

(Transducere) *Lusitana*

6

Diretta da Mariagrazia Russo

Questa collana di traduzione intende presentare al pubblico italiano opere saggistiche, narrative, teatrali e poetiche delle letterature e delle culture dello spazio geografico di lingua portoghese. I testi a fronte, quando presenti, sono riprodotti in lingua originale, mentre le traduzioni sono eseguite sia da docenti lusitanisti sia da giovani promesse della professione traduttiva. Saggi di lingua, storia e letteratura arricchiscono la presente collana.

Comitato Scientifico

Mariagrazia Russo
Luís Filipe Barreto
Isabel Drumond Braga
José Eduardo Franco
Ana Cristina Costa Gomes
Sérgio Nazar

Direttori di serie

Alba Graziano, *Anglia*
Raffaele Caldarelli, *Slavia Occidentalis*
Ornella Discacciati, *Russica*



INSTITUTO CAMÕES/PORTUGAL

Esta obra foi publicada com o apoio do
Instituto Camões/Portugal

Cattedra Pedro Hispano

Università degli Studi della Tuscia di Viterbo

© Sette Città, 2015

I edizione ottobre 2015

ISBN: 978-88-7853-702-6

ISBN ebook: 978-88-7853-590-9



Edizioni **SETTE CITTÀ**

Via Mazzini, 87 • 01100 Viterbo
tel 0761 304967 • fax 0761 1760202

info@settecitta.eu • www.settecitta.eu

PAROLE CHIAVE | PALAVRAS CHAVES

Cibo	Comida
Culinaria	Culinária
Gastronomia	Gastronomia
Lingua	Língua
Linguaggi	Linguagens
Traduzione	Tradução

PARLA COME MANGI
Lingua portoghese e cibo in
contesto interculturale

a cura di
Emma De Luca



*«O povo que chupa o caju, a manga,
o cambucá e a jabuticaba, pode falar uma língua com igual
pronúncia e com o mesmo espírito do povo que sorve o figo, a
pêra, o damasco e a nêspera?»*

(José de Alencar)

LE PAROLE DEL CIBO: LINGUAGGIO E POLITICA ALLA TAVOLA
DEI PRESIDENTI USA

Anna Romagnuolo

“Tell the truth, work hard, and come to dinner on time”.

Gerald R. Ford (38mo presidente)

Il valore del cibo è, da sempre, anche politico. Naturalmente, questa sua valenza è strettamente collegata alla funzione nutritiva: l'accesso alle fonti di sostentamento ha contraddistinto la sopravvivenza del più forte, segnando il destino di tribù e intere popolazioni; le modalità di produzione, distribuzione e consumo del cibo hanno condizionato in ogni civiltà l'organizzazione delle relazioni umane, la strutturazione delle forme di potere, la diffusione e il consolidamento di pratiche discorsive e di abitudini sociali considerate legittime¹. In periodi di pace il controllo delle forme di produzione e distribuzione delle derrate alimentari è servito a creare o sancire alleanze economiche; in periodi di guerra, anche fredda, la distribuzione del cibo è servita a ridefinire gerarchie sociali, premiare gli amici e, per converso, punire i nemici. Dagli insediamenti costieri di Fenici, Greci e Cartaginesi alle conquiste romane, dall'espansionismo ottomano all'imperialismo europeo, la penuria di acqua e cibo o, al contrario, la ricerca di nuovi mercati per il surplus produttivo sono stati una concausa dei fenomeni di colonizzazione, che proseguono nei nostri tempi assumendo la forma e la nomenclatura di “neo-colonialismo climatico”² e

¹ Per una disamina dei vari aspetti socio-antropologici e retorici dell'uso politico del cibo si rimanda a testi quali: Martin Jones, *Feast: Why Humans Share Food*, O.U.P., Oxford, 2007; Kathleen Lebesco e Peter Naccarato, *Edible Ideologies*, State University of New York Press, Albany, 2008, e le raccolte di saggi dall'approccio multidisciplinare ma sostanzialmente orientate verso i *Media Studies*, *Food as Communication: Communication as Food*, edita da Janet M. Cramer, Carlita P. Greene e Lynn M. Walters (Peter Lang, New York, 2011) e *The Rhetoric of Food: Discourse, Materiality and Power*, curata da Joshua Frye e Michael Bruner, Routledge, New York, 2012. Non meno importanti le recenti miscellanee *The Political Language of Food*, Lexington Books, Lanham, 2015, e *Food Words: Essays in Culinary Culture*, Bloomsbury Publishing, New York, 2013, curate rispettivamente da Samuel Boerboom e da Peter Jackson, coadiuvato dal gruppo dell'Università di Sheffield impegnato nel progetto di ricerca europeo CONANX (Consumer Culture in an Age of Anxiety).

² L'espressione è usata da Seif S. Madoffe in un articolo dal titolo *Africa: Biofuels and Neocolonialism*, apparso in *Chemchemi*, la pubblicazione dell'Università di Dar es Salaam in Tanzania, nel giugno 2009, per indicare «a massive land-grabbing scramble in Africa» ad opera di paesi europei interessati alla produzione di biocarburante, la cui coltivazione, oltre a determinare il rincaro delle relative materie prime (soprattutto mais e canna da zucchero), è destinata, secondo Madoffe, ad aumentare la deforestazione ed alterare l'ecosistema lo-

*Food Wars*³. La storia, del resto, offre non pochi esempi di eventi rivoluzionari scatenati dalla scarsità di derrate e/o da incaute politiche alimentari, basti pensare alle sommosse popolari del 1775, conosciute come *guerra delle farine*, prodromi della rivoluzione francese, alle rivolte dei coloni inglesi per la tassa britannica sulla melassa del 1733 e quella successiva sullo zucchero del 1764, preludi alla rivoluzione americana, alle sollevazioni cittadine causate dalla grave carestia del 1916, all'origine delle rivoluzioni russe, e, recentemente, alla cosiddetta "primavera araba", innescata da proteste per il costo del pane.

La dimensione politica del cibo è dilatata, nella nostra epoca, da fenomeni globali quali l'esigenza transnazionale di politiche agricole ecosostenibili e di risorse alimentari alternative, la crescente consapevolezza da parte dei governi della ricaduta economica (in termini di aumento delle spese sanitarie) di un'alimentazione sbagliata, le "mode" alimentari di individui ed organizzazioni, dalla dieta macrobiotica alla *fusion*, dalla pratica del crudismo al freeganismo,⁴ dal movimento del *Food not Bombs*⁵

cale. Diffusa dalle varie riproduzioni dell'articolo, l'espressione *Climate (neo) colonialism* è stata poi ripresa nel rapporto dell'OXFAM sull'acquisto di milioni di acri di terra africana da parte di paesi del Medio Oriente e dell'Asia, in primis Cina, minacciati dalle crisi idriche causate dal cambiamento climatico. Si legga al riguardo l'articolo *La grande sete: senza cibo per tutti, un futuro di guerre*, disponibile al sito <http://www.libreidee.org/2013/11/la-grande-sete-senza-cibo-per-tutti-un-futuro-di-guerre/> (ultimo accesso. 24/8/2015).

³ È il titolo del libro di Walden Bello, pubblicato a Londra dalla casa editrice Verso nel 2009, in cui viene tracciata una sorta di storia economica, i cui effetti sono interpretati anche in chiave sociologica, dei cambiamenti dei processi di produzione agricola, dal fenomeno britannico dell'*enclosure* del XII e XIII secolo alle moderne forme di coltivazione intensiva monocultura imposte dalle multinazionali del cibo, all'origine delle crisi alimentari e delle conseguenti rivolte popolari in molti stati poveri negli anni 2007-2009.

⁴ Pratica di consumare cibo scartato o in scadenza, recuperato per lo più dai supermercati ma anche attraverso il *dumpster diving* (il tuffo nel cassonetto), diffusasi con intenti di denuncia della società consumistica e capitalistica, oltre che con motivazioni ambientaliste, sul finire degli anni '90 nell'area metropolitana di New York. Il termine *freegan*, da cui *freeganism*, nasce dal composto di *free* e *vegan*, anche se l'ideologia, enucleata nel manifesto di Warren Oaks «Why Freegan?», va ben oltre la filosofia vegetariana rifiutando l'acquisto di prodotti alimentari di ogni genere, in reazione allo spreco di cibo dei paesi industrializzati.

