

## **Cibo, biodiversità e sviluppo di comunità**

Salvatore Colazzo - Stefania De Santis

### **Food, biodiversity and community development**

#### **Abstract**

This report is about how community pedagogy can contribute to the development of geographical areas with due regard for the social players living in those places. This is possible working on food as local produce as the main feature of the creativity of people and which best defines their own identity in terms of local culture.

Against the historical, political and social background of our times where local produce is being replaced by a massive industrialization of agriculture, it is absolutely necessary to encourage consumers to use farm to fork foods as well as make local communities aware of their own culinary identity through workshops based on balanced diets, sustainable cultivation techniques and the use of a great variety of plants, fruit and vegetables that are grown on-site.

Culinary identity also involves a process based on a continuous innovation of its own traditions. This is successfully achieved by Offishina, a startup located in Matino and designed by three young brothers who reinterpret their local culinary tradition by adding new interesting elements to it against the homogenization trend of the current globalization process.

**Keywords:** community pedagogy, development, industrialization of agriculture, culinary identity, diet

### **1.**

Tra pedagogia di comunità e antropologia esistono numerosi e significativi punti di contatto. L'una e l'altra si misurano con la cultura immateriale di gruppi sociali che sono presenti in un dato territorio, entrambe ritengono che l'approccio privilegiato alla conoscenza sia il "terreno", che va esplorato partecipando alla sua vita.<sup>1</sup>

La pedagogia di comunità ha la pretesa di interagire con la realtà, per dinamizzarla e generare quello che si chiama *sviluppo di comunità*, che deve avvenire nel rispetto più sincero e profondo degli attori sociali e della loro capacità di autodeterminazione. Considera i territori spazi simbolici (Gelosi 2013; Colazzo & Manfreda 2014).

Uno degli elementi che sono in grado di definire l'identità di un territorio è certamente il cibo (Montanari 2004). Tanto quanto la lingua. Tanto quanto la musica.

---

<sup>1</sup> I paragrafi 1, 2 e 3 sono stati redatti da Salvatore Colazzo, il paragrafo 4 e la scheda con l'intervista a Danilo Romano da Stefania De Santis.

Trovo intrigante questa sovrapposizione di cibo, lingua, musica. Sono d'accordo con Marino Niola che scrive:

«Il cibo serve a costruire messaggi, per parlare a noi stessi e agli altri. Ogni scelta, o non scelta, dichiara quello che siamo e pensiamo» (Niola 2009, p. 184).

E ancora:

«Il cibo è un linguaggio. Vale in particolare per un popolo come quello italiano, che parla di cibo anche quando mangia. Per noi sedersi a tavola è un momento importante della vita sociale: non è un caso che gli spettacoli teatrali all'ora di cena non funzionano granché, mentre spopolano quelli pomeridiani, che consentono alla gente di andare poi a cena. Noi non faremmo mai come gli svedesi, che invece hanno un intervallo tra gli atti più lungo, per poter mangiare qualcosa velocemente» (*ibidem*).

Non ci meraviglieremo se un'idea che ad alcuni gruppi sociali appare come emancipatoria a noi italiani sembri inaccettabile. Ci riferiamo al fatto che in alcune realtà produttive avanzate, legate al capitalismo digitale, si stanno diffondendo dei sostituti del pranzo e della cena: beveroni che ti consentono di immettere tutte le calorie di cui hai bisogno, senza la necessità di doverti preparare da mangiare. In quei frappè c'è tutto il senso della globalizzazione che omogenizza il mondo e lo rende universalmente digeribile.

Risulta, dalla nostra prospettiva, condivisibile l'osservazione di Carlo Benedetti (2018), che, a proposito di quest'argomento, scrive:

«Se c'è una costante nel nostro capitalismo avanzato è che le sue logiche tendono a diffondersi in ambiti che, fino a qualche anno prima, non avevano nulla a che fare con profitto e lavoro. La salute, ora in buona parte in mani private; le amicizie, ora divenute contatti monetizzabili su facebook o youtube; gli incontri romantici, ora soggetti all'acquisto della versione plus di Tinder o Grindr o Brenda o di qualunque sia la vostra app di online dating di riferimento (si noti il tentativo di non lasciarsi sfuggire nessuna fetta di mercato: etero, omo, lesbo).

