

# Introduzione

In un piccolo paese della Sardegna centrale, ancora oggi il matrimonio è festeggiato come momento di solenne ritualità collettiva: spartiacque significativo nell'esistenza dei singoli, esso continua a rappresentare un'occasione in cui l'intimità della storia personale degli individui emerge dal privato, saldandosi con la vita della comunità e del gruppo che più da vicino segue le vicende delle famiglie coinvolte. Per una fortunata casualità, qualche tempo fa, mi sono trovata ad ascoltare il racconto e i dubbi di una giovane donna del paese, alle prese con i preparativi delle nozze imminenti. Da mesi cercavo nella mente un'immagine che potesse dare una forma, anche solo provvisoria, alle riflessioni stimolate in me dagli studi e dalle frequenti discussioni, in famiglia come con le amiche, alla ricerca appassionata di frammenti di un insieme che doveva dare il senso alle mie esperienze personali di figlia, innanzitutto, e di giovane donna, alle prese con la costruzione di un modello identitario nel quale rispecchiarsi. Durante la conversazione con la mia interlocutrice, a sorpresa, ho trovato quell'immagine che andavo cercando.

Secondo quanto prescritto dalla tradizione locale, mi spiega la ragazza durante il racconto, la celebrazione delle nozze viene di norma preceduta da un preciso rituale preparatorio, il cui momento culminante è la presentazione del corredo della sposa alla piccola e curiosa comunità femminile delle amiche e delle parenti della madre: la biancheria che la giovane porterà con sé in dote, infatti, deve essere accuratamente lavata dalle donne, e successivamente stirata, prima di essere condotta nella nuova dimora della coppia. Il lavaggio ancora oggi viene svolto rigorosamente a mano, secondo il metodo tradizionale e con l'utilizzo del sapone fatto in casa: lavatrice e detersivi sono assolutamente banditi, pena l'annullamento dell'effetto benefico simbolicamente attribuito al rituale. Alla sapienza antica delle donne si demanda il compito di purificare ritualmente quanto di più intimo, e al tempo stesso connotato in

senso sociale, la sposa possa ricevere dalle pazienti mani materne: emblema di un codice della femminilità che si trasmette di generazione in generazione, il corredo rappresenta il filo simbolico che lega la figlia alla madre e alla comunità delle donne del paese. I gesti femminili, minutamente regolamentati dalla tradizione, fanno di tale lavaggio alla vigilia delle nozze un autentico rito di passaggio comunitario, che segnala l'ingresso della giovane nello stato adulto, mediante l'acquisizione della sua nuova identità di moglie e donna di casa. Il pregio dei tessuti e la raffinatezza dei ricami della biancheria dotale segnalano anche la funzione sociale rivestita dal corredo, emblema del benessere economico della famiglia della sposa, oltre che dell'esperienza e dell'alta qualità del "saper fare" casalingo della madre.

Il rito del lavaggio appare evidentemente l'occasione per un incontro e un confronto tutto al femminile, su cui si proiettano sentimenti di condivisione e partecipazione emotiva alle vicende personali, da parte del gruppo, ma anche curiosità invadenti, invidie, dissapori.

Dì qui l'originarsi del dilemma della mia interlocutrice, stretta tra il desiderio crescente di rompere con la tradizione, ricorrendo ad un rapido e privatissimo lavaggio in lavatrice, e un chiaro senso di colpa nei confronti della madre e delle donne intorno a lei, o meglio nei confronti del modello femminile che queste rappresentano e intendono trasmettere. Il timore sotterraneo di un rifiuto materno e comunitario mi appare, infatti, come la razionalizzazione dell'angoscia del distacco da un ideale femminile, quello di perfetta donna di casa ligia al controllo sociale, evidentemente interiorizzato dalla giovane in maniera sempre più conflittuale. La scelta tra la lavatrice e il bucato a mano diviene così, simbolicamente, il luogo della contrapposizione tra modelli identitari distinti, tra un'opzione innovativa, personale e privata, e perciò ad un tempo "liberatoria" e angosciante, e un'alternativa tradizionale, condizionante certo, ma in fin dei conti rassicurante, perché sanzionata dal consenso collettivo e materno.