⁵ È un movimento anti-nucleare fondato nel 1980 a Cambridge, nel Massachusetts, e divenuto sostanzialmente antiglobalizzazione sul finire degli anni '90. I volontari operano in comunità povere servendo cibi vegetariani gratuiti preparati con il surplus alimentare di supermercati, fruttivendoli ed agricoltori. Oltre ad essere presente in molte città americane, il movimento ha gruppi attivi in Europa, Asia, Australia e Nuova Zelanda. In Italia è presente a Milano (Cfr. <http://milano-foodnotbombs.noblogs.org/>).

allo *Slow Food*⁶. Queste tendenze dimostrano che la rilevanza politica del cibo è collegata anche alla sua significatività sociale e culturale. L'alimentazione contribuisce ad elaborare politiche identitarie, non solo perché il cibo, in quanto fonte di nutrimento e di piacere, rientra nelle pratiche della cura del sé, ma anche perché le abitudini alimentari costruiscono e rivelano l'appartenenza sociale, religiosa ed etnica dell'individuo attraverso il consumo di alimenti definiti culturalmente commestibili, la scelta di modalità di preparazione consolidate, la preferenza per pietanze considerate socialmente appropriate, la partecipazione a rituali di assunzione dei pasti che codificano stratificazioni sociali e ratificano tradizionali distribuzioni di ruoli⁷.

Il valore politico del cibo non è però esclusivamente ascrivibile alla sua funzione nutrizionale e alla valenza simbolico-culturale di cui si è arricchito nella storia delle civiltà alimentari. Il cibo ha un ruolo politico perché è anche linguaggio e non soltanto perché le prime forme di convivialità, e forse anche di comunicazione, sono nate dalla necessità di dividerlo⁸ – non a caso l'etimologia di “convivio”, *cum vivere*, rimanda alla condivisione di esperienze – né solo perché i momenti conviviali comunicano

⁶ Organizzazione non profit fondata in Italia da Carlo Petrini nel 1986 con l'obiettivo di preservare le tradizioni culinarie locali, la biodiversità e la produzione naturale degli alimenti, minacciati, a suo avviso, dalla globalizzazione alimentare e massificazione del gusto provocata dai ristoranti *Fast Food*. L'organizzazione, con il nome di Arcigola, nacque infatti come forma di protesta all'apertura di un ristorante *McDonald's* a Piazza di Spagna a Roma e solo nel 1989 si trasformò in un movimento internazionale con la firma, a Parigi, del manifesto dello *Slow Movement*, redatto da Folco Portinari. Oggi vanta soci in 150 paesi.

⁷ Ci si riferisce sinteticamente alle teorie interpretative delle funzioni socio-antropologiche del cibo che hanno gettato le basi e/o contribuito all'evoluzione dei *Food Studies* e riconducibili, nell'ordine di citazione, ai lavori di: Mary Douglas, *Deciphering a Meal*, in «Daedalus», 1972, n. 101 (1), pp. 61-81; Deborah Lupton, *Food, the Body and the Self*, Thousand Oaks, London, 1996; Claude Lévi-Strauss, *L'origine des manières de table*, Plon, Paris 1968; Roland Barthes, *Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine*, in «Annales. Économies, Sociétés, Civilisations», 1961, 16 (5), pp. 977-986; Pierre Bourdieu, *La distinction. Critique sociale du Jugement*, Edition de Minuit, Paris, 1979; Anne Allison, *Japanese Mothers and Obentōs: The Lunch-Box as Ideological State Apparatus*, in «Anthropological Quarterly», 1991, n. 64, pp.195-208; Marjorie L. De Vault, *Feeding the Family: The Social Organization of Caring as Gendered Work*, University of Chicago Press, Chicago, 1991.

⁸ Si rimanda al riguardo all'interessante lavoro di Eugene Anderson, *Everyone Eats. Understanding Food and Culture*, New York University Press, New York, 2005, secondo il quale il linguaggio umano si sarebbe sviluppato per l'esigenza di indicare i luoghi in cui fossero reperibili cibo ed acqua, ed all'altrettanto brillante lavoro di Martin Jones, *Feast: Why Humans Share Food*, O.U.P., Oxford, 2007, che attribuisce l'origine delle forme di convivialità alle pratiche primitive di condivisione del cibo attorno al fuoco, necessarie a scongiurare aggressioni e razzie.

significati sociali quali gusto, ricchezza, credo – ma anche perché le parole del cibo sono la testimonianza di incontri e scontri di popoli e culture, la risultante di vicende politiche oltre che di tradizioni gastronomiche, soprattutto quando lessico e metafore culinarie sono il prodotto di ideologie, quando cioè la lingua del cibo diventa il linguaggio della politica.

La storia degli Stati Uniti ne è un esempio sotto vari aspetti. Nell'immaginario collettivo il mondo nuovo è costruito sul mito di una guerra di indipendenza scatenata dall'imposizione di tasse e vincoli commerciali su vari generi alimentari e soprattutto sulla melassa. Che tale fosse il convincimento dell'epoca, oggetto peraltro di battute di spirito tra gli stessi padri fondatori, è dimostrato da una lettera inviata da John Adams all'amico giudice William Tudor l'11 agosto del 1818, in cui il secondo presidente dichiara:

Witts may laugh at our fondness for Molasses & we ought all join in the laugh with as much good humour as General Lincoln did, Gen^{al} Washington however always asserted & proved that Virginians loved Molasses as well as New Englandmen did. *I know not why we should blush to confess that Molasses was an essential Ingredient in American Independence. Many great Events have proceeded from much smaller causes*⁹.

La melassa era un ingrediente prezioso nelle colonie americane non soltanto perché usato in alternativa allo zucchero, più costoso, ma anche perché necessario alla distillazione degli alcolici e soprattutto del rum, uno dei prodotti più esportati dal New England e merce di scambio nell'acquisto degli schiavi africani. Il commercio del liquido dolciastro divenne così importante per l'economia locale da spingere il Parlamento ad approvare nel 1733 il *Molasses Act*, che imponeva una tassa di sei *pence* al gallone sul prodotto importato da colonie non britanniche. Il provvedimento fu il primo di una serie di leggi mirate a controllare il commercio delle colonie in modo che fosse vantaggioso per l'Inghilterra, oltre che a rimpinguare le casse del sovrano impoverite dalle spese militari sostenute durante la guerra franco-indiana per la difesa dei possedimenti oltreoceano. La tassa, di durata trentennale, aveva l'obiettivo di scoraggiare l'acquisto della melassa da colonie francesi ma, di fatto, gravando sui costi di produzione, costrinse i coloni americani a ricorrere alle proteste, ol-

⁹ «Le menti argute potranno anche ridere della nostra passione per la Melassa e dovremmo tutti unirvi a tale risata con la stessa prontezza di spirito del Generale Lincoln; peraltro, il Generale Washington ha sempre sostenuto e dimostrato che gli abitanti della Virginia amano la Melassa quanto gli abitanti del New England. Non so perché dovremmo arrossire confessando che la Melassa è stata un Ingrediente essenziale nell'Indipendenza Americana. Molti grandi Eventi sono scaturiti da cause ben più piccole». Il passo è riportato nell'articolo di Andrea Cronin, *Three Centuries of Molasses in Massachusetts*, pubblicato dalla Massachusetts Historical Society il 16 gennaio del 2013 e disponibile al sito <http://www.masshist.org/blog/849> (ultimo accesso: 24/8/ 2015). Il corsivo e la traduzione, anche dei passi successivi, sono a cura dell'autrice.

tre che al contrabbando, e il governo inglese ad emendare la legge con lo *Sugar Act* che ridusse la tassa a tre *pence* ma impose rigidi controlli per assicurarne la riscossione. Alla sua scadenza la legge fu sostituita dal *Revenue Act* che ridusse ulteriormente la tassa ma impose dazi su altri generi ed in particolare sui vini di importazione, accrescendo il malumore generale che esplose all'approvazione del *Tea Act* nel 1773. La nuova legge faceva seguito ad una iniziale e assai impopolare tassa sul tè imposta nel 1767, che aveva spinto i coloni a boicottarne l'acquisto e preferire il consumo del caffè. Sei anni più tardi il *Tea Act* offriva un vantaggio concorrenziale alla Compagnia inglese delle Indie Orientali, che aveva maggiormente risentito della riduzione di vendite in America e, a discapito dei commercianti di tè locali, garantiva che il prodotto fosse venduto solo in alcuni porti delle colonie e esclusivamente da agenti della Compagnia. Il provvedimento esasperò gli animi e provocò reazioni in molte città, ma fu la protesta di Boston, conosciuta poi come *Boston Tea Party*, del 16 dicembre 1773, ad innescare la scintilla della rivoluzione. La rivolta ebbe inizio con l'assalto di un gruppo di coloni, mascherati da indiani, alle navi inglesi cariche di tè: al grido «*No taxation without representation*» ben 342 ceste di tè, l'equivalente di 45 tonnellate, del valore stimato di 10.000 dollari, furono gettate a mare. Sebbene prontamente sedato, il moto insurrezionale indicò alle colonie la via da perseguire ed i diritti a cui appellarsi per reclamare l'autonomia dalla madrepatria.

