

Appuntamenti con l'educazione

Processi formativi, scuola e politica
nella stampa periodica



a cura di
Nicola S. Barbieri e Elena Marescotti

cleup

Appuntamenti con l'educazione

Processi formativi, scuola e politica
nella stampa periodica

SPES – Società di Politica, Educazione e Storia
Atti del convegno

“Appuntamenti con l'educazione, ovvero:
educazione, scuola e politica nella Stampa periodica”
Reggio Emilia, 3-4 dicembre 2010

a cura di
Nicola S. Barbieri e Elena Marescotti

clep

Indice

Presentazione <i>Nicola S. Barbieri, Elena Marescotti</i>	9
Introduzione <i>Giovanni Genovesi</i>	15
PARTE PRIMA I periodici storici	
Educazione, Scuola e Politica nelle pagine de "La Ginnastica" (1866-1878) <i>Angela Magnanini</i>	19
Formazione e politica in "Hochland" e "Christliche Frau" all'alba del ventesimo secolo (1902-1914) <i>Sergio Apruzzese</i>	31
Prima del Sessantotto: educazione e scuola nelle riviste di area sindacale fra gli anni Cinquanta e Sessanta <i>Pietro Causarano</i>	43
Educazione civile e politica nei periodici della scuola di giornalismo a Napoli <i>Vincenzo Sarracino</i>	61

Prima edizione: dicembre 2011

ISBN 978 88 6129 805 7

© 2011 by CLEUP sc

"Coop. Libreria Editrice Università di Padova"
via G. Belzoni 118/3 - Padova (tel. 049 8753496)
www.cleup.it

Tutti i diritti di traduzione, riproduzione e adattamento,
totale o parziale, con qualsiasi mezzo (comprese
le copie fotostatiche e i microfilm) sono riservati.

In copertina: Laurits Andersen Ring, *At breakfast* (1898).

PARTE SECONDA
I periodici attuali

- L'immagine del sistema formativo ne "L'espresso" del 2010
Giovanni Genovesi 73
- Educazione e politica nell'Italia di oggi.
Un anno di scuola nelle pagine di "Famiglia Cristiana": il 2009
Piergiorganni Genovesi 85
- La scuola nelle pagine di "Le Monde Diplomatique" (2000-2009)
Anna Ranon 97
- Tra il quadrato della formazione e il cerchio del consumo:
educazione e scuola nelle riviste mensili dei soci Coop
e CONAD (1984-2010)
Nicola S. Barbieri 105

PARTE TERZA

- Educazione e scuola nella cronaca giornalistica
- Educazione e scuola nei mezzi di comunicazione di massa:
un'osservazione sociologica
Giancarlo Corsi 115
- La scuola tra stampa e televisione
Luciana Bellatalla 127
- Una scuola... da premio.
Educazione e politica nel giornalismo italiano degli anni Ottanta
Elena Marescotti 139
- L'informazione scolastica dematerializzata:
società, mercato e professione sul Web
Angelo Lippi 153
- Il quotidiano come strumento didattico nella formazione
in Ateneo: una sperimentazione in area casertana
Lucia Ariemma 165
- I temi dell'educazione e della scuola nelle scelte redazionali
di un quotidiano nazionale/locale: l'esperienza del "Carlino Reggio"
Davide Nitrosi 175

PARTE QUARTA

- Alcuni casi significativi
- Quando l'Università si tinge di giallo:
gli interrogativi della stampa di fronte al caso di Marta Russo
Biagio Caruso 185
- Quando la scuola si tinge di giallo: i timori e gli interrogativi
sulla scuola pubblica suscitati dal caso di Rignano Flaminio
Maria Grazia Sotera 193
- I maestri-orco nella stampa quotidiana
Giuseppina Pellegrino 203
- Educazione, scuola e pedagogia nei giornali quotidiani
dell'Italia di oggi: sentieri spesso interrotti
Nicola S. Barbieri, Diana Simona Bucura, Monica Rossi, Lucia Scipione 211
- Educazione e informazione nei nidi e nelle scuole dell'infanzia
di Reggio Emilia: alcune riflessioni
Paola Cagliari 237
- Conclusioni
Giovanni Genovesi 243
- Gli autori 245

Tra il quadrato della formazione e il cerchio del consumo: educazione e scuola nelle riviste mensili dei soci Coop e CONAD (1984-2010)

Nicola S. Barbieri

Premessa

I colossi della grande distribuzione Coop NordEst e CONAD pubblicano, per i loro associati, una rivista mensile, che arriva in abbonamento postale direttamente a casa, pur essendo formalmente anche messa in vendita.

