

Piccolo dizionario di vita quotidiana degli anni cinquanta

La domanda di un ragazzo che voleva sapere se negli anni cinquanta esisteva lo zucchero in bustine mi ha fatto rimuginare a lungo. Concluso che sì, doveva proprio esistere, mi sono accorto che intanto si era messa in moto quella personale macchina del tempo che tutti possediamo e che ci porta a spasso dove vogliamo, o dove vuole lei. Stavolta non vuole andare oltre il passato prossimo e dentro questo tempo sono riapparsi negozi, comportamenti, usi, costumi tanto da formare una specie di pagine gialle del mio personale ricordo.

ABITARE

Comincia ad andar di moda il *residence*. Gli alberghi sono ormai ritenuti vecchiotti, alcune volte sporchetti, sempre più cari. Al *residence*, dicono, ti senti più libero: è come stare a casa, a casa tua. Forse è solo una sensazione perché, in realtà, il *residence* è pur sempre un albergo: però è costituito da piccoli appartamenti arredati più familiarmente e, soprattutto, dotati di una attrezzatura per cucinare. Vuoi mettere la libertà? Puoi entrare e uscire quando ti pare, non devi render conto a nessuno, puoi ricevere persone senza alcun controllo e senza occhi addosso dei portieri. Così almeno sembra. I servizi di pulizia, lavanderia e, quando credi, di ristorazione sono centralizzati. Hai un telefono diretto. Al *residence*, come si vede nei film americani, puoi fare nella tua camera qualche cenetta intima o qualche festa ristretta. Qual è il tipo di clientela che va al *residence*? Attori stranieri e forestieri, industrialotti impegnati per qualche periodo a Roma, *playboys*, alcuni libertini eccentrici e senza famiglia. Il primo in funzione a Roma è il "Residence Palace" a via Archimede, ai Parioli, il quartiere *chic*, per abbienti e diplomatici, dove era naturale nascesse una formula abitativa così fuori della norma.

BON TON

“Taboga” è al Tritone, sulla destra poco prima di arrivare a piazza Barberini. È uno dei negozi più eleganti di Roma (lampadari da Teatro dell’Opera, parquet lucido, arredamento severo come la Biblioteca Vaticana) ma non è che una drogheria, anche se fornitissima: liquori, conserve alimentari, confetture straniere, vini rari e preziosi, caramelle al pomodoro. Qualche rassomiglianza con il parigino Fauchon. I commessi, quasi tutti di una certa età, espertissimi e gentili. Belle donne che fanno compere per le cene importanti che daranno nelle loro case.

La moglie elegante e alla moda ha finalmente un negozio dove tutto sarà di suo gradimento. Fra tante cose, per esempio quel soprammobile riprodotto una paperella intagliata in legno, di gusto rustico-moderno. Starà benissimo nella cucina della casa di campagna che lei sta mettendo su per le vacanze e i fine settimana. L’ha presa da “Myricae”, così si chiama il negozio, a via Frattina, dove si vendono raffinati oggetti artigiani di un certo tono ed originalità. C’è un po’ di tutto: terraglie campagnole, cuscini con le lettere dell’alfabeto stile sillabario, scatole a forma di cuore, stoffe e vestiti femminili di sapore *folk*. Per restare in carattere potrà comprare anche un vestitino da contadinella per le gite in campagna; invece l’enorme ombrello colorato da pecoraro che le piaceva tanto e che pensava di acquistare per suo marito resterà lì: lui si è rifiutato di averlo: non avrebbe mai avuto il coraggio di girarci.

Per disobbligarsi dal pastorizio pensiero e per allinearsi allo stile da villanella della moglie, lui ha pensato di prenderle un foulard acquistato nell’elegante *boutique* di Emilio Pucci in via Campania, nella zona di via Veneto. È un *foulard* molto bello, di semplici disegni in verde e blu, motivi a colori che vanno molto di moda.

Poi tutto soddisfatto, *dulcis in fundo*, le ha anche regalato un bel *cabarè* colmo di gelatine alla frutta e un mazzetto di violette candite di Ronzi e Singer, eccezionale pasticceria di piazza Colonna. Gli scanzonati goliardi la chiamano “Stronzi e Singer”.