Quella del *Tea Party* non è l'unica metafora culinaria coniata dalla politica statunitense, peraltro ripresa ai nostri giorni dal movimento liberista, di impronta conservatrice, sviluppatosi a Chicago nel 2009 in reazione alle politiche assistenzialiste del presidente Obama¹⁰. Il carattere nazionale trova più di un significato nel lessico della cucina. *Pressure cooker*, *ethnic stew*, *tomato soup*, *mixing bowl* sono alcune delle espressioni con le quali viene interpretata la natura composita, multietnica e multirazziale, della popolazione americana¹¹. La

¹⁰ Per una breve storia del movimento ed una sintetica analisi della sua significatività per la destra americana, si leggano rispettivamente l'articolo di Christian Rocca, *I Tea Party della nuova destra americana*, pubblicato da «Il Sole 24 Ore» il 29 agosto del 2010, e l'articolo di Marco Ferrara, *I Tea Party negli USA e nel mondo*, pubblicato sul sito di «Cronacheinternazionali.com» il 14 giugno del 2012. È interessante notare che la diffusione dei gruppi di protesta del *Tea Party* è coincisa con un rinnovamento della metafora originaria dal momento che il termine metaforizzante si è arricchito anche dei significati dell'acronimo *Tax Enough Already*. Inoltre, ha favorito la diffusione nel gergo politico dell'espressione *astroturf*, presa in prestito dal marketing, per indicare organizzazioni che sembrano nascere spontaneamente dal basso, ma in realtà nascondono e promuovono interessi politico-commerciali.

¹¹ Cfr. Philip Gleason, *The Melting Pot: Symbol of Fusion or Confusion?*, in «*American Quarterly*», 1964, n. 16 (1), pp. 20-46. L'autore elenca più di una dozzina di metafore impiegate da sociologi e politologi per esprimere i concetti contrapposti di assimilazione e multiculturalismo nelle analisi del nazionalismo americano, notando la prevalenza di metafore culinarie.

pervasività delle parole del cibo è tale da aver determinato uno slittamento di significato della metafora del *melting pot* che dall'iniziale "crogiolo" di razze dell'opera teatrale di Israel Zangwill, del 1908, è passata ad indicare il calderone della zuppa in cui i diversi ingredienti (cioè le diverse identità culturali) pur fondendosi in un composto omogeneo (la nuova cultura americana) restano riconoscibili, secondo un'interpretazione dell'identità nazionale intermedia tra l'assimilazionismo dei primi del '900 e la teoria più recente e prevalente del pluralismo culturale, simboleggiata dalla metafora della *salad*¹². La copiosità delle metafore culinarie nelle descrizioni dell'identità americana è forse anch'essa indicativa del carattere nazionale, come osserva Philip Gleason¹³, e dimostra la rilevanza del cibo nella cultura politica statunitense che, non a caso, fonde gli obiettivi della colazione di lavoro ed i contenuti della religione civica nell'evento annuale conosciuto come *National Prayer Breakfast*¹⁴ e celebra la coesione sociale e la realizzazione dell'*American Dream* nel Giorno del Ringraziamento, conosciuto colloquialmente come *Turkey Day* per la presenza sulla tavola degli americani dell'immane piatto a base di tacchino ripieno¹⁵. È, d'altra parte,

¹² In verità, la metafora del *melting pot*, usata nel titolo dell'opera di Zangwill, popolarizzata dal dibattito sull'assimilazione culturale degli immigrati, fervente nei primi anni del '900, trova la sua enucleazione nelle parole di Hector St. John de Crèvecoeur che nel 1782 definiva l'America come il luogo in cui «all nations are melted into a new race of men». Cfr. J. H. St. John de Crèvecoeur, *Letter III: What is an American?*, in Susan Manning ed., *Letters from an American Farmer*, O.U.P., New York, 1997, pp. 46. Una breve discussione dell'origine e del significato delle principali metafore "identitarie" americane è fornita nel capitolo *Emergence, Triumph, Erosion* del volume di Samuel Huntington, *Who Are We?*, Simon & Schuster, New York, 2004, pp. 107-138.

¹³ «It is probably indicative of something about our national character that culinary symbolism supplies more replacements for the melting pot than any other source». Cfr. P. Gleason, *The Melting Pot*, op. cit., p. 32.

¹⁴ Si tratta in realtà di una serie di riunioni corredate di pranzi e cene organizzate dal Senato per politici, diplomatici e capi di stato, anche internazionali, inaugurate dalla Colazione Presidenziale. Bill Clinton approfittò della Colazione di Preghiera, ribattezzata *Repentance Breakfast* per chiedere pubblicamente scusa agli americani per il coinvolgimento nello scandalo Levinsky dopo la pubblicazione nel settembre del 1998 dello Starr Report che rivelava i particolari della relazione e lo esponeva al rischio di impeachment.

¹⁵ Il *Thanksgiving Day*, festeggiato sin dai tempi di Washington il quarto giovedì del mese di novembre, divenne ufficialmente un giorno festivo nel 1863, a seguito della Proclamazione del Ringraziamento del presidente Lincoln, il quale volle dar credito al suggerimento di Sarah Josepha Hale, autrice della famosa *nursery rhyme Mary had a little lamb*, di utilizzare una festa nazionale per rappacificare il paese diviso dalla Guerra Civile. La festa vuole ricordare il primo raccolto ottenuto dai padri pellegrini nel nuovo mondo. Secondo la tradizione i coloni celebrarono condividendo un pasto a base di tacchino con i nativi americani.

indicativo dell'influenza della politica sulle abitudini di vita, anche alimentari, della popolazione americana che la celebrazione della festività nazionale preveda da qualche decennio anche la cerimonia del *Turkey Pardoning* con cui il Presidente concede pubblicamente la grazia al tacchino ricevuto in dono dall'associazione nazionale di allevatori e commercianti, la *National Turkey Federation* e la *Poultry and Egg National Board*, una cerimonia che mira forse a conciliare pubblicamente le contrapposte aspettative di vegetariani e carnivori¹⁶.

La politica presidenziale ha dato più di un contributo alla definizione delle tradizioni culinarie ed all'ampliamento del lessico del cibo inglese non solo per l'introduzione di piatti ispirati da presunte o reali qualità del singolo politico ma anche, e soprattutto nei primi anni di vita della Repubblica, per neologismi ed espressioni culinarie introdotte dagli stessi presidenti. Certo non mancano le coniazioni deonomastiche, per alcuni piatti, per lo più dolci, rivelatori dei gusti dei presidenti, come la *Washington Pie*, una *cheese cake* servita con succo di ciliegia, che ricorda la passione di George Washington per il frutto e un liquore tipicamente americano chiamato *Cherry Bounce*, e la *Garfield Pie* che tramanda alla storia l'amore di James Garfield per la torta di mele. In tal senso fu determinante il ruolo delle *First Lady* che resero popolari ricette di famiglia, con i nomi delle relative pietanze, come il *Fried Chicken alla Monroe* o il *Purée of Wild Ducks alla Van Buren* e contribuirono alla definizione di uno standard culinario "statunitense" incentivando la redazione di libri di cucina americana- la serie ormai poderosa dei *White House Cookbooks*. In qualche caso il contributo delle mogli al lessico culinario fu involontario e determinato da eventi meramente circostanziali, seppur culturalmente significativi: *Madison's Hospitable Bouillon* fu il nome dato alla zuppa che Dolley Madison faceva servire agli ospiti in arrivo ed in partenza nelle giornate fredde; *Lemonade Lucy* fu il nome dell'unica bibita offerta alla Casa Bianca durante il proibizionismo, una bevanda per la quale era famosa la moglie del Presidente Hayes e che, a quanto pare, lo Stewart corregeva con *frozen rum concotion*,¹⁷ un miscuglio a base di liquore; *Baby Ruth* fu il nome dato alle barrette di *nougat* dal gusto caramellato, tuttora molto vendute, prodotte dalla Curtis Candy Company nel 1920 in onore della figlia di Cleveland, la prima e sinora unica *First Baby* nata alla Casa Bianca.

Furono, tuttavia, i presidenti a dare il maggior contributo all'espansione del lessico del cibo, sia coniando veri e propri neologismi sia introdu-

¹⁶ Per una breve storia della cerimonia, inaugurata dal presidente Truman nel 1947 ed istituzionalizzata dal presidente George H. Bush nel 1989, ed una lettura alternativa dell'evento che con un atto di clemenza da parte del primo cittadino sembra sanzionare il carnismo di un'intera popolazione, si legga il saggio di Carrie Packwood Freeman e Oana Leventi-Perez, *Pardon Your Turkey and Eat Him Too*, in J. J. Frye e M. S. Bruner (eds.), *The Rhetoric of Food*, op cit. pp 103-120.