Come nelle parole della sposa, tante altre volte in seguito, nelle informali conversazioni al femminile, ho notato che l'oggetto lavatrice è spesso accostato ad un concetto di "liberazione" delle donne. La sicurezza di tale accostamento, nella memoria e nelle convinzioni comuni, dà in realtà coesione ad una considerevole varietà di motivazioni. Per la mia prima interlocutrice, la carica liberatoria dell'elettrodomestico è consistita principalmente nella capacità dell'oggetto di offrire alla sua utilizzatrice l'opportunità di conquistare una gradita intimità indivi-

duale, al riparo da rituali costrittivi e soprattutto da una forzata condivisione collettiva di spazi e momenti percepiti invece come privati.

Provando a sollecitare la memoria delle donne che sono cresciute negli anni cinquanta del Novecento e hanno costruito una famiglia sotto gli auspici del nuovo e turbolento benessere portato dal “miracolo economico”, spesso mi sono imbattuta in racconti appassionanti e straordinariamente nitidi. Su certi passaggi, la memoria delle donne sembra non incrinarsi mai. Sono tante quelle che ricordano la data precisa dell’arrivo della lavatrice in casa. Molte ancora hanno l’immagine di donne al fiume, intente a lavare lunghe e pesantissime lenzuola bianche. Altre ricordano madri, nonne o cameriere impegnate nelle “giornate” di bucato. E quando le immagini del passato si accostano a quelle del differente vissuto attuale, più comodo e moderno, la parola “liberazione” ricompare immancabile. Liberazione dalla fatica, innanzitutto.

La lavatrice è protagonista anche di memorie familiari, non soltanto femminili: quando la già “famosa” macchina, prima diffusa in città, giunse in campagna, intere famiglie le si riunirono davanti, colte da un’attrazione magnetica. Qui, l’immagine che sigla il ricordo ha a che fare con lo stupore per la novità. Con un termine certamente non popolare, che riecheggia però quello della pubblicità del passato, potremmo parlare di “modernità”. Modernità della tecnologia, fascino per le macchine che sono entrate di prepotenza nella vita delle persone, arrivando ad incidere radicalmente anche nelle lente e resistenti abitudini del quotidiano, negli spazi e nei ritmi delle famiglie.

Privacy, comodità, modernità delineano, dunque, il campo semantico all’interno del quale molti ricordi e discorsi sul passato inseriscono la percezione e la convinzione di una liberazione favorita anche dalla lavatrice elettrica.

Per chi riflette sui processi storici con l’ambizione di metterne in luce, se non proprio di coglierne appieno, le complessità e le ambivalenze, parole come “emancipazione” o “liberazione” costituiscono autentici campi minati. Nella sfera del privato poi, dentro le mura di una casa o nei frammenti minimi della vita di ogni giorno, decifrare la presenza, la portata, la qualità di concetti come questi, e dei relativi processi che li sottendono, è forse ancora più arduo. Le strade della modernizzazione del quotidiano sono tortuose e piene di chiaroscuri.

È nato sulla scia di queste riflessioni l’interesse per la costruzione di una storia “sociale” dell’oggetto lavatrice<sup>1</sup>: una storia non ancora scritta in Italia, che segue il percorso dell’elettrodomestico dalle fabbriche alle

case delle famiglie italiane, dal dopoguerra alla fine degli anni sessanta, analizzando gli aspetti economici, sociali e culturali del suo avvento, per arrivare ad una riflessione sul significato cruciale assunto da tale oggetto nella trasformazione dell'organizzazione della vita domestica e nel vissuto delle donne, designate dal senso comune come responsabili principali della gestione della casa e, per questo, interlocutrici privilegiate delle strategie di vendita del prodotto.

Gli anni del "miracolo economico", nella complessità e ricchezza delle loro implicazioni economiche, sociali e culturali, rappresentano certamente il grande scenario in cui si colloca la riflessione che ho tentato di costruire: visti dall'oblò di una lavatrice, i complessi nodi problematici del processo di costruzione della nuova identità del paese, nel passaggio cruciale dei decenni del secondo dopoguerra, appaiono inevitabilmente connessi con la storia della famiglia <sup>2</sup> e delle identità di genere <sup>3</sup>, con le profonde trasformazioni della quotidianità, dei gesti e della cultura materiale, così come degli ideali e dei valori del privato e della domesticità <sup>4</sup>.

