

Saperi & Tessuti

LA DIVISA regolamentare del vacanziero era: scarpe a punta, allacciate, marron; calzino bianco rigorosamente corto in cotone makò operato; pantaloncino kaki modello truppe italiane in Africa orientale; canottiera di cotone bianco a costine; medaglietta della Madonna sul petto villosa. Così Alberto Sordi nel memorabile «Le vacanze intelligenti», e così migliaia di italiani di ogni classe sociale, e perfino i bambini: «mettiti la canottiera!» ordinavano mamme e fantesche con la perentorietà di un capo-scalo dell'Iran Air pronto ad imporre il nero chador, nonostante si trovi a Milano o a Stoccolma, a stupende e biondissime dipendenti della compagnia.

Un vero oggetto interclassista, la canottiera - o più semplicemente canotta - sotto cui batteva il cuore di un popolo intero. Copriva il petto del magistrato di Cassazione, a sua volta coperta da dignitose camicie di cui la moglie conservava eternamente nel cassetto colli e polsini di ricambio; vestiva l'industriale a Viareggio o sul Garda (nella commedia all'italiana, sempre l'attore Claudio Gora) che ci metteva sopra le sue camicie fantasia aperte, rigorosamente a manica corta; ma soprattutto allo stato naturale (live! live!) proteggeva dai raggi solari il villosso busto del vacanziero e quello del camionista. E anche dell'imbianchino, del verdureiro, del pensionato delle ferrovie intento a coltivare l'orto. Oh tripudio di catenine d'oro della nonna, della Comunione, con medaglietta della Madonna di Pompei, con crocifisso agonizzante, con anello matrimoniale infilato alla malandrina nella collana; oh medaglie con cifre, segni zodiacali e emblemi calcistici; oh coralli, oh cornetti d'oro ritorti, di (via, diciamo) falci e martello d'oro con stella!

Nulla come la canottiera sul bel pelo irsuto pettorale valorizza, diciamo, la catena d'oro con simboli politico-culturali, da soli o in gustoso sincretismo (iniziali della moglie + aquila della Lazio; immagine della Madonna + falce e martello + cornetto propiziatorio). Le sue ampie scollature avanti e dietro e il generoso scavo ascellare si prestavano poi ad un ambiguo uso unisex da parte di quarantenni bruno e forzute, madri di numerosa prole dalla fronte bassa, purché (ceravamo in tempi castigati e timorosi di Dio) in combinazione con reggipettoni terza misura in lycra e cotone, Criss Cross, coppe rinforzate, con spallina gigante che, maliziosa, non si combinava mai con quella della canottiera soprastante.

ICAMIONISTI si affacciavano alle cabine dei loro Fiat 685 N, degli Om Tigre, degli Alfa 900 o dei bellissimi Lancia Esatau e poi Esadelta (detto dagli autisti «televisor») ovviamente corazzati Viberti oppure Officine Meccaniche Tortona, mostrando canottiere bianche, e talvolta celesti. Andavano al gabinetto nei distributori portando un asciugamano marron sopra le spalle, luccicando di catenine e braccialetti; certo mancanti di stivali alla cow boy come in «Duel» ma non privi di un loro alone di leggenda, maturato sui tornanti del Bracco o di Radicefani. Quasi calpestavano le famiglie in vacanza, su minuscole 850 nocciola, tutto un tripudio di canottiere del capofamiglia e delle numerose prole a scalare, come matrosche estive, mentre la moglie del capofamiglia, con la portiera aperta, si sventola con un asciugamano tentando vanamente un riparo all'afa, con un gesto che in altra occasione sarebbe apparso lascivo, ma in pieno agosto chi ci pensa? Le cicale facevano z-z-z dall'alto dei pini a ombrello, i vacanzieri riempivano il piazzale del distributore (quelli Agip con la tettoia tipo Stazione Termini,



La canotta interclassista

quelli della Shell fatti a conchiglia, quelli Aquila tondeggianti), si aprivano giganteschi cartocci bisunti con dentro panini alla mortadella e alla frittata, thermos di caffè caldo, pesche durissime e senza zucchero. I bambini volevano che gli si comprasse qualcosa e venivano respinti con forti perle, il capofamiglia consultava la carta pieghevole «omaggio dei gestori Caltex» eventualmente con l'ausilio del figlio maggiore che va alle medie, ciascuno con la sua brava canottiera di cui, in caso di sbrodolamento di caffè, the o altre cose, la mamma e la nonna tenevano una provvista tipo corredo di nozze in una valigia sempre a portata di mano con i fazzoletti, gli occhiali, il rosario, il ventaglio e altri utili accessori.

