



## Elogio della massaia rurale

**Mamma, mormora la Boldrini, mai più con spot e biscotti. Non capisce, la moderna, la natura dell'accudire che invece è eterna. Il focolare, un trasfigurare d'amore nella sostanza di roba e ciccia**

**M**amma, mormora la Boldrini, mai più con la pappa e coi biscotti. Ma dire che non se ne può più di mamme col grembiule e la pasta pronta significa dire che non se

DI PIETRANGELO BUTTAFUOCO

ne può più della mamma in quanto mamma, parliamone pure, sfasciamo volentieri tutti i tabù e l'enunciato ha solo questo significato: liberiamoci della mamma.

Mamma, mormora la Boldrini, mai più con certi spot. Se Laura Boldrini, dunque, non vuole saperne di pubblicità dove il genitore 1 fa il genitore 1 - cioè la locomotiva - e il genitore 2 fa il genitore 2 - dunque la vivandiera - significa che non vuole saperne più di una divisione di ruoli dove la femmina è quella che mette a dimora la vita, nutrendola, e il maschio, civilizzazione a parte, è quello che la difende, la vita. Procurando il cibo.

Mamma, mormora ancora la Boldrini, basta con un'idea della donna relegata ai fornelli. Ma la natura ancora non lo sapeva di tutti questi problemi derivati dalla modernità. L'ignorante natura neppure lo immaginava che dopo le bocche da sfamare sarebbero sopraggiunte le bollette da pagare. Nessuno, neppure Rousseau, nell'affollarsi di lavatrici, poteva immaginare la necessità di lavorare in due, correre in due, uscire di casa in due e siccome con la correttezza ideologica la nostra razza sarà sempre assai più povera di desideri che di buoni propositi, parliamone pure, tanto di mamma ce n'è una sola e quella solo questo fa: accudisce. E stampa in faccia al pupo il marchio indelebile di un monoteismo travestito da bisogno primario, questo: non avrai altra mamma che la mamma.

Mamma, ha mormorato infine la Boldrini, mai più donne accudenti. All'estero - ha detto il presidente della Camera - cose così non le fanno. E però - va bene - parliamone. Ci fosse stata Maria Antonietta di Francia avrebbe già risolto: si sarebbe fatto carico la servitù di portare a tavola le brioches per lei e per i pupi ma non si può pensare di anticipare a tal punto l'avvenire chiedendo alla mamma di trasformarsi in un'infelice, orba del predominio assoluto sul rito del focolare.

Ecco, il focolare. Se proprio non c'è più, c'è un retaggio. Ancora meglio: un istinto. E il focolare non è nel celebrato angelo retorico col grembiule e il mestolo.

Il focolare è quel trasfigurare d'amore nella sostanza di roba e ciccia. Boldrini che è magister del sentimento diffuso nel blabla umanitario forse sa di diritti, certamente di emancipazione e di sicuro sa anche di sessualità liberate ma sembra non conoscere la scienza umanissima dell'economia domestica. Il mettere a cuocere è il mettere mani sul destino dei propri figli. Perfino il marito, l'uomo, quel simulacro di autorità qual è il maschio, è solo un tramite di panza e presenza laddove quest'ultima però, già nel ruolo suo di vir, è spirito vivo di un procedere di carni che fanno il mestiere dell'eredità.

Roba, ciccia e spirito, quindi. Ed è un qualcosa che gli spot, oggi, replicano nella necessità di far commercio sapendo di trovare in Italia, nella patria delle massaie, una vena ricca di rimandi profondi, giusto per cantare "La Canzone della Terra" con Lucio Battisti: "Al risveglio alla mattina / quando il gallo mi apre gli occhi alle quattro di mattina / prima cosa polenta a fette e nell'aria voglio sentire il profumo del caffelatte". In verità, il testo, ha strofe pericolose sul tipo "devi, devi e devi".

I rimandi sono rimandi e tutto quel cantare del villico, nell'interpretazione di Battisti, non è un capriccio decorativo, ma un cantar chiaro: "Prima cosa voglio trovare il piatto pronto da mangiare e il bicchiere dove bere". Certo, la natura resta ignorante e non si può determinare la provenienza di tutto un retaggio attenendosi a una canzone. Anche la vedova Battisti, per come la conosciamo dalle cronache, durissima e invincibile qual è, rivela un profilo coriaceo e terragno ma se un solo remo è insufficiente indizio per conoscere un grande mare, la sceneggiatura di un qualsiasi spot, con tanto di papà e pupi, quando verte su quel codice, sta riportando in scena la massaia. Come da bisogno primario. Come da monoteismo travestito.

Certo, mormora la Boldrini, ma la massaia, specie quella rurale, è il modello unico di grande madre su cui l'identità italiana - dal "Mulino del Po" di Riccardo Bacchelli a "Canale Mussolini" di Antonio Pennacchi, giusto per citare due capolavori della letteratura - ha da sempre confermato l'istinto, anzi, il principio: quello di realtà. Di mamma ce n'è una sola perché nell'essenza, questa, è massaia. E solo una cosa, fa: accudisce.



