

Οι περιπέτειες του Μίστερ Νόστιμου!

Αυτάρκειες οικονομίες και φετιχισμός του εμπορεύματος στον πόλεμο και την ειρήνη



Αγαπητοί αναγνώστες, ελπίζουμε το σωτήριο έτος 2022 να σας βρίσκει υγιείς. Για να κρατήσουμε τα επίπεδα της «υγείας» σας υψηλά είπαμε να γράψουμε αυτό το κείμενο. Διαβάζοντάς το, λοιπόν, θα καταλάβετε πως ο θησαυρός στο πιάτο σας, δηλαδή η μεσογειακή διατροφή, το πρότυπο διατροφής παγκοσμίως, σχετίζεται με την Ιταλία του μεσοπολέμου και τον Μουσολίνι. Έχετε την ευκαιρία επίσης να διαβάσετε τι έπαθε το καπμένο το ντονέρ και εξαφανίστηκε από τα σουβλατζήδικα της χώρας, αλλά και πως ο σημερινός χοιρινός γύρος είναι δουλειά της χούντας. Αυτά για τώρα, τα υπόλοιπα παρακάτω.

Στην αφίσα για την φασιστική παρακαταθήκη ενάμιση χρόνου καραντίνας, που βγάλαμε το καλοκαίρι του 2021, με τίτλο «Δεν θα συνθησούμε ρε την πόλη-στρατόπεδο!» γράφαμε μεταξύ άλλων πως η εργασία όλο και περισσότερο προσαρμόζεται σε πολεμικές συνθήκες, όλο και περισσότερο τα περιβόητα «λεφτά μας» γίνονται κατανόητο ότι δεν είναι ακριβώς δικά μας, αλλά διοχετεύονται όπου θέλει το κράτος. Διαπιστώσαμε ουσιαστικά με την καραντίνα ότι η ελευθερία ισούται με την ελευθερία της κατανάλωσης και ότι ακόμα κι αυτή η περιβόητη ελευθερία της κατανάλωσης δεν είναι και τόσο ελευθερία, γιατί το που ξοδεύουμε τον μισθό μας το κανονίζει το κράτος. Δηλαδή, στην περίοδο που τα κράτη κλείνονται στον εαυτό τους επιδιώκεται με κάθε μέσο η μείωση των εισαγωγών και κατά συνέπεια η ενίσχυση των εθνικών παραγωγικών μονάδων ή ακόμα και η επινόηση νέων πεδίων παραγωγής εντός των εθνικών συνόρων.

Παρακάτω λοιπόν, θα προσπαθήσουμε να αναδείξουμε κάμποσα παραδείγματα που δείχνουν το ιστορικό βάθος αυτής της διαδικασίας σε εμπόλεμες και μη εποχές. Βασικά, πολιτικές εθνικής οικονομίας που πλάσθονται ως πολιτικές υγείας μέσω της διατροφής.

Το σώμα σου ανήκει στο Φύρερ!

Η διατροφή ήταν πολύ σημαντική για τους ναζί καθώς το υγιές και ισχυρό ναζιστικό κράτος απαιτούσε υγιή και ισχυρά σώματα. Οι ναζί διατροφολόγοι έκαναν κατά μέτωπο επίθεση στη διατροφή

των Γερμανών που κατανάλωναν υπερβολικά κρέας, γλυκά και λίπος, συμβουλεύοντάς τους να την εμπλουτίσουν με φρούτα, λαχανικά και δημητριακά. Ήθελαν μια διατροφή που θα μείωνε την εμφάνιση παθήσεων όπως ο καρκίνος και οι καρδιοπάθειες και θα αύξανε την παραγωγικότητα της εργασίας και τη μυσική δύναμη του στρατού. Επιπλέον, «θα βοηθούσε την προσπάθεια του καθεστώτος να ελευθερώσει τη Γερμανία από την εξάρτησή της από εισαγωγές ξένων τροφών, μια όξι ασήμαντη πλευρά στις επιδιώξεις του ναζιστικού κόμματος για οικονομική ανεξαρτησία.» [1]