Il tempo dedicato al cibo non fa differenza: fino alla generazione dei nostri genitori, era ordinario avere due ore in pausa pranzo. Questo spesso implicava il rientro in famiglia dal posto di lavoro (tutti concetti che, per un lavoratore precario contemporaneo non hanno quasi più senso: pausa pranzo, posto di lavoro e spesso anche famiglia). Oggi tornare a casa e cucinare un pranzo sembra anacronistico, se non inaccettabile. Quindi non è il cibo a essere obsoleto, ma un tempo lontano dal lavoro» (Benedetti 2018).

Ragione per cui l'approccio che stabiliamo d'avere al cibo diventa un gesto politico. Da una parte c'è l'industria alimentare che considera il cibo merce funzionale all'arricchimento di pochi e la terra come un semplice substrato da rendere, con la chimica, maggiormente produttivo, allo scopo di incrementare i ricavi. Non si chiede come e per chi produrre, considera le sementi sulla base di calcoli per la resa finanziaria, i lavoratori braccia da sfruttare e sostituire con una meccanizzazione sempre più spinta, i consumatori per la loro capacità di acquisto, sicché chi non ha il potere di accedere al consumo alimentare può tranquillamente essere condannato alla fame, mentre gli altri, quelli che hanno il portafoglio pieno vanno convinti a consumare sempre di più. Fame e obesità convivono schizofrenicamente in un mondo che, nel mentre depriva le comunità locali delle loro varietà culturali, frutto della loro ingegnosità maturata nel tempo per risolvere il problema della fame, sostituendole con le varietà richieste dal mercato, sabotando quindi la loro *sovranità alimentare*, induce forme di consumo che favoriscono l'industrializzazione dell'agricoltura piuttosto che la difesa dei produttori locali, della biodiversità, delle tipicità. I risultati sono quelli di un degrado dell'ambiente, di un imbarbarimento della vita sociale, di un incremento della divaricazione nell'accesso alle risorse fra nord e sud del Mondo. Da qui il senso politico del consumo critico legato al cosiddetto *Km0* (Colazzo 2015).

Il consumare il cibo là dove è prodotto aiuta a ridurre l'inquinamento dovuto alla necessità di trasporto e a sostenere l'economia locale. Una mela prodotta in Cile per essere consumata in Italia deve percorrere 13.000 Km, con un'emissione di anidride carbonica pari a 17,4 kg. L'agricoltura a scala ridotta è anche un'agricoltura che può porsi l'obiettivo di fare un uso ridotto della chimica, poiché più rispettosa dei ritmi delle piante e del rapporto di queste col loro ambiente. Sotto la spinta del mercato, gli agricoltori sono invogliati ad usare pesticidi che, a causa della loro aggressività, producono gravi alterazioni nell'ecosistema, procurando danni anche economici ad altri soggetti, come per esempio gli apicoltori. Le api stanno letteralmente scomparendo e il miele sta diventando un bene sempre meno facilmente disponibile per effetto dell'aggressività della chimica usata in agricoltura per pervenire a frutti standardizzati a misura del largo consumo.

Coltivare le tipicità significa optare per la biodiversità, sapendo bene che la omogeneità è vulnerabilità, poiché ha meno possibilità di trovare risposte alla variabilità ambientale.

Come vi sono specie a rischio di estinzione, lingue che quotidianamente non trovano più parlanti a cui affidare la loro sopravvivenza, così succede che vi siano prodotti e alimenti che sono destinati all'oblio. Tanto per fare un esempio riferito al Salento, potremmo citare i frutti minori o le molte varietà di fichi, diventate residuali nelle nostre campagne e neglette al consumo (Minonne 2012). Perdere dei cibi dal novero dei prodotti culinari dell'umanità significa perdere patrimoni di cultura e tradizioni, poiché non solo i monumenti raccontano la storia dell'umanità, ma anche i

cibi. I geni, i reperti archeologici e le lingue sono stati usati per ricostruire la storia delle migrazioni umane. I cibi si prestano egualmente bene a tracciare i trasferimenti degli uomini sulla terra nel corso dei tempi passati.

## 2.

Studiando il cibo si riesce ad avere uno straordinario spaccato della creatività in atto della cultura. Con riferimento alla cucina salentina, ai gusti tipici della nostra terra, si potrà osservare come questi siano il risultato di una complessa evoluzione storica, strettamente legata alle vicende che hanno interessato nel tempo questa nostra terra di frontiera. La sapienza delle nostre genti è nell'essere riuscite a combinare originalmente quanto le circostanze, e geografiche e storiche, hanno messo loro a disposizione.