In un percorso che si snoda tra stabilimenti industriali, destinati a raggiungere altissimi livelli produttivi su scala europea e mondiale (Candy e Zanussi, in primo luogo), e abitazioni che progressivamente diventano spazi più efficienti, intimi e confortevoli, la storia "sociale" dell'oggetto lavatrice è una storia complessa e ricca di spunti di analisi. Essa racconta, in primo luogo, la vicenda straordinaria di un successo industriale tutto italiano <sup>5</sup>. Da officine meccaniche a conduzione familiare a modernissimi complessi produttivi fordisti, le fabbriche di elettrodomestici sono tra gli esempi più significativi della vicenda economica del "miracolo", di un'Italia che diventa potenza industriale che esporta i suoi prodotti in tutto il mondo, di un'imprenditorialità di famiglia che cavalca spregiudicatamente la tigre della ricostruzione e la sfida del mercato comunitario europeo, prima ancora che quello mondiale.

Nella quotidianità dei consumatori, che cresceranno progressivamente nel corso degli anni sessanta e settanta, la lavatrice è comunque molto altro. Dentro le case, essa porta con sé i frammenti finali di una storia affascinante: quella della trasformazione secolare dei significati e dei confini dello spazio domestico, nel passaggio lento e complesso da una domesticità fluida, permeabile dall'esterno e verso l'esterno, ad una più raccolta e vissuta dentro le mura di casa <sup>6</sup>. Da affollati lavatoi ottocenteschi, luoghi di lenta e intensa socialità al femminile, ma anche di vita dura, povertà e differenze sociali, agli interni del "miracolo", acco-

glienti e modernizzati, ma spesso anche più solitari, passando per le corti e i ballatoi di case anguste e costrette in spazi minimi, scenario di scambi solidali, ma anche di invadenza e assenza di intimità: con la lavatrice, la giornata femminile, il suo tempo, il suo spazio, si trasformano nel segno di una profonda razionalizzazione e privatizzazione.

Tra le fabbriche in cui viene prodotta e le case in cui viene consumata, il percorso della lavatrice incrocia il terreno intermedio delle insidie del mercato e della distribuzione commerciale. Il campo di osservazione si allarga e si movimenta: numerosi sono i protagonisti della vicenda della diffusione e del consumo del prodotto lavatrice, dalle riviste di settore, tra cui sin dal 1953 svolge un ruolo significativo “Apparecchi elettrodomestici”, ai designer, per arrivare agli artefici di un marketing agli albori. Le strategie promozionali rivelano tutte l’ancoraggio ad un presupposto: la lavatrice, oggetto “femminile” per eccellenza, deve corteggiare le donne di casa che non rinunciano alla loro “femminilità” e strizzare l’occhio tanto alla loro vanità quanto ad un loro presunto spiccato senso estetico.

Dinamiche di genere e dialettica tra interni ed esterni domestici diventano così i due assi della riflessione che percorre tutto il lavoro, mentre si chiarisce l’interrogativo di fondo circa il ruolo svolto dalla diffusione di massa della lavatrice all’interno di tali processi. Nel dare risposta a questo interrogativo e nel ricercare dunque effetti e radici del successo di mercato dell’oggetto, mi sono trovata ad individuare spinte molteplici, che caratterizzano, a ben vedere, il volto profondo della tipologia di sviluppo economico e sociale che sembra trionfare nel secondo dopoguerra italiano. Tali spinte provengono tanto da una contraddittoria ridefinizione dell’identità femminile, che ripropone, col modello della “casalinga moderna” e a tempo pieno, una riverniciata edizione dell’angelo del focolare, quanto dalle trasformazioni della cultura popolare della casa, che segnalano l’emergere di una forte esigenza di privacy. Si tratta evidentemente di tendenze che interagiscono in maniera tutt’altro che marginale con la più ampia dinamica della modernizzazione del paese, lungo un percorso difficile da valutare, ma che appare comunque caratterizzato, in maniera abbastanza chiara, da una forte pressione sull’istituto familiare e da un’incalcolabile e silenziosa disponibilità delle donne a sostenere, dall’interno delle case e nei piccoli ritmi giornalieri, le pressioni e le incongruenze dello sviluppo, così come le mancanze e i silenzi delle istituzioni, della politica e della società civile <sup>7</sup>.