Έτσι, αντικατέστησαν την 'επανάστατική ανακάλυψη των Γάλλων' –το λευκό ψωμί– με το μαύρο. Το 1939 μια ομάδα ειδικών στο Βερολίνο, με επικεφαλής τον ναζί γιατρό Λεονάρντο Κόντι, με τον ευφάνταστο τίτλο «Επιτροπή του Ράιχ για το ψωμί ολικής αλέσεως», πλάσαρε το ψωμί ολικής άλεσης λέγοντας πως είναι ζωτικής σημασίας για τον πόλεμο αφού θα μπορούσε η Γερμανία να εξασφαλίσει την αυτοτροφοδοσία της· κοινώς δεν θα χρειαζόταν να κάνει εισαγωγές. Ο ναζί γερμανός γιατρός έλεγε πως «η μάχη για το ψωμί είναι αγώνας για τη δημόσια υγεία». [2] Διαβάζοντας τα παραπάνω καταλάβαμε ότι οι λόγοι περί δημόσιας υγείας ποτέ δεν ήταν απλά για το καλό της «υγείας». Μετά ήρθε ο Borowski...

«Και αφού ούτε σήμερα ο κόσμος παρασύρθηκε απ' τον αέρα, παίρνω ένα καινούργιο κομμάτι χαρτί, το τοποθετώ πάνω στο γραφείο μου σχολαστικά, και κλείνοντας τα μάτια μου προσπαθώ να βρω μέσα μου ένα τρυφερό συναίσθημα για τους εργατές που σφυροκοπάνε τις ράγες, για τις χωριάτισσες με το ξινό υποκατάστατο (Ersatz) κρέμας, τα τρένα γεμάτα από εμπορεύματα, τον ουρανό που ξεθωριάζει πάνω απ' τα χαλάσματα, για τους περαστικούς το δρόμο από κάτω προσφάτως εγκατεστημένα παράθυρα, ακόμα και για την γυναίκα μου που πλένει τα πιάτα στην εσοχή της κουζίνας.» [3]

Καθώς μεταφράζαμε το βιβλίο του Ταντέους Μπορόφσκι, *Κυρίες και Κύριοι από δω για τα αέρια*, πέσαμε πάνω σ' αυτή την παράγραφο, στην οποία ο Borowski αφηγείται τη ζωή στην Πολωνία μετά τα στρατόπεδα συγκέντρωσης. Διαβάζοντας τη γερμανική λέξη Ersatz αναρωτηθήκαμε τι διάολο σημαίνει. Αρχίσαμε λοιπόν να το ψάχνουμε και ένας καινούργιος κόσμος ανοίχτηκε μπροστά μας: ο κόσμος της διατροφής στη ναζιστική Γερμανία.

Ersatz στα γερμανικά σημαίνει υποκατάστατο. Όταν οι σύμμαχοι κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου απέκλεισαν τα λιμάνια της Γερμανίας και, κατά συνέπεια, περιόρισαν το θαλάσσιο εμπόριό της, την ανάγκασαν μαζί με την Αυστροουγγαρία να δημιουργήσει υποκατάστατα προϊόντων όπως τρόφιμα και χημικές ενώσεις. Κατά τη διάρκεια του πολέμου πωλήθηκαν στη Γερμανία περισσότερα από 11.000 Ersatz προϊόντα ανάμεσα τους και το Ersatzbrot (υποκατάστατο ψωμιού). Το Ersatzbrot ήταν φτιαγμένο από σίκαλη, πατάτα, άχυρα και 'αλεύρι δέντρου', [4] δηλαδή πριονίδια. Το ξύλο ήταν ένα από τα βασικά συστατικά στα Ersatz προϊόντα. Ρούχα και παπούτσια φτιαγμένα από ξύλο, μαρμελάδες με ζύσματα ξύλου ώστε να δίνουν την ψευδαίσθηση ότι είναι φτιαγμένες από πραγματικά φρούτα με κουκούτσια κ.α. Το τετραετές οικονομικό πλάνο που σχεδίασε ο Χίτλερ το 1936, ήταν ένα σχέδιο για μια ανεξάρτητη οικονομικά Γερμανία, ισχυρή να αντέξει αποκλεισμούς σε συνθήκες πολέμου. Ήταν μια οργανωμένη οικονομία πολέμου ικανή να μην εξαρτάται από πρώτες ύλες από άλλες χώρες. Έφτιαξε διυλιστήρια πετρελαίου, εργοστάσια αλουμινίου