Constata la natura di costruzione culturale della tipicità identitaria di una cucina, bisogna nel contempo coglierne il valore relativo poiché, ove assunta come orgogliosa (e ideologica) rivendicazione di una singolarità da difendere nella sua immutabilità, porta a bloccare le energie trasformative dei soggetti e delle comunità, costringendoli in una gabbia di stereotipi.

Il modo in cui le comunità pervengono a definire un dato sistema alimentare somiglia molto a come esse modellano la lingua che parlano o esprimono la loro creatività con la musica: introducono variazioni, aggiustamenti, creano per sostituzioni, trasformazioni, riconfigurazioni. Ed è questo che, in condizioni di relativo isolamento, cioè in condizioni in cui le ricorsività delle relazioni all'interno della comunità sono prevalenti rispetto agli scambi comunicativi con l'esterno, che però non mancano, crea quelle che noi chiamiamo le "tipicità", ossia le culture locali, che accordano la preferenza a questo o a quel cibo, che modificano un certo modo di combinare gli elementi ovvero variano le modalità di preparazione, che selezionano una certa emissione vocale, formano varianti della lingua più o meno significative, elaborano una melodia, assumono una già esistente e ne modificano il profilo o sovrappongono un nuovo testo.

Il senso della natura processuale dell'identità dovrebbe condurre a concepire la tradizione come la realtà di un patrimonio a cui attingere per sostenere un processo creativo di rinnovamento costante (Manfreda 2014). L'orgoglio per la tipicità dei propri artefatti culturali non può in alcun modo eliminare la curiosità, l'interesse, lo scambio produttivo. Come diremo nel prosieguo di quest'articolo, vi sono esperienze, che vanno conosciute e valorizzate, di giovani salentini che provano a pensare creativamente la tradizione culinaria, introducendo elementi di sorprendente innovatività. Sono numerose e andrebbero attentamente censite. Noi, a titolo esemplificativo, citiamo il caso di Danilo Romano.

**3.**

Da pedagogisti di comunità, come gruppo di ricerca che ruota attorno alla cattedra di Pedagogia sperimentale dell'Università del Salento, ci sentiamo particolarmente impegnati sul tema della promozione della comunità lavorando sull'identità culinaria, nel Centro Ambientale che abbiamo deciso di gestire in agro di Vignacastri (ci riferiamo al Centro Canali, nel Parco Otranto-Santa Maria di Leuca), promuoviamo sistematicamente laboratori sull'alimentazione, sulle tecniche colturali, sulle varietà locali di piante, ortaggi e frutti, per sensibilizzare le comunità locali al valore politico e sociale di un'agricoltura capace di sottrarsi alle sirene dello sfruttamento industriale della terra. Esiste un nesso stretto tra stravolgimento dei luoghi, devastazione delle culture locali e cucina. Bisogna insistere sulla necessità di difendere la biodiversità, di favorire la diffusione degli orti e il consumo in loco dei cibi prodotti da un'agricoltura ritornata ad essere familiare. Si tratta di riorganizzare il modo di produrre, distribuire e consumare il cibo, per poter assicurare la possibilità di nutrirsi adeguatamente ad ogni abitante della Terra.

**4.**

Nel corso della nostra operatività abbiamo incontrato molti esempi interessanti di "resistenza culturale" alle spinte omologanti della globalizzazione. Esempi fatti non di ottusa chiusura, ma di dialogo intelligente. Qui vogliamo attenzionare il caso di Offshina, una startup sita a Matino, i cui titolari sono dei giovani: Danilo Romano e i fratelli Valerio e Pamela. Questo progetto ci pare coniugare bene quanto abbiamo fin qui detto: mette infatti in valore il cibo come elemento identitario, nonché come materia prima da cui si plasmano prodotti innovativi e creativi. Danilo Romano, dopo un'esperienza quasi ventennale nel settore della ristorazione, dà vita agli insaccati di pesce, frutto di un'attività di recupero, selezione e conservazione del pesce azzurro che, trasformato da crudo a stagionato e insaporito con spezie della macchia mediterranea, tipo il rosmarino, il mirto e l'aglio, si conserva per due anni. Così, partendo dalla tradizione, ha voluto creare qualcosa che prima non c'era: se avesse voluto conferire una personalità diversa e rendere più prezioso un prodotto già esistente, avrebbe potuto sperimentare svariate ricette sia di pesce, che di verdure, ci spiega.