CAMMINARE

Molte calzolerie, di lusso o andanti, tutte pubblicizzate con nomi di sicuro richiamo. Cartelli bellissimi, alcuni per la loro ovvietà ("scarpe per camminare" si legge in un negozio di viale Trastevere) altri invece per la loro ambiguità ("Calza e Procedi" appare in una vendita di via Marmorata, facendo sorgere il dubbio se si tratti del signor Calza che si è associato al signor Procedi dando origine ad un commercio di scarpe oppure di un gioco di parole che descrive l'atto di calzare una scarpa per poi incedere tranquillamente). Dilemmi romani (irrisolti?) sui doppi sensi delle parole doppie. Come nel caso di "Pezzi e Bocconi" in via Nazionale presso piazza Venezia: due signori che si associano eccetera oppure il Grande Magazzino di biancheria, tappezzeria, coperte ed abiti confezionati di tanti anni fa che faceva il verso con la sua insegna alla frase fatta?

Calzolerie, scarpe ma anche lucidascarpe o più volgarmente lustrascarpe. Gli ultimi. In tempi immediatamente postbellici gli sciuscià si appostavano principalmente intorno agli alberghi degli alleati. Erano poco stabili, sempre in preoccupazione, impauriti, pronti a scappare per non essere presi dalla *Military Police*; la loro attrezzatura era primordiale e povera: una cassetta che conteneva una spazzola e uno straccio e una cera chissà di che cosa fatta. Una sputatina sulla scarpa facilitava poi la lucidatura. La cassetta stessa serviva poi per far poggiare il piede del cliente che non sapeva dove sedere. Tutt'altra cosa gli artigiani della pulitura delle scarpe che più nobilmente si chiamano pulisciscarpe. Innanzi tutto lavorano in un negozio, anche se piccolo, ma è pur sempre un negozio. Due, tre, perfino quattro comode poltrone, ampie pedane davanti alle quali sta il lucidatore affiancato da fornitissime cassette contenenti tanti tipi di spazzole, bottigliette con i solventi, cere di tutti i colori, panni di lana. Clientela abituale e abbiente. Giornali a disposizione, conversazioni sui fatti del giorno. Inservienti, molti claudicanti, con zinali neri. (Si sa, reggono lo sporco).

Fino a qualche tempo fa i pulisciscarpe lavoravano nei vestiboli dei grandi alberghi, nell'atrio della Stazione Termini e in Galleria

Colonna. Ora mi pare che ci sia un negozio a via dei Crociferi e un altro, il rinomato "Cannolicchio", a via della Croce, davanti al ristorante "Re degli amici". Lavoricchiano. È un mestiere che sta scomparendo.

LEGGERE

L'ultima novità nel campo editoriale sono certi preziosi volumetti che l'editore Albert Skira, di Losanna, va pubblicando. In Italia è molto difficile trovarli. Sì, d'accordo, si può scrivere in Svizzera e farseli mandare, poi attendere eccetera. Ma la passione è passione e non sa aspettare. A Roma, da Hoepli le edizioni Skira ci sono certamente tutte. Infatti, è vero, nella grande libreria di largo Chigi, sono lì bene allineate negli scaffali della prima sala a destra, quella cui soprintende il distinto signor Mielenbrik, plurilingue: prezioso per i clienti stranieri. L'organizzazione della libreria Hoepli, nella sua vastità, è quanto mai eccellente: vi si trovano libri di ogni genere collocati in specifici comparti, affidati a competenti librai che col tempo diventano amici e con i quali si conversa amabilmente: sono loro, tra l'altro, che ti tengono al corrente sulle ultime novità. Come a Milano i bibliofili ricorrono al parere del mitico Cesarino Branduani, a Roma gli assidui frequentatori della libreria di largo Chigi fanno ormai a chi rivolgersi per consigli, reperimenti ed acquisti di libri. I nomi dei librai di Hoepli sono ormai sulla bocca di tutto l'ambiente intellettuale della città: gli esperti e validi Franco Antonelli, Anna Falconi, Libero Maranghi e Luciano Tastaldi. Tutto sotto la guida capace e rassicurante del direttore Commendator Alfredo Montelli.

NECESSITÀ

Per i bisogni impellenti durante gli interminabili giri cittadini tenere presente che c'è il confortevole Albergo Diurno del Commendatore Cleopatro Cobianchi. Uno accanto al Corso Cinema in piazza in Lucina e un altro in via Cola di Rienzo, all'angolo con via Orazio.