¹⁷ Cfr. Barry H. Landau, *The President's Table. Two Hundred Years of Dining and Diplomacy*, Collins, New York, 2007, posizione 1252 dell'e-book.

cendo metafore culinarie nella retorica politica. Naturalmente, la creatività linguistica fu produttiva soprattutto nei primi anni di vita del nuovo stato per la necessità di identificare cibi sconosciuti al vecchio mondo e per una precisa volontà politica di ampliare e sistematizzare la lingua americana con l'intento di differenziarla da quella britannica. Già nel 1780 John Adams osservava «*we have not made war against the English language any more than against the old English character*» e incoraggiava la costituzione da parte del Congresso di un'Accademia

for correcting, improving, and fixing the English language would strike all the world with admiration and Great Britain with envy. The labors of such a society would unite all America in the same language, for thirty millions of Americans to speak to all nations of the earth by the middle of the nineteenth century¹⁸.

Qualche anno più tardi Thomas Jefferson si definiva amico dei neologismi, che avrebbero separato l'inglese americano «*in name as well as in power, from the mother tongue*» ed asseriva con fermezza: «*Necessity obliges us to neologize*»¹⁹ derivando, peraltro, il verbo dal poco conosciuto *neologism*. Jefferson, di fatti, fu il più prolifico tra i presidenti “neologisti”: a lui l'Oxford Dictionary attribuisce più di 100 nuove parole. In ambito culinario coniò il termine *breadstuff*, che usò per la prima volta nella Relazione sul Commercio con la Francia, inviata ai ministri degli esteri statunitensi il 13 febbraio 1793. La parola indicava prodotti farinacei destinati al commercio, che in America non venivano indicati con il termine inglese *corn* (grano), impiegato piuttosto per ogni genere di granoturco, anche quello nordamericano, per il quale solo più tardi si preferì il termine indiano caraibico *mahiz* giunto attraverso lo spagnolo nella forma *maize*²⁰. Alla parola *corn* fu collegata l'espressione *corn rows*, usata per indicare i filari di grano(turco), anch'essa una innovazione presidenziale, dal momento che la prima attestazione del

¹⁸ «Poiché correggere, migliorare e fissare nel tempo la lingua inglese riempirebbe di ammirazione tutto il mondo e d'invidia la Gran Bretagna. Le imprese di una simile accademia unirebbero tutta l'America nell'uso della stessa lingua affinché trenta milioni di americani parlino a tutte le nazioni della terra entro la metà del diciannovesimo secolo». John Adams, *Letter to President of Congress, 24 September 1780*, in *The Revolutionary Diplomatic Correspondence of the United States*, v. 4, disponibile al sito <https://www.pbs.org/speak/seatosea/officialamerican/johnadams/>.

¹⁹ T. Jefferson, *Letter to John Waldo, 16 August 1813*, in T. Jefferson, *The Papers of Thomas Jefferson, Retirement Series*, v. 6, 11 March to 27 November 1813, accessibile al sito <http://founders.archives.gov/documents/Jefferson/03-06-02-0333>.

²⁰ «France receives favorably our Bread-stuff, Rice, wood, Pot and Pearl ashes», (Cfr. *Jefferson Papers, Enclosure II: Extracts from Jefferson's Draft Report on Commerce: France, 13 February 1793*, accessibile al sito: <http://founders.archives.gov/documents/Jefferson/01-25-02-0170>).

gruppo nominale è in una pagina del diario di George Washington²¹, al quale si deve anche il derivativo *bakery*²², che finì col sostituire l'allora noto *bake house*, benché nelle intenzioni comunicative del presidente avesse piuttosto il significato di "magazzino per le provviste". Al primo presidente si deve anche il termine culinario *jabble* (mescolare, agitare) del quale restano però scarse attestazioni d'uso. Ben più fortunate furono le parole introdotte in cucina da Jefferson. Il terzo presidente fu un esperto agricoltore, oltre che appassionato di giardinaggio, e nella sua residenza di Monticello fu uno dei primi a tentare la coltivazione ed il consumo della patata bianca, che chiamo *Irish potato* e che servì a tavola nella versione *French fried*²³. A lui si deve anche l'impiego culinario del pomodoro, per il quale fu il primo ad usare il termine *tomata* dallo spagnolo *tomate*, che imparò ad usare nella salsa per la pasta, apprezzata durante un viaggio in Piemonte del 1787. Dall'Italia importò, oltre che due sacchi di riso piemontese contrabbandato, anche le parole *Parmesan cheese*, di cui spiegava nel diario di viaggio «*It is supposed [it] was formerly made at Parma, and took its name thence, [...]. It is made thro all the country extending from Milan 150 miles*»²⁴, *macaroni*, di cui scriveva in una nota del 1789 «*The best is made with a particular sort of flour called semola*»²⁵

²¹ «Washington's Diary, 24 May 1788», in Allan Metcalf, *Presidential Voices. Speaking Styles from George Washington to George W. Bush*, Houghton Mifflin, Boston, 2004, p. 216.

²² G. Washington, *Letter from George Washington to James Craik, 24 May 1780*, disponibile al sito <http://founders.archives.gov/documents/Washington/99-01-02-01844>.

²³ Le patate a pasta bianca non furono consumate in America prima del '700, sostanzialmente perché considerate velenose, un pregiudizio durato a lungo anche in Europa dove, alla loro prima importazione nel XVI secolo, se ne erano incautamente mangiate le foglie piuttosto che il tubero. Così per molto tempo la parola *potato* indicò in America la patata dolce consumata dagli indiani della costa orientale e solo più tardi la patata a pasta bianca - che Jefferson cercò appunto di coltivare a scopi alimentari, cucinandola nella versione *French*, cioè tagliata a fette o a strisce, secondo l'originario significato della parola. Un destino simile ebbe il pomodoro, usato per circa due secoli dall'importazione spagnola in Europa come mera pianta ornamentale. Cfr. Bill Bryson, *Made in America. An Informal History of the English Language in The United States*, Harper Collins, New York, 2001, pp. 181-183.

²⁴ T. Jefferson, *Journey through France and Italy, 23 April 1787*, in *Jefferson's Memorandum Books, PTJ*, disponibile online al sito: <http://www.monticello.org/site/research-and-collections/journey-through-france-and-italy-1787>.

²⁵ T. Jefferson, *Jefferson's Notes on Macaroni, [after 11 February 1789]*, in T. Jefferson, *PTJ*, Cit., disponibile al sito: <http://founders.archives.gov/documents/Jefferson/01-14-02-0304>. La nota contiene anche una breve descrizione del procedimento ed uno schizzo del macchinario impiegato per preparare i *mac(c)aroni*, che Jefferson cercò di riprodurre una volta tornato in America. I coloni

e *mascarponi*, che definiva «*a rich and excellent kind of curd*»²⁶. Non conosciuta direttamente da Jefferson ma pur sempre collegata al suo mandato presidenziale è anche l'espressione *big cheese*, usata nel gergo politico americano per indicare la persona più influente e importante di un luogo o evento. L'espressione trae probabilmente origine dai festeggiamenti per le elezioni del 1801, durante i quali la città di Cheshire nel Massachusetts preparò una ruota di formaggio di 725 kg recante l'incisione del motto jeffersoniano «*Rebellion to tyrants is obedience to God*». A causa del peso, il formaggio, soprannominato a ragion veduta *The Mammoth cheese*²⁷ poté essere spedito a Washington solo in inverno, su slitta. Qui, una volta raggiunta la Casa Bianca, ancora in costruzione, fu posizionato all'ingresso, dove rimase per tutto il tempo necessario alla consumazione (circa due anni, secondo alcune fonti), facendo sì che anche gli ospiti di molte presidenze successive ne apprezzassero l'odore, tanto più che lo stesso omaggio fu consegnato una trentina di anni più tardi al Presidente Andrew Jackson. In quel caso, però, la ruota di Cheddar del peso di 522 kg, recante la scritta «*The Union, it must be preserved*» sul gigantesco involucro, inviata dalla contea di Oswego nello stato di New York, stazionò all'ingresso dell'edificio presidenziale per poco tempo poiché Jackson ebbe il buon senso di dividerne la consumazione in un ricevimento pubblico offerto nel 1837 per festeggiare il *President's Day*²⁸.

Alla presidenza di Jackson viene attribuita l'espressione *kitchen cabinet*,

conoscevano probabilmente la parola *macaroni* grazie alla ricetta della *Macaroni Pie*, un tiballo di pasta condito con bechamel e cheddar, la cui ricetta compariva nel volume *The Experienced English Housekeeper* di Elizabeth Raffald, pubblicato a Londra nel 1769. L'uso jeffersoniano contribuì a diffondere l'impiego del termine come iperonimo di ogni tipo di pasta tubolare.