Invece ha dato vita a nuovi prodotti: la 'Pizzicata', spalmabile a base di pesce stagionato, arricchito con pomodoro secco e peperoncino piccante e olio extravergine d'oliva; i 'Pescatorini', selezione di filetti di tonno e pesce spada macinati con l'aggiunta di pesce azzurro, dalla forma dei salumi di carne tradizionali; lo 'Spadino', filetto di pesce spada stagionato e il 'Thunnus', filetto di tonno stagionato.

Si tratta di prodotti salutari, poiché contenendo batteri probiotici, bifidobatteri, lattobacilli, lipidi naturali ripristinano la flora intestinale e rinforzano le difese immunitarie; in quanto ricchi di omega 3 e omega 6 hanno effetti benefici sullo stato

di salute di bambini ed anziani. Inoltre, il sale con il quale si conservano è un sale di miniera extra puro, che contiene oltre sessanta minerali, dunque è un sale integratore.

In questa esperienza, il processo creativo, quale «capacità di individuare connessioni tra fatti, di generare idee e trovare soluzioni alle situazioni problematiche, organizzando in forma diversa gli elementi che la costituiscono e associando in modo utile e originale le idee già esistenti» (Schuler & Hell 2009, p. 41) è in atto già al momento dell'ideazione del nome, la cui scelta manifesta la tendenza a coniugare tradizione e innovazione. 'Offishina' contiene infatti al suo interno: la parola italiana officina, quale laboratorio in cui si applicano idee innovative per creare un prodotto da materie prime o semilavorati; il richiamo alla pronuncia dialettale 'offiscina', da cui appunto 'offishina'; il termine internazionale 'fish'.

La propensione a coniugare tradizione e innovazione si esprime anche, a titolo esemplificativo, nella creazione del 'pescatorino', così chiamato per assonanza con il 'cacciatorino', di cui conserva le dimensioni, ma non l'idea di fondo: il cacciatorino era il salume del contadino, lo portava con sé in tasca durante le battute di caccia per fare, di tanto in tanto, uno spuntino; il pescatorino, salamino che contiene diverse varietà di pesce, è invece adatto per il rito dell'aperitivo.

«Gli individui che alla fine si distinguono per i loro contributi creativi tendono a essere esplorativi, innovatori e ingegnosi fin dall'inizio» (Gardner 1994, p. 50): è dalla necessità che si sviluppa l'ingegno, dalla costante tensione all'esplorazione e al miglioramento. A rendere unica l'esperienza dei Romano non è infatti tanto il prodotto quanto il processo frutto di uno spirito creativo che rende il prodotto come oggetto di ricerca continua.

L'innovazione che caratterizza questo progetto non è tanto tecnologica: le prime sperimentazioni infatti sono state realizzate sfruttando l'ambiente fresco di una cantina assunta a camera di stagionatura, con ventilazione e umidificatori forzati manualmente e, ancora oggi, fa utilizzo di pochi macchinari come stagionatori, celle frigorifere e tritacarne refrigerato al fine di tenere costanti le temperature fredde. Si tratta, invece, di innovazione sociale: nasce come recupero e rivisitazione di una tecnica di conservazione che utilizzavano già i nostri nonni, quando mettevano sotto sale nelle giare di terracotta la pancia dei filetti di tonno che, essendo impregnata di sangue era destinata ai poveri. E fa leva su un sistema di stagionatura che giocando su temperatura, umidità, ventilazione e tempo trasforma il prodotto dallo stato crudo allo stato stagionato, rendendolo stabile nel tempo.

