica non è affatto assente, ma è presentata secondo criteri diversi dal quotidiano, che cambiano a seconda delle testate. Illustrazioni e fotografie sono scelte in sintonia con i contenuti.

Si impone dunque una visione libera dagli impacci del quotidiano, che permette una maggiore elasticità quanto a materie e temi, secondo un criterio che segue il *fil rouge* dell'interesse, e l'assimilazione di altri aspetti dell'attualità. Lo sguardo va a un pubblico il più vasto possibile e generalista, senza distinzione tra uomini e donne. Come si legge sempre sul supplemento illustrato della «Tribuna»: «Questa rubrica – e mi piace terminare con questa dichiarazione – è fatta, come del resto tutto il nostro giornale, per andar nelle mani di tutti e specialmente di tutte...».¹⁰ L'universalità del pubblico – da qui l'insistenza sul “tutti” – è tipica del settimanale, e implica uno speciale riguardo per il pubblico femminile, come è evidente nell'adozione delle rubriche di moda e cucina in alcuni supplementi (anche se non è una scelta unanime, considerato che dagli inizi del Novecento la diffusione dei “femminili” è tale da assolvere in

⁹ Sandor, *Da una domenica all'altra*, in «La Tribuna. Supplemento illustrato della domenica», 1 gennaio 1893.

¹⁰ *Ibidem*.

parte questo compito). L'accento sull'importanza del rapporto con il pubblico emerge anche nella «Domenica del Corriere», la quale, nel numero d'esordio, auspica «che una continua corrente spirituale unisca il giornale al pubblico, il pubblico al giornale». ¹¹

Il rapporto con i lettori, del resto, è più stretto per i settimanali che per i quotidiani. Al suo nascere «L'Illustrazione italiana» di Treves invoca addirittura il loro aiuto:

Quanto alle cose italiane, abbiamo bisogno che i nostri lettori ci aiutino inviandoci disegni, articoli, fotografie. S'intende che non potremo profittare di tutto, ma nulla sarà perduto delle cose buone che riceveremo. Un giornale non può riuscire se non a patto che una simpatica comunicazione si stabilisca fra chi lo scrive e chi lo legge, ed a patto di diventare un'opera collettiva, in cui i lettori si mutino in redattori, e viceversa. ¹²

La chiamata a raccolta del materiale è una trovata di marketing, oltre che un'idea dettata dalla necessità di disporre di immagini originali, poiché mette al centro la *readership* già acquisita e sollecita i potenziali lettori facendo loro balenare l'allettante possibilità di diventare protagonisti dell'impresa; essa è rivolta soprattutto al pubblico più periferico dal punto di vista geografico: proprio quello che è fondamentale conquistare per affermarsi, poiché, per decollare, un settimanale illustrato deve cercare di penetrare nella grande provincia italiana.

Non è il caso di ripercorrere la storia dell'«Illustrazione italiana» e ricordare i suoi punti di forza, dalla qualità dei pezzi a quella delle illustrazioni, fino all'adozione delle fotografie, dal numero del 19 luglio 1885, e di una carta adatta ad accoglierle e a valorizzare le componenti iconografiche. Semmai va rilevato che è un settimanale illustrato, appunto «L'Illustrazione», e non un quotidiano, a rivestire un ruolo di primissimo piano nell'opera di *nation building*, almeno tra la media e alta borghesia italiana. E che è soprattutto il settimanale, negli anni Ottanta e novanta dell'Ottocento, a contribuire alla configurazione della primigenia industria culturale italiana, in quella continua tensione da una parte verso la «auscultazione» del pubblico, dall'altra verso l'ingaggio degli scrittori più noti, o che noti diventano appunto grazie al periodico. Il settimanale ambisce a cogliere il tono della vita pubblica nel suo insieme: come si legge nel primo numero della «Domenica del Corriere», il settimanale «deve risultare specchio, riflesso della multiforme complessa vita pubblica». ¹³

11 Corsivo non firmato, in «La Domenica del Corriere», 8 gennaio 1899.

12 La Direzione, *Ai nostri lettori*, in «Nuova Illustrazione universale», 14 dicembre 1873.

13 Corsivo non firmato, in «La Domenica del Corriere», 8 gennaio 1899.

2. LINGUAGGI, STRATEGIE DISCORSIVE E TECNICHE COMPOSITIVE DEI SETTIMANALI

Senza la pretesa di essere esaustivi, volgeremo ora lo sguardo ai linguaggi, alle strategie discorsive e alle tecniche compositive dei settimanali che più li differenziano dai quotidiani, con una necessaria precisazione: non esistono linguaggi, strategie e tecniche “del settimanale”, perché ogni testata ha propri linguaggi, proprie strategie e proprie tecniche, studiati in considerazione delle politiche editoriali, che a loro volta sono il risultato di tanti criteri. Al netto, comunque, di tutte le declinazioni e le varianti proprie di ciascuna testata, si possono individuare alcune caratteristiche di base e molto generali distinte rispetto a quelle dei quotidiani. Le considerazioni che faremo si applicano agli esemplari della fase aurea dei settimanali a rotocalco, tra il dopoguerra e gli anni sessanta, ma potrebbero essere adottate diffusamente, e comunque si propongono in una prospettiva metodologica.

Come a lungo è avvenuto per le illustrazioni, comune a tutti è il dominio delle fotografie, a prescindere dai diversi stili abbracciati dai loro direttori. Benché esse possano rivestire molteplici ruoli ed essere usate per documentare e informare, gli osservatori del tempo ne sottolineano soprattutto la facilità di lettura, l'efficacia rappresentativa, le potenzialità suggestive, la finalità evasiva o voyeuristica, la infida capacità di sostituire la realtà dei fatti con una falsa cronaca e di suggestionare così il lettore-spettatore: una malia, dovuta alla “facilità” di ricezione e alla facoltà di far leva su elementi irrazionali, di cui il testo scritto sarebbe privo, implicando sempre un processo di decrittazione razionale e consapevole, anche quando tende a convincere, a influire sulle opinioni, a impressionare.

Un articolo su «Belfagor» del luglio 1952 porta l'esempio del ritratto in copertina della contessa Pia Bellentani pubblicato dal settimanale di Mondadori «Epoca»: «un volto sconvolto, di demente, dai capelli arruffati e dal labbro inferiore penzolante. Nessun dubbio che l'editore si sia proposto, alla vigilia del processo, di mobilitare i suoi lettori in appoggio alla tesi degli avvocati difensori», cioè quella dell'infermità psichica della imputata: «Molti lettori certamente non avranno avuto il minimo sospetto; ma agli intenditori del procedimento fotografico non è sfuggita la forzatura delle tinte». ¹⁴ Non ci si può permettere qui una riflessione complessiva sui modi in cui i rotocalchi sfruttano, come in altri casi di “nera”, le fotografie nella vicenda Bellentani. Importa però sottolineare che non ne mancano ottimi narratori sulla stampa quotidiana, soprattutto nelle edizioni serali: per rendersene conto, basterebbe leggere i brillanti articoli sulla «Stampa» e sulla «Stampa Sera» di Gigi Ghirotti, che segue il processo: non a caso si tratta di un giornalista dalla penna “letteraria” e che lavorerà anche per «L'Europeo» tra 1958 e 1960. Questi pezzi, tuttavia, finiscono per perdersi nel *mare magnum* delle pagine del quotidiano, quasi sempre relegati non nella prima

14 *Noterelle e schermaglie*, in «Belfagor», luglio 1952; «Epoca», gennaio 1952, copertina.

o nella terza pagina, ma in quella della cronaca; soprattutto, il corredo fotografico è poverissimo, spesso assente, quando per i fatti della cronaca nera poter “vedere” i protagonisti è un complemento essenziale alla loro narrazione.¹⁵

Il potere delle fotografie si esplica anche sul piano della veicolazione degli stili di vita, dei costumi, delle mode, dei valori: i quotidiani su questo fronte offrono poco o niente, i rotocalchi, al contrario, sono una ricca e gustosa vetrina. Per portare un esempio, essi hanno avuto, al pari del cinema, un’influenza significativa nella trasmissione di una cultura del consumo. Le immagini, come è stato osservato, «riproducono modelli e aprono spazi per l’identificazione ed il riconoscimento; al stesso tempo, in quanto fonti, raccontano le rappresentazioni e le pratiche condivise da soggetti collocati nel tempo e nello spazio».¹⁶ Tanto più questo vale per le immagini fisse, le fotografie, che consentono una reiterazione della visione e si depositano nella memoria. L’articolazione delle direttrici editoriali è tale, comunque, da non escludere, accanto alle fotografie spettacolari, seducenti o moderatamente invitanti, quelle che intendono generare inquietudine o addirittura effetti disturbanti, che della cultura del consumo colgono gli effetti più controversi.¹⁷