NOVITÀ

A proposito di propaganda commerciale in via Frattina, alla Siemens, società tedesca che vende in Italia, è esposta in vetrina una gigantesca palla di neve che pende da un tubo metallico. La neve, ovviamente è finta ma sembra, ovviamente, vera. La magica apparizione è una nuovissima forma di propaganda. Di cosa mai? Frigoriferi. Staremo a vedere.

OSPEDALI

Ogni genitore, nonno, zio, padrino e/o madrina sa quale importanza abbia la bambola regalata alla figlia, nipote, figlioccia. Un disastro quando la mitica insostituibile compagna di fantasiosi giochi va in pezzi. Una tragedia familiare. Si cerca disperatamente di farla aggiustare. Fa pietà, la pupattola: un occhio chiuso, l'altro sbarrato con un'espressione di stupefatto terrore, la gambetta sinistra ciondoloni, la destra non c'è più e neanche il braccetto destro. Un vero macello. La bimba soffre a vedere la sua bambola, cui è fanaticamente affezionata, ridotta in questo stato. Non riesce più a dormire. Si potrà fare qualcosa le ha detto fiduciosa la mamma. La bamboletta, tedesca, di celluloidi, è costosa, si presenta nuda e, come al solito senza sesso: dietro il collo, per certificare la qualità dell'origine, c'è un piccolo marchio riprodotto una tartarughina, segno di pura razza germanica. I suoi tanti vestitini, confezionati da nonne e zie sono inutilizzabili e la bambina non vede l'ora di rimmetterglieli. Il prezioso balocco viene amorosamente impacchettato con la carta velina. Roma è ricca di strutture artigiane per la riparazione di bambole che per colpire la fantasia dei piccoli vengono chiamati ospedali e cliniche delle bambole. Uno di questi ospedali sta a piazza Sonnino, una clinica a via dei Gracchi, vari pronto soccorso in via Labicana, via Aosta, a Magnanapoli. Vetrine terrificanti: occhi di vetro, teste senza occhi, mani senza braccia, braccia senza mani. Chirurghi alla Frankenstein, preparatori anatomici alla Fratelli Signoracci, si impegnano sui corpicini di celluloidi ricostruendo alla perfezione le povere mutilatine con lunghi e difficili interventi. Come

i veri chirurghi, questi ottimi artigiani sono carestosi e il tempo di consegna della merce risanata viene raramente rispettato.

REGALARE PROFANO

Un regalo, d'accordo, ma un regalo un po' speciale, che abbia anche il significato di un malizioso e audace pensiero. Lei, la disponibile e spensierata amichetta, ne sarà felice e si sentirà più che mai seducente, irresistibile; lui gioirà a vederla indossare, appagata e provocante, le novità dell'eleganza intima, quella che viene chiamata la biancheria capriccio: *baby-doll*, mutandine di seta, civettuole sottovesti corte, camicie da notte colorate simili ad abiti da sera. A Roma negozi che vendono questi ammiccanti e malandrini articoli di biancheria femminile ce ne sono tanti, tutti al centro. Le bellone, le mangiatrici di uomini, le rovinafamiglie, vanno da "Vannità" a via Frattina, da "Tomassini" a via Sistina, dalla "Cardelli" a Fontanella Borghese.

Le grandi adulate, le dive ormai affermate, le nobildonne si servono dalle sorelle "Trepiedi" a piazza S. Lorenzo in Lucina.

REGALARE SACRO

Per un regalo di carattere sacrale Roma è veramente la Terra Promessa. La zona Pantheon-Minerva poi è una Terra Promessa nella Terra Promessa. Non sembra certo difficile trovare qualcosa di bello fra tutti quei negozi di antica e collaudatissima specializzazione: "De Ritis", "Gaudenzi", "Marietti", "Tanfani e Bertarelli" ecc. ecc.: tra rosari e immagini sacre, cristoni e madonnine, angeloni e medagliette, aspersori e statuette... E invece c'è da perderci la testa. Anche lasciando perdere le pianete e le tovaglie d'altare adatte ad acquisti da parte di comunità che possono quotarsi per raggranellare la cifra occorrente, quel che resta è tanto, è imbarazzante. Troppa grazia S. Antonio! Per questo tipo di regalo a Roma non c'è nessuna difficoltà. Si potrà finire, anche in un anonimo negozietto intorno a S. Pietro dove si potrà acquistare una normalissima madonnina con aureola luminosa.