και μια βιομηχανία συνθετικών υλικών Ersatz για να μην επηρεάζεται από τις ελλείψεις ορισμένων πρώτων υλών. Το θέμα πάλι δεν ήταν η υγεία αλλά η οικονομία. Τα Ersatz προϊόντα ήταν η χρυσή τομή μεταξύ των συνθηκών του 'λαού' και των αναγκών του κράτους. Άλλη μια μεγάλη επιτυχία του γερμανικού φασισμού!

Μακαρόνια vs ρύζι, μια μάχη

Ένα ακόμη κράτος που ενδιαφέρθηκε για τη διατροφή και την υγεία του πληθυσμού του ήταν και η Ιταλία του Μουσολίνι. Για να διατηρηθεί το βιοτικό επίπεδο σταθερό και να αποφευχθούν οι εισαγωγές, ο Μουσολίνι και οι υπουργοί του έπρεπε να πείσουν τους Ιταλούς για τα οφέλη μιας απλής διατροφής. Από το 1928, οι Ιταλοί βομβαρδίστηκαν με προπαγάνδα για την κατανάλωση εγχώριων προϊόντων, που τόνιζε την πολιτική χρησιμότητα και τα οφέλη για την υγεία. Ένας από τους δημοφιλέστερους τρόπους προπαγάνδης των ντόπιων προϊόντων ήταν οι γιορτές τροφίμων, οι οποίες περιλάμβαναν το Φεστιβάλ Ψωμιού, το Εθνικό Φεστιβάλ Σταφυλιού, την Ετήσια Έκθεση Καλλιέργειας Φρούτων και μια Εθνική Ημέρα για την Προπαγάνδα του Ρυζιού.

Στο φεστιβάλ ψωμιού (*festa del pane*), που ιδρύθηκε το 1929, συμμετείχαν συνομοσπονδίες ντόπιων φασιστών αρτοποιιών οι οποίοι μοίραζαν τζάμπα σάντουιτς στον κόσμο, μαζί με φυλλάδια που τόνιζαν την ανάγκη μη σπατάλης του σιταριού. Η φασιστική προπαγάνδα τόνιζε συνεχώς τα οφέλη για την υγεία του ψωμιού ολικής αλέσεως επειδή χρειαζόταν λιγότερο σιτάρι από το λευκό ψωμί. Μάλιστα ο Ιταλός γιατρός, πανεπιστημιακός και πολιτικός Giuseppe Tallarico, σε μελέτες του για τη σύνδεση τροφής και φυλής, έγραψε πως το ψωμί ολικής άλεσης συνδέεται με τη γονιμότητα. [5]

Ένας άλλος τρόπος διατήρησης των αποθεμάτων σιταριού ήταν η προώθηση του ρυζιού αντί για τα μακαρόνια. Η πλούσια παραγωγή ρυζιού

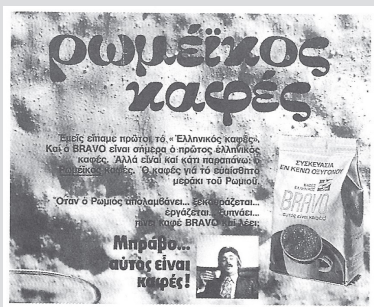


«Μη στερείτε το ψωμί από τα παιδιά των εργατών μας. Αγοράστε ιταλικά προϊόντα» γράφει η αφίσα. Τον Mr. rice guy, Filippo Tommaso Marinetti, τσακώνει ο φακός να τρώει μακαρόνια την ίδια στιγμή που στο Φουτουριστικό μανιφέστο της Ιταλικής κουζίνας έγραφε ότι το μακαρόνι «δεν είναι εύκολο να μασηθεί, και οι άνθρωποι που το καταβροχθίζουν γίνονται άτονοι, χωρίς ενέργεια και, αν είναι άντρες, γίνονται θηλυπρεπείς». [8] Στη διπλανή φωτο, μοναδικό ενσταντανέ του Μουσολίνι να μαζεύει σιτάρι για τον λαό!