Oltre al potente veicolo del materiale fotografico, i settimanali a rotocalco contano sulle parti testuali. Come avviene per le immagini, innanzitutto, sui testi influisce la loro struttura – foliazione, impaginazione, spazi a disposizione per alcuni episodi, aspetti, personaggi dell’attualità – assai diversa da quella dei quotidiani. Il punto di vista con cui colgono e restituiscono gli avvenimenti, inoltre, si distingue a sua volta. Anche tale peculiarità non sfugge a quanti ne studiano il fenomenale successo nel dopoguerra. Per esempio, c’è chi insiste sulla maggiore disponibilità dei settimanali a rispondere alla passione dei lettori per la dimensione privata e umana. Secondo Giambattista Vicari, il lettore medio non è attirato dalle crisi di governo, dalla costituzione di nuovi stati, dagli eventi «determinanti nel destino storico contemporaneo», nei quali semmai «può amare il dettaglio intimo»:

Si potrebbe quasi arguire che la successione al trono inglese, per esempio, attragga i lettori come avvenimento romantico, in quanto che uno dei protagonisti è una giovane donna con tutto il suo personale mondo affettivo e familiare: e sono appunto questi particolari intimi che il lettore vuole conoscere, prescindendo dai riflessi politici dell’avvenimento.¹⁸

15 Gigi Ghirotti, *Febbrile vigilia a Como*, in «Nuova Stampa Sera», 4 marzo 1952; Id., *Il processo Bellentani*, ivi, 11 marzo 1952; Id., *Il processo Bellentani*, ivi, 12 marzo 1952; Id., *I difensori della Bellentani si consultano per opporre ricorso*, in «La Nuova Stampa», 14 marzo 1952.

16 Capussotti 2003: 476-477; Fiorentino 2013.

17 Piazzoni 2024 b.

18 Giambattista Vicari, *Che c’è oggi sui giornali?*, in «Il Lavoro illustrato», settembre 1952.

Un'osservazione, quella di Vicari, che presume una distinzione netta tra lettori di quotidiani e lettori di settimanali, escludendo che essi possano talora coincidere, e un divario incolmabile tra gli uni e gli altri, chiamati ad appagare esigenze contrapposte. Il quadro in realtà è più sfaccettato. Da un confronto tra gli articoli dedicati alla successione al trono inglese tra 1952 e 1953 sulla «Stampa» e su «Stampa Sera» da una parte e quelli di «Oggi» e «Epoca» dall'altra, si inferisce che i primi non sono affatto meno narrativi ed emotivi dei secondi, anche perché con buona probabilità attingono ragguagli dai tabloid inglesi.¹⁹ La differenza sta, in primo luogo, nel materiale fotografico, molto esiguo per gli uni e abbondantissimo per gli altri. E, in secondo luogo, come si diceva, sugli elementi strutturali che finiscono per incidere sul trattamento della notizia: il settimanale può contare su spazi più ampi e perciò permettersi di sfruttare a piacimento e in tutti i suoi più minuti risvolti la proclamazione e l'incoronazione di Elisabetta II, mentre il quotidiano non può andare oltre la concessione della prima pagina per qualche giorno e di un robusto articolo in terza. Senza contare che il quotidiano dispone di un tempo molto breve, mentre il settimanale può pianificare il trattamento di una notizia.

Una riflessione merita poi la modalità di costruzione dei pezzi, che in genere gioca su un abile montaggio tra narrazione – puntellata dal discorso diretto – e descrizioni. Le parti descrittive – destinate a personaggi, ambienti, oggetti – rivelano l'interesse generalizzato per i particolari, anche quelli apparentemente insignificanti, l'uso del lessico specialistico – in particolare per abiti e accessori – e il ricorso alla enumerazione. La descrizione dell'*outfit* dei protagonisti della vita mondana è ricorrente:

Una straordinaria ragazza che, appena arrivata a Roma, ha fatto onore all'artigianato locale e un'impensata réclame ad umili e meno umili oggetti confezionati a mano è stata Audrey Hepburn. La si è vista infatti girare con scarpine di rafia nera senza tacco, cappellino di rafia nera anch'esso aderente alla testa, sottana appena appena svasata di sottilissima paglia blu, leggera come un alpagas dei più leggeri, corpetto della stessa paglia vagamente traforato e, in mano, un rigido cestino nero, di vimini, in cui infilare il braccio.²⁰

Così quella delle loro case:

Prima di entrare nella stanza di soggiorno del suo appartamento all'ultimo piano di palazzo Altieri, Anna Magnani deposita due zucche gialle in anticamera, accanto a un grosso cavolo di ceramica verde che decora il tavolino dell'ingresso. Si toglie il fazzoletto di testa e poi si affonda in una poltrona, proprio sotto il ritratto che Leonor Fini le fece l'anno scorso a Parigi: un viso pallidissimo dagli occhi inquieti e ardenti sotto la frangia irregolare. Tutt'intorno, nella sala ordinata, il Bechstein a mezza

19 A titolo d'esempio, si vedano *Alla notizia della morte la vecchia Mary disse: "Oh"*, in «Nuova Stampa Sera», 8-9 febbraio 1952; Riccardo Aragno, *Elisabetta promette al popolo di essere una buona regina*, in «La Stampa», 9 febbraio 1952; *Corteo e incoronazione di Elisabetta II*, in «Nuova Stampa Sera», 2-3 giugno 1953.

20 Camilla Cederna, *Mode*, in «L'Europeo», 26 giugno 1955.

coda, il caminetto dagli alari d'ottone (e davanti, uno sgabello a piccolo punto), i bei lumi di opalina celeste, la gran cornice barocca con dentro una pagina azzurra e oro del Gloria, e le librerie, nelle quali si riconoscono i quindici volumi di Proust, la *Vita degli animali* del Brehm, la *Vita di Garibaldi* e le ultime novità italiane e francesi. Dalla finestra entra il rosa dei gerani fioriti sul terrazzo, e tutta lucida la luna, sul fondo nero del cielo.²¹

E ancora:

Alberto Sordi non è ancora riuscito ad abitare nella sua nuova casa, una specie di fortezza rossa e gialla davanti alle Terme di Caracalla, con teatro sotterraneo, piscina pensile, bar all'americana circondato da immense vetrate, sala di proiezione, palestra, sauna e bagno turco.²²

Talvolta, tuttavia, questa modalità rappresentativa è applicata in modo indiscriminato. Ecco come è illustrata l'offerta di pane di un fornaio di Roma:

tonnellate di corni e croci ferraresi di pasta dura (il pane più richiesto), le mantovane, le coreane, le miches e le baguettes che si mangiano in Francia, il pane indiano, quello svizzero, il tedesco quasi nero, l'austriaco, tutti i tipi di casereccio, il velletrano, quello senza sale che si consuma in Toscana e nelle Marche, il famoso pane di Merano e di Spilimbergo, l'integrale, il mezzo integrale, il pane-piuma, quello con l'olio, con i fichi, con l'uva passa, col latte, e nocchie, con la farina di polenta, con la segala.²³

Affidati alle penne più pungenti e smaglianti, gli eventi diventano quasi quadri cinematografici. Giancarlo Fusco dipinge con qualche pennellata l'arrivo di Gina Lollobrigida al Festival di Venezia del 1954:

Gina Lollobrigida è arrivata a Venezia venerdì mattina, 27 agosto, alle nove e venti. Viaggiava, in compagnia del marito, nell'unico vagone-letto del direttissimo proveniente da Roma. Indossava un tailleur rosa su scarpe bianche. Aveva fra le mani una borsetta di lucertola bianca e affidò ai facchini cinque grosse valige e una più piccola che, con ogni probabilità, conteneva gioielli. Sotto la pensilina della nuova stazione di Santa Lucia [...] stavano ad aspettarla da circa un'ora non meno di venti fotografi. Uno di essi, il più giovane, desideroso di cogliere la «stella» in inquadrature insolite, s'era munito di una scala prelevata, abusivamente, in chissà quali recessi della stazione.²⁴

E ancora:

21 Camilla Cederna, *Anna Magnani non sono io*, in «L'Europeo», 1 luglio 1952.

22 *La parsimonia di Sordi*, in «L'Espresso», 30 agosto 1959.