In queste riviste, rispettivamente "Consumatori - il mensile dei soci Coop" e "Bene insieme", appare una triplice funzione. Prima di tutto, vi è ovviamente una funzione di carattere conativo, in altre parole finalizzata a fare in modo che il destinatario sia "forzato" (tale è il significato di questo aggettivo poco usato, ma reso famoso dal linguista Roman Jakobson), in questo caso, a comprare certi prodotti, preferendoli ad altri di altre marche. In secondo luogo, vi è una funzione di carattere che potremmo definire "informativa generale", viste che le riviste trattano anche di argomenti di cronaca, non necessariamente legati agli aspetti commerciali della grande distribuzione. Infine, ed è quello che cercheremo di documentare in questo breve intervento, le riviste tendono ad assumere anche un ruolo parzialmente educativo, rientrando i loro interventi, a pieno titolo, in quella che può essere definita "educazione informale".

Nel nostro contributo prenderemo quindi in esame i contenuti delle due riviste, seguendo le loro modificazioni nel tempo, per poi trarre alcune conclusioni di carattere generale.

1. "Consumatori - il mensile dei soci Coop"

"Consumatori - il mensile dei soci Coop"¹ è pubblicato dal 1982,² in diverse edizioni distribuite sul territorio nazionale: quella esaminata è relativa all'Emilia e alla Lombardia. La sua diffusione è sorprendentemente capillare, visto il numero di copie stampato, con un aumento significativo della tiratura fino al giugno 2010: 2.185.000 di copie nell'ottobre 2003, 2.526.501 nel giugno 2010. La crisi però si è fatta sentire anche in questo settore: il numero di copie stampato nel novembre 2010 è di 1.282.726 unità, cioè dimezzato rispetto a dieci anni prima, con la scelta di diminuire il numero di copie lasciato presso i punti vendita a disposizione dei clienti non soci. La Coop continua a mandare la rivista in formato cartaceo a casa dei soci, tramite abbonamento postale, ma dal 2007 è possibile, a richiesta individuale, ottenere che la rivista arrivi solo in formato digitale al proprio indirizzo di posta elettronica.³

Dal punto di vista grafico, è uscita in formato 29 x 21 fino al 2003, mentre dal 2004 ha un formato 29 x 18, che lo snellisce notevolmente e lo rende più pratico da leggere. È sempre stato stampato su un tipo di carta ruvida, e dal gennaio 2004 su carta ecologica riciclata.

Le immagini delle copertine sono spesso sganciate dalle tematiche del consumo e soprattutto da quelle relative alla gastronomia, e pertanto non risentono visivamente dello "snellimento" in larghezza. Queste trattano temi d'attualità con una propensione al dettaglio, con titoli e sottotitoli assai analitici, inconsueti per la copertina di una simile rivista. Per esempio, il numero di novembre 2009 presenta *Giovani in lista d'attesa. I problemi di un paese che invecchia e senza ricambio generazionale*, con l'immagine di una serpentina di giovani uomini e donne in fila; il numero di marzo 2010 presenta *La Coop sei tu, è lei... Luciana Littizzetto testimonial nella nuova campagna di spot*, ovviamente con l'immagine dell'attrice che spinge un carrello vuoto; il numero di aprile 2010 *OGM? No, noi vogliamo prodotti naturali. Molti governi (tra cui quello italiano) contrari, come la maggioranza dei cittadini. Eppure l'Europa vuole aprire la porta al transgenico...*, con l'immagine di un

¹ Nel riquadro relativo alle informazioni tecniche di stampa, la rivista è chiamata anche "Mensile della Cooperazione di Consumatori" e risulta registrata al Tribunale di Bologna con atto n. 5005 il 3 agosto 1982.

² Il 2002 è indicato come anno XVIII, per cui l'anno I dovrebbe essere il 1985; evidentemente la periodicità mensile e la numerazione per anno nei primi 3 anni non è stata seguita.