Creatività, nella nostra prospettiva, non è solo la curiosità di un singolo soggetto, ma il frutto dell'interazione tra il soggetto, il territorio culturale in cui è iscritto, il luogo, il tempo e l'ambiente sociale: l'atto creativo è connesso con «la capacità del soggetto di interagire in modo generativo con i legami e i contesti resi significativi, perché espressione di costruzioni sociali ed identitarie» (Costa, 2016,

p.86). Il progetto *Offishina* è sicuramente esito della curiosità del suo ideatore, che ama il contatto con il cibo e dopo aver scomposto e ricomposto la materia, con perizia artigiana, legge e si documenta al fine di comprendere e scientificamente legittimare, o delegittimare, il processo; rappresenta una soluzione al problema dell'eccedenza di pesce che Danilo Romano vive in prima persona in qualità di cuoco ristoratore e che è un problema generalizzato durante l'inverno, quando il pescato è abbondante, ma non essendo periodo turistico, il pesce viene smerciato su altri mercati; infine risponde anche a un più ampio progetto di sostenibilità ambientale: l'ambizione è quella di creare la filiera, dunque unire il pescato dei pescatori locali, che utilizzano ancora sistemi di pesca tradizionali e trasformarlo che le tecniche di conservazione messe a punto nel laboratorio Offishina, creando insaccati o altre conserve simili e immettendoli sul mercato come prodotti genuini.

L'assunzione del rischio è l'elemento che trasforma il processo imprenditivo, inteso come processo educativo mediante il quale si sviluppano la capacità di generare idee, in processo imprenditoriale, che vede l'effettivo avvio di una nuova impresa mediante la trasformazione delle idee in azione (European Commission, 2014; Morselli, 2016). E i fratelli Romano se lo assumono eccome questo rischio: rischio non solo economico, dal momento che investono tantissimo in ricerca senza beneficiare di particolari forme di sostegno o finanziamento, ma anche rischio di compromettere la salute, visto che Danilo i prodotti che ha creato li ha sempre testati in prima persona.

Da un'indagine campionaria condotta su un migliaio di studenti è risultato che uno dei fattori che impediscono ai giovani, seppur geniali, di avviare attività imprenditoriali è il timore di fallire (Testa&Frascheri citati da Morselli, Costa, 2015, p.113): il coraggio ha invece rappresentato una chiave di successo in questa esperienza della famiglia Romano, congiuntamente con la perseveranza, la determinazione e la grande passione con cui, giorno dopo giorno, si prendono cura dei loro prodotti.

### **Riferimenti bibliografici**

Costa, M. (2016). *Capacitare l'innovazione. La formatività dell'agire lavorativo*. Milano: Franco Angeli.

Benedetti, C. (2018). *Il capitalismo ti mangia il pasto*, "Lavoro culturale", all'indirizzo <http://www.lavoroculturale.org/il-capitalismo-ti-mangia-il-pasto/>. Articolo postato il 24.01.2018.

Colazzo, S., a cura di, (2015). *Agrobiodiversità e management dei beni comuni. Percorsi di ricerca e proposte di intervento per una pedagogia di comunità*, Napoli: Guida.

Colazzo, S. & Manfreda, A. (2014). Performing arts, community empowerment and social innovation: a model of training-intervention-research, “Cultural heritage and local development local communities trough heritage awareness and global understanding” edited by Luiz Oosterbeek & Fabio Pollice, Centro Universitario Europeo per i Beni culturali; Ravello 2014, supplemento a “Territori della Cultura” n. 18.

European Commission. (2014). *Entrepreneurship Education. A Guide for Teachers*. Bruxelles: Unit entrepreneurship 2020.

Gelosi, C. (2013). *Territori, patrimonio culturale, fruizione. Nuove reti per nuove relazioni*. Milano: Franco Angeli.

Gardner, H. (1994). *Intelligenze creative*. Milano: Feltrinelli.

Manfreda A. (2014). *La Mappatura dei Bisogni. Lettura semiotico-sistemico-regolatoria del soggetto e dell’agire sociale e definizione di un dispositivo di ricerca-intervento*. Tesi di dottorato, Lecce: Università del Salento.

Minonne, F. (2012). *Fichi di Puglia. Storia, paesaggi, cucina, biodiversità e conservazione del fico in Puglia*. Castiglione d’Otranto (Le). Coop. Ulisside Editore.

Montanari M. (2004). *Il cibo come cultura*. Roma-Bari: Laterza.