²⁶ T. Jefferson, *Letter to Thomas Lee Shippen, 19 June 1788*, in *Jefferson's Hints to Americans Travelling in Europe, PTJ*, disponibile al sito: <http://founders.archives.gov/documents/Jefferson/01-13-02-0173>.

²⁷ Il nome rappresenta anche il primo impiego della parola *Mammoth* con funzione aggettivale. Il presidente Jefferson ne avvalorò l'impiego in una lettera del 22 ottobre 1801 usandolo in riferimento ad un nuovo regalo: «I received [...] a present of a quarter of a Mammoth-veal which at 115 days old weighed 438 lb» (Ho ricevuto in regalo un quarto di carne di vitello, un mammoth che a 115 giorni di vita pesava 438 lb (circa 200 kg). Cfr. Paul Dickson, *Words from the White House*, Walker & Company, New York, 2013, p. 98.

²⁸ E tuttavia, in una lettera del 1838, scritta dalla moglie del senatore Davis, Elisa, si legge: «The White House has been put in order by its present occupant, and is vastly improved – (Van Buren) says he had a hard task to get rid of the smell of cheese, and in the room where it was cut, he had to air the carpet for many days; to take away the curtains and to paint and white-wash before he could get the victory over it». Il testo è disponibile al sito delle *Publications of the Colonial Society of Massachusetts*, <http://mentalfloss.com/article/27228/andrew-jacksons-big-block-cheese>.

usata ancora oggi per indicare i consiglieri più intimi e vicini al capo di stato perché da lui scelti personalmente. L'espressione, che traeva ispirazione dal luogo in cui gli amici del presidente erano soliti incontrarsi, sembra sia stata usata per la prima volta da Nicholas Biddle, direttore della Banca Statunitense, per denunciare la preferenza accordata al gabinetto privato del presidente rispetto a quello ufficiale «*the kitchen ... predominate[s] over the Parlor*», e poi sia comparsa in un articolo del Telegraph del 13 marzo 1832 per definire, in toni derogatori, la cricca del presidente, considerata responsabile delle *petty slanders*, le calunnie inutili diffuse dalla stampa statunitense²⁹. È interessante notare che il termine è entrato nel gergo politico britannico solo negli anni '60, in cui ha trovato impiego, con la stessa accezione, in riferimento al mandato del primo ministro Harold Wilson³⁰.

In molti casi la denominazione di cibi e pietanze fu l'esito della propaganda politica, intensa soprattutto in campagna elettorale. La candidatura alla presidenza di William Henry Harrison nel 1840 fu promossa con lo slogan *Log Cabin and Hard Cider Candidate* (l'uomo della capanna di tronchi e del sidro forte) per convincere gli elettori delle sue umili origini – in verità proveniva da una famiglia abbiente e proprietaria di schiavi, e della tempra fisica degna di un buon bevitore, un'immagine pubblica costruita dai sostenitori repubblicani per contrastare quella anagrafica di sessantottenne. Contrapposto al rivale e presidente in carica Martin Van Buren, che i conservatori chiamavano *royalist in disguise* per la predilezione per la cucina francese, Harrison fu anche descritto come l'eroe della battaglia di Tippecanoe (vinta contro gli indiani nel 1811) abituato a cibarsi di *raw beef and salt*. I gusti culinari divennero elemento di preferenza e discernimento tra i due candidati, come illustra un poema elettorale dell'epoca:

No banquets he'll give à la mode de Paris
No wines of great price on his board you will see
But sirloin and bacon and hard cider too
shall be the plain fare of the old Tippecanoe³¹.

Bottiglie di sidro, etichettate per l'occasione con nome di *log cabin sieder*, nonché gadget quali bastoni da passeggio aventi il manico a forma di barile di sidro e bottiglie di Whiskey dalla forma di capanna, prodotte

²⁹ Richard B. Latner, *The Kitchen Cabinet and Andrew Jackson's Advisory System*, in «The Journal of American History», 1978, 65 (2), pp. 367-388.

³⁰ L'accezione contemporanea è indicata alla voce *Kitchen Cabinet* del dizionario del lessico politico della rivista elettronica «Politics.c.uk» disponibile al sito: <http://www.politics.co.uk/reference/kitchen-cabinet>.

³¹ «Non offrirà banchetti alla moda parigina, né vedrete vini costosi sulla sua tavola, ma lombata e pancetta saranno le semplici pietanze del vecchio Tippi-canoe». Cfr. B. H. Landau, *The President's Table*, op. cit., posizione 439 dell'e-book.

dalla distilleria E.C. Booz, furono spesso distribuiti durante i comizi politici di Harrison, il che contribuì a fare entrare nel lessico americano la parola *booze*, che indicò colloquialmente sia gli alcolici che le sbronze³², ed a far sì che le poche cene offerte dal presidente neoeletto fossero definite *regular hard cider affairs*³³. Ironia e giustizia della storia, Harrison era astemio e perse la vita dopo appena un mese dall'assunzione della presidenza per via di una malattia che all'epoca fu diagnosticata come polmonite³⁴, che avrebbe contratto per aver pronunciato il discorso d'insediamento più lungo della storia (circa 1 ora) in una giornata fredda e piovosa e per aver partecipato alla parata inaugurale senza indossare cappotto e copricapo per dare prova del vigore fisico celebrato in campagna elettorale. Durante la sua presidenza fu scritto il primo libro di cucina per i commensali della Casa Bianca, ad opera del cuoco Hugo Zienman, che inaugurò una tradizione di volumi destinati a rivelare, tra una ricetta e l'altra, non solo i gusti alimentari dei presidenti e l'accoglienza riservata ai capi di stato con menù appositamente pensati per cene diplomatiche e di gala, ma anche le abitudini, i difetti e le ossessioni della *First Family*. Il libro contribuì a stabilizzare la scelta e la scrittura di menù prevalentemente inglesi, dal momento che per buona parte delle amministrazioni del XVIII e XIX secolo cuochi e portate, almeno nei pranzi ufficiali, furono preferibilmente francesi ed in francese furono scritti i menù consegnati agli invitati.

All'incirca quarant'anni più tardi il nipote di William Harrison, Benjamin, confermava la creatività linguistica familiare strappando il mandato al presidente in carica, Grover Cleveland, con una elezione che inaugurò l'uso del termine *fat-frying* (frittura con oli e grassi) per indicare l'acquisto di voti e la riscossione di finanziamenti elettorali da individui, organizzazioni e società beneficiabili dell'esito.

La candidatura di Abraham Lincoln fu promossa con lo slogan elettorale *The Log Cabin Candidate* che gli attribuiva la nascita nella ormai iconica capanna di tronchi e ne ricordava il lavoro di taglialegna. E *Lincoln Log* fu il nome con cui fu ribattezzato il tronchetto di cioccolato a base di pan di Spagna, conosciuto dal 1615³⁵. *Annexation cake* (torta dell'annessio-

³² P. Dickson, *Words*, op. cit., p. 35.

³³ Cfr. Barry H. Landau, *The President's Table*, op.cit., posizione 439 dell'e-book.

³⁴ Ricerche recenti parlano piuttosto di una febbre enterica contratta probabilmente a causa delle scarse condizioni igieniche dei locali dell'allora Casa Bianca. Cfr. Jane McHugh, Philip A. Mackowiak, *Death in the White House: President William Henry Harrison's Atypical Pneumonia*, in «Clinical Infectious Diseases», 2014, n. 59 (7), pp. 990-995.

³⁵ Nel 1916 *Lincoln Log* divenne anche il nome delle costruzioni per bambini a forma di tronchi della *Lincoln Playhouse*, la capanna di legno del pioniere americano, progettata e commercializzata da John Lloyd Wright, figlio dell'architetto Frank Lloyd.

ne) fu il nome che poi ispirò anche la ricetta della torta raffigurante, nei manifesti anti-imperialistici della fine dell'800, le mire espansionistiche del presidente William McKinley, la cui vittoria della guerra ispano-americana aveva consentito l'annessione di Porto Rico, Guam e delle Filippine. La politica presidenziale contribuì anche alla diffusione della metafora del *full dinner pail* (la gamella del pranzo ben piena) che entrò nel linguaggio comune con la variante *full dinner bucket* (gavetta piena) per indicare il benessere della classe operaia che McKinley prometteva di garantire in un secondo mandato con lo slogan elettorale «*Four more years of the full dinner pail*» (Altri quattro anni di gamella piena). Oggi *lunchpail* compare come sinonimo di *blue-collar worker* nell'Oxford Dictionary of American Political Slang e *lunch-bucket* è un aggettivo usato per denotare tematiche care alla classe operaia.