³ La possibilità di sfruttare questa modalità di invio, rimasta tutto sommato contenuta, non è da porsi in relazione con la drastica diminuzione delle copie cartacee stampate, di cui si è detto poche righe sopra.

giovane uomo circondato da banchi di frutta e verdura; il numero di giugno 2010 *Futuro cercasi. Una indagine racconta speranze e timori delle nuove generazioni del nostro paese*, con l'immagine d'una ragazza in felpa e maglietta e piercing al naso. Si tratta certamente di una scelta strategica d'immagine: la rivista si presenta fin dal primo impatto visivo come una rivista che tratta il cliente-consumatore come un cittadino.

È una rivista che, pur avendo un titolo inequivocabile, col tempo è passata da un ruolo di bollettino del consumatore medio Coop a quello di rivista per un consumatore intelligente globale, dotandosi di rubriche fisse per la maggior parte non riconducibili a informazioni sul consumo o dirette alla propaganda di prodotti, tenute da noti intellettuali. Questo è evidente dalla "rivoluzione" del gennaio-febbraio 2004, che non riguarda solo l'aspetto grafico, ma anche e soprattutto i contenuti e la loro organizzazione.

La rivista è funzionalmente divisa in tre aree, che si susseguono sempre nello stesso ordine preciso. "In primo piano" contiene l'editoriale e i principali temi di attualità (di solito abbastanza scottante: rincari, benzina, risparmio, ecc.). "Consumare informati" alterna rubriche di analisi critica dei consumi (per esempio, sulla telefonia cellulare) a due rubriche fisse di ecologia (responsabile il ricercatore del CNR Mario Tozzi, molto noto al pubblico televisivo) e di dietetica (responsabile Eugenio Dal Toma, che scrive anche per il supplemento del quotidiano "La Repubblica" dedicato alla salute). "Vivere bene", infine, presenta articoli in cui il consumo di cibo è visto, con uno sguardo antropologico, come un indicatore di cultura: in apertura, c'è sempre un intervento dello storico Massimo Montanari sugli aspetti culturali del cibo, al quale seguono articoli relativi all'arte, agli spettacoli, al turismo responsabile.

Nella rivista, molta attenzione è particolarmente rivolta al mondo della scuola, sia con iniziative di sostegno di progetti educativi e didattici (in Italia ma anche all'estero), sia con attenzione alle tematiche dell'educazione alimentare e/o ambientale (*All'ipermercato per scoprire come si ricicla la carta*, ottobre 2002, p. 16) e, specialmente negli ultimi anni, dell'educazione⁴ alla legalità, per esempio con l'articolo *Giovani volontari contro le mafie*, uscito nell'ottobre 2010.⁵

Infine, l'aspetto formativo riguarda spesso anche i soci Coop in quanto soci, con articoli inseriti nella rubrica "Consumare informati", che riguardano l'andamento del mercato dal punto di vista del socio consumatore,⁶

⁴ *Giovani volontari contro le mafie*, "Consumatori", anno XXIX, n. 8 (ottobre 2010), pp. 20-21.

⁵ *A che gioco giochiamo*, "Consumatori", anno XXIII, n. 9 (novembre 2004), pp. 14-15.

oppure la necessità di una formazione progressiva specifica,⁶ o ancora il tema della relazione tra comunità locali e livello della distribuzione nazionale,⁷ la necessità di una formazione progressiva.

In conclusione, la rivista Coop si presenta come una rivista "moderna" e innovativa, attenta anche alle problematiche dell'educazione, ritagliando ad esse un posto non irrilevante nell'insieme degli argomenti trattati.

2. "Bene insieme": il mensile dei soci CONAD

"Bene insieme"⁸ è pubblicato dal 1989⁹ in edizione unica per tutta l'Italia. La sua diffusione non è capillare come quella del mensile Coop, ma è pur sempre significativa: 870.000 nel 2011, 895.000 copie nel 2004, 1.150.000 nel maggio 2010. Dal numero di gennaio 2011, però, la rivista ha cessato di essere inviata a casa in abbonamento postale ai soci CONAD, e viene distribuita *brevi manu* solo nei punti vendita.

Nel tempo, la rivista ha avuto una cadenza di dieci numeri l'anno, accordando i primi due numeri e i due numeri estivi: nell'anno 2004, ad esempio, i numeri di gennaio-febbraio e luglio-agosto escono uniti.