Morselli, D. & Costa, M. (2015). *Il Laboratorio Imprenditoriale per la formazione degli insegnanti all’imprenditività*, *Ricercazione*, Vol. 7, n. 2, pp.113, 117. Scaricabile da:

[https://www.ufficiostampa.provincia.tn.it/content/download/35253/607732/file/Ricercazione\\_2015\\_vol7\\_n\\_2.pdf#page=111](https://www.ufficiostampa.provincia.tn.it/content/download/35253/607732/file/Ricercazione_2015_vol7_n_2.pdf#page=111)

Morselli, D. (2016). *La pedagogia dell’imprenditività nell’educazione secondaria*. *Formazione & Insegnamento XIV-2-2016* ISSN 1973-4778 print-2279-7505 on line Supplemento. Scaricabile da: <http://ojs.pensamultimedia.it/index.php/siref/article/view/1992/1886>

Niola, M. (2009). *Si fa presto a dire cotto. Un antropologo in cucina*. Bologna: Il Mulino.



*Offishina*. Sito: <http://www.offishina.it/>

Schuler H. & Hell B (2009); *ASK. Test di Pensiero Inferenziale e Creativo*. Trad. it. Palmira Faraci e Silvia Clarotti, Firenze: GiuntiO.S.

## **SCHEMA**

### **Meglio il pescatorino del cacciatorino: è più sano**

Intervista a Danilo Romano (*Offishina* - Officina ittica, Matino).

«Io mi ricordo quando ero piccolo che mio nonno comprava una cassetta di tonno a 5.000 lire, cioè 2euro e 50. Non costavano proprio niente, infatti la gente poi li faceva sottolio. Prima della tecnica sottolio c'era però la tecnica della salagione, ma non era per tutto il pezzo del tonno. La parte vicino alla pancia è molto ricca di sangue, perché ha proprio una venatura in cui scorre il sangue del tonno e al gusto non è tanto gradevole. E allora che succedeva? Siccome il tonno si vendeva fresco, quando lo sfilettavano rimaneva solo una fascia, che era la fascia del sangue. Ma non si sprecava, si destinava ai poveri. E questi come lo recuperavano? Lo mettevano nelle anfore, nelle giare di terracotta, aggiungevano il sale e sopra mettevano un peso, un po' come si fa con le acciughe salate.

Poi, dopo circa un mese che il prodotto stava sotto sale lo prendevano, lo tiravano fuori e lo lasciavano asciugare al vento di tramontana, quindi diventava un pezzo di legno come un baccalà.

Era un prodotto ormai stabile, perché non c'era più acqua e la gente se lo portava insieme alle frise, ai pomodori da penda, ed emigrava. Come si consumava? Si metteva nuovamente in acqua, si idratava, si condiva con l'olio, si cucinava con un po' di alloro, vino, e basta: si mangiava così!

Quando è arrivata la pastorizzazione, questa tecnica di conservazione non si è utilizzata più ed è nato il tonno in scatola, sottolio e così via.

Solo in alcuni paesi hanno continuato a farla per tradizione, tipo la Sicilia, la Sardegna e Liguria, ma anche in Spagna, perché poi è una tecnica che arrivava qua dagli spagnoli. La conservazione sotto sale era una tecnica dei musulmani, quindi degli arabi, che è stata importata in Spagna e poi è arrivata in Sicilia e così via, si è diffusa in tutto il meridione. Infatti, sia in Spagna che in alcuni paesi arabi, c'è il *mohama*, così chiamato, che sarebbe il mosciame nel nostro dialetto, che poi è una parola italianizzata: mosciame di tonno, quindi filetto di pesce, messo sotto sale, con

tanto sale ed essiccato, che ovviamente si fa fatica anche ad affettarlo perché è durissimo. Loro lo usano così, lo tagliuzzano, poi mettono olio e limone e lo fanno ancora oggi in Sicilia e in Sardegna».

«Noi siamo a Matino, a 10 km nell'entroterra da Gallipoli, quindi il pesce si è sempre consumato quasi tutto l'anno, il pesce azzurro, quello povero diciamo così. E quindi c'è sempre stata la necessità di conservarlo, soprattutto quando arrivavano i periodi invernali, che era abbondante il pescato e non essendo un periodo stagionale turistico, cosa succedeva?! Che il pesce abbondava non solo nelle nostre famiglie, ma anche nei mercati, quindi spesso veniva destinato fuori e venduto su altri mercati. Diciamo che questa necessità è sempre esistita, anche nelle famiglie contadine che compravano le acciughe e le mettevano sotto sale per fare le alici salate, alici o sarde, quindi non è che ho creato qualcosa di nuovo, perché la salagione, la tecnica della salagione è sempre esistita, sia da parte dei contadini per fare i salumi di carne, sia da parte dei pescatori per fare il pesce sotto sale.