CLEOPATRA BOLDRINI IL GOVERNO SALVO E IN TELEFONO NO SI VOTO

## La caffettiera e il sol dell'avvenire

Lo stereotipo mattutino che faceva già ridere in una canzone dei 70

Roma. "Penso alla pubblicità, a certi spot italiani in cui papà e bambini stanno seduti a tavola mentre la mamma in piedi serve tutti; oppure al corpo femminile usa-

to per promuovere viaggi, yogurt e computer. Spot così, vi assicuro che in altri paesi europei ben difficilmente arriverebbero sullo schermo". A leggere le dichiarazioni della presidente della Camera, Laura Boldrini, fatte martedì nel corso dell'incontro a Palazzo Madama su "Donne e media", ci si chiede su quale pianeta abiti. Ma non è dell'Air France - solo un esempio - quella pubblicità con una donna dalle gambe scoperte, gonna svolazzante alla Marilyn Monroe, e lo slogan: "Faire du ciel le plus bel endroit de la terre", fare del cielo il posto più bello della terra? E noi che credevamo che l'Air France fosse la compagnia di bandiera del paese dal quale dovremmo noi tutti andare a lezione. Noi italiani trogloditi, berlusconizzati, sessisti e per ora (ma presto si rimedierà) privi di catechismi politicamente corretti che rieduchino le masse alla parità dei sessi (pardon) dei generi.

Certo, ci si chiede dove fosse finita la non ancora presidente della Camera quando la "nuova" Unità diretta da Conita De Gregorio si presentava ufficialmente ai lettori con la memorabile pubblicità nella quale campeggiava un sedere femminile fasciato da una minigonna di jeans, mentre il quotidiano spuntava, bichino, dalla tasca posteriore. All'epoca, la cosa ci sembrò piuttosto pacchiana, e molto all'insegna del buco che dice cornuto all'asino, viste le recriminazioni davvero quotidiane sull'uso del corpo delle donne che arrivavano proprio dalla neo direttrice del giornale fondato da Antonio Gramsci.

Magari sarà stata solo distrazione. Ma a furia di voler stanare stereotipi di genere ovunque (nell'uso del colore rosa da intendere alle bambine e da incoraggiare nei maschi, nelle favole da cui cancellare

principi azzurri, nella pubblicità che propone donne asservite alla casa) si rischia il ridicolo. Non perché non ci sia a volte un uso pessimo, pretestuoso, desolante delle donne in pubblicità, in Italia e altrove. Ma, proprio perché capita, è con la famiglia riunita attorno al desco (mamma, papà, figli e magari pure nonno, come oltretutto non capita più così spesso, purtroppo) che deve prendersela la presidente? Come se portare in tavola una zuppiera o il bricco del latte, per una donna, fosse qualcosa di umiliante, una tortura indicibile, un'attività degradante? Non sarà invece che proprio Laura Boldrini, con la sua lezioncina sugli spot made in Italy dove le donne "in piedi, servono tutti", contribuisce a svilire il lavoro di cura? Un lavoro che è anche cura delle relazioni, e che può contenere anche una notevole dose di potere, come il femminismo ben sa? Un lavoro al quale moltissime donne non solo non vogliono rinunciare, ma che rivendicano come modello nuovo anche per la politica, sicuramente da condividere ma comunque da riconoscere nel suo valore?

Troppo complicato? Meglio il politicamente corretto? Allora suggeriamo, come canovaccio di spot degno di figurare sulla Bbc o su France 2, quello che il compianto Corrado Sannucci, giornalista sportivo di Repubblica e cantautore, descriveva in una sua canzone dei primi anni Settanta, "La caffettiera": "Siamo andati in corteo / verso la caffettiera / al sole inneggiando / della rossa primavera / in cucina dallo scaffale / la macchinetta ho preso / mentre lei lacerava / la busta del caffè sfuso / succhiava il macinato / mentre io l'acqua metto / quel tanto che non venga / né lungo né ristretto / quindi avvito i due pezzi / e vado al cucinino / quand'è lei mi porge / affabile, un cerino / insieme sulla fiammella / del gas, ancora fioca / noi, mano nella mano / mettiamo su la moka / e quando l'acqua ribolle / e fuori il caffè zampilla / nei cuori innamorati / s'accende una scintilla".

## Andrea's Version

Il denaro "ammala il pensiero, ammala la fede e la fa andare per un'altra strada". E se scegli "la via del denaro, alla fine sarai un corrotto", ha aggiunto il Papa "bollando" il denaro come una "seduzione" che ha il potere "di farti scivolare lentamente nella tua perdi-

zione". "I primi Padri della Chiesa, parlo del secolo III, più o meno - ha ricordato Francesco - dicevano una parola forte: "Il denaro è lo sterco del diavolo". Appunto. E cosa intendeva Ciccio I, se non avvisare Scalfari che da una decina di giorni l'editore di Repubblica è nella merda fino al mento?