Υποσημειώσεις

- [1] Proctor N. Robert, *The Nazi War on Cancer*, New Jersey: Princeton, 1999.
- [2] Ξένια Κουναλάκη, «Ο Χίτλερ και το ψωμί», *Καθημερινή*, 28/02/2019.
- [3] Ταντέους Μπορόφσκι, *Κυρίες και Κύριοι από δω για τα αέρια*, Αθήνα: 0151, 2020.
- [4] Dawn Trimble Bunyak, *Our Last Mission: A World War II Prisoner in Germany*, Norman: University of Oklahoma Press, 2005.
- [5] Carol Helstosky, «Fascist food politics: Mussolini's policy of alimentary sovereignty», *Journal of Modern Italian Studies*, vol. 9 (1), 2004, σ. 1-26.
- [6] Ellen Gutoskey, «Anti Pasta: When Italian Futurist tried to ban pasta in Italy», *mentalfloss.com*, 02/12/2020.
- [7] Carol Helstosky, *ό.π.*, 2004.
- [8] «Εφόσον ο γιατρός είναι πεισμένος φασίστας...», *antifa* #74, 03/2021, σελ.25.



«Η έκφραση τούρκικος καφές ενοχλεί τους ρατσιστές και σοβινιστές της Αθήνας. Εδώ και λίγα χρόνια αγωνίζονται να λανσάρουν τον όρο ελληνικός (ή τουλάχιστον βυζαντινός) καφές. Στον κατάλογο ενός περιονύμου ζαχαροπλαστικού του Μπιντέ είδα να αναγράφονται, χώρια ο ελληνικός, και χώρια, ο τούρκικος καφές! Δεν κατάλαβα ποτέ μου τι είδους ρόφημα είναι ο ελληνικός καφές. Καταλαβαίνω όμως θαυμάσια ποιους φασίστες εξυπηρετούν οι διαφημίσεις τύπου ΕΜΕΙΣ ΤΟΝ ΛΕΜΕ ΕΛΛΗΝΙΚΟ!!!». Έγραφε ο Ηλίας Πετρόπουλος το 1979. [9]

Γιος Ερντογάν: «Όταν πηγαίνετε στα Starbucks να πίνετε τουρκικό καφέ»



Κατά τη διάρκεια ομιλίας του στο Τούρκικο Ίδρυμα Νεολαίας τον Μάρτιο του 2022, ο γιός του Ταγίπ Ερντογάν, Μπιλάλ, παρότρυνε τους νέους να πίνουν τουρκικό καφέ στα Starbucks ώστε να γίνει η Τουρκία μια ισχυρή χώρα. Χαρακτηριστικά είπε: "Δεν σας λέω να μην πάτε στα Starbucks ή να μην πιείτε latte. Αλλά μην περιφρονείτε τον τουρκικό καφέ. Θα φάτε χάμπουργκερ, αλλά δεν θα παραμελήσετε την μπαφρέικα πίτα". Από κάτω Οι αυτοκτονικές τάσεις του Μίστερ Νόστιμου όπως αποτυπώθηκαν στις διαφημίσεις



Νομίζω πως αυτή είναι μία καλή ευκαιρία να συστηθούμε, γιατί δελω να πιστεύω ότι θα γίνουμε φίλοι. Βλέπετε, υπάρχουν πολλά πράγματα που δεν θα ξέρετε για μένα, γιατί εγώ είμαι η καινούργια γενιά της οικογενείας μου, και ζω με τελείως διαφορετικό τρόπο από τους παππούδες μου.