Io invece cosa ho fatto? Essendo un cuoco ristorante, quando compravo nel periodo invernale il pesce in abbondanza e, un giorno non si vendeva, il secondo neanche, non è che tutti i giorni potevamo mangiare pesce! E allora ho creato questo nuovo prodotto che è un incrocio tra il salume di carne e un prodotto salato del pesce».

«In un primo momento ho iniziato a conservare la carne. A me piace stare a contatto con il cibo, con la materia prima e volevo capire per quale motivo qui da noi non si fanno i salumi, cioè mi chiedevo: "Com'è che nella nostra regione, o almeno nel Salento – perché nella zona di Taranto, Martina Franca stanno a un'altezza superiore - non si fanno i salumi?" Allora ho capito che da noi non c'è la cultura di fare i salumi per il clima: questa zona è molto umida e si fa fatica ad allevare il bestiame, quindi non c'è proprio la cultura dell'allevamento del bestiame. Si allevano solo pecore, capre, che sono animali più selvatici e si adattano bene: infatti l'estate anche se non c'è erba, si mangiano quel pochissimo che c'è! Faceva il salume solo chi era emigrato in Piemonte o nelle zone dell'Emilia e aveva acquisito la cultura di conservare la carne. A volte si allevava un solo maiale per tante famiglie: non lo allevavano tutti, cioè la carne prima qua non esisteva proprio, nella dieta mediterranea la carne non c'era se non una volta ogni mille! I cavalli erano più attrezzi da lavoro! Si mangiavano legumi, verdure e pesce azzurro: questa era la dieta mediterranea. Ho scoperto tutte queste cose facendo delle ricerche, mi sono informato e ho iniziato a provare a fare più varietà di insaccati, senza l'utilizzo di conservanti e arrangiandomi con aereazioni forzate e stufe. Ho fatto tantissime cose: dallo speck ai salami, piccoli prosciutti, capocolli, ancora oggi ne tengo qualcuno appeso in cantina! Diciamo che la mia sperimentazione è cominciata da lì. Sempre da lì poi nasce l'idea di conservare il pesce come la carne».

«Avevamo pensato di creare delle sinergie tra pescatori locali, perché l'idea di questo prodotto nasce qui nel Salento, e un po' di pesce ce l'abbiamo, diciamo così! In Italia, nel Mediterraneo, il pescato è diventato così scarso che è sufficiente per soddisfare 40 giorni in un anno, quindi significa che tutto l'altro resto dell'anno noi compriamo pesce d'importazione. Ormai lo strascico ha distrutto parecchio i fondali, la pesca non è sostenibile, i pesci non ricrescono e alcune varietà sono anche in estinzione. Con Slow Food avevamo pensato di avviare un progetto di sostenibilità del pescato, almeno locale, cioè di trasformare il pesce che pescano i nostri pescatori, grazie alle nostre tecniche di trasformazione, e creare un prodotto da vendere come made in Salento, in Puglia, ma pure in Italia! Con le nostre capacità, con la nostra attrezzatura, che cosa possiamo fare?

Possiamo prendere il pesce dei mari vicini, trasformarlo o in forma di insaccato o altre conserve simili e metterlo sul mercato come un prodotto genuino. I pescatori locali hanno piccole barche e fanno poco pescato, ma se unito insieme, si può trasformare. Acquistando il pesce da questi pescatori, che non fanno lo strascico ma pesca ancora tradizionale, potevamo trasformarlo, soltanto che non c'è un sistema di adeguamento: il pescatore pesca e porta il pesce ai ristoranti o al mercato e, se al mercato non si vende, lo mandano in altri mercati e ti viene pagato chissà quando! Noi invece lo volevamo acquistare per trasformarlo, ma questo significa che i pescatori devono abbatterlo subito e stoccarlo. Il sistema dovrebbe essere questo: pescarlo, abbatterlo subito a -50° in modo che l'abbattimento sia rapidissimo e stivarlo, conservarlo nei grandi magazzini che abbiamo qui da noi, che ce ne sono abbastanza. Noi, al momento del bisogno potevamo acquistare questo pesce, più varietà di pesce. Purtroppo, però, non c'è il sistema di abbattimento rapido in barca e non è stato possibile creare la filiera».