«*Cox and cocktails*» fu lo slogan politico usato da Warren Harding nella campagna elettorale del 1920 che lo vide contrapposto al democratico James Cox contrario al Proibizionismo; l'effetto dell'accostamento del cognome di Cox ai liquori fu probabilmente accresciuto dall'essere Cox anche il nome del presunto inventore del cocktail caraibico *Daikiri*, commercializzato agli inizi del '900. Il successo della campagna denigratoria si ripeté con le elezioni del 1928 quando i sostenitori di Herbert Hoover si scagliarono contro l'avversario Al Smith, anch'egli contrario al proibizionismo e perciò soprannominato *Al-coholic Smith*, con manifesti che chiedevano agli elettori: «*Shall dry America elect a cocktail president?*» (Deve l'America astemi eleggere un presidente [amante] dei cocktail?). Lo slogan determinò la diffusione dell'espressione *cocktail politician* per indicare un politico dissoluto, frequentatore di festini ed amante dell'alcool. La campagna elettorale del 1928 fu caratterizzata anche dallo slogan «*A chicken in every pot and a car in every garage*» (Un pollo in ogni piatto, una vettura in ogni garage) con cui Hoover prometteva prosperità ed abbondanza al suo elettorato. Paradossalmente, fu eletto pochi mesi prima del Crollo di Wall Street e, nonostante le politiche del risparmio di cui si era fatto promotore sin dai primi anni '20 e la rinuncia allo stipendio che destinò ad organizzazioni caritatevoli, fu considerato responsabile della Grande Depressione ed il suo nome divenne fonte di ispirazione di neologismi dispregiativi quali *Hooverville*, *Hoover cover* e *Hoover leather* per indicare rispettivamente le baraccopoli, oggi anche tendopoli, le coperte e le scarpe di cartone usate dai senzatetto. E *Hooverize* divenne, a ragione, sinonimo di *fare economia* anche di cibo³⁶.

³⁶ In verità il neologismo era stato suggerito da un giornalista del *New York Tribune* in un articolo del 13 giugno 1917 in cui venivano descritte le politiche di riduzione del consumo alimentare nazionale proposte da Hoover, all'epoca capo della *Food Administration*, l'agenzia governativa incaricata della gestione degli approvvigionamenti delle truppe statunitensi oltreoceano, durante la prima

Jimmy Carter ricorse allo slogan elettorale: «*Not just Peanuts*» per vantare credenziali lavorative ben più vaste di quelle del mero produttore di arachidi. E tuttavia, l'immagine di agricoltore di successo servì opportunamente a sottolineare, negli anni immediatamente successivi allo scandalo *Watergate*, la sua estraneità agli intrighi e raggiri della politica di Washington. Giocattoli, tazze da tè, fibbie e spille a forma di nocciolina nonché snack a base di arachidi furono i gadget più venduti durante la campagna elettorale per le presidenziali del 1976, unitamente ad un libro di cucina contenente le ricette preferite dalla famiglia Carter per la preparazione di cibi a base di noccioline, tra cui il prevedibile *Peanut Butter*, la *Peanut Soup* e i *Jimmy Carter's peanut cookies*. Il marketing politico trasformò il candidato in *The Peanut Man*, o meglio ancora *Mr Peanut*. L'aereo sul quale si spostava per raggiungere le varie tappe del tour elettorale fu appropriatamente battezzato *Peanut One* e i volontari che vi lavorarono costituirono la *Peanut Brigade*. La campagna per le presidenziali di Carter fu caratterizzata anche dallo slogan anti-repubblicano «*Bozo and the Pineapple*» con cui i democratici designarono con irriverenza il presidente in carica, Gerard Ford, paragonato a *Bozo the clown*³⁷, ed il candidato alla vicepresidenza Bob Dole, il cui cognome ricordava una nota marca di succo d'ananas e frutta in scatola. La suggestione negativa dell'antonomasia fu accresciuta dalla sua capacità di ricordare agli elettori il nesso tra Ford ed il presidente dimissionario Richard Nixon, di cui Ford era stato vice, per aver Nixon consumato un dolce a base di ananas e panna durante il suo ultimo pasto alla Casa Bianca. Il successo dello slogan fu tale che la parola *bozo*, derivante dallo spagnolo *bozal* usato dai commercianti di schiavi per indicare chi parlasse male la lingua, e poi, per estensione, un "idiota" e, almeno negli stati del Sud, chi esibisse modi grossolani³⁸, vuoi per l'associazione con il clown, vuoi per quella con il presidente uscente, acquisì anche il significato di "buffone".

Alla presidenza Carter è attribuibile anche la popolarità dell'espressione *three-martini lunch*, usata ancora oggi per indicare pranzi di lavoro informali finanziati dalle grandi società. L'espressione fu in realtà impiegata per la prima volta in campagna elettorale dal candidato democratico

Guerra Mondiale. Cfr. P. Dickson, *Words*, op. cit., p. 73. Naturalmente, la connotazione negativa del verbo divenne ben più marcata dopo il Crollo di Wall Street.

³⁷ Pagliaccio gocherellone creato nel 1946 dalla penna di Alan W. Livingston per un libro di fiabe per bambini e divenuto poi celebre personaggio di molti show televisivi negli anni '60. Si legga al riguardo l'articolo pubblicato dalla ABC News "Battling Bozos" disponibile al sito: <http://abcnews.go.com/Entertainment/WolfFiles/story?id=93063&page=1>.

³⁸ Il termine compare nel testo *Some Sources of Southerisms* di Mitford M. Matthews, pubblicato dalla University of Alabama Press nel 1948, come vocabolo usato in Sud Carolina e Georgia per indicare una persona grossolana. Il *Wall Street Journal* in un articolo del 31 ottobre del 1983 ne attesta anche l'uso con il significato di "uomo muscoloso dallo scarso quoziente intellettuale" sin dal 1905.

George McGovern che in un discorso del 1972 ne denunciò l'assurda deducibilità fiscale³⁹ ma divenne popolare durante la successiva campagna presidenziale perché Carter trasformò il *three-martini lunch* in un simbolo delle disparità economiche ed iniquità fiscali consentite dai repubblicani, dichiarando che era la classe operaia a pagarne le spese, il che provocò la piccata risposta del presidente Ford, candidato alle elezioni: «*The three-martini lunch is the epitome of American efficiency. Where else can you get an earful, a bellyful and a snootful at the same time?*»⁴⁰. Ford perse le elezioni ed il *three-martini lunch* subì un drastico ridimensionamento, per lo meno in termini di deducibilità fiscale. Ne resta, però, l'uso nel gergo aziendale per indicare pranzi informali in cui è possibile parlare liberamente e francamente con i potenziali clienti e concludere buoni affari.

Alle noccioline di Carter furono contrapposti, quattro anni più tardi, le caramelle gelatinose amate da Reagan, i *jelly beans*, offerti a fotografi e giornalisti durante la campagna elettorale e poi a segretari di stato e ministri durante le riunioni alla Casa Bianca, e inviati come regalo presidenziale agli astronauti della missione spaziale Challenger Space Shuttle del 1983. Il tema dei *jelly bean* fu naturalmente usato anche nei manifesti politici dove il volto di Reagan appariva definito da un collage di caramelle multicolore e lo slogan invitava l'elettorato a sostenere il ragazzo *dei jelly bean* per ricostruire la grandezza della nazione: «*Get behind the jelly bean kid. Make America strong again*». E Reagan ne trasse anche ispirazione per personalizzare l'adagio del politico e gastronomo francese Jean Anthelme Brillat-Savarin⁴¹ trasformandolo nella versione più adatta alla campagna elettorale, «*You can tell a lot about a fellow's character by his way of eating*

³⁹ Nella denuncia del politico - «The rich businessman can deduct his three-martini lunch, but you can't take off the price of a baloney sandwich» (L'uomo d'affari ricco può dedurre dalle tasse il pranzo di lavoro mentre voi non potete sottrarvi al prezzo di uno stupido panino). L'espressione indicava un pranzo costoso, con molte portate, nel corso del quale venivano serviti alcolici e martini. Cfr. Liam Julian, *Review: Safire's Dictionary adds definition to politi-speak*, in «Tampa Bay Times», 14 June 2008, disponibile al sito: <http://www.tampabay.com/features/books/review-safires-dictionary-adds-definition-to-politi-speak/616255>.