23 *La pagnotta di Saint-Just*, in «L'Espresso», 22 novembre 1964.

24 Gian Carlo Fusco, *Carducci e Gloria Swanson al ballo del tre settembre*, in «L'Europeo», 5 settembre 1954.

Grosse folle di gitanti provenienti perlopiù da Milano, da Udine e Padova, sono tornate a far la posta ai divi, o presunti divi, davanti all'ingresso dell'Hotel Excelsior. La popolarità della Lollobrigida ha ritrovato il suo banco di prova, e per quanto l'attrice sia apparsa alquanto stanca e sciupata, la prova non poteva riuscire più favorevole. Perlomeno cinquecento persone hanno stazionato, in permanenza, sabato e domenica, davanti alla porta dell'albergo in attesa di vederla. Squadre di arditi, di tutte le età, hanno rotto il blocco dei portieri per raggiungere l'attrice sulla spiaggia. Nelle prime ore del pomeriggio di sabato, sullo scalone che fronteggia l'Excelsior sovrastandone l'imbarcadero, c'erano perfino, silenziose e composte, due squadre di orfanelli in grembiule grigio, sorvegliati da suore.²⁵

Si potrebbe continuare, ma questo basti per concludere che narrazione, discorsi diretti, descrizioni sono moduli tipici della narrativa di genere, dispositivi volti a tenere viva e ben agganciata al testo l'attenzione del lettore, assecondare il processo di visualizzazione di quanto egli sta leggendo, e appagarne le pulsioni voyeuristiche.

3. CAVALLI DI BATTAGLIA

Gli elementi iconografici, le modalità di rappresentazione e le tecniche di scrittura brevemente descritte sono messi al servizio di alcuni "generi" tipici dei settimanali. Tra questi, troviamo il ritratto dei personaggi del momento, che, nato ricalcando gli schemi degli *exempla* agiografici, si svincola presto da essi, diventando uno dei cavalli di battaglia degli "illustrati", a differenza dei quotidiani che ne fanno un uso parsimonioso. Della vita privata del novantenne papa Leone XIII «La Domenica del Corriere» riferisce particolari di questa natura:

Sua Santità dorme pochissimo, come in generale i vecchi; è parco di cibi e ama le passeggiate in giardino. Non fuma; soltanto prende tabacco, ma mai in presenza di estranei; tuttavia la celata abitudine è tradita da qualche granellino di tabacco che cade sulla candida veste pastorale. [...] Modestissimo è il suo regime di nutrizione: qualche tazzina di brodo ristretto, molti tuorli d'uova con un po' di marsala, un'ala di pollo al mattino, appena un mezzo petto alla sera. In tutto il giorno due dita di vino di Bordeaux, del più vecchio e del più generoso fornitogli dai conventi locali.²⁶

Il pontefice è già stato immortalato in una delle prime copertine del supplemento, colto, in una immagine piuttosto dimessa, nei giardini vaticani insieme a due monsignori e due guardie: il disegno di Achille Beltrame, recita la didascalia, è ricavato, «con la maggiore fedeltà», da uno degli scatti di William Kennedy Laurie Dickson, già autore nel 1898 delle riprese cinematografiche del pontefice per l'*American Mutoscope and Biograph Company* –, che servono tra l'altro a dimostrare la buona salute del pontefice, smentendo le voci di una malattia.²⁷ Quando poi il personaggio è una

25 Ibidem.

26 *I grandi uomini nell'intimità*, in «La Domenica del Corriere», 19 marzo 1899.

27 S.S. Leone XIII nei giardini vaticani (Disegno di A. Beltrame, da fotografia dell'americano Dixon), in «La Domenica del Corriere», 5 febbraio 1899; *Le nostre illustrazioni*, ivi.

cantante della fama di Adelina Patti e l'evento il suo terzo matrimonio, a 56 anni, con un marchese svedese più giovane di lei di parecchi anni, ecco che l'occasione di un pezzo tipico del settimanale è servita, con tanto di fotografie dell'artista «qual è ora» e del marito novello, nonché la descrizione del suo castello, con ben due sale da bigliardo, «uno splendido salone da concerti» e il giardino d'inverno «nel quale usasi servire il pranzo».²⁸

Nei rotocalchi del dopoguerra, star del cinema e dello sport, e in seguito della musica leggera e della televisione, membri di famiglie reali, protagonisti del jet-set internazionale e, come si è accennato, della cronaca nera sono oggetto di servizi incomparabilmente più numerosi e più succosi di quelli riservati loro dai quotidiani della sera o più popolari.²⁹ Non è affatto trascurabile, tuttavia, la forza che i settimanali esibiscono nella messa a punto della *facies* pubblica di esponenti del mondo politico – quando è un ormai un ricordo la disciplina imposta dal fascismo – dettata dalla linea di ciascuno.

Nei rotocalchi filodemocristiani, o, meglio, anticomunisti, la rappresentazione di Alcide De Gasperi si precisa a mano a mano che si afferma la sua leadership. Il viaggio negli Stati Uniti nel gennaio 1947 ne consacra la figura, nella cornice della celebrazione dell'alleanza atlantica, tra articoli, titoli, foto, illustrazioni e didascalie dall'alto tasso simbolico.³⁰ Quello che conta però è, come si diceva, l'enfasi sui rivolti della vita privata. La foto pubblicata da «Oggi» nell'agosto 1947 di De Gasperi intento a giocare a bocce mostra un leader allo stesso tempo riservato e popolare, che, nella breve vacanza, alterna le «cure politiche con il gioco delle bocce»: «Domenica, De Gasperi è entrato in gara con gli ospiti della colonia alpina “Breda” di Milano. L'incontro, molto combattuto, si è chiuso democraticamente alla pari: una vittoria e una sconfitta. La posta: un cognachino».³¹ Anche «L'Europeo» dedica un servizio fotografico a *De Gasperi in campagna*, tra passeggiate nei boschi, messe, riposo e lavoro: «Alle 22.30, tutta la famiglia De Gasperi è già a letto»; non manca una foto in cui il presidente del Consiglio incontra un gruppo di boys scout; e si informa che il pranzo consiste in «polenta, fagioli, latte e uova».³² In un'inchiesta di Italo De Feo, sempre su «L'Europeo», ecco alcuni momenti della giornata di De Gasperi: quando esce per

28 Simplex, *Adelina Patti e il suo terzo matrimonio*, in «La Domenica del Corriere», 12 febbraio 1899.

29 Ajello 1976; Gelsomini 2011; Poncetta 2016; Baldassini 2022.

30 «La Domenica del Corriere», 19 gennaio 1947, copertina; ma si veda anche *Il momento della buona volontà*, ivi, 12 gennaio 1947; «La Tribuna Illustrata», 26 gennaio 1947; Antonio Petrucci, *In partenza il presidente con frack ma senza pelliccia*, in «Oggi», 7 gennaio 1947; *Commosi i De Gasperi. Tutta Italia li guarda*, in «Oggi», 14 gennaio 1947, fotocronaca in ultima pagina; «Oggi», 21 gennaio 1947, p. 2.