Σήμερα, στην Έλλάδα, κυριολεκτικά μās μοσχαναθρέφουν. Ζούμε σε ώραία, καθαρά σπίτια και μās φροντίζουν με σχολαστική προσοχή-τί θα φάμε, τί θα πιούμε, πού θα μεγαλώσωμε! Και κάτι άκομη: προσέχουν και τη διαίτά μας, για να μην παχύνωμε. Αυτό, θέβαια, έμας δεν μās ενδιαφέρει και πολύ! Ένδιαφέρει, όμως, έσας, πού δεν σās άρεσουν τά περιττά λιππ.

Βλέπετε, λοιπόν, πως τρώνωτας χοιρινό, θα φάτε ένα νοστιμώτατο και πολύ τρυφερό ψαχνό, πού-μεταξύ μας!-θα σās κοστίση και πιό φθηνά από όποιοδήποτε άλλο κρέας.

Και κάτι πολύ σπουδαίο, πού ίσως να μην τώ ξέρετε: μπορείτε να τώ μαγειρίψετε μ' ένα σωρό τρόπους, ζεστό ή κρύο και να καταπλήξετε τούς φίλους και τήν οικογένειά σας.

Ξέρω πολλές συνταγές, πού θα σās τίς πώ, όταν γνω-

στην Ιταλία σε αντίθεση με τα μακαρόνια που απαιτούσαν την εισαγωγή σιταριού για την παρασκευή τους, ήταν ο λόγος αυτής της μεγάλης αλλά αποτυχημένης τελικά προπαγάνδας. «Τα ζυμαρικά ήταν ένα παλιομοδίτικο φαγητό, που εξαπατούσε τους ανθρώπους να πιστεύουν ότι ήταν θρεπτικό και τους έκανε βαρείς, κτηνώδεις, σκεπτικούς, αργούς και απαισιόδοξους» [6] έλεγε η καμπάνια.

Μετά την ίδρυσή του το 1928, το Εθνικό Συμβούλιο Ρυζιού (*Ente Nazionale Risi*) έφερε το ρύζι στον λαό: ειδικά φορητά ρυζιού μοίραζαν δωρεάν σακούλες ρυζιού και δείγματα ριζότο στους Ιταλούς. Το σχέδιο-ρύζι ομολογουμένως απέτυχε καθώς οι Ιταλοί ήταν αρκετά καχύποπτοι προς το ρύζι, αφού το είχαν συνδέσει με την πείνα και με τις μερίδες ρυζιού που τάιζαν τους στρατιώτες κατά τη διάρκεια του Πρώτου Παγκόσμιου. [7]

Οι καφέδες, τα ποτά και το σουβλάκι έχουν κλείσει τα καλύτερα τα κράτη

Το ελληνικό κράτος δεν υπολείπεται της τεχνικής ελέγχου της κατανάλωσης με βάση τις οικονομικές του ανάγκες. Η καμπάνια υπέρ των ελληνικών προϊόντων –και κατά συνέπεια υπέρ των ελλήνων παραγωγών– χτίζεται χρόνια τώρα, πολύ πριν τα ελληνικά σημαϊάκια μπουν σε συσκευασίες προϊόντων μαζί με τον χαρακτηρισμό «Ελληνικό προϊόν». Η εθνικοποίηση του ελληνικού καφέ για παράδειγμα, καθιερώθηκε στα μέσα της δεκαετίας του 1970 από την εταιρεία «Βρανο». Η τούρκικη εισβολή στην Κύπρο το 1974 ήταν η σταγόνα που ξεχείλισε το φλυτζάνι του καφέ των ελλήνων. Έτσι η εταιρεία «Βρανο» ως ένδειξη διαμαρτυρίας (μην πάει το μυαλό σας πουθενά αλλού) άρχισε να αναγράφει στις συσκευασίες της «ελληνικός καφές» απευθύνοντας στους καταναλωτές την ερώτηση «Πώς τον λέτε τον καφέ; Εμείς τον λέμε Ελληνικό!». Αγοράζοντας λοιπόν ένα προϊόν με μια ελληνική σημαία στη συσκευασία στηρίζεις τα ελληνικά αφεντικά και όχι τα ξένα! Αρκεί επίσης ένα ελληνικό σημαϊάκι σε ένα προϊόν για να γίνει κατευθείαν ποιοτικά ανώτερο.