⁴⁰ «Il pranzo con tre martini è l'epitome dell'efficienza americana. In quale altro luogo si possono soddisfare contemporaneamente l'udito, il palato e l'olfatto?». Cfr. Michael Lee, *Why the three-martini lunch worked*, in «Forbes», 25 November 2013, disponibile al sito: <http://www.forbes.com/sites/michael-lee/2013/11/25/why-the-three-martini-lunch-worked/>

⁴¹ L'adagio francese «Dis-moi ce que tu manges: je te dirai ce que tu es» (Dimmi cosa mangi e ti dirò chi sei) fu adottato in una versione più simile alla successiva resa Reaganiana, «Dimmi come mangi e ti dirò chi sei», dal medico-fisiologo, neurologo, antropologo e divulgatore scientifico italiano, Paolo Mantegazza, nel popolare almanacco *Igiene della cucina*, pubblicato a Milano dalla casa editrice Brigola nel 1866.

jellybeans) (Puoi capire molto del carattere di un individuo dal modo in cui mangia i Jelly Beans). Al presidente si deve anche l'espressione figurata «*go on the mashed-potato circuit*» usata per indicare la serie di inviti a cena (tra le cui pietanze, evidentemente, non mancava mai il purè di patate) ed i successivi eventi serali che un candidato alla presidenza è tenuto ad ottemperare durante la campagna elettorale⁴².

Nel tentativo di distinguere la propria immagine da quella di Reagan, di cui era stato vice, e di esibire i gusti dell'uomo comune, George Herbert Bush dichiarò di amare i *Pork Rinds*, uno snack a base di cotenna fritta, popolare soprattutto nel sud tra le minoranze ispano-messicane, un potenziale e significativo bacino di voti. La preferenza accordata dal candidato ai *pork rinds*, pubblicizzata persino in un profilo del *Time*⁴³, determinò una tale impennata delle vendite dello snack, durante la campagna elettorale del 1989, che le due società produttrici, la Evans Food Production e la Rudolph Food Company, dovettero introdurre turni notturni in fabbrica per far fronte alle richieste di mercato. Ad elezione avvenuta il presidente ne ricevette in dono un tale quantitativo da dispensarne agli ospiti della Casa Bianca per mesi⁴⁴. Meno fortunati furono i produttori di broccoli che godettero però di un'inaspettata popolarità dopo che la stampa ebbe divulgato nel marzo del 1990 il divieto imposto dal presidente Bush allo Chef della Casa Bianca di servirgli la verdura. Nel tentativo di farlo ricredere e spingerlo a ritrattare, una delegazione di agricoltori californiani inviò a Washington camion carichi di broccoli. L'iniziativa spinse invece il presidente a rivendicare la libertà di parola oltre che di scelta del proprio cibo con un simpatico comunicato stampa, ripreso anche dalla televisione, divenuto fonte di ispirazione di numerose gag comiche, oltre che di auto-referenzialità ironica in molti discorsi successivi:

I do not like broccoli. And I haven't liked it since I was a little kid and my mother made me eat it. And I'm President of the United States, and I'm not going

⁴² In seguito Reagan usò la metafora per indicare più genericamente la partecipazione a comizi politici ed eventi pubblici, come si evince dall'intervista rilasciata alla ABC il 22 dicembre 1988, «I'm not going to retire. I am going back out on the mashed-potato circuit», ed è con tal senso che si è consolidata nel gergo politico americano. Cfr. Grant Barret, ed., *The Oxford Dictionary of American Political Slang*, O.U.P., Oxford, p. 175.

⁴³ Il breve profilo, dal titolo *Snacks. Pass the Pork Rinds, Mr Prez*, pubblicato dal «Time» il 27 febbraio 1989, è ancora disponibile al sito: <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,957107,00.html>.

⁴⁴ Cfr. Carl Anthony, *Peanut, Big Mac & Jelly Bean: The Brief Era of Presidential Campaign Snacks*, accessibile al sito: <http://carlanthonyonline.com/home1/> (ultimo accesso: 30/7/2015), e Jennifer Stoffel, *Suddenly, Pork Rinds Are Classy Crunch*, in «The New York Times», 7 giugno 1989, disponibile al sito: <http://www.nytimes.com/1989/06/07/garden/suddenly-pork-rinds-are-classy-crunch.html> (ultimo accesso 8/8/2015).

to eat any more broccoli!⁴⁵

L'episodio contribuì alla diffusione dell'appellativo antonomastico *the broccoli-heater* e dell'espressione imitativa della lallazione infantile «*broccoli loccoli*» derivata dalla rima dello scrittore Roy Blount «*The local groceries are all out of broccoli, loccoli*» che ben descriveva gli effetti della dichiarazione presidenziale sul consumo nazionale dell'ortaggio⁴⁶.

Il cibo alimenta la retorica politica americana non solo di nuove costruzioni lessicali, aventi per lo più origini ed intenti narrativi, ma anche di metafore, soprattutto analogiche, in qualche caso anche paradigmatiche, usate in senso dispregiativo per denigrare l'avversario. È il caso, ad esempio, dell'espressione «*dead duck*» (anatra morta) riferita ad un personaggio politico in declino, da cui, per estensione, il significato odierno più frequente di persona inutile. Il presidente Andrew Johnson la usò nei confronti di John Wein Forney, editore di alcuni quotidiani pubblicati a Philadelphia e Washington, il *Pennsylvanian*, il *Press* ed il *Washington Sunday Chronicle*, spesso critici nei suoi confronti. Rifiutandosi di controbattere alle critiche, Johnson avrebbe dichiarato «*I do not waste my ammunition on dead ducks*», parafrasando il detto «*Never waste your powder on a dead duck*» (Mai sprecare polvere da sparo per un'anatra morta)⁴⁷. L'epiteto, riportato in un articolo del *New York Times* del 28 febbraio del 1866, divenne fonte di ispirazione di satire feroci da parte di illustratori come Thomas Nast che gli dedicò non poche vignette, tra cui quella del 14 marzo 1868, pubblicata dall' *Harper's Weekly*, dal titolo *A Brace of Dead Ducks* (Una coppia di anatre morte) in cui il presidente veniva ritratto assieme al nemico Forney con le fattezze di un'anatra appesa ad un cappio in attesa di essere cucinata. Nella didascalia la domanda: «*How do you like it yourself, eh?*» (Che ne dici, ti piace?) alludeva all'incriminazione per impeachment a cui Johnson sfuggì per un solo voto contrario il 26 maggio del 1868. Ad

⁴⁵ G. H. Bush, *The President's News Conference, March 22, 1990*, «Non mi piacciono i broccoli. E non mi piacciono da quando ero piccolo e mia madre mi costringeva a mangiarli. E sono il Presidente degli Stati Uniti e non mangerò più broccoli!». L'episodio è descritto brevemente nell'articolo *Bush 41 Still Hates Broccoli (and a certain peanut farmer too)*, del «Live Journal», disponibile al sito: <http://potus-geeks.livejournal.com/84081.html> (ultimo accesso: 10/8/15).

⁴⁶ Cfr. Maureen Dawd, *'I'm President', so no more broccoli*, «The New York Times», 23 marzo 1990, disponibile al sito: <http://www.nytimes.com/1990/03/23/us/i-m-president-so-no-more-broccoli.html> (ultimo accesso 3/9/15).

⁴⁷ Si tratta di un proverbio americano di incerta origine, la cui prima attestazione nota risale ad un articolo del «New York Courier» del 1829: «There is an old saying 'never waste powder on a dead duck'; but we cannot avoid flashing away a few grains upon an old friend, Henry Clay». Cfr. il sito *The Phrase Finder*, http://www.phrases.org.uk/bulletin_board/50/messages/351.html.

Abraham Lincoln si deve l'espressione «*sugarcoat the pill*», l'equivalente dell'italiano "indorare la pillola", utilizzata nel messaggio rivolto al Congresso il 4 luglio 1861, con il quale spiegava le ragioni della guerra contro gli stati confederati che avevano *sugar coated* la loro ribellione facendola passare per la legittima e pacifica uscita di uno stato dall'Unione. A Theodore Roosevelt sembra sia attribuibile l'espressione *good to the last drop* (buono sino all'ultima goccia) che il presidente avrebbe usato per definire la miscela di caffè preferito, il Maxwell House. La frase fu poi sfruttata da molti slogan pubblicitari di marche di caffè, birra e acqua minerale dei primi anni del '900. A Roosevelt si deve anche la metafora pasticceria «*The backbone of a chocolat éclair*» (la spina dorsale di un éclair al cioccolato) che usò per denigrare William McKinley nelle presidenziali del 1896. Il commento divenne presto popolare benché secondo alcuni storici sia stato ritrattato da Roosevelt che non volle perdere la candidatura alla vicepresidenza nella seconda campagna elettorale di McKinley.