31 Bruno Romani, *Stazione radio a villa De Gasperi*, in «Oggi», 31 agosto 1947.

32 *De Gasperi in campagna*, in «L'Europeo», 17 agosto 1947.

andare a messa alle 7.30, alla scrivania, insieme alla figlia che fa la maglia mentre lui legge il giornale, nell'atto di prendere un libro dalla sua biblioteca: De Gasperi, si precisa, «è un appassionato lettore. Preferisce le opere filosofiche ma soprattutto lo interessano gli scrittori politici».³³

Passa attraverso una descrizione tanto fulminea quanto perfida, venata di misoginia, la demolizione della candidata del Fronte Qualunque alla elezione del Capo provvisorio dello Stato, Ottavia Penna. Approdata alla Costituente ma isolata nel drappello di donne elette e – sembra – osteggiata dalle democristiane anche per aver vinto in un collegio difficile proprio per il dominio della Dc, ecco come la dipinge Vittorio Gorresio:

È un ostracismo immeritato, perché la Penna ha un programma politico tutto ispirato alla difesa della patria, della famiglia, della religione. È contraria al divorzio, preferisce gli abiti rosa, ha i capelli ossigenati disposti in complicata pettinatura (un *rouleau* le circonda la testa), porta gli occhiali, soffre di un principio di piorrea alveolare e di carie dentaria, è di fede monarchica, ha circa quarant'anni ed è la moglie dell'ingegner Buscemi.³⁴

Gorresio ricorre poi, concludendo il suo pezzo, al racconto di un episodio, sulla scorta del quale la demolizione tocca l'apice:

È galante, il Giannini [leader del Fronte dell'uomo Qualunque]. Quando ci fu la votazione baciò la mano a Ottavia Penna al cospetto di tutti i deputati seduti in aula e i binocoli del pubblico in tribuna si appuntavano sulla bionda onorevole. «Però è grassa», disse con molto dispetto una molto graziosa signora socialista che mi sedeva accanto, e volgendosi a me mi domandò un po' aggressiva: «Non vorrà dirmi che sia bella?». «Ma che», le assicurai, «è veramente brutta, e malvestita».³⁵

Anche lo scienziato occupa la ribalta mediatica dei settimanali. Così un personaggio schivo come il premio Nobel Enrico Fermi è trasformato, nel dopoguerra, in un "divo", un genio, famoso ma dal volto familiare, tutto dedito alla sua ricerca, artefice del progresso e del bene.³⁶ Anche in questo caso, la sembianza fisica, il contegno, lo stile sono delineati innanzitutto attraverso la descrizione:

A un tratto un signore dall'aspetto giovanile, in doppiopetto marrone e camicia grigiazzurra dominata da una tasca gonfia di matite, si rivolse sorridendo al prof. Polvani: «Tutti questi signori cercano me? Vorrei avvertirli che Fermi sono io» [...] Fermi fu circondato, festeggiato e applaudito. Nessuno si era accorto di lui, prima: teneva le mani in tasca, era senza cappello, aveva la barba di due giorni.³⁷

33 Sandro De Feo, *Confidenze di De Gasperi*, in «L'Europeo», 20 luglio 1947.

34 Vittorio Gorresio, *Ottavia Penna baronessa*, in «Oggi», 30 luglio 1946.

35 Ibidem.

36 Piazzoni 2024 a.

37 L.S., *Fermi resterà in Italia?*, in «Tempo», 17-24 settembre 1949.

Come Giuseppe Stalin, Enrico Fermi è più piccolo di quanto si immagini. Piccolo, magro, leggero come un ragazzo di tredici anni, il volto del colore di chi ha preso molto sole l'estate scorsa, e ne prende ancora quando non c'è, Fermi ti guarda dal basso con occhi diffidenti, fondi, perplessi, neri, pazienti.³⁸

Lo scienziato ha una testa perfetta, tonda e armoniosa come un'orbita, e il profilo fine: quando, per raccogliersi nel pensiero, volge gli occhi verso l'alto, mostra lo sguardo incantato di un astronomo che contempra i firmamenti. Ma è il suo pensiero – il suo modo di esprimersi – che segue un ritmo preciso, senza accelerazioni e salti, assolutamente razionale. [...]. A tratti, quando deve rispondere a una domanda imbarazzante, si toglie di tasca un temperino e se lo fa saltare in mano con moto automatico, come di tic.³⁹

Senza dubbio il professore è timido e prudente. Parla toscano (benché sia nato a Roma, il 20 settembre 1901) con una pronuncia così perfetta e rifinita che si direbbe un attore, con una voce modulata, insinuante, uguale, senza alti e bassi. Il volto non mutava quasi espressione; una lieve irritazione annoiata. Ad ogni domanda rispondeva brevemente, e aspettava silenzioso e ostile che ne rivolgessimo un'altra.⁴⁰

Anche il racconto di episodi e aneddoti si presta a precisare il ritratto:

L'ho visto insegnare. Nell'aula non erano né banchi né cattedra. Un gruppetto di giovani era seduto in qualche modo, chi semisdraiato e chi a cavalcioni su delle sedie. Tra di loro era Fermi. Tutti guardavano uno studente che seguiva una formula sulla lavagna (la lavagna prendeva tutta una parete) e discutevano tra loro. Ogni tanto Fermi interrompeva e diceva la sua opinione, con la stessa pronuncia flautata con cui parla italiano, in un inglese impeccabile e letterario. Le sole differenze tra studenti e professore erano l'abito (gli studenti erano vestiti come legnaioli del Canada, camicie a scacchi, pantaloni da contadino, e giacche a vento, mentre il professore aveva un abito da giocatore di golf di ruvida lana nocciola) e la pronuncia (gli studenti parlavano il pesante inglese nasale del middle West).⁴¹

Laura e Fermi si sposarono il 19 luglio 1928. Enrico arrivò in ritardo a casa della sposa: la camicia nuova che indossò quel mattino aveva le maniche troppo lunghe. Solo in casa, non si perdette d'animo; sedette alla macchina da cucire e fece una grossa piega a ciascuna manica. Ma dimenticò di portare i fiori. I due sposi trascorsero la luna di miele in val d'Aosta; nei giorni di pioggia Enrico pretendeva di insegnare la fisica alla moglie, ma non ci riuscì.⁴²

L'allusione agli scienziati è occasione per tornare su un altro genere prediletto dai settimanali, eredità del mandato didascalico tipico di quelli ottocenteschi. Se, in effetti, più controversa e complessa è la questione della presenza e del trattamento dei contenuti culturali, la vocazione divulgativa manca nei quotidiani, mentre, come si

38 Luigi Barzini jr., *Enrico Fermi l'atomico in bicicletta*, in «L'Europeo», 12 dicembre 1951.

39 G.B., *L'atomo in famiglia*, in «Epoca», 25 luglio 1954.

40 Ibidem.

41 Ibidem.

42 Laura Fermi, *I. La mia vita con Fermi. Insegnò la fisica al suo professore*, in «Epoca», 21 novembre 1954.

diceva, è esibita dai settimanali fin dai primordi: «la scienza procureremo di rendere popolare con facili esposizioni e col potente ausiliare della matita. Le invenzioni e scoperte, sì nazionali che estere, mano a mano indicheremo e faremo apprezzare», si legge sul primo numero, licenziato dall'editore Edoardo Sonzogno, dell'«Emporio pittoresco» del settembre 1864.⁴³

Tale vocazione è confermata, e in alcuni casi perfezionata da tecniche comunicative accattivanti e dall'uso di immagini spettacolari a colori, nei settimanali del secondo dopoguerra. Come osserva il già citato Giambattista Vicari: «Il lettore medio mostra un vivo interesse per la divulgazione scientifica in quanto collegata alla evoluzione del mondo in cui vive (nuove armi, nuove medicine, nuovi metodi di profilassi, ecc.)».⁴⁴ Rispetto agli anni del fascismo, si devono riformulare contenuti e linguaggi della divulgazione scientifica e del dibattito intorno ai temi scientifici, rivivificati da alcune scoperte che esercitano un forte richiamo. I timori suscitati dalle armi atomiche, le speranze accese dai progressi della medicina e l'impressione prodotta dalla conquista dello spazio sono i tre pilastri sui quali si sostiene tale riformulazione, in una prospettiva che tiene insieme la ricerca pura e le sue ricadute pratiche sulla vita degli individui e della collettività, più che sui destini della nazione.