In tale contesto, il potere dell'oggetto lavatrice appare significativo, ma ambivalente. Da un lato, esso porta con sé delle potenzialità democratizzanti, sul piano delle relazioni di genere e in quello, ampio e complesso, dell'accesso al benessere materiale di strati sempre più ampi della popolazione. Dall'altro, tuttavia, è ambiguo il suo apporto nel vissuto e nella rappresentazione identitaria delle donne. Negli anni del "miracolo", l'ingresso della lavatrice nelle case delle famiglie italiane può, infatti, agire in maniera coerente con quell'insieme di pressioni striscianti che, nonostante la parità sancita dalla nuova Costituzione repubblicana, ostacolano una reale ridefinizione positiva dei rapporti tra i generi all'interno della famiglia e della società, ancorando le donne ad una "casalinghitudine" totalizzante.

L'analisi del discorso costruito dai media attorno all'oggetto si rivela, a tal proposito, illuminante, nell'evidenziare la complessità di luci e di ombre che la modernizzazione domestica, e la lavatrice in primo piano, proietta sul vissuto delle donne e delle famiglie dei consumatori. Da una rivista del mondo dell'impresa come "Civiltà delle macchine" ad "Apparecchi elettrodomestici", da "Annabella" a "Noi donne", passando per l'analisi delle campagne pubblicitarie della Candy, emergono differenti letture e versioni della modernità elettrodomestica. Chiave di volta del linguaggio sembra essere, di passaggio in passaggio, una differente sfumatura attribuita al concetto di sfera privata e alla visione complessiva della connessione tra quest'ultima e il mondo esterno alle mura di casa. Con l'eccezione significativa di "Noi donne", appare prevalente l'enfasi su una versione della modernità incentrata sul godimento privato dei beni di consumo e sulla celebrazione della famiglia felice e "internalizzata". Anche dall'oblò di una lavatrice, dunque, l'emancipazione femminile appare un processo lento e controverso.

Sfumato e non univoco mi appare, allo stesso modo, il nesso tra la vicenda della lavatrice e quella più ampia dell'avvento definitivo di una moderna società dei consumi, nell'Italia del secondo dopoguerra<sup>8</sup>. Se la lavatrice accentua la privatizzazione del lavoro domestico, altri beni di consumo, la radio, la televisione e, più avanti, il PC, collegano gli interni domestici col mondo esterno, attraverso virtuali linee di connessione. La stessa lavatrice, d'altra parte, velocizzando le faccende di casa, apre gli scenari nuovi di un tempo liberato, che può essere impiegato al di fuori dell'ambito familiare, oppure all'interno di una cornice pur sempre familiare, ma non necessariamente domestica.

Un pomeriggio di shopping, una passeggiata in centro o una vacanza al mare con marito e figli sono diventati emblemi sempre più diffusi di un tempo offerto dalla modernizzazione <sup>9</sup> e sottratto alla domesticità: emblemi di una realtà quotidiana che è diventato sempre più difficile, sebbene per motivi nuovi rispetto al passato, descrivere con una logica di antitesi netta tra interni domestici e spazi esterni. Oppure, se si vuole, più che la coppia interno-esterno, è apparsa in tutta la sua fragilità, nella quotidianità trasformata dai beni di consumo, la sovrapposizione di quel binomio alla coppia privato-pubblico <sup>10</sup>. Esterno non vuol dire pubblico, così come privato non vuol dire necessariamente interno. Uscire per acquistare un prodotto o consumarlo fuori casa non significa partecipare alla vita pubblica, così come conquistare un'intimità familiare, e anche una comodità domestica che la renda possibile, non significa necessariamente astenersi dalla sfera pubblica, mostrare disinteresse, vivere nell'isolamento.

Di certo per le donne, la forza di guardare oltre l'oblò di una lavatrice, servendosi di questa per partecipare attivamente, come soggetti liberi, alla società civile, a lungo non è stata sollecitata e sostenuta dalle istituzioni e dalle stesse subculture politiche, quella cattolica e quelle di sinistra. Negli anni del "miracolo" e anche oltre, perlomeno sino all'intervento decisivo del movimento delle donne negli anni settanta, il discorso pubblico sulla famiglia è stato, da ogni parte politica, silente o ambivalente e costantemente ancorato ad una visione materno-centrica dei ruoli e delle responsabilità familiari. Nessuno sforzo sistematico, da un punto di vista concettuale, ma soprattutto operativo, è stato fatto in nome della promozione di uno stato nuovo delle relazioni di genere, a partire dalla vita familiare: nessuno sforzo capace di spezzare l'equivalenza rigida tra identità femminile e sfera domestica.

