

Την αλυσίδα των ταχυφαγείων, η γενιά μου την βρήκε μπροστά της. Εννοώ ότι προηγήθηκαμε εμείς και όχι αυτή. Στον τόπο μας φυσικά. Διότι στο εξωτερικό συνέβη ανάποδα. Τουλάχιστον στις Η.Π.Α. Τα διαβόητα McDonalds, η ταπεινότητά μου τα ανακάλυψε τον Μάιο του '80, στη Γερμανία. Είχα βρεθεί εκεί για μια εβδομάδα, προκειμένου να αποφύγω κάτι που συνέβαινε εδώ .

Η μια εβδομάδα έγινε σχεδόν ένας μήνας, μαζί με σοβαρές σκέψεις να σπουδάσω, κάτι ενδιαφέρον, εκεί. Περιηγήθηκα σε Στουτγάρδη, Μόναχο, Φρανκφούρτη, Καρλσρούη την εποχή που η Forest του σπάνιου Brian Clough κέρδιζε το μοναδικό της Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα στο Bernabeu, απέναντι στο Αμβούργο.



Οι σκέψεις για σπουδές εγκαταλείφθηκαν, ευθύς με την επιστροφή, αν μάλιστα είχε εκδόσει και νωρίτερα τις Γερμανικές του ιστορίες ο Αντώνης Σουρούνης ούτε καν θα το σκεφτόμουν. Τέλος πάντων εκεί και τότε γνώρισα τα Mc. Νόστιμα, ξεχωριστά, οικονομικά, πρωτόγνωρα σε ότι αφορά το ύφος.

Σκέψεις για σωστή, ισορροπημένη διατροφή, ευαισθησίες για το πως μεγαλώνουν και σφάζονται τα ζώα, λοιπές οικολογικές ανησυχίες που μας έφερε, ύστερα πό τριάντα χρόνια, ο Jonathan Foer, δεν υπήρχαν τότε, ούτε στα πιο προχωρημένα ή ακραία μυαλά.

Κάποτε ήρθαν και εδώ, έπρεπε να ανταγωνιστούν τα ντόπια σουβλάκια, ακούμπησαν πάνω στην νεολαία, έγιναν μόδα, άλλαζε και ο τρόπος ζωής, απορρόφησαν έτσι τμήμα καταναλωτών. Κι' όπως συνήθως γίνεται, αργότερα έφθασαν και τα απόνερα, μαζί με την χαρακτηριστική λαδίλα.

Τον Μάιο του 2004, με προϋπολογισμό μόλις 65.000 δολάρια, ο ανεξάρτητος κινηματογραφιστής Morgan Spurlock παρουσιάζει το Super Size Me. Για ένα μήνα τρέφεται αποκλειστικά με τέτοια τροφή, κάνοντας τρία γεύματα κάθε μέρα. Σε αυτό το χρονικό διάστημα, παίρνει έντεκα κιλά, παρουσιάζει ψυχολογικές και σεξουαλικές διαταραχές, η χοληστερόλη του σκαρφαλώνει στα 230 mg/dL και θα χρειαστεί 14 μήνες για να επανέλθει, στην φυσιολογική του κατάσταση. Το ντοκυμαντέρ κάνει 22,2 εκατομμύρια εισπράξεις και αφυπνίζει μεγάλη μερίδα πολιτών.

Τον Σεπτέμβριο του ίδιου έτους, ο Mark Knopfler κυκλοφορεί σε single CD το κομμάτι Boom like that που περιεχόταν και στο άλμπουμ Shangri La. Είναι ένα θεσπέσιο τραγούδι στο γνωστό ύφος του καλλιτέχνη, που περιγράφει την ιστορία των αδελφών Richard και Maurice McDonald, πως ίδρυσαν, πως έστησαν το πρωτοποριακό ταχυφαγείο τους το 1954. Ταυτόχρονα όμως αφηγείται την παρουσία και την καταλυτική πολιτική του Ray Kroc. Του επιχειρηματία που έδρασε με μεθόδους τουλάχιστον αμφιλεγόμενες και έκανε την φίρμα έναν πολυεθνικό κολοσσό αξίας δισεκατομμυρίων δολαρίων, βγάζοντας όμως από το κάδρο με χαρακτηριστικό αμοραλισμό τον Richard και τον Maurice.

Τον Ιανουάριο του '17, ο διαπρεπής John Lee Hancock, μεταφέρει όλη αυτή την ιστορία στον κινηματογράφο. Με βασικό πρωταγωνιστή τον Michael Keaton στο ρόλο του Ray Kroc. Ξετυλιγεται ο τρόπος, νομικά περίπου άρτιος, ηθικά διάτρητος, αλλά πάνω απ' όλα γίνεται αναφορά σε αυτή την καλπάζουσα, ανίατη ασθένεια, τον πυρετό του κέρδους. Πως ένας πωλητής στα όρια της οικονομικής καταστροφής και ψυχολογικής κατάρρευσης, μετατρέπεται σύντομα σε πολυεκατομμυριούχο.

Αδιάφορος, αν όχι χαμηλής πνευματικής κατάστασης, αγχώδης και αγχωτικός, ακούραστος και ακραία επίμονος αποτελεί την επιτομή του Αμερικάνικου ονείρου. Την περιγραφή της επιτυχίας. Ταυτόχρονα όμως, γίνεται σαφές πόσο φτωχός μπορεί να γίνει κάποιος προκειμένου να γίνει πλούσιος. Επί πλέον πόσο αδιάφορο και ψεύτικο μπορεί να γίνει οτιδήποτε που εξασφαλίζει τα πολλά χρήματα.

Τόσο στο τραγούδι, του Knopfler, όσο και στην ταινία του Hancock ακούγεται η φράση: «*Business is war, dog eat dog, rat eat rat*», και αυτό αποτελεί μια ακριβή αλλά σπαρακτική περιγραφή του πόσο εύκολα μπορεί να χαθεί οτιδήποτε ανθρώπινο, μπροστά στο κυνήγι του κέρδους.