A differenza dei quotidiani, in genere legati a una concezione più austera del linguaggio giornalistico e che non sono abituati a trattare materie scientifiche, i settimanali si avventurano nelle più ardue regioni della ricerca appoggiandosi sull'uso delle immagini, degli aneddoti, delle testimonianze, di una prosa scorrevole, di un franco intento didascalico, di una ficcante *vis* investigativa, di un taglio e di uno stile che esigono un'opportuna distribuzione degli ingredienti del piatto, l'alternanza di momenti più impegnativi e momenti più distesi, e l'intreccio fra intrattenimento e buona informazione. Per tornare a Fermi, gli articoli sulle sue scoperte ne sono una dimostrazione. È Sergio Gallone, allora professore all'istituto di Fisica dell'università di Milano oltre che dei laboratori CISE di fisica nucleare applicata, a spiegare su «Epoca» lo stato della ricerca di Fermi sui mesoni. Si tratta di una vera e propria «lezione» sulla natura dei mesoni – definiti una sorta di «colla nucleare» che cementa protoni e neutroni dentro il nucleo atomico –, sul funzionamento dei ciclotroni, acceleratori capaci di provocare collisioni tra questi elementi e in definitiva dire qualcosa di più su queste particelle e sulle leggi delle forze nucleari, e sul lavoro di raccolta di abbondanti dati sperimentali da parte di Fermi. Gallone giunge addirittura alle vette delle congetture, ragionando sulla novità di questa esperienza: non tanto la trasformazione della energia in materia, quanto, forse, la produzione artificiale di un tipo di mesone diverso da quelli finora ottenuti. Il lettore, in questo modo, è accompagnato

43 La Redazione, in «L'emporio pittoresco», 4-10 settembre 1864.

44 Giambattista Vicari, *Che c'è oggi sui giornali?*, in «Il Lavoro illustrato», settembre 1952.

nelle stanze stesse dei laboratori, nel regno degli esperimenti, nella fucina del metodo scientifico. La conclusione tocca un'altra corda sensibile: le potenzialità applicative, ancora ignote, ma certe, poiché «tutte le scoperte risultano suscettibili di applicazioni pratiche».⁴⁵

Più spesso sono i giornalisti dotati di chiarezza espositiva ed esattezza a masticare la materia per i lettori. Sempre su «Epoca» e sempre a proposito di mesoni e ciclotroni, ecco la spiegazione, in cui la domanda diretta, la similitudine, il riferimento a un'aria familiare ai lettori italiani, quella del *Così fan tutte* di Mozart, sono espedienti utilizzati per renderla meno ostica:

Ma che cosa sono i mesoni? I fisici di Berkeley, in California, che produssero con quel ciclotrone i primi mesoni artificiali nel 1948, avevano inventato una canzoncina da cantare sul motivo di un'arietta in voga. I mesoni vi figuravano come personaggi misteriosi e conturbanti, sul tipo di quelli della fantascienza, e ad essi attribuivano con senso umoristico le qualità dell'araba Fenice: «Che ci sia ciascun lo dice, cosa sia nessun lo sa».⁴⁶

Accanto alla scienza, accanto alla tecnica, non manca la storia, che ha un uso molteplice: divulgativo certo, ma talora di sfruttamento della curiosità – anche morbosa – per personaggi e vicende del recente passato, come accadde nel dopoguerra per quelli del fascismo, con ampi servizi e inchieste, spesso a puntate.⁴⁷

Un'ultima considerazione, a proposito di generi degli “illustrati”, merita quella che si potrebbe definire la cronaca raccontata: fatti di vita “vera” ricostruiti facendo appello alle tecniche della fiction. Ne sono un esempio gli articoli pubblicati nel 1949 dalla neonata «Settimana Incom illustrata» su alcuni delitti per motivi passionali, fin dai titoli: *Rivoltellate fra i fichidindia*, *Non era un appuntamento con l'amore quello della fanciulla del Po*, *Per Alina è passata la morte sulla seconda luna di miele*, *Troppi corvi intorno a Ida*. Si tratta di resoconti che prevedono la descrizione e le fotografie di protagonisti, ambienti, luoghi dei delitti, e la spiegazione della dinamica dei fatti sulla scorta dell'uso sistematico dei discorsi diretti e di passaggi che sembrano sceneggiature:

Quattro revolverate secche secche rimbombarono contro la facciata della chiesetta della Madonna, e la gente stava in casa a consumare la tradizionale “colazione della vigilia”. L'uomo cadde, fulminato al cuore, senza un grido, la donna fu ferita al ginocchio e all'anca sinistra, chiamò aiuto ma nessuno sentiva: la campagna di Puglia era piena di silenzio.⁴⁸

45 *La colla dell'universo*, in «Epoca», 16 febbraio 1952.

46 G.B., *L'atomo in famiglia*, in «Epoca», 25 luglio 1954.

47 Pizzetti 1982.

48 Ilario Fiore, *Rivoltellate fra i fichidindia*, in «La Settimana Incom illustrata», 15 gennaio 1949.

Oppure:

Maria Del Bello, di anni quattordici, aveva un appuntamento, e credeva di averlo con l'amore. L'appuntamento era al di là del fiume. Dalla casa dei cugini, dove ella era ospite, sulla collina dalla parte di Moncalieri, il Po si vede in tutta la sua maestosa imponenza: corre tutto intarsiato di piccole onde e di mulinelli, schiumeggia contro i piloni dei ponti; le barche si dondolano pigramente ancorate alla riva.⁴⁹

La formula gioca sulla combinazione sapiente tra informazione, narrazione, ritratto psicologico, descrizione d'ambiente, appello alla razionalità e alle emozioni, alla riflessione e alla commozione, registro colloquiale e registro aulico.

4. LA “SETTIMANALIZZAZIONE” DEI QUOTIDIANI

Si potrebbe sostenere che, fino almeno agli anni settanta del Novecento, i tentativi di modernizzazione dei quotidiani – pensiamo al lavoro per rendere il più tempestiva e circostanziata possibile l'informazione – assecondino un processo di consolidamento e sublimazione della loro “quotidianità”. Quelli più attrezzati e con più mezzi scelgono uno sdoppiamento delle funzioni, varando un supplemento settimanale: in sostanza, un altro giornale. Lo adottano «Il Secolo» nel 1889, «La Tribuna» nel 1890, il «Corriere della Sera» nel 1899, «Il Mattino» nel 1903. Si tratta di una declinazione complementare alla “testata madre”, più popolare e leggera, meno politica e più ricca di varietà, curiosità, approfondimenti, incardinata sull'uso dell'illustrazione, con un'uscita prevista la domenica, dunque in qualche modo connessa al tempo libero, che sta prendendo piede in alcune categorie sociali proprio tra Otto e Novecento.

Quanto all'adozione di moduli e contenuti propri del settimanale, i quotidiani che ambiscono a “vendere” a prescindere dai legami politici e quelli del pomeriggio o della sera, molto votati alle *news* di cronaca, sono i più pronti a introiettarne e assorbirne alcuni elementi. Tale tendenza è inaugurata dal «Secolo» (nato nel 1866): lo dimostra l'uso delle illustrazioni, l'introduzione dell'articolo di costume, l'enfasi sulla cronaca, la valorizzazione dell'intrattenimento e della divulgazione, la relazione con la comunità dei lettori.⁵⁰ In epoca fascista, invece, il giornale più vivace in questa sperimentazione è la «Gazzetta del Popolo» di Torino diretta da Ermanno Amicucci.⁵¹

Nel secondo dopoguerra, l'*exploit* dei rotocalchi è tale che altri generi di giornali ne subiscono l'influsso. Tra questi il quotidiano, che, osserva «Belfagor»:

⁴⁹ Gino De Sanctis, *Non era un appuntamento con l'amore quello della fanciulla del Po*, in «La Settimana Incom illustrata», 2 luglio 1949.

⁵⁰ Barile 1980.

⁵¹ Forno 2003: 125-181.

va perdendo appunto sempre più i caratteri della sua economia tradizionale (basterebbe al riguardo considerare le evoluzioni della terza pagina – alla cui tipica e italiana formula centrata sull’elzeviro sta subentrando una nuova ossatura imperniata sull’*attualità* – o quelle del quotidiano della sera, con la sua tendenza al “fatto” e alla rapidità che viene soddisfatta, oltre che col grosso titolo e il frequente uso della fotografia, con la ricostruzione rigorosamente cronachistica, o meglio emotiva, del dettaglio).⁵²