Non che la canottiera non vantasse i suoi ascendenti. «Ossessione» (ovvero «Il postino suona sempre due volte» in versione padana, un Luchino Visconti d'annata, era il 1942) ne fa un uso discreto ma solido. Gino, il camionista assassino, ne è cliente affezionato: si tratta del buon Massimo Girotti, del quale vorremmo sottolineare la somiglianza con il ministro Maroni che si accentuerà in «Senso», in cui fa il patriota Usconi e ha sempre, come il Maroni, la barba di due giorni. Ma fra i detentori di canottiera vorrei citare Montgomery Clift, Marlon Brando, James Dean, talvolta addirittura con pacchetto di sigaret-

te sotto la stoffa della manica; c'è anche Paul Newman dallo sguardo sorrione ne «La Stangata». Non a tutti è dato riparare la giostera di un bordello con fantastica canottiera, bretelle e, immagino, ragazze a volontà. Quindi non si può dire che l'indumento non abbia i suoi quarti di nobiltà. Anche Giorgio Armani sarebbe di questo parere, ma conosciamo anche le sue crociate in difesa dello slip.

Non c'è dubbio però che a un certo punto il nostro capo di vestiario non sia apparso, d'improvviso, volgaruccio. Il povero Craxi, senza ancora sapere tutto quello che gli sarebbe capitato, inaugurò il congresso di Bari del Psi (quanti secoli fa? Nel 1990? Nel 1992) tra migliaia di nani e ballerine sfoggiando una canottiera strepitosa sotto una camicia bianca semi-trasparente da cameriere del buffet della stazione. Faceva un caldo torrido, i boiardi scalpitavano, le ballerine sorridevano al nulla, i nani indossavano canottiere mignon e probabilmente c'era anche Tatarella, nativo del luogo, ma nessun vate seppe predire a ciascuno la sua sorte: tanto, nessuno ci avrebbe creduto. All'indomani i 3/4 dei commenti dei «colleghi giornalisti» (come diceva Luca Giurato a «Blob») erano dedicati alla formidabile canotta in filo di Scozia del segretario Psi e non erano,

spiace dirlo, molto favorevoli. La canottiera e il suo proprietario erano già sul viale del tramonto e non lo sapevano, avrebbero dovuto capirlo da quei commenti, dopo un decennio in cui gli stilisti avevano arredato tutto, le signore per la prima della Scala e gli aerei dell'Alitalia, i sedili della Y10 e la presidenza del Consiglio.

Chi ha ucciso la canottiera? Eh sì, non è stata una scomparsa naturale, ci sono precise responsabilità. Breve sosta nella stanza adiacente per consultare il vocabolario di inglese e sapere cosa vuol dire «loom»: vuol dire «apparizione della terra all'orizzonte» (?), oppure «telaio». Devo quindi arguire che «Fruit of the loom» significhi «frutto del telaio». Ecco

l'assassino, la T-shirt, detta comunemente «fruit» dalla marca più prestigiosa. Essa ha sostituito la canotta in entrambe le versioni: da sottopelle e per esterno. L'abbiamo vista tutti nei film di Woody Allen, sotto le camicie scozzesi: sembra che solo Nanni Moretti sappia portare tali camicie direttamente sulla pelle, tutti hanno bisogno di quel collanino bianco, quel clergyman di cotone che sbucca dalla camicia a quadretti e che, fra i suoi pregi, ha quello di nascondere ogni eventuale collana. Naturalmente sopra la fruit la camicia dev'essere a maniche lunghe: vi immaginate la goffaggine delle maniche della T-shirt che fuori escono da quelle del camicetto? Dunque, un altro passo avanti verso la civiltà.

IN AMERICA la T-shirt c'era sempre stata: quante ne abbiamo viste, sempre sotto la camicia, nei telefilm della tv dei ragazzi? Raccontavano di famiglie rurali, rigorosamente con il camioncino con scritto «Ford» sul dietro del cassone, con bambini un po' grassi, mamme che facevano torte, tendine alle finestre. Il tasso di T-shirt era altissimo, come in «Ritorno al futuro», ma da noi vincevano le canottiere marca «Cagi» o «Enea» come le mutande. In Italia, per la verità, la Marina militare aveva nella divisa estiva delle magliette bianche di cotone pesante con lo scollo (ovviamente) «a barca»: si chiamavano «argentine» e si portavano con il berrettino bianco e il numero di matricola scritto dentro con un inchiestro nero che non andava via. La popolazione non navigante, tuttavia, non ne faceva uso.