«*If you can't stand the heat, get out of the kitchen*» (se non sopporti il caldo esci dalla cucina) è un aforisma coniato da Henry Truman nel 1942, qualche anno prima della campagna presidenziale, e poi ampiamente usato durante i suoi due mandati per redarguire collaboratori poco energici e scoraggiare detrattori. Col tempo la frase ha acquisito anche il significato moraleggiante di consigliare la rinuncia ad incarichi "scottanti" o poco consoni alle qualifiche e mansioni dell'incarico. Al gabinetto del successore di Truman, William H. Taft, e più precisamente al ministro dell'interno Walter L. Fisher, si deve l'uso dell'espressione «*spill the beans*» con il significato di "spifferare", "raccontare indiscrezioni"⁴⁸. Sembra che prima di allora "beans" fosse piuttosto associato al verbo "spoil", nell'espressione idiomatica *spoil the beans* avente un senso equivalente a quello di «*upset the applecart*», analogo all'italiano "rompere le uova nel paniere". Durante la campagna elettorale per le rielezioni, nel 1911, i democratici vi fecero riferimento in un poster dispregiativo dal titolo «*Merry Christmas, Bill*» in cui il presidente (uscente) veniva ritratto a cena la notte di Natale. Il pasto, servito da un cameriere dalle fattezze di un elefante (simbolo repubblicano) veniva interrotto da un ospite imprevisto, dalle fattezze di un asino (simbolo democratico), la cui intrusione costringeva il presidente a «*spill e spoil the soup*» ("versare" sul tavolo e "sprecare" la zuppa).

È nei momenti storici di particolare significatività che il linguaggio politico americano fa maggior ricorso al lessico ed alle metafore del cibo. Durante le guerre mondiali la metafora del pasto in famiglia fu spesso usata per promuovere un'immagine di stabilità sociale e unione di intenti che rischiava di essere compromessa dai possibili schieramenti delle varie

⁴⁸ Il particolare è indicato nel resoconto dell'origine dell'espressione secondo la raccolta online *English Language and Usage*, disponibile al sito: <http://english.stackexchange.com/questions/28093/origin-of-spill-the-beans>.

minoranze etniche di origine europea: divenne allora popolare lo slogan «*A family that eats together stays together*». Immagini di famiglie felici riunite davanti ad una tavola riccamente bandita sotto l'egida del motto «*Freedom from want*» apparvero in molti quotidiani e show televisivi degli anni '40 per ricordare agli Americani il benessere a cui erano abituati e per il quale valeva la pena di combattere⁴⁹. L'operazione *Lend-Lease*, che traeva nome dalla Legge Affitti e Prestiti firmata dal presidente F. D. Roosevelt l'11 marzo 1941, con la quale gli USA si impegnavano a fornire cibo, petrolio e materiale bellico agli alleati, rientrava nel programma rooseveltiano «*Freedom from Fear*» di cui la propaganda «*Freedom from want*» era espressione. Oltre a segnare la fine della neutralità americana, trasformò l'abbondanza dei cibi in un requisito della vittoria ed uno strumento di propaganda bellica⁵⁰. Gli slogan usati sin dalla prima guerra mondiale «*Food is weapon, don't waste it*», «*Food will win the war*» e «*Our food is fighting*», incoraggiavano alla produzione ed al risparmio di derrate alimentari, invitavano la popolazione a limitare il consumo di carne e pane nei *Meatless Tuesdays* e *Wheatless Wednesdays* ed incitavano, con i manifesti «*Your victory garden counts more than ever*» e «*Sow the seeds of victory*», a piantare verdure ed ortaggi nel giardino di casa per contribuire, con l'eventuale surplus, alla preparazione di conserve da inviare al fronte.

Negli anni di lotte sociali per il riconoscimento dei diritti civili alla popolazione di colore e soprattutto sul finire degli anni '30 le proteste non violente conosciute come *sit-in*, consistenti nell'occupazione di spazi pubblici da parte dei protestatari, arricchirono il lessico politico dell'espressione *restaurant-sit-ins*. Cibo e cucina furono metafore dell'*American way of life* durante la guerra fredda, promosso non solo dai messaggi pubblicitari di brand americani, come ad esempio la Pepsi Cola, la prima bevanda "capitalistica" ad essere venduta in Unione Sovietica, ma anche da eventi organizzati ad hoc, come il celebre incontro tra Nikita Khrushchev e Richard Nixon nel padiglione dedicato all'arredamento di una cucina stile USA nell'*American National Exhibition* del 1959 a Mosca. Lo scambio piccato di battute tra il premier sovietico e l'allora vice-presidente statunitense, stimolato dall'ostentazione dei moderni

⁴⁹ Cfr. Elizabeth Borgwardt, *A New Deal for the World: America's Vision for Human Rights*, Harvard University Press Cambridge, Massachusetts, 2005, pp. 46-48.

⁵⁰ Cfr. Leonardo Paggi, *Un secolo spezzato in Novecento. I tempi della storia*, a cura di Claudio Pavone, Donzelli, Roma, p. 129. Il saggio di Paggi, che fornisce un breve resoconto dell'uso strategico del cibo durante le due guerre, soprattutto da parte delle forze naziste, prende le mosse dall'analisi condotta nel 1941 da Karl Brandt, illustrata nell'articolo *Food as a Political Instrument in Europe*, «*Foreign Affairs*», 1941, n. 19 (3), pp. 512-29, riguardo l'ingente acquisto tedesco di derrate alimentari da stati dell'Europa sud-orientale con l'obiettivo di determinarne la dipendenza economica ed il razionamento del cibo a danno delle comunità ebraiche e dei popoli conquistati.

e costosi elettrodomestici, definiti alla portata della classe operaia americana, passò alla storia come *kitchen debate*. Negli anni '70, l'*American pie*, politicizzata dalla celebre canzone di Don McLean, ispirata alla guerra del Vietnam, divenne il simbolo della disillusione postbellica.

Nei periodi pacifici il cibo ha svolto un ruolo altrettanto importante nel discorso politico presidenziale, in quanto arma di "guerre" metaforiche, come la *War on Poverty* del presidente Lyndon Johnson, che contribuì a diffondere le espressioni, tutt'ora in uso, di *congregate meals* e *home-delivered meals*, per indicare i pasti offerti dal finanziamento concesso dal *Food Stamp Act* (la legge sui buoni pasto) del 1964, e, in tempi recenti, la *War on Obesity* della moglie del Presidente Obama, Michelle, che ha avuto il merito di rendere polare l'acronimo *FNV* e la corrispondente trascrizione grafemica *Effin Vees* per indicare frutta (fruit) e verdura (vegetables) che la *First Lady* incita a consumare con lo slogan: *Eat your FNV* in uno dei video promozionali realizzati per la campagna «*Let's move!*»⁵¹. Se i pasti ipocalorici consigliati da Michelle sono poco graditi ai giovani elettori che hanno espresso sui social network non poche obiezioni al razionamento delle porzioni e limitazione della distribuzione di snack imposti alle mense scolastiche dalle nuove normative alimentari entrate in vigore a seguito della campagna, ben più apprezzati sono i menù ipercalorici consumati dal Presidente Obama negli incontri serali concessi agli elettori in noti *fast food* di Washington, che il politico ha utilizzato di recente per rinsaldare i legami con l'elettorato. E visto che Obama ha incarnato più di ogni altro presidente il mito del cambiamento americano, la sua strumentalizzazione del cibo non fa che confermare l'intuizione di Reagan secondo il quale «tutti i grandi cambiamenti in America cominciano a tavola»⁵². Evidentemente anche quelli linguistici.

⁵¹ Si tratta della campagna lanciata dalla *First Lady*, con il coinvolgimento e supporto del Food and Drug Administration Office, il 9 febbraio 2010 e diretta a combattere l'obesità giovanile promuovendo l'attività fisica ed un'alimentazione sana soprattutto nelle mense scolastiche. Per un breve resoconto delle reazioni alle nuove disposizioni introdotte dall'amministrazione Obama in materia di alimentazione scolastica si legga l'articolo *Michelle Obama's School Plan is Unpopular*, pubblicato dalla rivista «Medical News Today», disponibile sito: <http://www.medicalnewstoday.com/articles/250732.php>. Quanto alle ragioni delle visite presidenziali a *fast food* locali, si legga l'articolo di Ethan A. Huff, *Obama Promotes Junk Food to Increase His Popularity among Regular Americans*, pubblicato dalla rivista elettronica «Natural News» il 27 luglio 2014 e disponibile al sito: http://www.naturalnews.com/046190_Obama_junk_food_regular_Americans.html (ultimo accesso: 8/9/15).

⁵² «All great change in America begins at the dinner table». R. Reagan, *Farewell Address*, 11 gennaio 1989, disponibile al sito: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=29650>.