Αντίστοιχα, στη δεκαετία του 1970 οι διαφημίσεις, πέρα από την κατανάλωση ελληνικού καφέ, επιδοκίμαζαν την κατανάλωση χοιρινού κρέατος ως καθαρού και υγιεινού τύπου κρέατος, το οποίο εκτρέφεται σωστά σε όμορφα και καθαρά χοιροστάσια. Σε ένα άρθρο της *Απογευματινής* με τίτλο «Οι Έλληνες πρέπει να μάθουν να τρώνε χοιρινό» διαβάζουμε ότι «ο υφυπουργός Εθνικής Οικονομίας επί της Γεωργίας κ. Παπαπαναγιώτου ανέφερε σειρά επιχειρημάτων για την ποιότητα και την θρεπτική αξία του κρέατος αυτού στο οποίο συγκεντρώνονται άπαντα τα θρεπτικά και υγιεινά πλεονεκτήματα, τα οποία δύνανται να το καταστήσουν περισσότερο προσιτόν εις τον ελληνικό λαόν». [10] Αυτή η ξαφνική έκρηξη αγάπης για το χοιρινό δεν είχε να κάνει βέβαια ούτε με την υγεία ούτε με τη θρεπτικότητα. Στην πραγματικότητα, το ελληνικό κράτος της περιόδου είχε ξεκινήσει έναν χαμηλής έντασης πόλεμο ενάντια στο ντονέρ. [11] Το ντονέρ, ως μοσχάρι και αρνίσιο κρέας, απαγορεύτηκε με αγορανομική διάταξη. Και μπορεί η προπαγάνδα της εποχής, σε τηλεοράσεις, ραδιόφωνα και εφημερίδες να μιλούσε για το ανθυγιεινό ντονέρ αλλά ο πραγματικός στόχος της Χούντας ήταν να ρίξει τις εισαγωγές των κρεάτων που εισήγαγε η χώρα. Το χοιρινό δεν ήταν «υγιεινό» λοιπόν, αλλά απλά φτηνό και έτσι εθνικά ωφέλιμο. Πλην της απαγορευτικής αγορανομικής διάταξης, το κράτος των συνταγματάρχων μοιράζοντας πολλά και μεγάλα δάνεια για χοιροστάσια σε ντόπιους αγρότες στόχευε να αυξήσει την παραγωγή του χοιρινού. Μασκότ της διαφημιστικής εκστρατείας υπήρξε ο «Μίστερ Νόστιμος».

Την ίδια περίοδο, μέχρι και το 1980, το ελληνικό κράτος περιόρισε την εισαγωγή ούισκι. Το ούισκι έχαιρε ιδιαίτερης προτίμησης καθώς θεωρούνταν ανώτερο ποτό, ενώ η βότκα λόγω της εγγύτητάς της με τον κομμουνισμό, στη διάρκεια της χούντας είχε ελάχιστη κατανάλωση. Σχεδόν μέσα σε μια δεκαετία από το 1969 έως το 1980 η κατανάλωση ούισκι είχε ενδεκαπλασιαστεί ενώ η κατανάλωση ρακής και ούζου είχε μειωθεί σημαντικά· έτσι η Ελλάδα έφτασε να είναι από τις πρώτες χώρες κατανάλωσης ούισκι παγκοσμίως. Οι οικονομικές ανάγκες του κράτους μετά την πτώση της χούντας ώθησαν διάφορες ελληνικές