Dal punto di vista grafico, nel tempo si sono susseguiti diversi formati: fino al gennaio 2005 il 25 x 21, poi fino all'aprile 2010 il 28 x 21 (in carta patinata), e infine dal maggio 2010 il 26 x 20.¹⁰ Il formato, rispetto al mensile Coop, fa apparire la rivista meno "innovativa", perché meno pratica, dato che la maggiore larghezza non è congruente con una normale borsetta femminile, per esempio; risulta però certamente più accogliente, visto che le immagini scelte per le copertine necessitano di uno spazio visivo allargato.

È quindi una rivista più tradizionale rispetto a quella dei soci Coop, nella quale le promozioni di prodotti CONAD o articoli di cultura generale agganciano ad un prodotto a marchio CONAD sono più evidenti che nel mensile Coop.

Le copertine della rivista CONAD presentano sempre un piatto tipico, collegato al principale tema gastronomico indicato anche in copertina.

A. MANTERO, *Incontri formativi per i rappresentanti dei soci*, "Consumatori", anno XXIV, n. (gennaio-febbraio 2005), p. 38.

G. GRILLI, *Ancora a fianco delle comunità locali*, "Consumatori", anno XXIII, n. 10 (dicembre 2004), p. 36.

La rivista risulta registrata al Tribunale di Bologna con atto n. 5645 il 24 ottobre 1988. Il 2011 risulta l'anno XXII di pubblicazione.

Dalle caratteristiche del materiale si capisce che è stampato su carta riciclata, ma questa scelta non è enfatizzata, come avviene invece nel caso della rivista Coop.

Per esempio, nel giugno 2009 il tema è "Cucina CON GLI AMICI"¹¹, in luglio-agosto 2009 "Cucina PREPARA LUI", nell'ottobre 2009 è "Cucina POMERIGGIO CON LE AMICHE", nel novembre 2009 è "Cucina SUL DIVANO", nel dicembre 2009 "Cucina CHEF", nel marzo 2010 "Cucina IN GELATINA". Le immagini associate a questi titoli sono cibi, presentati con le modalità tipiche della *nouvelle cuisine* degli anni Ottanta: porzioni ridotte, colori vivaci, attenzione alle guarnizioni. Da questa selezione si nota anche che il destinatario principale è la donna, una donna certamente "moderna", che lavora, ma che rimane sempre la principale attrice sulla scena della casa.

Non mancano tuttavia, in quasi ogni numero, articoli che riguardano tematiche educative di carattere generale, come ad esempio nel caso del numero del novembre 2004, in cui appaiono *Sport e calorie: miti da sfatare*,¹² nel quale si mette in guardia da alcuni luoghi comuni che circolano sull'argomento, e *Di papà ce n'è uno solo*,¹³ nel quale si opera fin dal titolo, parafrasando il noto adagio relativo alla mamma, una forte rivalutazione del ruolo paterno. Inoltre, cominciano ad essere divulgate una serie di iniziative CONAD in accordo con le scuole, che trovano sempre più spazio.

La rivista è sempre stata articolata in una serie di rubriche fisse che, secondo la domanda sociale, hanno cercato di coprire tutti gli aspetti della vita familiare e sociale di un consumatore-tipo. La struttura della rivista è pertanto variata nel tempo, aprendo rubriche e cercando di intercettare i nuovi bisogni culturali dei destinatari. Se per esempio prendiamo la rivista del settembre 2001, vediamo che le rubriche di cui si compone sono molte (14): Nutrizione, Cucina, Sapori, Bere, Fitness, Salute, Casa, Attualità, Solidarietà, Turismo, Diritti, Soldi, Come si fa, Posta), e ben più della metà di esse sono declinazioni dell'universo "alimentazione". In questo numero in particolare, non c'è niente di direttamente connesso con il mondo dell'educazione, se non quella fisica¹⁴ o medico-sanitaria.¹⁵ Ben diversa è la struttura della rivista 10 anni dopo, ad esempio quella del maggio 2011. Essa risulta divisa in 6 parti (Cucina, Mondo CONAD, Trend, In Forma, Turismo, Rubriche),¹⁶ con un processo di "razionalizzazione" e accorpamento di temi prima trat-

¹¹ La scelta del minuscolo e del maiuscolo è della redazione della rivista.