Dal punto di vista dei linguaggi, in realtà, i quotidiani del dopoguerra, compresi gli organi di partito rinati dopo la dittatura fascista, rimangono fedeli a una formula austera dal punto di vista grafico e iconografico, e a una struttura che ha le sue colonne portanti nella prima pagina e nelle notizie politiche, nella terza, nella cronaca cittadina e in quella sportiva. E se è vero, come sostiene «Belfagor», che i giornali della sera – quali il «Corriere Lombardo», il «Corriere d’informazione», «Paese sera», «La Notte» – propongono fogge più spigliate e popolari, puntando sulla cronaca bianca, nera, rosa, sportiva, essi d’altra parte potenziano, in fondo, la loro identità “da quotidiano”, con articoli brevi e snelli, e soprattutto con più edizioni, per inseguire un’informazione assidua, circostanziata, precisa (pensiamo a quella sugli spettacoli teatrali e cinematografici), tanto più preziosa considerato che la radio e, quando nasce, la televisione, non riescono ad assicurare quella esigenza. Ciò non toglie che il successo del settimanale a rotocalco suggerisca di impiegare qualche espediente – «Paese Sera» per esempio usa la fotocronaca e la pagina fotografica di avvenimenti e curiosità dal mondo – e qualche strategia discorsiva, come la leva “emotiva” evocata da «Belfagor». «Il Giorno», nato nel 1956, sembra prendere atto della necessità di modernizzazione, inaugurando l’inserito a colori stampato in rotocalcografia, e servendosi con convinzione della fotografia.⁵³

È tra il Sessantotto e la metà degli anni settanta, tuttavia, che si produce una cesura più pronunciata sia sul fronte dei settimanali sia su quello dei quotidiani. Il pubblico della stampa, del resto, ha subito un profondo ricambio, cui hanno concorso e concorrono le conseguenze sociali del boom economico, i processi di secolarizzazione, il crescente protagonismo dei giovani, l’alfabetizzazione di massa, la diffusione dell’ascolto radiofonico, il fenomeno dirompente della televisione, gli effetti del Sessantotto stesso, l’inizio della “strategia della tensione”, il terrorismo, le battaglie per i diritti civili.

L’epoca aurea del settimanale a rotocalco così come si è configurato negli anni trenta e sviluppato nel dopoguerra si sta chiudendo, e si assiste all’affermazione dei cosiddetti newsmagazines. Se c’è un indizio che qualcosa si sta muovendo nel campo, si potrebbe individuare nella decisione della Mondadori, nel 1967, di trasformare il mensile «Panorama», nato cinque anni prima, in un settimanale d’attualità sulle

52 *Noterelle e schermaglie*, in «Belfagor», luglio 1952.

53 Marchetti 2007.

orme di testate quali «Time», «Newsweek», «L'Express», «Der Spiegel». Ancora una volta, lo snodo editoriale è sostenuto da una *performance* tecnica: si tratta del primo settimanale italiano stampato contemporaneamente in rotative multicolori offset e rotocalco per offrire «la visione grafica più perfetta e presentare gli avvenimenti con la più bruciante attualità». ⁵⁴

La scelta dei tempi è opportuna, poiché si è alla vigilia di una fase densa di eventi, che genera una grande richiesta di informazioni di prima mano. Il direttore Lamberto Sechi dà una fisionomia originale alla struttura e allo stile giornalistico: vuole articoli brevi, asciutti, asettici, “tutti notizia” a costituire l’asse del giornale, cui si aggiungono le *Opinioni*, le rubriche, le “brevisime” raccolte in *Periscopio* e il *Documento* – un reportage, una testimonianza, una ricostruzione spesso frutto delle esclusive con la stampa estera. I pilastri del nuovo giornale sono la separazione netta dei fatti dalle opinioni e uno stile di scrittura omogeneo per gli articoli di informazione. Si abbandona, inoltre, il formato tabloid, per inaugurarne uno più piccolo e maneggevole. A farne le spese sono le fotografie nelle pagine interne, su cui l’investimento è minimo: è quella di cronaca, singola, di piccole dimensioni, in bianco e nero, a prevalere. La copertina diventa ancora più importante: non a caso la prima è quella drammatica e spettacolare, dal colore molto realistico, che immortalava l’incidente automobilistico di Lorenzo Bandini sul circuito di Montecarlo.

Il giornale si concentra sulla politica interna e sulla geografia del potere economico e finanziario, svelandone i meccanismi e i retroscena, gioca le sue carte sulla forza investigativa – con indagini sulle trame nere, sui servizi segreti, sulla mafia, sugli scandali economici, sulla religione. Il balzo in avanti si colloca tra 1972 e 1973, quando si raggiungono le 250 mila copie, con meno del 10 per cento delle rese e, in più, 35 mila abbonamenti. A quel punto, la validità del modello convince il giornale più prossimo, «L'Espresso», nato nel 1955 in coincidenza con la nascita del Partito radicale e sulla scia dell’abbandono di Arrigo Benedetti dell’«Europeo», a cambiare formato, nel 1974, e a irrobustire l’informazione all’anglosassone. I due settimanali guadagnano lettori, in uno scenario che all’opposto registra «l’inabissamento dei settimanali che continuano a preferire la cultura letteraria, il fascino solo formale delle “inchieste giornalistiche”, l’evasione della sociologia da salotto, la prudenza, la retorica della obiettività e della equidistanza e del buonsenso», ⁵⁵ e che, soprattutto, sono su quel terreno sempre più insidiati dalla televisione. Quando poi, al chiudersi degli anni settanta, la temperatura sul fronte della politica interna e degli avvenimenti di attualità scenderà, i newsmagazine concederanno più spazio alla cronaca e al costume, consolidando le aree più vitali (cultura e consumi culturali, economia, medicina

⁵⁴ Giorgio Mondadori, *Panorama. L'editore*, in «Panorama», 18 maggio 1967. Sulla vicenda di «Panorama» si veda Piazzoni 2022.

⁵⁵ *Espresso e Panorama, il successo della ostinazione*, in «Prima comunicazione», dicembre 1974. Cfr. anche *I settimanali affondano*, ivi, febbraio 1975.

e salute, turismo e viaggi, piccoli piaceri e tempo libero, alta tecnologia, battaglie ambientali, mode e costumi) a scapito di quelle più atone (la politica interna) e dando la caccia alle informazioni “esclusive”.⁵⁶

Di fronte ai quotidiani che, come si dirà fra poco, sconfinano nei territori appannaggio dei settimanali, anche la risposta dei newsmagazine è di sconfinare nei territori altrui, innanzitutto quelli dei femminili e dei famigliari: «il settimanale di opinione sembra individuare una delle vie d'uscita dalle proprie difficoltà qualificandosi in misura maggiore come guida per la famiglia, come bussola d'orientamento nei diversi e contrastanti fenomeni del costume moderno che è utile, sotto chiavi diverse, a tutti i membri della famiglia». Ma è sul fronte della ricerca delle notizie, quelle sfuggite al «setaccio giornaliero», quelle che «occorre sapere», che più si impegnano: «L'Espresso» puntando sul “caso” e sull'interpretazione, «Panorama» «sul fatto e sulla ricapitolazione ordinata delle notizie». ⁵⁷ È sul terreno dell'inchiesta, della investigazione, dei retroscena, della notizia fresca ed esclusiva, dunque, che si gioca il confronto con i quotidiani.

A loro volta i quotidiani sono al cospetto di sfide nuove. L'ormai intenso ascolto radiofonico e televisivo tende a occupare diversi momenti della giornata e in parte della notte, l'aumento dell'offerta di cronaca che proviene dalle emittenti private locali minaccia di sottrarre pubblico ai quotidiani delle piccole città e della provincia, la copertura dell'informazione della Rai – che trova il suo momento culminante nella inaugurazione del programma mattiniero televisivo – mette in crisi il quotidiano come eminente fonte di notizie.

La replica è diversificata. Alcune testate accentuano la loro vocazione locale o cittadina. Quelle poche a raggio regionale, macroregionale e nazionale creano diverse edizioni a seconda dei centri di distribuzione. Alcune invece conoscono processi di settimanalizzazione, in molteplici direzioni.

Vanno innanzitutto prendendo corpo, *motu proprio*, proposte alternative per formati, strutture, taglio, lessico, registri, che si allontanano con decisione dagli schemi tradizionali. Alcune giungono dal coté dell'estrema sinistra, come è per «Lotta continua» e «il Manifesto», i quali, tra l'altro, nascono come settimanali: se l'esperienza della prima si chiuderà abbastanza presto, il secondo sarà un attore importante della carta stampata nei decenni successivi.⁵⁸ Nel novero andrebbe inserito anche «L'Occhio» (1979-1981), nato in casa Rizzoli su esempio dell'inglese «Daily Mirror»: benché effimero, è pur sempre spia del fermento in corso.

⁵⁶ Volli 1994.

⁵⁷ Antonio Pilati, *La controffensiva dei settimanali*, in «Prima comunicazione», novembre 1977.