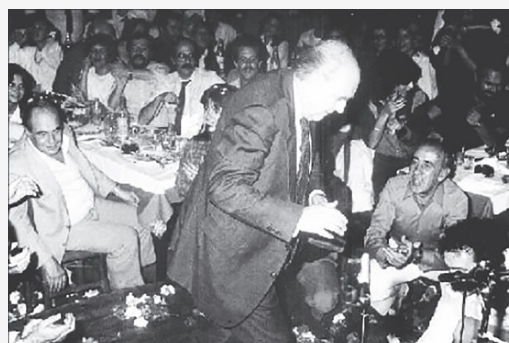
εταιρείες να παράγουν ελληνικό ούισκι. Το ζήτημα, όμως, ήταν πως το σκωτσέζικο θεωρούνταν το μόνο «αυθεντικό» ούισκι. Έγινε λοιπόν αυτό που φαντάζεστε. Κάποιες ελληνικές εταιρείες εισαγωγής ποτών άρχισαν να παράγουν το δικό τους ούισκι, το οποίο προσοπάθησαν να προβάλλουν ως 'σκωτσέζικο'. Άρχισαν δηλαδή να χρησιμοποιούν διάφορα σύμβολα στα μπουκάλια των ούισκι που δήθεν συνδέονταν με τη Σκωτία: από αγγλικά εμβλήματα και κιλτ μέχρι λιοντάρια και μονόκερους. [12] Παρόλα αυτά το σχέδιο ελληνικό ούισκι δεν έπιασε, ίσως γιατί φωτογραφίες του Ανδρέα να χορεύει ζεϊμπέκικο στα μπουζούκια πίνοντας μαύρο τζόνι είχαν κατακλύσει τις εφημερίδες.

Αυτή η διαδικασία να παρουσιάζονται τα ξένα προϊόντα σαν μοντέρνα και ανώτερα αποτυπώνεται με ακρίβεια στο τηλεοπτικό σποτ της καμπάνιας «ο επιμένων Ελλη-νικά!» [14] του 1984. Η πλοκή του σποτ πάει κάπως έτσι: Ο Λαλάκης πάει στον ΟΑΕΔ να πάρει το επίδομα ανεργίας. Μέχρι να φτάσει στο γκισέ μάς απαριθμεί ενθουσιασμένος ένα ένα τα εισαγόμενα ρούχα που φοράει. «Μπουφανάκι; Εισαγωγής... Μοντελάκι ο δικός σου, έτσι;» Φτάνει λοιπόν στο γκισέ, ζητάει το επίδομά του κι εκεί τον περιμένει μια δυσάρεστη έκπληξη που τον κάνει να χάσει τον ενθουσιασμό του. Μια φωνή από το βάθος ακούγεται να λέει: «Αγοράζοντας εισαγόμενα την... πληρώνουμε όλοι! Γιατί έτσι ενισχύουμε την ανεργία και τον πληθωρισμό. Γι' αυτό ο ΕΠΙΜΕΝΩΝ ΕΛΛΗ-ΝΙΚΑ!». Μετά από το διαφημιστικό σποτ, την ίδια χρονιά, ακολούθησε η ταινία «Λαλάκης ο εισαγόμενος», για να υπενθυμίσει στους καταναλωτές πόσο σημαντική είναι η κατανάλωση εγχώριων προϊόντων.

Γευστικά συμπεράσματα

Τι καταλάβαμε τώρα εμείς από όλα αυτά; Σίγουρα ότι το κράτος δε νοιάζεται για την υγεία μας ή τέλος πάντων νοιάζεται μόνο στο μέτρο που αυτή θα εξυπηρετεί την εθνική οικονομία. Την περίοδο κλεισίματος των κρατών στον εαυτό τους η οικονομία μοιάζει όλο και περισσότερο με οικονομία πολέμου, δηλαδή το χρήμα διανύει προκαθορισμένες διαδρομές. Διαδρομές όπως η προώθηση του πλαστικού χρήματος με τα λεφτά να μένουν εντός των τραπεζών, η μείωση των εισαγωγών και η προώθηση των «ντόπιων» προϊόντων, η άνοδος της βίντατζ και σέκοντ-χαντ κουλτούρας, ο υγιεινισμός με υποκατάστατα προϊόντα κ.τ.λ.