La riflessione sull'evoluzione complessa della domesticità contemporanea, sulle categorie di pubblico e privato, e l'interrogativo sulla natura delle potenzialità "liberatorie" dell'oggetto lavatrice, costituiscono il filo che percorre tutto il mio lavoro. Le fonti utilizzate variano considerevolmente da capitolo a capitolo, spaziando dalle analisi di settore, per gli aspetti economici, alle informazioni direttamente fornite dalle aziende, per la ricostruzione della vicenda produttiva; dalla stampa specializzata, di cui ho preso come principale riferimento la rivista milanese "Apparecchi elettrodomestici", dal 1953 al 1970, alle riviste esplicitamente rivolte ad un pubblico femminile, tra le quali ho fatto riferimento all'af-

fermato rotocalco “Annabella” e a “Noi donne”, organo dell’Unione donne italiane e portavoce, almeno teoricamente, del messaggio delle sinistre e in particolare del PCI. Alcune pagine sono poi dedicate ad una voce del mondo dell’impresa, la raffinata rivista “Civiltà delle macchine”, promossa dalle aziende del gruppo IRI e divenuta a partire dagli anni cinquanta un’autorevole pubblicazione dagli ampi interessi in ambito umanistico e tecnico, impegnata principalmente in una campagna culturale a sostegno della meccanizzazione della vita produttiva e quotidiana. Oltre alle analisi di settore e alle riviste, specializzate e femminili, un’ultima tipologia di fonti è rappresentata dal materiale fotografico e dai filmati di *Carosello*, relativi alle campagne pubblicitarie della lavatrice e della lavastoviglie Candy, tra anni cinquanta e sessanta.

Desidero ringraziare quanti hanno reso possibile, con la loro preziosa collaborazione, l’intero lavoro di ricerca. Devo tra questi ricordare innanzitutto l’editore Paolo Thorausch e tutta la redazione delle Edizioni BFB di Milano; Ester Boschetti Fumagalli, per la sua testimonianza sulla storia della Candy, il direttore Marketing Candy Group, Guglielmo Pasquali, e Patrizia Galbiati dell’ufficio stampa; Roberto Pezzetta, direttore del Centro per il disegno industriale Zanussi, e Giorgio Ronco, responsabile per la pubblicità Zanussi nel periodo della mia ricerca; infine, il personale della Biblioteca nazionale centrale di Firenze, dell’Istituto storico della Resistenza in Toscana, della Biblioteca centrale di Architettura del Politecnico di Milano. Ringrazio la Società italiana delle storiche e l’Assessorato alla Pubblica Istruzione – Pari Opportunità del Comune di Firenze per aver valorizzato quella che allora era la mia tesi di laurea con il premio Franca Pieroni Bortolotti (2005).

Sono stati preziosi in questi mesi i confronti con amici e compagni di studi, tra cui non posso dimenticare Matteo Baragli, Alessio Petrizzo e Letizia Cantini, con la quale ho condiviso tanto e soprattutto magiche camomille. Molte persone hanno dato un contributo importante alle mie riflessioni con i loro consigli puntuali o semplicemente ispirandomi con il loro lavoro: tra questi ricordo, in particolare, Isabelle Chabot e Raffaella Sarti, lettrici della “prima ora”, Anna Scattigno, sostenitrice infaticabile di noi giovani, Simonetta Soldani, Mario Giuseppe Rossi, Elisabetta Bini, Sandro Bellasai, Emanuela Scarpellini, Stefano Cavazza, Nando Fasce, Raffaella Baritono. Un ringraziamento speciale va a Paul Ginsborg e a Maria Casalini, che in questi anni hanno seguito, curato e incoraggiato con impagabile pazienza ed entusiasmo la mia crescita di studiosa.



Un pensiero di gratitudine profonda e di ammirazione va a mia madre, per tutto quello che mi ha insegnato e per tutti i ricordi che ha voluto regalarmi. Avrei fatto ben poco senza il suo affetto e senza quello della mia famiglia, di mio padre, dei miei zii milanesi, Maria Grazia e Gianfranco, di Federico e Beatrice, degli amici sparsi qua e là, delle amiche cagliaritanee e di quelle fiorentine (alcune di adozione), e non ce l'avrei fatta senza l'accoglienza indimenticabile di Anna e Salvatore, che nell'ultimo mese di lavoro mi hanno sostenuto come fossi una figlia.

Le ultime parole di ringraziamento sono quelle più importanti e vanno ad Alessandro, per la complicità, la pazienza infinita e l'intelligenza.

Questo libro è per lui. Con amore.