⁵⁸ Sorgonà 2016. Sui linguaggi dei quotidiani di estrema sinistra, si leggano le considerazioni di Eco/Volli 1976: 121-128, 132-138.

Intanto i cambiamenti concernono la fisionomia stessa del quotidiano del mattino. Al suo nascere nel 1976, «la Repubblica» denuncia l'ascendenza dal rotocalco di politica, cultura ed economia: il fondatore Eugenio Scalfari è stato architrave e poi direttore dell'«Espresso». Non a caso si presenta come un quotidiano d'opinione e approfondimento (addirittura immaginato come “secondo” quotidiano, da affiancare a uno di informazione), di inchieste, di commento e di cultura (manca la terza pagina ma le due pagine al cuore del numero sono destinate alla cultura). Tratta con stile nuovo per un quotidiano, ma non per un settimanale d'attualità, la politica interna: molte sue firme, d'altra parte, provengono dal settimanale. La pratica del supplemento si presenta naturale: già nel 1977 nasce «Week end». Persino il formato tabloid lo avvicina all'«Espresso» prima maniera. Quando poi, all'inizio degli anni Ottanta, volendo approfittare della crisi del «Corriere della Sera», quello di Scalfari si trasforma in un quotidiano a tutti gli effetti, la linea impressa non è abbandonata, anzi semmai si potenzia. Le pagine salgono a 40. Nel 1986 si introduce il supplemento «Affari & Finanza». Si inaugura una nuova politica iconografica, sulla scorta della collaborazione con l'agenzia Agf: le fotografie di cronaca, di politica e di cultura si moltiplicano.⁵⁹

Quanto al «Corriere della Sera», sotto l'amministrazione controllata dopo lo scandalo della Loggia P2 e il fallimento di Rizzoli, diretto da Alberto Cavallari, «sembra un foglio del dopoguerra, inamovibile nelle sue lunghe colonne di testo, ogni numero uguale all'altro, senza quasi foto nella prima pagina e pochissime, piccole, immagini nella cronaca».⁶⁰ Nel 1987, con il restyling sotto la direzione di Ugo Stille, e ancor più nel 1992, quando la direzione è assunta da Paolo Mieli, appare «un giornale moderno, con un'impaginazione elegante ma movimentata, una foliazione di oltre quaranta pagine, divise in varie sezioni e con diverse rubriche settimanali».⁶¹

Ad ogni modo, i quotidiani, in questi anni, si aprono a o ampliano gli spazi destinati al tempo libero, alla salute, all'intrattenimento, allo spettacolo, ai consumi, ai viaggi, alla moda e alle notizie sulla televisione e sui personaggi televisivi, per non parlare del molto più intenso sfruttamento della cronaca nera e di quella rosa. Ciò comporta, per i maggiori, un progressivo aumento della foliazione, su cui influisce, non dimentichiamolo, il forte aumento della domanda pubblicitaria, che peraltro riguarda anche i newsmagazine come «Panorama» e «L'Espresso». L'impaginazione e il trattamento delle informazioni vedono significativi cambiamenti, tanto che si può parlare anche di una “settimanalizzazione della notizia”. Come Ezio Mauro afferma in un'intervista risalente al 1998:

59 Gagliardi 2016; Agostini 2005.

60 Lucas/Agliani 2015: 457.

61 Lucas/Agliani 2015: 457. Per la storia del «Corriere della Sera» negli anni ottanta si rimanda a Allotti/Liucci 2021: pp. 383-452.

Oggi le cronache dei giornali sono dei veri settimanali popolari che si fanno tutti i giorni. Trovi pagine in cui, con il modulo del settimanale popolare, si monta la *new age* con la protesta del papa subito sotto: quanti sono gli adepti nel mondo, perché il papa è contro, quali sono i dieci comandamenti della *new age*, quali sono i dieci pericoli secondo l'ultimo libro che è uscito, magari una guida bibliografica ai libri da andarsi a leggere.⁶²

Il che comporta, appunto, una trasformazione delle pagine, con grafiche, tabelle, box e un contorno a raggiera di elementi intorno al tema di un articolo principale. In questo modo il quotidiano del mattino si popolarizza, perde in parte la tradizionale connotazione elitaria.

Un'altra strategia che concorre alla settimanalizzazione del quotidiano consiste nella ripresa del supplemento settimanale: nel 1987 il «Corriere della Sera» e «la Repubblica» lanciano i rotocalchi «Sette» e «Il Venerdì», cui seguiranno «Io Donna» e «D-la Repubblica delle donne», affiancati da altri inserti tematici – «Economia e Finanza», «Motori», «Salute», «Affari & Finanza», «Computer Internet e altro», «I viaggi di Repubblica», eccetera – e dall'offerta, sempre a ritmo settimanale, di dispense enciclopediche, CD-ROM, videocassette, libri.

In forza di questa evoluzione, assume maggiore importanza nei quotidiani l'apparato iconografico: vignette, illustrazioni, fotografie. Sono elementi considerati imprescindibili per svecchiare e vivacizzare i giornali, anche se non sempre alla quantità corrisponde la qualità. Si cercano soprattutto «fotografie allusive, rassicuranti, accattivanti, immagini illustrative che tornano a essere una macchia di colore all'interno della pagina».⁶³ Così nel «Corriere» la fotografia entra, «più che come notizia, come elemento grafico, richiamo visivo che fa da contraltare al titolo. Il giornale usa le immagini perché anche la società italiana è ormai una società dominata dalle immagini, ma non parla per immagini, e le foto rimangono scatti generici spesso non firmati».⁶⁴ Insomma: a una rinnovata cura rivolta alla grafica e alla comunicazione visiva, spesso non corrisponde un'analoga considerazione del valore informativo o argomentativo o simbolico della fotografia. L'unico quotidiano che ha una politica visiva consona alla sua linea è «il Manifesto», quando, nella seconda metà degli anni Ottanta, abbandona lo stile austero e privo di immagini degli esordi, privilegiando la grande foto d'interpretazione in prima pagina.

Osservazioni, queste, che suggeriscono la necessità di guardare alle trasformazioni nel lungo periodo della presenza di materiale iconografico nella stampa – vuoi quotidiana vuoi settimanale vuoi ad altra periodicità – con un occhio a quelle che concernono la cultura visiva delle società. È d'altra parte una prospettiva – quella della *longue durée* – feconda anche per i linguaggi testuali e per gli elementi strut-

62 Citato in Lucas/Agliani 2015: 455.

63 Lucas/Agliani 2015: 455-456.

64 Lucas/Agliani 2015: 459-460.

turali della carta stampata, che devono essere sempre interpretati alla luce di più vasti quadri che riguardano le modalità dei consumi culturali, le abitudini sociali, gli ecosistemi mediali. Nel caso dei periodici e della loro periodicità, il tardo Novecento mette in crisi una secolare tradizione, rimescola le carte, apre a una transizione che dura tuttora, tra nuovi ritmi imposti prima dalla “neotelevisione” e poi, ancora più incisivamente, da Internet.