¹² A. SHANDY, *Sport e calorie: miti da sfatare*, "Bene insieme", XVI, 10 (novembre 2004), p. 37.

¹³ L. CATANZARO, *Di papà ce n'è uno solo*, "Bene insieme", XVI, 10 (novembre 2004), p. 48.

¹⁴ E. BERRUTI, *Sretching: mi allungo ma non mi spezzo*, "Bene insieme", XII, 8 (settembre 2001), pp. 32-34. Nell'indice, peraltro, il numero è indicato come "luglio-agosto".

¹⁵ A. NAVA, *Smascheriamo il killer silenzioso*, "Bene insieme", XII, 8 (settembre 2001), pp. 37-39. Si noti l'enigmatica del titolo, che sembra indurre il lettore alla lettura dell'articolo per scoprirne il contenuto (l'ipertensione).

¹⁶ Nell'indice, ciascuna parte è evidenziata da una colorazione.

tati in modo quasi episodico: in quest'ultima parte dedicata alle Rubriche, appare "Crescere insieme", curata dalla pedagogista Patrizia Baldrighi, ed espressamente dedicata ai problemi educativi dell'infanzia.

Per lungo tempo, le parti/rubriche erano approfondimenti specifici del più generale tema dell'alimentazione, come già accennato: fino alla fine degli anni Novanta, ad esempio, le rubriche principali erano "Il dietologo", "Il vino", "L'allergologo", "La ricetta del mese", e si presentavano con testi molto stringenti, concentrati in modo referenziale sull'argomento. La rubrica "Lavoro" provvedeva, in parte, anche a fornire informazioni su aspetti della formazione, mentre "Fitness" si occupava (e si occupa) di educazione fisica e di benessere psicofisico.

Tra le rubriche dell'ultima decade (2000-2010), segnaliamo "In loro compagnia", che si occupa dei rapporti con il mondo animale, in particolare con i piccoli animali; "Crescere insieme", che tratta i rapporti tra genitori e figli e che appare solo nel 2009; "In agenda", che offre una panoramica dei principali eventi culturali italiani (mostre, fiere, feste tradizionali); "Tempo libero", che seleziona libri, film, spettacoli teatrali e concerti musicali; "In rete", che presenta una selezione di tematiche sull'uso e l'abuso di Internet (anche questa relativamente recente). Nel dicembre 2004 appare una sezione dedicata alla "Solidarietà", e un'altra dedicata alla "Salute", sganciata dal tema dell'alimentazione e declinata come approccio educativo allargato ai problemi della salute. Alcune rubriche hanno poi cambiato la forma, aggiornandola, ma non il contenuto: nell'anno 2003 c'è la rubrica "Lo psicologo", che poi diventa "Menti e comportamenti", e che dal 2009 si arricchisce di una sezione di lettere dei lettori.

Scorrendo i numeri della rivista CONAD e cercando qualche spunto educativo, notiamo che si dà un certo spazio ai temi della cosiddetta "educazione non formale" o "informale", per esempio occupandosi del tema dei colloqui di assunzione,¹⁷ in cui ci si rivolge a giovani in cerca di lavoro, probabilmente i figli e le figlie di coloro ai quali arriva la rivista. Un certo spazio è sempre dedicato all'educazione alla salute, trattata dal punto di vista "sanitario", come quando ad esempio ci s'interessa del problema delle vaccinazioni,¹⁸ nel quale si riprende, forse con eccessiva disinvoltura divulgativa, un tema molto attuale,¹⁹ o del comportamento da tenere in caso di

¹⁷ A. PASTORE, *Nessun errore al colloquio di assunzione*, "Bene insieme", XVI, 11 (dicembre 2004), p. 50.

¹⁸ L. DAMASCELLI, *Vaccini sì o no?*, "Bene insieme", anno XVI, n. 11 (dicembre 2004), p. 34.