Η πολιτική αυτή εφαρμόζεται αφενός μέσω του κρατικού μονοπωλίου της βίας, όπως για παράδειγμα η απαγόρευση του ντονέρ με αγορανομική διάταξη, αφετέρου μέσω της ιδεολογίας. Τα σλόγκαν των διαφημίσεων του μίστερ νόστιμου για παράδειγμα μας θυμίζουν αρκετά τις σημερινές διαφημίσεις για τα υγιεινά προϊόντα. Η μισή δουλειά λοιπόν επιτυγχάνεται με τη βία και η άλλη μισή με το μπλα μπλα. Οικολογία, πατριωτισμός, σωματική υγεία, ευεξία, ανακύκλωση... Σε μια κοινωνία κτηνώδους ατομικισμού λοιπόν, ο φετιχισμός του εμπορεύματος αποκτά τα αντίστοιχα χαρακτηριστικά. Αντίστοιχα, σε μια εθνοπατριωτική κοινωνία ο φετιχισμός του εμπορεύματος αποκτά εθνικιστικά χαρακτηριστικά, όπως ο ελληνικός καφές. Η προσπάθεια του κράτους να καταναλώνουμε «ντόπια» προϊόντα μεταφράζεται σαν «ενδιαφέρον για την υγεία μας», οπότε είναι χρήσιμο κανείς να παρακολουθεί πάντα πίσω από την ιδεολογία περί υγείας, τις διαδρομές των υλικών συμπερόντων του κράτους. Ο δικός μας τρόπος, βέβαια, να κρατάμε την «υγεία» μας σε υψηλά επίπεδα είναι να βρισκόμαστε και να συζητάμε για όλα αυτά που φαινομενικά μοιάζουν άσχετα με ιούς, σεισμούς και καταποντισμούς. Για να μη ξεχάσουμε κι αυτά που ξέραμε.



Αν αποσυνθέσεις την Ελλάδα, στο τέλος θα δεις να σου απομένουν, ένα ζεϊμπέκικο, ένα ούισκι και το ΠΑΣΟΚ...



Αν αναρωτιέστε κι εσείς τι διάολο κάνουν με τόσες φραγκοσυκιές τα ελληνικά νησιά, ιδού η απάντηση... ελληνική τεκίλα που λέγεται μεκίλα! «Ζήτησα λοιπόν από το γενικό χμείο του κράτους, που με εποπτεύει, να μου δώσει την άδεια να αποστάξω φραγκόσυκα και αν είναι απόσταγμα καλό, να φτιάξω ποτό. Το χμείο μου έδωσε την άδεια, να παράγω 10 λίτρα, να το αναλύσουν και αν είναι καλό, να μου δώσουν την άδεια για παραγωγή, για να το διαθέσω στο κοινό. Οι αναλύσεις του χμείου έδειξαν, ότι το απόσταγμα από τα φραγκόσυκα ήταν πρώτης ποιότητας και με προέτρεψαν να ιδρύσω αποσταγματοποιία, για να αποστάξω νόμιμα τα φραγκόσυκα, να πληρώσω τους φόρους οινοπνεύματος στο κράτος και να το διαθέσω, να πωλείται στα καταστήματα.» [13] Στην υγεία μας ρε παιδιά!

Υποσημειώσεις

- [9] Πετρόπουλος Ηλίας, *Ο τούρκικος καφές εν Ελλάδι*, Αθήνα: Νεφέλη, 2019, σελ.81.
 [10] «Οι Έλληνες πρέπει να μάθουν να τρώνε χοιρινό», *Απογευματινή*, Δεκέμβριος 1971.
 [11] «Απαγορεύσεις στην Ελλάδα: Από τη «φούστα» του Πάγκαλου στον αντικαπιταλιστικό νόμο», *Έθνος*, 02/12/2019.
 [12] Τρύφων Μπαμπίλης, «Ούισκι σε αφθονία. Μεταπολίτευση, διεθνής καπιταλισμός και εθνογραφικές πτυχές της νεωτερικότητας στην Ελλάδα», *Μεταπολίτευση, η Ελλάδα στο μεταίχμιο δυο αιώνων*, Αθήνα: Θεμέλιο, 2015.
 [13] «Μεκίλα: Η βραβευμένη ελληνική τεκίλα φτιάχνεται με φραγκόσυκα από την Αμοργό», *newsbomb.gr*, 02/01/2022.
 [14] «Ο επιμένων ΕΛΛΗΝΙΚΑ», *youtube*, 09/02/2012.