BIBLIOGRAFIA

- Agostini 2005 = Angelo Agostini, *“la Repubblica”. Un’idea dell’Italia (1976-2006)*, Bologna, il Mulino.
- Ajello 1976 = Nello Ajello, *Il settimanale d’attualità*, in Valerio Castronovo / Nicola Tranfaglia (a cura di), *La stampa italiana del neocapitalismo*, Roma-Bari, Laterza, pp. 173-248.
- Allotti/Liucci 2021 = Pierluigi Allotti / Raffaele Liucci, *Il “Corriere della Sera”. Biografia di un quotidiano*, Bologna, il Mulino, pp. 383-452.
- Bacci 2009 = Giorgio Bacci, *Le illustrazioni in Italia fra Otto e Novecento. Libri a figure, dinamiche culturali e visive*, Firenze, Leo S. Olschki Editore.
- Bachmann/Ramtke 2024 = Christian A. Bachmann / Nora Ramtke (eds.), *A Mixed Picture Media Transfer and Media Competition in Illustrated Periodicals, 1840s-1960s*, Hannover, Wehrhahn Verlag.
- Baldassini 2022 = Cristina Baldassini, *Storia e politica per immagini: il “moderatismo popolare” dopo il 1945 attraverso la stampa*, in Paola Carlucci / Eugenio Salvatore (a cura di), *Giornali italiani dopo il 1950. Questioni storiche e linguistiche*, Siena, Edizioni Università per Stranieri di Siena, pp. 33-47.
- Barile 1980 = Laura Barile, *Il Secolo 1865-1923. Storia di due generazioni della democrazia lombarda*, Milano, Guanda.
- Beck 1918 = Andreas Beck, *Crossing Borders between London and Leipzig, between Image and Text: A Case Study of the Illustrierte Zeitung (1843)*, in «[Victorian Periodicals Review](#)», 51, 3, October 2018, pp. 408-433, [doi:10.1353/vpr.2018.0030](#), [S2CID 165491106](#).
- Beck et al. 2019 = Andreas Beck / Nicola Kaminski / Volker Mergenthaler / Jens Ruchatz (eds.), *Visuelles Design Die Journalseite als gestaltete Fläche/Visual Design The Periodical Page as a Designed Surface*, Hannover, Wehrhahn Verlag.
- Capussotti 2003 = Elena Capussotti, *Vitelloni, ribelli, teenagers. Mascolinità e culture giovanili negli anni Cinquanta*, in «Contemporanea», VI, 3, luglio, pp. 475-502.
- Corporaal 2024 = Marguerite Corporaal, *Transferring Connemara European Illustrated Periodicals as Transnational Agents of Regional Remediation, 1870-1895*, in Christian A. Bachmann / Nora Ramtke (eds.), *A Mixed Picture Media Transfer and Media Competition in Illustrated Periodicals, 1840s-1960s*, Hannover, Wehrhahn Verlag, pp. 33-51.
- De Berti/Piazzoni 2009 = Raffaele De Berti / Irene Piazzoni (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Milano, Cisalpino-Monduzzi Editore.
- Della Peruta 2011 = Franco Della Peruta, *Il giornalismo italiano del Risorgimento. Dal 1847 all’unità*, Milano, FrancoAngeli.
- Eco/Volli 1976 = Umberto Eco / Ugo Volli, *La controinformazione*, in Valerio Castronovo / Nicola Tranfaglia (a cura di), *La stampa italiana del neocapitalismo*, Roma-Bari, Laterza, pp.

- 121-128, 132-138.
- Ernst/von Hoff/Scheiding 2022 = Jutta Ernst / Dagmar von Hoff / Oliver Scheiding (eds.), *Periodical Studies Today. Multidisciplinary Analyses*, Leiden-Boston, Brill.
- Fiorentino 2013 = Giovanni Fiorentino, *Il mosaico delle immagini. Gli anni cinquanta ai bordi del consumo*, in Francesca Anania (a cura di), *Consumi e mass media*, Bologna, il Mulino, pp. 11-51.
- Forno 2003 = Mauro Forno, *Fascismo e informazione. Ermanno Amicucci e la rivoluzione giornalistica incompiuta (1922-1945)*, Torino, Edizioni dell'Orso.
- Gagliardi 2016 = Alessio Gagliardi, *Un giornale per i «tempi nuovi». I primi dieci anni di «Repubblica»*, in Ermanno Taviani / Giuseppe Vacca (a cura di), *Gli intellettuali nella crisi della Repubblica 1968-1980*, Roma, Viella, pp. 15-44.
- Gelsomini 2011 = Elena Gelsomini, *L'Italia allo specchio. L'Europeo di Arrigo Benedetti (1945-1954)*, Milano, FrancoAngeli.
- Gervais 2017 = Thierry Gervais, *The Making of Visual News. A History of Photography in the Press*, in collaboration with Gaëlle Morel, tran. John Tittenson, London, Bloomsbury.
- Giordano 1983 = Michele Giordano, *La stampa illustrata in Italia*, Parma, Guanda.
- Kihlberg 2024 = Jakob Kihlberg, *A European Visual Imaginary? Political Meetings in Mid-Nineteenth Century Illustrated News Magazines in Great Britain, France, and Germany*, in Christian A. Bachmann / Nora Ramtke (eds.), *A Mixed Picture Media Transfer and Media Competition in Illustrated Periodicals, 1840s-1960s*, Hannover, Wehrhahn Verlag, pp. 17-32.
- Lucas/Agliani 2015 = Uliano Lucas / Tatiana Agliani, *La realtà e lo sguardo. Storia del fotogiornalismo in Italia*, Torino, Einaudi.
- Marchetti 2007 = Ada Gigli Marchetti (a cura di), *«Il Giorno». Cinquant'anni di un quotidiano anticonformista*, Milano, FrancoAngeli.
- Pallottino 1988 = Paola Pallottino, *Storia dell'illustrazione italiana: libri e periodici a figura dal XV al XX secolo*, Bologna, Zanichelli.
- Piazzoni 2022 = Irene Piazzoni, *Introduzione. L'officina del newsmagazine*, in Stefano Brusadelli (a cura di), *Il settimanale che cambiò l'Italia. Il giornalismo di «Panorama» 1962-1994*, Milano, Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, pp. 15-44.
- Piazzoni 2024a = Irene Piazzoni, *Lo scienziato come personaggio: Enrico Fermi sui rotocalchi italiani del dopoguerra*, in Luisa Cifarelli / Giuseppe Pelosi (a cura di), *Il grande Fermi: lo scienziato come figura pubblica*, Bologna, Società italiana di fisica, pp. 65-112.
- Piazzoni 2024b = Irene Piazzoni, *Cinema e consumi nella lente dei rotocalchi: questioni, prospettive, linguaggi*, in Fabio Andreatta / Eleonora Sforzi (a cura di), *Cinema e consumi nelle riviste italiane. Dal dopoguerra agli anni settanta*, Venezia, Marsilio, pp. 17-38.
- Pizzetti 1982 = Silvia Pizzetti, *I rotocalchi e la storia. La divulgazione storica nei periodici illustrati (1950-1975)*, Prefazione di Brunello Vigezzi, Roma, Bulzoni.
- Poncetta 2016 = Linda Poncetta, *L'invenzione del rotocalco popolare: «Oggi» e «il direttore con le bretelle viola»*, in Velania La Mendola (a cura di), *«Come un don Chisciotte». Edilio Rusconi tra letteratura, editoria e rotocalchi. Con illustrazioni e documenti*, presentazione di Roberto Cicala, Milano, EDUCatt, pp. 45-87.
- Satterthwaite 2020 = Tim Satterthwaite, *Modernist Magazines and the Social Ideal*, New York-London, Bloomsbury Visual Arts.
- Sinnema 1995 = Peter W. Sinnema, *Reading Nation and Class in the First Decade of the Illustrated London News*, in «Victorian Periodicals Review», 28, 2, pp. 136-152.
- Smits 2020 = Thomas Smits, *The European Illustrated Press and the Emergence of a Transnational Visual Culture of the News, 1842-1870*, London, Routledge.
- Sorgonà 2016 = Gregorio Sorgonà, *Lotta continua: il giornale e il movimento*, in Ermanno Taviani / Giuseppe Vacca (a cura di), *Gli intellettuali nella crisi della Repubblica 1968-1980*, Roma, Viella, pp. 67-87.
- Stead/Védrine 2008 = Evaghelia Stead / Hélène Védrine (dir.), *L'Europe des revues (1880-1920). Estampes, photographies, illustrations*, Paris, Presses de l'université de la Sorbonne.

- Stead/Védrine 2018 = Evangelhia Stead / Hélène Védrine (dir.), *L'Europe des revues II (1860-1930). Réseaux et circulation des modèles*, Paris, Presses de l'université Paris-Sorbonne.
- Tunzi 2022 = Pasquale Tunzi, *Il sistema visuale nei periodici illustrati della prima metà dell'800*, Pescara, Sala.
- Tunzi 2023 = Pasquale Tunzi, *La metamorfosi comunicativa con Il Mondo Illustrato Giornale Universale (1847-1861)*, in Mirco Cannella / Alessia Garozzo / Sara Morena (eds.), *Transizioni. Atti del 44° Convegno Internazionale dei Docenti delle Discipline della Rappresentazione/Transitions. Proceedings of the 44th International Conference of Representation Disciplines Teachers*, Milano, FrancoAngeli, pp. 646-661, doi.org/10.3280/oa-1016-c315.
- Volli 1994 = Ugo Volli, *I settimanali*, in Valerio Castronovo / Nicola Tranfaglia (a cura di), *La stampa italiana nell'età della TV 1975-1994*, Roma-Bari, Laterza, pp. 295-333.