SENTIRE

“Alati”, alle Tre Cannelle, espone il più completo assortimento di merce relativo alla riproduzione del suono e alla musica: vende dischi di ogni genere, a 78, 45 e 33 giri, radio e radiogrammofoni, fonografi con la valigetta per le gite, fisarmoniche, spartiti musicali di pezzi sinfonici e di canzonette, pianoforti, armonium, chitarre, puntine per i dischi nelle piccole e graziose scatolette di latta. Qui, fuori dell’ambito musicale, si possono trovare incisioni di Petrolini e Fabrizi nelle loro più applaudite macchiette; oppure Gassman che legge Pascarella, Stoppa che recita Belli, Franca Valeri che dice Porta ed Eduardo De Filippo che declama Di Giacomo. Arnoldo Foà presenta un recital, di grande successo, tutto di poesie di Garcia Lorca.

Prezzi a buon mercato, atmosfera familiar-romana: almeno tre commesse sono figlie del bravo e stimato proprietario, il Commendatore Angelo Alati. “Si è fatto da solo”, lo riconoscono tutti, e pensare, lo sanno tutti, che era un “callarello” di Tata Giovanni. Da Alati si possono sbafare alcune canzonette o musiche amate ascoltandole nei *box* adibiti all’audizione dei dischi, prima di non comprarli.

VESTIRE

È una novità e forse anche un innocuo divertimento passare rapidamente alla “Rinascenza”. Presi da infantile voluttà ci si può far trasportare dal *tapis roulant* fino all’ultimo piano del palazzone per poi scendere giù velocemente con gli enormi ascensori. Un *lift*, in divisa, scandisce in perfetto romanesco ogni piano raggiunto sino al “piantereno”. Poi ci si potrà far dare una “spruzzatina-reclame” di “Tabacco di Harar” da una smorfiosa commessa del reparto profumo. Un altoparlante suggerisce continuamente affaroni e liquidazioni e nelle poche pause dà fragorosi avvisi di servizio al personale: l’effetto finale è da Stazione Termini.

Nonostante si respiri l’aria da “Galleries La Fayette”, da “gran Milàn”, da film “*Grandi Magazzini*” qualcosa ci fa sentire sempre a Roma.

Uscendo, un'occhiatina ai negozi di abbigliamento della Galleria Colonna, tetri non si sa perché, come tutti i negozi di tutte le gallerie del mondo: vetrine monocromatiche ispirate al colore di moda: camicie, cravatte, mutande, calzini, cappotti, ombrelli, guanti, sciarpe eccetera solo di quel colore. Un'ossessione.

In molte città italiane, specie quelle con importanti distretti militari o basi aeree navali, si trova l'"Unione Militare". A Roma, dove hanno sede il Ministero della Difesa e lo Stato Maggiore, questo magazzino al servizio delle Forze Armate appare in tutto il suo fulgore accompagnato da una militare efficienza. È un enorme isolato a più piani i cui confini sono delimitati da via Tomacelli, largo Goldoni, via del Leoncino e via del Corso.

Ai clienti, ufficiali in servizio e in congedo, vengono praticati notevoli sconti sui prezzi. Ai clienti civili, che non hanno alcuna riduzione sugli acquisti, non rimane che una vastissima scelta di articoli che vanno dalla biancheria alla maglieria, dalle cravatte alla profumeria, dai casalinghi alla valigeria. C'è un clima da Collegio Militare o, forse, da elegante pensionato per reduci e, se ti compri anche solamente una saponetta alla lavanda, ti puoi sentire un generale in borghese.