¹⁹ È nato addirittura un movimento organizzato di genitori che rifiuta di sottoporre i propri figli alle vaccinazioni "obbligatorie".

primo soccorso a casa,²⁰ un tema che riscuote sempre interesse per la sua immediata utilità (e sul quale, a dire il vero, circolano una gran quantità di informazioni, spesso contraddittorie tra loro). Non manca certamente l'attenzione alla dimensione scolastica dell'educazione, anche con incursioni in gradi scolastici non certo frequenti, come quello del livello "master" post-universitario;²¹ si tratta evidentemente di un'attenzione ai consumatori che hanno figli studenti universitari, ai quali dare dati con cui iniziare a dedicare un mondo a loro probabilmente poco comprensibile; l'articolo in questione, infatti, è denso di dati statistici sulle possibilità di occupazione. Praticamente costante nel tempo è stato l'interesse per l'educazione fisica declinata come *fitness*, aspetto particolare del più ampio concetto di *wellness*, con una particolare attenzione ad apparire aggiornati, come nel caso di un articolo dedicato alle nuove metodologie dell'allenamento.²² Infine, ci sembra che la rivista CONAD, certamente dagli ultimi anni della prima decade del Duemila, si sia dedicata con una certa periodicità all'infanzia, e non solo all'aspetto della sua educazione alimentare. Ne sono testimonianze articoli che trattano ad esempio del rapporto tra crescita infantile ed espressione delle emozioni, spiegando in termini divulgativi la problematica del cosiddetto "oggetto transizionale",²³ o rivalutando agli occhi del lettore comune gli scarabocchi come "forma immediata delle nostre sensazioni",²⁴ o una lettura educativa di eventi della vita quotidiana, sempre osservati dal punto di vista dell'infanzia,²⁵ come può essere il modo in cui comportarsi con i bambini al rientro dalle festività natalizie.

In conclusione, la rivista CONAD si presenta come una tradizionale rivista per "consumatori", nella quale l'attenzione è prioritariamente rivolta all'universo del consumo (prevalentemente alimentare): la trattazione di problematiche educative con una certa continuità e un certo "spessore" è un'acquisizione relativamente recente, che in ogni caso non riesce a trovare la rilevanza che forse meriterebbe nell'insieme degli argomenti trattati.

²⁰ E. ERRICO, *Soccorso a domicilio*, "Bene insieme", XX, 2 (marzo 2009), pp. 19-20.

²¹ D. SALLUSTRI, *L'utilità del Master*, "Bene insieme", XVII, 1 (gennaio-febbraio 2005), p. 52.

²² A. SRANDY, *Aria nuova in palestra*, "Bene insieme", XVII, 1 (gennaio-febbraio 2005), p. 44.

²³ L. CATANZARO, *Una vicemamma a forma di orsetto*, "Bene insieme", anno XVI, n. 1 (gennaio-febbraio 2004), p. 34.

²⁴ C. FABIANO, *Segnali di biro*, "Bene insieme", XIX, 8 (ottobre 2008), pp. 36-37.

²⁵ P. BALDRIGHI, *Piccole sfide per il nuovo anno*, "Bene insieme", XXII, 1 (gennaio-febbraio 2011), p. 37.

3. Considerazioni conclusive

Entrambe le riviste presentano articoli brevi, su temi che caratterizzano la gestione della quotidianità educativa e scolastica, senza eccessivo approfondimento, vista la natura comunicativa "breve" della rivista, la cui lettura si esaurisce in pochi giorni. È tuttavia encomiabile la continuità con cui entrambe le riviste portano all'attenzione dei lettori temi educativi in positivo, cosa che spesso non capita alla stampa quotidiana, più occupata ad inseguire la notizia eclatante che a presentare una "bella" ordinarietà.

Applicando alle due riviste alcuni strumenti provenienti dall'analisi del discorso pedagogico,²⁶ possiamo affermare che la rivista Coop predilige la scelta di far sentire il cliente un cittadino responsabile, diversificando in modo significativo gli argomenti affrontati rispetto alla *mission* che ci si aspetterebbe. Questo avviene per esempio utilizzando spesso la scelta dell'intertestualità, con il rimando ad altri testi (giornali, riviste, libri, film), specialmente nella sezione "Vivere bene". In molti numeri, lo spazio dato alle tematiche del consumo (spazi pubblicitari veri e propri compresi) sembra essere assai ridotto rispetto a quello dedicato a tematiche culturali. La scelta dei temi rende anche la rivista più unisex, mentre ci si potrebbe aspettare un occhio di riguardo per un destinatario femminile.

