

Mozzarella: fra sapere locale e produzione globale

ovvero ... "La mozzarella e Bauman", mi verrebbe da aggiungere come sottotitolo alla breve riflessione di stamattina.

Uno strano accoppiamento, perché accostare un prodotto lattiero caseario al nome di uno dei più grandi sociologi viventi, il polacco Zygmunt Bauman, **può apparire quanto meno bizzarro.**

Però.

Se si pensa che la mozzarella è un prodotto lattiero-caseario col dono dell'ubiquità, non solo esportato ma realizzato in tante parti del mondo, e se si pensa che Bauman è uno studioso delle tante accezioni del concetto di globalizzazione, forse l'accostamento riesce a trovare le sue ragioni e i suoi fili di collegamento.

La Mozzarella è sicuramente un prodotto 'globale' (praticamente 'planetario'), diffuso e proposto al consumo nelle due versioni previste e legittimate dal Codex Alimentarius:

- **come High moisture**, cioè la mozzarella 'classica', come forma, colore e presenza di liquido di governo. È la mozzarella che ha significato e sapore indipendentemente dal binomio mozzarella/pizza, una dignità autonoma, conquistata attraverso il gusto di latte e la versatilità in cucina.

-**come Low moisture**, cioè la 'mozzarella' vocata alla pizza, *pizza cheese* che ha vita lunga e lungo potere filante, confezionata in parallelepipedo o a fette o in scaglie, pronta all'uso, con tutte le implicazioni legate a un prodotto a lunga conservazione.

In quanto prodotto globale, la mozzarella è caratterizzata da una presenza/diffusione/produzione/commercializzazione a macchia d'olio in un tempo brevissimo e in più direzioni, assumendo i tratti di una **simultaneità istantanea ed omogeneizzante**.

Questa caratteristica comporta un rischio reale: la perdita delle differenze geografiche e identitarie, perché, dice Bauman, se *"tutte le parti di spazio possono essere raggiunte nello stesso arco di tempo (vale a dire*

all'istante), nessuna parte di spazio è privilegiata, nessuna ha un "valore speciale". (Z. Bauman, Modernità liquida, Laterza, Roma - Bari 2011, p.133)

E, di conseguenza, **anche il prodotto che si fabbrica in ogni parte, nello stesso arco di tempo, onnipresente, rischia di perdere il suo valore speciale, di confondersi ed essere confuso.**

Allora qual è il destino della mozzarella nell'epoca della globalizzazione?

E' quello di diventare il nome-ombrello indifferenziato, sotto il quale si producono e si consumano diverse gradazioni di qualità e prodotti che si distinguono solo per gli estremi: high e low?

E' quello di perdere le sue radici?

E'quello di incorrere nell'anonimato, di diventare un "formaggio senza qualità"?

Qui Bauman ci viene in aiuto, quando afferma che la globalizzazione pone come centrale il problema della gestione del locale.

E di glocalizzazione parla lo studioso quando dice che il globale non deve opporsi al locale, ma entrambi devono trovare una reciproca interconnessione.

Qui può allora collocarsi il destino della mozzarella: SU UNA ROTTA CHE VA DAL LOCALE AL GLOBALE, dal particolare al generale, non viceversa; una rotta che consenta di navigare nelle acque della globalizzazione senza azzerare origine, specificità dei luoghi, tradizioni e talenti gastronomici, valorizzando il micro mondo da cui essa nasce.

E di locale la mozzarella ha tanto, a partire dalla sua declinazione d'eccellenza: la mozzarella di bufala, che ne fa un prodotto del Sud Italia, presente come treccia, bocconcino, burrata (Puglia), depositario di una tradizione, di un 'saper fare' che viene da lontano, di una lavorazione artigianale che valorizza una materia prima di prim'ordine.

Ma non solo.

Di locale c'è la ricerca italiana che ha fatto tesoro del valore e dell'abbondanza, ad esempio, del latte vaccino della Pianura padana e, già all'inizio degli anni '70, ha fuso i saperi della pratica e della tecnica, con nuove

sinergie: basta ricordare l'esperienza dell'Università di Piacenza che, insieme all'istituto lattiero caseario di Lodi, ha messo a punto il coagulatore in continuo e la meccanizzazione di filatura della cagliata e di mozzatura della massa caseosa. **Di locale, di italiano, c'è la produzione dei macchinari, delle strumentazioni che hanno reso possibile il passaggio della mozzarella dalla dimensione artigianale a quella industriale, senza violarne le prerogative di sapore e di resa.**

Di locale c'è la ricerca della qualità, cui contribuisce la creatività italiana, che sa fondere con soluzioni innovative gli ingredienti cardine della mozzarella.

Con questa dote la mozzarella va accompagnata nel suo viaggio globale: **perché si può produrre e consumare mozzarella di qualità anche fuori dall'Italia, ma a patto di non disperderne la dote di valore.**

Quando si esporta e si produce mozzarella all'estero è necessario farsi carico della **responsabilità di un nome**, perché dentro al nome stanno la storia, la geografia e i saperi di un'intera comunità.

Ecco perché, assieme alla mozzarella, **va esportata e comunicata la cultura del prodotto e, quando la si produce, va riproposto il know how di competenze che la caratterizzano**: un saper fare artigianale e tecnologico insieme, salvaguardando il principio di una continuità del locale nel globale.

Esportiamolo, dunque, questo principio, e alimentiamolo.

E, soprattutto, continuiamo a produrre in Italia la nostra eccellenza, che dobbiamo rafforzare nel segno della qualità del latte e della sostenibilità socio-ambientale. Qui sta il fattore inimitabile: quel mix di clima, sole, acqua, suolo, forza lavoro e creatività, che dobbiamo difendere in nome dei prodotti made in Italy.