

SPAM

/ 01.07.2019
di Cesare Poppi

Tornato da pochi giorni d'Oltremania dopo l'annuale risciacquatura dei panni in Tamigi, il vostro Altropologo di riferimento si affretta a ragguagliare i suoi Lettori preferiti su alcune importanti materie. Premesso di aver trovato un Paese stremato da ormai tre anni dove altro non si è fatto oltre a cercare di implementare un risultato referendario che ha visto il Regno diviso come mai dall'epoca di Cromwell senza peraltro venire fuori con alcunché che non sia stata l'erosione costante e feroce dello stesso processo istituzionale, alcune considerazioni sul paradosso brexitano sono d'obbligo.

Pensare ad un Regno Unito (e tanto più ad un'Inghilterra) che divorzia dall'Unione Europea è un po' come pensare ad una coppia di sposi che divorziano non tanto dal proprio partner ma da se stessi. E provo a spiegarvi. Il paradosso inglese è che si tratta allo stesso tempo di uno dei paesi europei con il più alto tasso di specifica identificazione culturale mentre è, allo stesso tempo, il paese più «europeo» e forse globale d'Europa. O meglio, se preferite, è l'Europa in generale ad essere il continente più «inglese» del pianeta.

E non si tratta qui soltanto del dominio ormai incontrastato della lingua, anche se certo non quella di Shakespeare o di una Regina Nonna Europea - poiché l'Inglese globale è un idioma ridotto dai trecentomila lemmi dell'Oxford Dictionary ai cinquecento che riescono a maneggiare i miei studenti britannici o meno. Si tratta soprattutto dell'impatto che la Pop Culture inglese (che è tutt'altra cosa di quanto si intenda per Cultura Popolare in area italiana) ha avuto dal dopoguerra in poi per modellare una koiné culturale ormai assimilata a livello continentale. Passati i tempi nei quali la BBC annunciava «nebbia sulla Manica, il Continente è isolato», le isole britanniche hanno mediato la cultura americana rendendola digeribile anche in terraferma - dagli hamburger al ketchup e da Halloween ai Rolling Stones (che sono inglesi) senza grazie a dio passare per l'accento texano.

Ma poi i Beatles e la musica pop, James Bond e Stanlio e Ollio e la rivincita della birra in cambio del Prosecco che a Londra scorre a fiumi e dunque l'eccellenza delle Università e della ricerca scientifica per non parlare del più antico e collaudato processo di integrazione transculturale che vede (ha visto?) gli immigrati ed i figli di immigrati diventare più realisti del re (il Sindaco di Londra Sadiq Khan è di origini pachistane) e della quantità di immigrati dai paesi dell'UE che fanno paura ai brexiteri soprattutto laddove, nelle contee più remote a ridosso del Vallo di Adriano che sancì a suo tempo l'esistenza di due Europe, di immigrati se ne vedono pochi o punti...

Insomma: il Paese più «europeo» d'Europa dall'Europa se ne vuole andare: un po' come il Quebec che col 20% della popolazione ha dato al Canada 5 primi ministri su 23 e dal Canada vuole rendersi indipendente... Cosa sarà un'Europa isolata dal Regno oggi Disunito resta da vedere. Ma fra i tanti contributi della cultura inglese alla formazione di una cultura transnazionale europea va certo annoverato quel fenomeno informediatico che tutti ormai conosciamo per il bene o per il male col nome di SPAM. «SPAM» nella vulgata americana starebbe per «spiced ham» - ovvero «prosciutto

alle spezie». Si tratta in realtà di carne mista di maiale tritata e rigenerata nella quale coesistono zucchero, nitrito di sodio, amido di patate modificato, vari altri conservanti e una buona percentuale di grasso a far sì che tutto stia incollato dentro la scatoletta dal formato caratteristico.

Il prodotto fu lanciato il 5 Luglio 1937 dalla Hormel Food Corporation del Minnesota, USA, con l'intento di dotare le truppe americane di carne sul campo di battaglia. Da qui il nome alternativo di Special Army Meat (Carne Speciale per l'Esercito). «Speciale» in qualche modo deve essere, visto che SPAM ha non solo nutrito le truppe americane durante la Seconda Guerra Mondiale, ma ha salvato poi dalla fame prima la popolazione civile britannica durante gli anni del conflitto, poi - con la collaudata garanzia gastronomica britannica (sic) - quella di mezza Europa negli anni della Ricostruzione postbellica. Un successo globale di quella che è peraltro nota come globale porcheria alimentare: nel 2003 era prodotta in 41 paesi del mondo secondo una varietà di brand names e ricette seconda solo a quella dell'aspirina.

Nel Regno Unito SPAM era materia di scherzo ed ironia per qualunque cosa fosse falsa, vile - e indispensabile. A traghettare SPAM nel dominio dell'elettronica ci pensò un celebre sketch dei Monthly Python degli anni 70 che vedeva un certo ristorante servire un menù a base di SPAM - dall'aperitivo al sapone per le mani. Negli anni 90 la sigla era diventata sinonimo di unsolicited electronic message - «messaggio elettronico non sollecitato». E lì ce lo teniamo. Quanto potrà durare la vita elettronica di SPAM prima della sua scadenza? Difficile dirlo. Ma sarebbe bello - sogno di Altropologo - se l'annuncio ufficiale dell'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea ci arrivasse nella cartella SPAM...