

Joseph Berger



Il testo apparso ieri di Jonathan Safran Foer che presenta la “New American Haggadah” appena pubblicata evocava la leggendaria **Maxwell Haggadah** stampata in oltre 50 milioni di copie. L’articolo che segue può costituire una risposta alle molte domande e richieste di informazione al riguardo pervenute dai lettori.

Perché questa Haggadah è diversa questo Pesach da tutti gli altri Pesach? Gli altri anni la Haggadah descriveva Dio come un Re, quest’anno invece Dio è un Monarca. Tutti gli altri anni la Haggadah ci raccontava dei quattro figli, compresi quello saggio e quello malvagio. Quest’anno la Haggadah parla di “quattro differenti tipi di figli”.

I cambiamenti apportati a qualsiasi testo religioso sono sempre significativi, ma quelli che presenta la Maxwell Haggadah quest’anno sicuramente saranno argomento di discussione a molte tavole del Seder perché questa particolare Haggadah – narrazione della storia dell’Esodo, con commenti e preghiere – è considerata da alcuni la più popolare in tutto il mondo.

Ed è stata rivista per la prima volta dai tempi della prima pubblicazione, nel 1932: è stato modernizzato il linguaggio un po’ antiquato e sono stati tolti gli indicatori di genere. Forse ancor più stranamente per coloro che non sono osservanti, la Haggadah viene distribuita dalla Maxwell House, la grande azienda americana del caffè. E la ragione è una semplice questione di marketing.

La fabbrica si trovava a Nashville quando la società da cui dipendeva, sperando di migliorare le vendite a un gruppo demograficamente rilevante di New York, regalò per la prima volta la Haggadah, come omaggio con ogni confezione di caffè acquistata.

Nonostante siano state stampate innumerevoli Haggadot, adatte ad ogni orientamento religioso, politico e artistico, e per tutte le tasche, la versione Maxwell House è sempre emersa per essere vicino all’ideale: un modo semplice e non costoso di mettere in mano alla dozzina, o alle due dozzine di invitati al Seder lo stesso testo, sia in ebraico che in inglese.

Tutti potevano leggere la stessa pagina, per quanto potesse essere macchiata di rafano e gocce di vino kosher.

Persino il presidente Obama utilizza la Haggadah Maxwell House quando si svolge il Seder alla Casa Bianca.

Dagli anni Trenta ad oggi sono state stampate oltre 50 milioni di Haggadot Maxwell House, ha dichiarato Elie Rosenfeld, amministratore delegato della Joseph Jacobs Advertising di Manhattan, agenzia specializzata nel marketing di prodotti ebraici che si occupa della pubblicazione della Haggadah Maxwell House. Adesso sono state stampate un milione di copie della nuova versione della Haggadah di 58 pagine e la prima sera di Pesach molti degli oltre cinque milioni di ebrei americani leggeranno la versione rivista, e molte copie prenderanno la strada di Israele e di altri paesi.

Il professor William B. Helmreich, docente di Sociologia e Jewish Studies alla City University di New York, ha dichiarato di aver acquistato numerose haggadot anche molto belle – ricche di esegesi e commenti che possono portare un Seder a durare anche cinque o sei ore – ma che preferisce l’edizione della Maxwell House perché “profuma di tradizione”.

“È l’Haggadah su cui sono cresciuto ed è ancora la più popolare – commenta lo studioso – Mi ricorda che l’essenza e la bellezza della storia stanno nella sua semplicità. In media la gente non riesce a star dietro alla quantità di informazioni incluse nelle Haggadot più belle perché a un certo punto tutti vorrebbero cenare e i bambini sono irrequieti”.

Su Amazon si possono comprare almeno 50 Haggadot diverse, con prezzi che vanno da poco più di un dollaro fino ai 75 dollari ciascuna, senza contare le versioni elettroniche. Ma la Maxwell House Haggadah ha il vantaggio di essere gratis – se il cliente compra una lattina di caffè, che tra l'altro è kasher lePesach – e in molte case è un testo che viene usato un anno dopo l'altro.

Fino a ieri la Maxwell House Haggadah conteneva una traduzione tradizionale dell'ebraico e dell'aramaico, che faceva riferimento a Dio al maschile; nonostante gli ebrei non attribuiscano un genere a Dio, in ebraico si usa un pronome maschile. La Haggadah usava anche un linguaggio fiorito, elisabettiano, che negli anni Trenta dava ai testi religiosi un tono adeguatamente reverente.

Negli ultimi decenni, però, le varie componenti dell'ebraismo americano hanno rivisto alcune espressioni. La Maxwell House Haggadah, fino ad ora, non era cambiata. Il testo ha avuto una nuova traduzione, fatta da Henry Frisch di Teaneck, New Jersey, che aveva precedentemente tenuto un corso universitario sul linguaggio letterario della Bibbia.

Nonostante non avesse mai tradotto un libro dall'ebraico il professor Frisch è stato scelto perché – ha spiegato Rosenfeld – l'agenzia cercava qualcuno che rendesse semplicemente il significato del testo, senza alterarlo in maniera significativa e senza aggiungere commenti.

Nella nuova Haggadah non si fa riferimento a “pane lievitato o non lievitato”, si parla di “pane o azzime” così i bambini possono capire meglio. La terza piaga, che è sempre stata chiamata “parassiti” ora è diventata “pidocchi”. E la prima delle quattro domande, che viene posta dal bambino più piccolo in grado di leggere, nella vecchia versione era “Per causa di quale ragione questa sera è differente da tutte le altre sere?”. La nuova Maxwell House chiede semplicemente “Perché questa sera è diversa dalle altre?” e Rosenfeld si è domandato, a proposito della vecchia versione: “Quale bambino di sette anni sarebbe in grado di leggere e capire cosa significa la domanda?”.

Poiché le modifiche sono state apportate alla traduzione inglese, non alla parte in ebraico, non ci sono state proteste da parte dei leader ortodossi, hanno dichiarato sia Rosenfeld che Frisch, entrambi ortodossi.

“Non c'è nulla di non ortodosso in questa traduzione – commenta Frisch – non avevo ragione di aspettarmi proteste.”

Le Haggadot vengono spedite da un magazzino di Chicago, che appartiene alla Kraft Food, ora proprietaria della Maxwell House, e sono disponibili nelle grandi catene di supermercati come Shop-Rite e Pathmark, soprattutto nelle aree a forte presenza ebraica. In alcuni supermercati sono tenute in bella vista, in altre bisogna chiedere al personale di averne una copia, spiega Rosenfeld, aggiungendo per scherzo un nuovo senso al celebre augurio con cui la Haggadah si conclude: “Il prossimo anno passa da Wal-Mart!”.

Joseph Berger

(The New York Times, aprile 2011 – versione italiana di Ada Treves)
<http://moked.it/blog/2012/04/05/lhaggadah-da-50-milioni-di-copie-2/>