La rivista CONAD invece propone tematiche maggiormente referenziali rispetto allo scopo, e predilige la centralità della casa e della tavola, anche se le discioglie in un'estrema varietà di argomenti. L'effetto finale è quello di una minore "formatività", perciò il lettore si sente sempre e comunque cliente, e meno cittadino o persona. Il destinatario finale, anche se non esplicitamente teorizzato come tale, è la donna intesa come consumatrice e amministratrice della casa, ruoli certamente non innovativi, anche se declinati in modo non banale.

Il presente contributo, dipendente da un esame non sistematico delle fonti, ha lo scopo solo di avviare una pista di ricerca in questo settore, finora inesplorato in chiave pedagogica e/o storico-pedagogica. È auspicabile pertanto uno studio più approfondito di queste due riviste, nonché di tutte le altre forme di comunicazione dei grandi gruppi della distribuzione orga-

²⁶ Cfr. O. REBOUL, *Le langage de l'éducation. Analyse du discours pédagogique*, Paris, Press Universitaires de France, 1984; traduzione italiana di Edmondo Coccia, *Il linguaggio dell'educazione. Analisi del discorso pedagogico*, Roma, Armando, 1986; N.S. BARBIERI, *Filosofia analitica dell'educazione e analisi del discorso pedagogico. Storia di una tradizione di ricerche e della sua influenza sulla pedagogia italiana*, Padova, Cleup, 2001; N.S. BARBIERI, *Analisi del discorso pedagogico*, in G. ZAGO (a cura di), *Da maestri a direttori didattici*, Lecce, Pensa Multimedia, 2007, pp. 43-116.

nizzata, in particolare quelle non-cooperative,²⁷ in modo tale da avere un panorama più nitido di questi strumenti di educazione non formale, creatori anch'essi di identità sociale.

²⁷ In particolare, meriterebbe un confronto con le due riviste qui trattate l'universo comunicativo del gruppo "Esselunga", il cui patron Caprotti è stato recentemente al centro di una polemica per la pubblicazione del volume *Falce e carrello*, nel quale sono stati espressi giudizi molto negativi nei confronti delle cooperative rosse, rec. a suo dire, di impedire la diffusione dei suoi punti vendita in certe zone del Paese (Emilia Romagna e Toscana).

Questo volume raccoglie le relazioni e le comunicazioni presentate al Seminario di Studi della SPES (Società di Politica, Educazione e Storia) dall'omonimo titolo *Appuntamenti con l'educazione, ovvero: educazione, scuola e politica nella stampa periodica*, tenutosi presso il Dipartimento di Educazione e Scienze Umane dell'Università di Modena e Reggio Emilia, sede di Reggio Emilia, nei giorni 3 e 4 dicembre 2010.

Il Seminario si è concentrato sulle caratteristiche, sui meccanismi e sulle implicazioni del rapporto tra educazione e politica così come emergono dalla fonte privilegiata presa in esame, quella appunto della stampa periodica.

Si tratta di una fonte estremamente eterogenea nelle sue tipologie (si va dal quotidiano al settimanale o al mensile d'approfondimento culturale e/o politico, dal rotocalco al periodico di settore, dagli organi di stampa promozionale di alcune aziende alle testate *on-line*), ciononostante accomunate da alcuni tratti peculiari che rendono particolarmente interessante l'indagine e l'interpretazione dei temi individuati.

Nicola S. Barbieri è professore associato di Storia della pedagogia nell'Università di Modena e Reggio Emilia dove insegna Storia della pedagogia, Letteratura per l'infanzia, Storia comparata delle istituzioni educative. Tra le sue pubblicazioni più recenti: *Letteratura per l'infanzia. Teorie pedagogiche e pratiche testuali* (Padova, 2008); *La fantasia del reale. Esopo e la favola* (Reggio Emilia, 2008, a cura di, in coll. con A. Contini).

Elena Marescotti è ricercatrice confermata di Pedagogia generale e sociale nell'Università di Ferrara dove insegna Educazione degli adulti. Oltre a diversi articoli e saggi ha pubblicato recentemente *Le parole chiave della pedagogia speciale* (Roma, 2006); *... e venne il 1859. Personaggi ed eventi tra educazione e politica* (a cura di, in coll. con D. Lombello, Lecce, 2010); *Educazione degli adulti. Identità e sfide* (Milano, 2011).

ISBN 978 88 6129 805 7



€ 19,00