Perché si diffuse la T-shirt? Io credo che (oltre ai soliti processi imitativi) sia importante il fatto che sulla T-shirt puoi facilmente stampare quello che vuoi. Provate a scrivere «Fate l'amore non la guerra» su una canottiera, se vi riesce, e costatate di persona il sex-appeal della cosa. Invece sulla maglietta puoi far stampare la foto della migliore amica, il nome della barca, il numero di telefono di una pizzeria; ma puoi anche stampare un quadro di Mirò o il simbolo della Festa de l'Unità. Le magliette sono tutte uguali, ma così diventano tutte diverse, comincia il collezionismo, cassetti si riempiono di magliette di Amsterdam o di Tokio portate dall'amica che fa la hostess, e via con il business. C'è chi vende magliette con la foglia di marijuana, chi con la testa di Mussolini (quella con l'elmetto), chi con la Madonna di Medjugorje e chi con la faccia di Maradona. C'è stato anche chi ne ha fatte (a Napoli) con una falsa cintura di sicurezza allacciata per fregare la polizia, e non si è mai saputo se era oggetto d'uso o provocazione di artista in cerca di pubblicità.

Immaginate una collezione di canottiere: una bianca, una celeste, una blu... una vera aberrazione, la cosa non sta in piedi. Così andiamo tutti in giro testimonianze sulle magliette le città viste e le idee politiche e ci sentiamo tutti moderni e spiritosi. Resistono le canottiere in qualche bar di provincia, o in Albania; tra solitari cercatori di funghi o in remote località termali convenzionate con le mutue, o al governo, che è di destra e di canottiere deve averne più d'una, sotto quei doppi petti. Tra poco spariranno definitivamente, saranno conservate al museo del folklore o fatte sfilare nelle località turistiche: «seguirà il corteo in costume tradizionale e in canottiera». Ma non tutto è perduto! Un giorno qualche vip si farà fotografare in canotta, qualche stilista effettuerà il «recupero», si teorizzerà il «ritorno alle radici» e al genuino vestire italiano, la televisione amplificherà, le città si riempiranno di nuovo di bianche canottiere. Non temete, ritorneranno!

ENRICO MENDUNI

Il rapporto con Gramsci, l'atteggiamento verso l'URSS, la ricostruzione dell'Italia. Una nuova lettura dell'opera di Togliatti a trent'anni dalla sua morte.

Togliatti sconosciuto

di Giuseppe Vacca

Sabato 20 agosto in edicola con l'Unità



Diventa anche tu A/Gente Speciale



Progetto realizzato in collaborazione con



Programma per l'ambiente delle Nazioni Unite

CON IL PATROCINIO DEL MINISTERO DELL'AMBIENTE

100 città pulite il 25 settembre 1994

Si anchio voglio essere un A/Gente Speciale di Puliamo il mondo e domenica 25 settembre 1994 mi rimborcherò le maniche per cominciare a pulire un parco, un giardino o un'area verde tra quelle prescelte. Farò così parte di un grande progetto internazionale che, grazie a tanta A/Gente Speciale come me, dimostrerà che si deve e si può fare qualcosa per un mondo più pulito.

Nome e Cognome.....
 Via.....
 Cap..... Città..... Tel.....
 Ho versato la quota di iscrizione per diventare A/Gente Speciale Puliamo il mondo e ci vedremo il 25 settembre

Per iscrivermi ufficialmente a Puliamo il mondo invio questo coupon e verso sul c/c postale 21451208 intestato a LEGAMBIENTE - Via Bazzini, 24 - 20131 MILANO indicando la causale «Puliamo il mondo» la somma di lire 10.000. Riceverò così tutto il materiale informativo dell'iniziativa con l'elenco delle aree coinvolte. La ricevuta del c/c postale mi darà diritto a ritirare, presso il comitato organizzatore a me più comodo, un kit contenente: la t-shirt A/Gente Speciale Puliamo il mondo, l'assicurazione per la giornata e altre sorprese di benvenuto. Adesso compilo il coupon, corro in posta e comincia a parlare con i miei amici di Puliamo il mondo, perché penso che ci sia tanta A/Gente Speciale come me.

Spedisci subito questo coupon a LEGAMBIENTE - Via Bazzini, 24 - 20131 MILANO Per qualsiasi informazione su PULIAMO IL MONDO telefona al numero 02/70632885 - Fax 70638128