Vale la pena di fermarsi un momento per guardare le vetrine, magari solo quelle, dei "Magazzini dell'Urbe", vasto e dozzinale negozio per uomo e signora. È in via Cesare Battisti, fra piazza Venezia e piazza SS. Apostoli. In mostra ci sono numerosi manichini e fin qui niente di strano. Lo strano sta nel fatto che ciascuno di essi non è mai l'usuale fantoccio di legno che i commercianti utilizzano per l'esposizione di abiti già confezionati né sono manichini con le facce d'uovo come quelli metafisici di De Chirico. Ai "Magazzini dell'Urbe" i manichini esposti hanno una fondamentale particolarità: sono la riproduzione esasperata del genere umano, riproduzione senza vie di mezzo, senza equilibrio: o giocondi ciccioni e gaie ciccione o imbronciati macilenti e burbere emaciate. Una vetrina abitata non da pupazzi ma da creature immobili appartenenti ad un mondo disperatamente grottesco. Nessun potenziale cliente si riconosce in quei mostruosi modelli. Nessuno fa caso ai

loro vestiti ma le sembianze assurde dei manichini sbalordiscono i passanti e ne attanagliano l'attenzione. Sicuramente una bizzarra trovata di propaganda commerciale. Un accomodante cartello cerca di mettere le cose a posto: TAGLIE PARTICOLARI.

Le donne tristi, severe ed austere la loro biancheria, buona e resistente, senza nessuna frivolezza, la trovano da "Tebro" a via dei Prefetti o, caso mai, da "Testa" a via S. Chiara.

Le madri di famiglia comprano all'omonimo negozio "Alla madre di famiglia", popolare magazzino di biancheria per signora, in via Piave.

Le liquidazioni a Roma, come i Sepolcri, sono molto seguite e osservate. Le signore più organizzate hanno in dettaglio e con molto anticipo il calendario del loro svolgimento; spesso deve intervenire la polizia per controllare l'accesso dei clienti nei locali di vendita.

Le più affollate liquidazioni avvengono da Cenci a Campo Marzio, da Schostal al Corso e dalle sorelle Benedettini sempre al Corso, dopo S. Carlo: da tutti, prezzi convenienti e roba buona.

VEDERE

A largo Chigi, al pianterreno del palazzone della Galleria Colonna, c'è l'"Arpa" (non è una sigla, il nome si riferisce davvero allo strumento musicale) che è un'agenzia di prevendita di biglietti per teatri, opere, concerti, campionati internazionali di tennis al Foro Italico. È una cosa nuova ed è piaciuta molto: una telefonata per prenotare, una scappata al centro per pagare e hai il tuo biglietto.

VIAGGIARE

Per evitare la baraonda e le file della Stazione Termini ci si può rivolgere qualche giorno prima della partenza alle agenzie di viaggio. Fra le più antiche e note "Chiari e Sommariva" all'inizio di via Cesare Battisti; la più alla moda è la "C.I.T.-Compagnia Italiana Turismo" che sta sotto i portici della Galleria Colonna: locale spazioso, banconi lunghissimi dove lavorano numerosi impiegati. C'è

anche qualche donna, novità assoluta. Tutti sanno le lingue, sembra quasi di stare all'estero. Potere della C.I.T.: lì dentro ci si sente sempre dei grandi viaggiatori. Magari devi andare solamente a Napoli, in terza classe: vai alla C.I.T., acquisti il biglietto e subito vieni preso dalla febbre del turista e ti metti a sognare *wagon-lit*, *wagon-restaurant*, bauli con le etichette colorate dei *grands hotels*, i cartelli *Modane-Paris* e *Kobenhaven-Stockholm* appesi sul fianco delle vetture che ti attendono. Il miraggio svanisce appena esci e ti ritrovi nella penombra della Galleria Colonna affollata da affamati artisti di varietà in cerca di scritte.

L'influsso vaticano a Roma è presente anche nella moderna, italiana e statale "C.I.T.". Nell'ufficio di piazza Colonna c'è una vistosa scritta che ti fa pensare in un primo momento ad un noto Santuario piemontese piamente dedicato alla Madonna Nera: quello di OROPA. Guardando meglio, però, si scorgono i puntini (O.R.O.P.A.): è una sigla che, una volta sciolta, significa nella lingua universale della Chiesa, *Officium Romam Omnibus Peregrinantibus Adiuvandis*. Insomma, è il Comitato tecnico per i pellegrinaggi curati dalla C.I.T. che ha pensato bene, per questi devoti viaggi, di usare il *latinorum*. Niente da fare: con l'una o con l'altra lettura, siamo sempre nell'aura di Santa Romana Chiesa. Sembra di stare all'Università Gregoriana alla Pilotta dove, all'entrata, sopra il pulsante del campanello elettrico c'è un'iscrizione che chiarisce di quale apparecchio si tratti: *tintinnabulum*.

LUIGI CECCARELLI